

**Tallinna Ülikool**

**Balti filmi, meedia ja kunstide instituut**

**Kert Pehap**

**KESKKONNAVALDKONNA KÄSITLEMINE EESTI TELEVISIOONIS  
KESKKONNAAKTIVISTIDE VAATENURGAST**

**Bakalaureusetöö**

**Juhendaja:** *Indrek Treufeldt, PhD*

**Tallinn 2024**

## Autorideklaratsioon ja lihtlitsents

Mina, Kert Pehap,

- olen koostanud bakalaureusetöö iseseisvalt. Teiste autorite uurimistööd, olulised seisukohad kirjandusest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.
- annan Tallinna Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Keskkonnaalaldkonna käsitlemine Eesti Televisioonis keskkonnaaktivistide vaatenurgast“, mille juhendaja on Indrek Treufeldt,

- reprodutseerimiseks säilitamise ja elektroonilise avaldamise eesmärgil Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;
  - üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
- olen teadlik, et punktis 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
  - kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitset reguleerivatest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Töö autor: \_\_\_\_\_

*(digitaalne) allkiri, kuupäev*

Töö on kaitsmisele lubatud.

Juhendaja: *(ees- ja perekonnanimi, teaduslik kraad)* \_\_\_\_\_

*(digitaalne) allkiri, kuupäev*

Kaitsmine toimub Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi bakalaureusetööde kaitsmiskomisjoni avalikul koosolekul.

## RESÜMEE

Tallinna Ülikool	Balti filmi, meedia ja kunstide instituut
<b>Autor</b> Kert Pehap	
<b>Pealkiri</b> „Keskkonnavaldkonna käsitlemine Eesti Televisioonis keskkonnaaktivistide vaatenurgast“	
<b>Õppekava</b> Ajakirjandus	<b>Tase</b> Bakalaureusetöö
<b>Kuu ja aasta</b> Mai 2024	<b>Lehekülgede arv</b> 94
<b>Kokkuvõte</b> <p>Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada Eesti Televisiooni senine roll keskkonnateemade käsitlemisel. Lisaks soovis töö autor aktivistide abiga määratleda televisiooni ja ajakirjaniku rolli keskkonnaaktivismi edendamisel ning hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele. Teemale läheneti läbi kahe uurimisküsimuse: kuidas hindavad keskkonnaaktivistid Eesti Televisiooni (ETV) senist rolli keskkonnavaldkonna käsitlemisel, milline peaks olema televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel ning kuidas see võiks mõjutada keskkonnateemade kajastamist ja vaatajate keskkonnateadlikkust. Uurimus viidi läbi intervjuuerides seitset keskkonnaaktivisti, kes kõik omasid väga erinevat keskkonnaalast tausta.</p> <p>Tulemused näitasid, et keskkonnaaktivistid olid enamasti ühel meelel, keskkond tervikuna on Eesti Televisioonis alakajastatud. Loodusest räägitakse vähe ning ennekõike päevapoliitika kontekstis. Senine roll on olnud pigem väga minimaalne ning neutraalne. Intervjuueritavad leidsid, et keskkonnaaktivismi edendama otseselt ei peaks, küll aga peaks suhtuma sellesse kui igasse teise teemasse, mida peaks kajastama täie tõsidusega ja kindlatele faktidele tuginedes.</p>	

**Märksõnad** aktivism, keskkonnaaktivism, aktivist, televisioon, avalik-õiguslik televisioon, agentsus, ajakirjanik, ajakirjandus, meedium

**Säilitamise koht** Tallinna Ülikool, Balti filmi, meedia ja kunstide instituut

## SUMMARY

Tallinn University	Baltic Film, Media and Arts School
<b>Author</b> Kert Pehap	
<b>Heading</b> „Coverage of Environmental Issues on Estonian Television from the Perspective of Environmental Activists“	
<b>Curriculum</b> Journalism	<b>Level</b> Bachelor
<b>Month and Year</b> May 2024	<b>Page Count</b> 94
<b>Abstract</b> <p>The aim of this bachelor's thesis was to find out the role of Estonian Television in dealing with environmental issues. In addition, with the help of activists, the author of the work wanted to define the role of television and journalists in promoting environmental activism and assess its expected impact on the audience's environmental awareness. The topic was approached through two research questions: how do environmental activists evaluate the current role of Estonian Television (ETV) in dealing with the environmental field, what should be the role of television and journalists in promoting environmental activism, and how this could affect the coverage of environmental issues and the environmental awareness of viewers. The research was conducted by interviewing seven environmental activists, all of whom had very different environmental backgrounds.</p> <p>The results showed that environmental activists mostly agreed that the environment as a whole is underreported on Estonian Television. Little is said about nature, and above all in the context of current politics. The role so far has been very minimal and neutral. The interviewees felt that</p>	

environmental activism should not be directly promoted, but that it should be treated as any other topic, which should be covered with full seriousness and based on solid facts.

**Keywords** activism, environmental activism, activist, television, public television, agency, journalist, journalism, medium

**Place of Preservation** Tallinn University, Baltic Film, Media and Arts School

# SISUKORD

RESÜMEE .....	3
SUMMARY .....	5
SISSEJUHATUS.....	9
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD .....	13
1.1 Agentsus ja selle mõju ühiskondlikele muutustele .....	13
1.2 Aktivismi mõju üldsuse teadlikkusele .....	15
1.3 Aktivismi olemus ja eesmärgid.....	16
1.3.1 Aktivismi meetodid.....	18
1.3.2 Aktivismi subjektid ja objektid .....	20
1.4 Ajakirjanik kui aktivist.....	23
2. KESKKONNAAKTIVISM JA SELLE ALGUS EESTIS.....	26
2.1 <i>Fridays For Future</i> liikumine .....	28
2.1.1 FFF Eesti kliimaaktivistid ja nende eesmärgid .....	30
3. MEEDIA ROLL KESKKONNATEADLIKKUSE TÕSTMISEL.....	31
3.1 Meedia mitmekesisus keskkonnavalase info levitamisel.....	32
3.2 Televisioon kui harija ja keskkonnateadlikkuse tõstja .....	34
4. AVALIK-ÕIGUSLIK TELEVISIOON .....	38
4.1 Keskkonnasaated Eesti Televisioonis .....	39
5. UURIMISMETOODIKA KIRJELDUS .....	42

5.1 Uurimisprobleem ja uuringu eesmärk.....	42
5.2 Uurimistöö metoodika ja valim .....	43
5.3 Uurimuse käik.....	46
6. TULEMUSED .....	50
6.1 ETV-s kajastatud ja alakajastatud keskkonnateemad.....	50
6.2 ETV keskkonnateemalise programmi kajastuse võimalik mõju.....	56
6.3 Keskkonnakommunikatsioon ETV programmis.....	59
6.4 Aktivistide mõju suurendamine ühiskonnas televisiooni abil.....	61
6.5 Televisiooni ja ajakirjanduse roll keskkonnaaktivismi edendamisel .....	65
6.6 Televisiooni ja ajakirjanike roll keskkonnakajastuse fookusesse võtmisel .....	71
6.7 Televisiooni kui meediumi mõju vaatajate keskkonnateadlikkusele .....	72
7. JÄRELDUS JA DISKUSSIOON.....	76
7.1 Meetodi kriitika ja edasised uurimissuunad.....	80
KOKKUVÕTE .....	82
KASUTATUD ALLIKAD .....	84
LISA 1 .....	90
LISA 2.....	93



## SISSEJUHATUS

Televisioon on oluline osa paljude inimeste elust, pakkudes sisu, mis mõjutab nende vaateid ja käitumist. Aktivism, teisalt, kujutab endast inimeste ühendamist ühise eesmärgi nimel, olgu selleks siis poliitiliste muutuste toetamine või keskkonnaprobleemide lahendamine. Televisioon suudab tegelikult mingil määral inimesi ühendada, just nagu seda teeb aktivism. Näiteks iga pühapäeva õhtused populaarsed meelelahutussaated kutsuvad hulga inimesi ühisel ajal televiisori ette. Siiski on oluline mõista, et televisiooni tarbimine võib kaasa tuua rohkem kui lihtsalt sisu vaatamise – see võib kujundada inimeste arusaamu ja hoiakuid.

Keskkonnateemade kajastamine televisioonis on muutumas üha olulisemaks, kuna keskkonnaprobleemid muutuvad ajaga aina pakilisemaks. Televisioon kui üks suurimaid meediaplatforme on kohustatud inimesi informeerima, selgitama keskkonnaprobleeme ning inspireerima vaatajaid tegema valikuid jätkusuutlikuma elu nimel. Selline vastutus on eelkõige avalik-õiguslikul televisioonil, mille sätestab Rahvusringhäälingu seadus.

Bakalaureusetöö üldine huvi on keskenduda Eesti Televiisiooni keskkonnavaldkonna kajastamise analüüsimisele, selle efektiivsuse uurimisele ning keskkonnaaktivistide abiga kokkuvõtete tegemisele. On väga oluline, et avalik-õiguslik televisioon kajastaks oma programmis selliseid saateid, mille eesmärk on harida ja teadvustada ning mitte lihtsalt kirjeldada, vaid ka päriselt selgitada, miks mõni nähtus või sündmus eksisteerib. Bakalaureusetöö võiks olla tagasisideks Eesti Televiisioonile, kuna töö empiirilises osas analüüsitakse üsna põhjalikult ETV senist rolli keskkonnavaldkonna kajastamisel ning aktivistid jagavad praktilist tagasisidet, mida saaks paremini teha.

Käesoleva bakalaureusetöö kontekstis räägitakse keskkonnaaktivismist, kuna eesmärgiks on keskkonnakajastuse uurimine. Siiani on töö autor märganud, et aktivismiga seoses pole Eesti Televiisioonis olulisel määral mitte üksi teema eetriaega saanud. Aktivism aitab ühiskonnas esile tõsta mitmeid probleeme. Ajakirjanduse ülesanne on neid märgata ning kajastada. Ideaalses maailmas ei peaks aga aktivismi üldse olema, kui ajakirjandus suudaks ise piisavalt tähelepanelik olla ja suuta sõeluda välja need keskkonnateemad, mis vajaksid inimeste tähelepanu, et

teadvustamise abiga leida probleemidele lahendused. Teadvustamine on üks etapp probleemide lahendamisel, üksnes sellest aga ei piisa. Oluline on mõista, millised on seosed, et inimestel on võimalus samastuda ja võtta need teadmised omaks, et saavutada muutusi. Siiani pole aga ajakirjandus olnud piisavalt ambitsioonikas ning autoril tekkis huvi antud teemasse süveneda ning uurida aktivismiga lähedalt seotud inimestelt, mis võiks olla selle tegevusetuse põhjus.

Kuna autor peab ennast ise pigem keskkonnateadlikuks ning järgib ka oma igapäevaelus säästva eluviisi põhimõtteid, siis on ajakirjandustudengina äärmiselt põnev analüüsida lähemalt keskkonnateemade kajastamist televisioonis.

Käesoleva uurimistöe teema valimisel lähtus autor enda huvist televisiooni kui meediumi vastu ning soovist uurida selle seost aktivismiga. Täpsemini seda, kuidas aktivism võiks aidata kaasa televisioonil inimeste keskkonnateadlikkuse suurendamisele. Varasemalt pole keegi televisiooni sellest seisukohast käsitlenud. Tegemist on üsna kitsa ja spetsiifilise lähenemisega.

Aktivism on lihtsalt üks viis, kuidas keskkonnateemasid ühiskonnas pilti tuua, televisioon on meedium, mis aktivismiga kaasaskäivad sõnumit ja pilti edasi vahendab. Kuna varasemalt pole väga sellist teemat uuritud, siis puudub ka kirjandus, mis nii televisiooni kui aktivismi ühiselt analüüsiks.

Seega on käesoleva töö uurimisteema igati asjakohane, uurides televisiooni kui meediumi ühte konkreetset aspekti ja toetudes aktivismile, aidates paremini mõista aktivismi vaadet keskkonnaprobleemidele ning selle tähtsust ühiskonnas. On oluline mõista, kuidas siiani on keskkonnavaaldkonda kajastatud, teha järeldusi ning anda soovitusi, et paranda teemade kajastamise ulatust ja sisukust.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Eesti Televisiooni (ETV) senine roll keskkonnateemade käsitlemisel keskkonnaaktivistide vaatenurgast. Lisaks soovib töö autor aktivistide abiga määratleda televisiooni ja ajakirjaniku rolli keskkonnaaktivismi edendamisel ning hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele. Selleks püstitati järgnevad uurimisküsimused:

1. Kuidas hindavad keskkonnaaktivistid Eesti Televisiooni (ETV) senist rolli keskkonnavaldkonna käsitlemisel?
2. Milline peaks olema televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel ning kuidas see võiks mõjutada keskkonnateemade kajastamist ja vaatajate keskkonnateadlikkust?

Töö uurimisküsimustele vastuste saamiseks intervjueriti Eesti keskkonnaaktiviste, kes on aktiivsed televisioonijälgijad ning on kursis Eesti Televisiooni programmiga ning sisuga. Kuna uuring keskendub just keskkonnasaadete kajastamise analüüsimisele, siis oli ainuõigeks variandiks kaasata valimisse keskkonnaaktivistid, kes on ilmselt kõige keskkonnateadlikumad ja omavad kindlaid hoiakuid ja arusaamasid, mis lõputöö seisukohast ja uuringu elluviimisel on märgilise tähtsusega.

Töö teoreetilises osas kirjeldatakse aktivismi sisu ja ajendeid, sellega seonduvaid nähtusi ning sotsiaalse identiteediteooria lähenemist ühiskondlikule liikumisele. Tähtis on teada, milline on aktivismi sisu ja miks seda tehakse. Kui muidu on meediast jäänud mulje, et aktivistid on jõulised ja liigitatakse pigem äärmusrühmituse kategooriasse ning aktivism ise on midagi väga negatiivsest, siis bakalaureusetöö teooriaosas saab teaduslike artiklitele tuginedes jõuda järeldusele, et see on midagi rohkemat, kui lihtsalt mässamine.

Lisaks kirjeldatakse põgusalt keskkonnaaktivismi ning selle algust Eestis, *Fridays For Future* liikumist ja selle olulisust ning meedia rolli keskkonnateadlikkuse tõstmisel. Üle maailma üsna palju meediatähelepanu saanud *Fridays For Future* on kõige parem näide sotsiaalsest liikumisest ühe aktivismivormi iseloomustamiseks.

Töö teooriaosa lõpus kirjeldatakse televisiooni rolli harijana ning selgitatakse avalik-õiguslik televisiooni struktuuri ja rolli demokraatlikus ühiskonnas.

Uurimismetoodika peatükis tuuakse välja töö uurimisprobleem ja uuringu eesmärk. Kirjeldatakse lähemalt uurimistöö metoodikat ja valimit. Selles peatükis selgitatakse lähemalt, keda käesoleva bakalaureusetöö raames intervjueriti, et uurimisküsimustele vastuseid saada. Uurimistulemuste

peatükis tutvustatakse uurimistöo tulemusi, kus kasutatakse analüüsi paremaks mõistmiseks uuringus osalejate tsitaate. Järelduste ja diskussiooni peatükis võetakse uurimistulemused kokku ja tehakse lõplikud üldistused nii teoreetilise kui empiirilise osa kohta. Bakalaureusetöö lõpeb kokkuvõttega, millele järgnevad kasutatud kirjanduse loetelu ning lisad.

Televisioonist rääkides kasutatakse peamiselt mõistet „avalik-õiguslik televisioon“, mis tähendab riigi rahastatud meediat demokraatlikus riigis, mis on avalikult ja tasuta kättesaadav kõikidele inimestele. Käesoleva töö kontekstis kasutatakse seda mõistet, et kirjeldada ning avada selle meediumi ülesannet ja olulisust. Aktivismist rääkides kasutatakse peamiselt sõna „aktivism“, mis viitab aktivistide poolt ellu kutsutud tegevusele, samuti keskkonnakommunikatsiooni iseloomustavad sõnapaarid „pragmaatiline“ ja „konstitutiivne“.

# 1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Bakalaureusetöö teoreetiline raamistik on suunatud aktivismi ja televaldkonna võtmemõistete ning teooriate kirjeldamisele ning selgitamisele. See osa pakub ülevaadet olulisematest teooriatest, mõistetest ja kontseptsioonidest, mis on olulised uurimistöo kontekstis. Detailsemalt kirjeldatakse aktivismi ja selle suhteid meediaga. Lisaks sellele hinnatakse (keskkonna)aktivismi tähtsust tänapäeva ühiskonnas ning meedia rolli keskkonnateemalise informatsiooni levitamisel.

Empiiriline osa hõlmab intervjuusid ja nende analüüse, mille eesmärk on analüüsida Eesti Televisiooni (ETV) programmi rolli keskkonnateemade kajastamisel. Uurimismeetod on kvalitatiivne, mis võimaldab saada ülevaadet aktivistide seisukohtadest ja ootustest seoses Eesti Televisioonis keskkonnateemade kajastustega. Tulemused võimaldavad teha järeldusi selle kohta, kas praegune programmivalik vastab keskkonnaaktivistide ootustele ning millised võiksid olla võimalikud arengusuunad keskkonnateemade kajastamisel televisioonis laiemalt.

## 1.1 Agentsus ja selle mõju ühiskondlikele muutustele

Agentsus viitab indiviidi võimele tegutseda ja mõjutada oma ümbruskonda (Vihalemm, 2013). See hõlmab võimet kujundada ühiskondlikke struktuure, osaleda ühiskondlikes praktikates ning teha otsuseid ja valikuid, mis mõjutavad ühiskondlikku reaalsust (Vihalemm, 2013).

Aktivismi roll kaasaegses ühiskonnas on märkimisväärne, keskendudes poliitiliste, sotsiaalsete ja keskkonnaalaste muutuste esilekutsumisele (Anderson & Herr, 2007). Televisioon, eriti avalikõiguslik televisioon, pakub olulist platvormi, mis võimaldab aktivistidel jõuda laiema publikuni, suurendades seeläbi oma positsiooni ning inimeste keskkonnateadlikkust.

Sotsioloog Anthony Giddensi mõiste agentsusest peegeldub suhtes, mida aktivistid loovad televisiooniga (Vihalemm, 2013). Nad kasutavad seda platvormi, et avaldada survet poliitilistele

ja sotsiaalsetele institutsioonidele ning levitavad oma sõnumit, innustades vaatajaid tegutsema (Vihalemm, 2013). Samal ajal on televisioonivaatajatel valmisolek ja võime toimida, valides, millist sisu nad tarbivad ja kuidas seda mõistavad (Vihalemm, 2013). Kui aktivistide vaated jõuavad televaatajateni, siis võivad nad need omaks võtta ja nendest edaspidi ka lähtuda, kui nad tunnevad end inspireerituna või motiveerituna teemadest, mida teleprogrammid käsitlevad.

Sotsioloog Anthony Giddens, kes tugineb oma teoreetilistes raamistikes strukturalismile, defineerib agentsust indiviidi võimekusena tegutseda ühiskonnas (Vihalemm, 2013). Ta väidab, et individid ei ole passiivsed subjektid, kes alluvad lihtsalt ühiskondlikele struktuuridele, vaid on pigem aktiivsed osalised, kes loovad ja kujundavad ühiskonna institutsioone ja praktikaid (Vihalemm, 2013).

Avalik-õiguslik televisioon annab aktiivsetele kodanikele võimaluse tarbida sisu oma platvormidelt, mille üheks eesmärgiks on eelkõige teadvustada ning seejärel anda praktilisi soovitusi või ettepanekuid soovitud muutusteks, kuidas vaatajad võiksid oma käitumismustreid ümber kujundada, et olla teadlikud kodanikud ning tarbijad. Kommertstelevisioon ei eelda, et inimene peaks pärast programmisisu tarbimist midagi oma elus muutma, sest tegemist on meediaplatformiga, mis otseselt ei seisa millegi eest. Avalik-õiguslik televisioon annab võimaluse olla aktiivne kodanik ja omab rolli arvamuse kujundamisel. Inimeste kui individide ülesanne on aga osata seda sisu tõlgendada ning luua seoseid ning mõtestada enda jaoks järeldused, mida pakutav televisioonisisu tahab öelda ehk mis on eesmärk.

Seega ei ole inimene süsteemis lihtsalt passiivne vastuvõtja, vaid tal on võime osaleda otsustusprotsessides ja võtta vastutust – muutudes seeläbi aktiivseks agendiks (Vihalemm, 2013). Agentsus viitab inimese võimele teadlikult oma oskusi kasutades ühiskonnas aktiivselt kaasa lüüa ja otsustusprotsesse mõjutada (Giddens, 1989).

Üks viis agentsuse määratlemiseks on vaadelda inimeste käitumist ja mõelda, kuidas nad oma keskkonnaga suhtlevad (Raud, 2013). Aktivism on valdkond, kus agentsus avaldub eriti selgelt. Aktivistid kasutavad oma võimeid ja ressursse, et võidelda ühiskondliku ebaõiglusega, muuta poliitilisi otsuseid ja juhtida tähelepanu ühiskondlikele probleemidele (Anderson & Herr, 2007).

Seeläbi saavad nad aktiivselt oma veendumusi ja eesmäärke ellu viies mõjutada ühiskonda oluliste agentidena (Vihalemm, 2013).

## **1.2 Aktivismi mõju üldsuse teadlikkusele**

Intergovernmental Panel on Climate Change eriraport 1,5°C globaalse soojenemise kohta seab eesmärgiks saavutada 2050. aastaks netoheitmete nulltaseme, täites seeläbi Pariisi kokkuleppe eesmärgid (IPCC, 2018). See on toonud esile arutelu kliimahädaolukorra kuulutamise üle mõne valitsuse ja jurisdiktsioonide poolt ning innustanud aktivismi ja kodanikuallumatuse liikumisi, nagu näiteks koolistreigid, kliima- ja väljasuremismässud (Thackeray et al., 2020).

Aktivism, eriti noorte juhitud algatused, on mänginud olulist rolli keskkonnateadlikkuse suurendamisel ning tähelepanu juhtimisel kliimamuutustega seotud küsimustele (Thackeray et al., 2020). Alates 2017. aastast on avalikkuse teadlikkus kliimamuutuste teemadel kasvanud, eriti pärast 2018. aasta keskpaika (Thackeray et al., 2020). Erinevad globaalsed liikumised on aidanud suurendada inimeste teadlikkust kliimamuutuste küsimustes ja innustanud avalikkust kaasa mõtlema nende küsimuste osas (Thackeray et al., 2020).

Oluliste ühiskondlike väljakutsetega toimetulekuks on hädavajalik aga parimate teadlaste, õpetajate ja kommunikaatorite kaasamine, kes suudavad teadust arusaadavalt tõlgendada, et motiveerida ja inspireerida laiemat publikut ning kaasata teadusmaailma aktiivselt avalikkuse ja poliitikakujundajatega (Head, 2016). Kuigi aktivism aitab kaasa ühiskondlikele muutustele, on see hädavajalik, et määratleda ees seisvate probleemide olemust ja suunata vajalikke meetmeid nende lahendamiseks (Head, 2016). Samas peab teadus jääma objektiivseks ja vabaks eelarvamustest õige ja vale osas ning ei suuda üksi saavutada ühiskondlikke muutusi (Head, 2016).

Teadus ilma aktivismi osaluseta on ebatõhus muutuste elluviimisel, kuid aktivism ilma teadusliku aluseta võib viia muutusteni, mõistmata täpselt, millist suunda need muutused vajavad (Thackeray et al., 2020). Nii traditsiooniline teadus kui ka aktivism on olulised kliimamuutustega seotud probleemide lahendamisel ja ühiskonna teadlikkuse suurendamisel (Thackeray et al., 2020). Seega

on nende kahe elemendi koostöö mõningatel juhtudel väga oluline, et lahendada ühiskonna ees seisvad olulised väljakutsed, sealhulgas kliimamuutused (Thackeray et al., 2020). Kui laiemalt läheneda, siis ei saa eeldada, et aktivism ja teadus on alati omavahel seotud, arvatavasti esineb ka sellist aktivismi, mis on üsna kaugel teadusest.

Esmalt on oluline mõista, kuidas aktivism toimib ja kuidas see inimesi ühendab. Ühised eesmärgid või väärtused loovad sidemeid inimeste vahel, hoolimata nende erinevast demograafiast, sotsiaalsest seisundist või kultuurilisest taustast (Thackeray et al., 2020). Aktivism annab kodanikele võimaluse teha oma hääl kuuldavaks ning osaleda ühiskondlikes aruteludes ja otsuste tegemise protsessides (Thackeray et al., 2020).

### **1.3 Aktivismi olemus ja eesmärgid**

Aktivism väljendub tegevuses, mis ületab tavalist või rutiinset raamistikku ning püüab edendada konkreetset põhjust või eesmärki (Anderson & Herr, 2007). Seda on ajalooliselt tunnustatud olulise panuse eest orjuse kaotamisel, diktatuuride vastu võitlemisel, töötajate kaitsmisel eksploateerimise eest, keskkonnakaitse edendamisel, naiste võrdõiguslikkuse tagamisel, rassismivastases võitluses ja mitmetes teistes olulistest küsimustes (Anderson & Herr, 2007). Aktivism ei pea tingimata võitlema progressi eest. See julgustab ka dialoogi, teadlikkuse suurendamist ja muutuste elluviimist, ilma et oleks alati seotud konflikti või vastandumisega.

Aktivism on ilmnunud erinevates poliitilistes süsteemides läbi ajaloo. Hoolimata sellest, et aktivistid on sageli poliitilise tegevuse ja tavade väljakutsete esindajad, kes püüavad saavutada ühiskondlikke eesmäärke, pole neile ajalooliselt omistatud sama ulatuslikku tähelepanu kui traditsioonilistele poliitilistele küsimustele, mis keskenduvad valitsejatele, sõdadele ja valimistele (Anderson & Herr, 2007). Aktivistide eesmärk on tihti peale ühiskondlike muutuste saavutamine, mitte aga isikliku võimu hankimine (Anderson & Herr, 2007).

Aktivism püüab enamasti mõjutada poliitilisi tulemusi, kaasates inimesi väljaspool poliitikat võtma kasutusele meetmeid, mis toovad laialdast või suunatud tähelepanu avalikkuse ette



konkreetses küsimuses või nõudmises (Giving Green, 2021). See saavutatakse sageli läbi kindlate sündmuste (näiteks protestid, vastasseis või streigid), mis jõuavad enamasti meediasse, tekitades suurema kõlapinna eesmärgiga jõuda laiema auditooriumini (Giving Green, 2021).

Kuigi aktivistide esmane eesmärk ei ole tavaliselt ületada uudiskünnist või esineda ajakirjanduses, siis omab meedia üsna suurt rolli aktivistide elus ja nende eesmärkide täitmisel. Meedia kui platvorm võimaldab jõuda suurema auditooriumini. Aktiviste aitavad kõige tulemuslikumalt info levitamisel ajalehed, televisioon ja raadio (Schäfer, 2015). Uuringud Ameerika Ühendriikides, Ühendkuningriigis, Austraalias ja Saksamaal on näidanud, et peamine teabeallikas, mille kaudu inimesed saavad informatsiooni näiteks kliimamuutuste kohta, on ennekõike televisioon, seejärel ajalehed ning internet (Schäfer, 2015).

Aktivismi eesmärk on luua tagasisideahel, kus esmased tegevused ja tähelepanu tõmbavad kaasa suurema osalemise (Giving Green, 2021). Eesmärk on ühendada ja olla ühendajaks, seega on vaja võimalikult suurt inimgruppi, et üheskoos mõju avaldada (Giving Green, 2021).

### **Aktivism võib täita olulist rolli järgmiste eesmärkide saavutamisel:**

- Tõmmata avalikkuse tähelepanu konkreetsetele küsimustele ja levitada kindlat strateegilist raamistikku, et mõista avalikku arvamust, vajadusel seda mõjutada ning tekitades arutelu, mis võib muuta üksikisikute käitumist (Giving Green, 2021).
- Mõjutada otseselt poliitikuid või ametnikke, kes on hetkel võimul, muutes nende arvamust või käitumist (Giving Green, 2021).

Aktivistid on enamasti need, kellel on võimu vähem. Need, kes on aga mõju- ja võimupositsioonil, suudavad tihti saavutada oma eesmärgid tavapäraste vahenditega (Anderson & Herr, 2007). Aktivism on tavapärasest poliitikast elavam, kirglikum, uuendusmeelsem ja pühendunum (Anderson & Herr, 2007). Aktivism ja tavaline poliitika võivad käsikäes käia, näiteks töölisliikumine võib eksisteerida koos tööerakonnaga või keskkonna- ja rahuliikumised koos roheparteiga (Anderson & Herr, 2007).

Samuti võib aktivism saada alguse organisatsiooni sees, olgu selleks ettevõtte, valitsusasutus, erakond või ametiühing (Anderson & Herr, 2007). Organisatsioonidel on oma tavaline toimimisviis, kus kõrgemad juhid teevad otsuseid (Anderson & Herr, 2007). Kui töötajad ühinevad nende otsuste vaidlustamiseks või üritavad muuta tavalist otsustusprotsessi, võib seda nimetada aktivismiks, ehkki see ei pruugi avalikes kohtades toimuvast aktiivsusest nii nähtav olla (Anderson & Herr, 2007).

### 1.3.1 Aktivismi meetodid

Aktivismi saab igapäevaselt teostada mitmel erineval viisil, hõlmates näiteks kunsti loomist (*artivism*), arvutihakkimist (*hacktivism*) või lihtsalt majanduslikku aktiivsust, näiteks ettevõtte toodete boikoteerimist protestina töötajate ärakasutamise vastu (Thomas, 2020).

Aktivismi teostamiseks puudub ühtne meetod – iga kollektiivne tegevus, mis suunab tähelepanu mingile probleemile, võib olla üks aktivismi vormidest (Brooks, 2023).

Politoloog Gene Sharp jagab vägivallatu tegevuse meetodeid **kolme peamise tüübi** vahel (Anderson & Herr, 2007). Ta rõhutab vägivallatu tegevuse „tehnilise lähenemise“ tähtsust, väites, et seda tuleks kasutada pigem pragmaatilistel kui teoloogilistel või eetilistel motiividel (Weber, 2003). Vägivallatu tegevuse meetodeid tuleks rakendada nende tõhususe tõttu muutuste saavutamisel, mitte lihtsalt sellepärast, et need on moraalselt õiged (Weber, 2003).

**Esimeseks tüübiks** on protesti- ja veenmismeetodid, nagu kõned, loosungid, plakatid, piketid, protestiriietumised, laulmine ning marssimine (Anderson & Herr, 2007).

**Teiseks tüübiks** on koostööst keeldumine, sotsiaalsete tavade ülesütlemine, protestiimmigratsioon, tootjate boikott, pangahoiuste väljavõtmine või rahvusvaheline kaubandusembargo (Anderson & Herr, 2007).

**Kolmas tüüp** hõlmab sekkumist, nagu istumisprotestid, vägivaldatud okupatsioonid, geriljateater, paastumine ja alternatiivsete majanduslike ja poliitiliste institutsioonide loomine. Kõik need ja paljud teised võivad olla vägivaldse aktivismi meetodid (Anderson & Herr, 2007).

Vägivaldse tegevuse kõrval eksisteerib ka vägivaldne tegevus, mis hõlmab peksmist, vangistamist, piinamist, tapmist ja pommitamist (Anderson & Herr, 2007). Tavaliselt viivad tavapärasest vägivalda läbi politsei ja sõjavägi, samas kui vägivaldset aktivismi võivad teostada isikud, kellel pole ametlikke volitusi ning keda võidakse nimetada vabadussõdalasteks või terroristideks (Anderson & Herr, 2007). Pigem nimetatakse seda aga sageli relvastatud võitluseks kui aktivismiks (Anderson & Herr, 2007).

Vägivaldse protesti korral on tulemusi saavutatud peaaegu kaks korda sagedamini kui vägivaldse protesti korral, statistiliselt 53% vs 26% juhtudel (Stephan & Chenoweth, 2008).

Vägivaldse tegevuse ja relvastatud võitluse vahel asub füüsiliste objektide vastu suunatud vägivald, millest üks näide on sabotaaž (Anderson & Herr, 2007). See hõlmab näiteks torujuhtmete kahjustamist, geneetiliselt muundatud põllukultuuride hävitamist või veebisaidi rikkumist ning muutub aktivismiks siis, kui seda tehakse eesmärgi nimel (Anderson & Herr, 2007).

Kuigi aktivismi on võimalik teostada mitmes erinevas vormis, paistab kõige nähtavam ja mõjusam aktivism sageli silma kollektiivse tegevuse kaudu, kus suur hulk inimesi ühendab jõud protestiakti korraldamiseks suurema mõju saavutamiseks (Thomas, 2020). Selle otstarbeks korraldatud ja organiseeritud ning teatud aja jooksul kestvat ühistegevust nimetatakse sotsiaalseks liikumiseks (Thomas, 2020).

Sotsioloog Tim Jordan pakub välja kolm aktivismitüüpi, mille fookused on minevikul, olevikul ja tulevikul (Anderson & Herr, 2007).

**Minevikule orienteeritud** ehk reaktsiooniline aktivism on suunatud nende huvide kaitsmisele, kellel on juba rohkem võimu, tihti teiste kahjuks (Anderson & Herr, 2007). Näiteks võib see hõlmata meeste rünnakuid geide vastu, aktiivset sekkumist illegaalse immigratsiooni vastu või agressiivsete sõdade toetamist (Anderson & Herr, 2007).

**Olevikule suunatud** aktivism, mida nimetatakse ka reformismiks, keskendub poliitiliste muutuste saavutamisele (Anderson & Herr, 2007). See hõlmab kampaaniaid seaduste ja määruste muutmiseks, näiteks valimisraha, relvakontrolli või rikkumisest teatajate kaitse valdkonnas (Anderson & Herr, 2007).

**Tulevikku suunatud** aktivism, mida Jordan nimetab „aktivismiks!“ hüüumärgiga, keskendub sotsiaalsete suhete muutmisele, mitte ainult poliitilistele küsimustele (Anderson & Herr, 2007). Näiteks võib see hõlmata suuremat võrdsust perekonnas, töötajate kaasamist otsuste tegemisel ning mitte-inimlike olendite väärtustamist iseenesest (Anderson & Herr, 2007).

### 1.3.2 Aktivismi subjektid ja objektid

Aktivism hakkas arenema 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses, saades alguse mitmetest ühiskondlikest ja sotsiaalsetest probleemidest (Brooks, 2023). Ajaloolisest perspektiivist vaadatuna on inimesed ühiskonnas teinud muudatusi, et parandada meie ümbrust, kasutades selleks poliitilisi võitlusi ja proteste (Brooks, 2023). Näiteks on feministlik liikumine alates 19. sajandi keskpaigast võidelnud naiste õiguste eest (Brooks, 2023).

Alates valimisõigusest 1848. aastal on feministid püüdnud lõpetada naiste teise klassi kodanikena kohtlemise, tühistades õigusliku ebavõrdsuse (Brooks, 2023). Nende fookuses on olnud mitmed teemad, nagu võrdõiguslikkus töökohal, reproduktiivõigused, seksuaalne vabanemine, interseksionaalsus, sooline vägivald ja diskrimineerimine (Brooks, 2023). Feminism on seega olnud üks aktivismi olulisi liikuma panevaid jõude, kõnetades suurt hulka inimesi (Brooks, 2023).

Rassilise ebavõrdsuse vastane liikumine sai alguse kodanikuõiguste liikumisest, mis arenes välja 1950. aastatel USA-s, kui mustanahaliste ebavõrdne kohtlemine põhjustas vastuseisu (Brooks, 2023). Sel ajal oli rassism süsteemne, kuna mustanahalised ameeriklased olid tsiviilõigustest ilma jäetud ning kehtisid seadused, mis soodustasid diskrimineerimist ja rassilist segregatsiooni (Brooks, 2023).

Kliimaaktivismi eesmärk on avaldada survet valitsustele ja tööstustele, et nad võtaksid meetmeid kliimamuutuste mõju leevendamiseks (Brooks, 2023). Temperatuuritõus ja muutuvad ilmastikunähtused, eriti fossiilkütuste põletamisest tingitud kliimamuutused, kujutavad suurt ohtu nii inimestele kui ka keskkonnale (Brooks, 2023). Kliimamuutustega tegelemine sai alguse 1980. aastatel, millest sai alguse ka keskkonnaaktivism (Brooks, 2023). See liikumine, mida peetakse üheks 21. sajandi suurimaks temaks, on tähtis, sest kliimamuutused mõjutavad praegu kõige rohkem meie planeeti (Brooks, 2023).

Aktivismi subjektid kujutavad endast isikuid, rühmi või organisatsioone, kes teadlikult ja aktiivselt panustavad ühiskondlikesse või poliitilistesse muutustesse (Brooks, 2023). Need subjektid võivad hõlmata nii üksikisikuid, aktivistide rühmitusi, mittetulundusorganisatsioone (MTÜsid), poliitilisi rühmitusi kui ka riike. Nende eesmärk on propageerida muutusi, seista vastu ebaõiglusele ning edendada konkreetseid väärtusi ja põhimõtteid.

### **Aktivismi subjektid:**

- Üksikisikud, kes osalevad meeleavaldustel või allkirjade kogumisel.
- Mittetulundusorganisatsioonid, nagu inimõiguste organisatsioonid, keskkonnakaitse rühmitused või heategevusorganisatsioonid. Eestis asub näiteks globaalset ebavõrdsust leevendav organisatsioon MTÜ Mondo ja MTÜ Loodusvõlu ehk Fridays For Future Eesti.
- Aktivistide rühmad, mis võivad olla kohalikud, riiklikud või rahvusvahelised.

Aktivismi objektid on seevastu teemad või probleemid, kelle või mille vastu aktivism suunatakse. Objektid hõlmavad mitmesuguseid küsimusi või probleeme, näiteks sotsiaalse õigluse küsimused (nagu inimõigused, rassiline võrdõiguslikkus, sooline võrdõiguslikkus), keskkonnaalased küsimused, poliitilised otsused või ettevõtete tegevused (Brooks, 2023).

### **Aktivismi objektid:**

- Inimõigused: aktivistid võivad võidelda diskrimineerimise, piinamise või vangistamise vastu.

- Keskkonnakaitse: aktivistid võivad protestida keskkonna saastamise või loodusvarade kuritarvitamise vastu.
- Riigi või kohaliku võimu poliitilised otsused: Aktivistid võivad nõuda poliitilisi muudatusi seoses seaduste, poliitikate või valitsusotsustega.
- Ettevõtete tegevus: Aktivistid võivad võidelda ebaetilise ärilise tegevuse või sotsiaalse vastutuse puudumise vastu ettevõtetes.

Aktivismi subjektid ja objektid on vastastikku seotud ning kujundavad keerulise võrgustiku, kus subjektid püüavad mõjutada objekte, eesmärgiga saavutada soovitud muutusi ühiskonnas või maailmas.

Aktivismi ümber keerleb eksiarvamus, et asjatundlikkus või ekspertsus on aktivismis osalemiseks äärmiselt vajalik (Brooks, 2023). Tegelikuses tunnustatakse aktivistidena igäüht, kes on kirglik mingi asja vastu ja teeb jõupingutusi muutuste algatamiseks (Brooks, 2023). Seejuures on igäühel kanda oma kindel roll ja ülesanne.

### **Aktivismi subjektid ja nende eesmärgid:**

- Kodanikud, kes osalevad aktivismis mängivad olulist rolli, kuna nende tegevus toetab ja edendab demokraatlikke väärtusi, mille kohaselt peaksid tavakodanikud olema aktiivselt seotud poliitiliste otsuste tegemisega (Brooks, 2023). Optimaalsel juhul toetavad kodanikuaktivistid ühiskondlikke liikumisi, mis teenivad ühise heaolu huve, eelistades isiklikest huvide püüdlustest laiemat avalikkuse huve (Brooks, 2023).
- Reformija püüab tavaliselt muudatusi ellu viia olemasolevate institutsioonide raames, kasutades meetodeid nagu lobitöö, propageerimine, rahvahääletused ja miitingud, et saavutada oma liikumise eesmärgid (Brooks, 2023).
- Mässaja seevastu toimib väljaspool süsteemi, esitades väljakutse ühiskondlike väärtuste rikkumistele (Brooks, 2023). Nad tõstavad esile probleeme avalikkusele ja suunavad oma reforminõudmised võimukandjatele, nagu valitsused ja institutsioonid (Brooks, 2023).

- Muutuste eestvedaja vastutab avalikkuse teavitamise eest sotsiaalsetes küsimustes ja kaasab tavakodanikke muudatuste protsessi (Brooks, 2023). Selline aktivism mobiliseerib kogu ühiskonda ja tugineb koostööle juba olemasolevate rohujuuresandi liikumistega, kaasates massibaasi (Brooks, 2023).

#### 1.4 Ajakirjanik kui aktivist

*Advocacy journalism*, millel puudub täpne eestikeelne tõlge, võiks nimetada „propageerivaks“ ajakirjanduseks. Tegemist on ajakirjanduse žanriga, kus võetakse omaks mitteobjektiivne vaatepunkt mõnel poliitilisel või sotsiaalsel eesmärgil (Fisher, 2016). Kuigi see tugineb kontrollitud faktidel, toetab see oma olemuselt konkreetseid vaatenurki või probleeme (Fisher, 2016).

Kui ajakirjanik kajastab aktivismi, võib tema lähenemine mõnikord ühtida „propageeriva“ ajakirjandusega (Fisher, 2016). Ajakirjanik võib olla avameelne ning enamasti on kajastatud sisu kallutatud (Fisher, 2016). Kuigi see ei pruugi ajakirjanikku otseselt aktivistiks liigitada, tekitab see muret ajakirjanduse usaldusväärsuse ja eetiliste standardite pärast (Fisher, 2016). Dilemma seisneb selles, kuidas ajakirjanik saab aktivismi kajastada, ilma et ta ise tahtmatult aktivistiks muutuks.

Propageerivat ajakirjandust nimetatakse veel „alternatiivseks“ ja „aktivistlikuks“, sest seda toodetakse sageli väljaspool peavoolumeediat, kuna aktivistid leiavad, et peavoolumeedia esindab nende küsimusi halvasti ja ebaõiglaselt (Fisher, 2016).

Juunis 2020, pärast George Floyd'i mõrva, kui *Black Lives Matter* (BLM) liikumine muutus intensiivsemaks andis ajakirjanik Alison Bethel McKenzie juhised Report for America ajakirjanikele (Thompson, 2020). Juhistes soovitati mitte kanda Black Lives Matteri sümbolikauga T-särke ega teha annetusi liikumisele sotsiaalmeedia kaudu nende ametialaste ülesannete täitmise ajal (Thompson, 2020).

2021. aasta mais, vallandati Stanfordini Ülikooli lõpetanud Emily Wilder Associated Pressi (AP) uudisteagentuurist pärast seda, kui Twitterisse ilmusid Palestiina-meelsed postitused tema ülikooliajast (Nashrulla, 2021).

Need konkreetsed sündmused ja mitmed analoogsed juhtumid illustreerivad üha suuremat ja keerulisemat teemat ajakirjanduse valdkonnas, nimelt aktivismi. Viimase kümnendi jooksul on mitmed sotsiaalsed liikumised kogunud märkimisväärset kõlapinda, kasvatades toetajaid kodanike seas, kes on aktiivselt võtnud sõna ebaõigluse vastu. Siin aga tekib küsimus, kas mõned nendest kodanikest, kes avaldavad arvamust, peaksid säilitama täieliku erapooletuse.

2017. aasta sügisel kerkis sotsiaalmeedias esile *hashtag* #MeToo, mis tegi seksuaalse ahistamise, vägistamiskultuuri ja naiste vihkamise teema ühiskonnas nähtavaks (Hartley & Askanius, 2020). See kampaania muutus kiiresti populaarseks, kutsudes inimesi jagama oma kogemusi ja tooma probleemi avalikkuse ette (Hartley & Askanius, 2020). Rootsis reageerisid suured üleriigilised ajalehed sellele liikumisele intensiivselt, avaldades esimese kolme kuu jooksul 3332 artiklit teemal #MeToo (Hartley & Askanius, 2020).

Mitmed on aga alates sellest ajast süüdistanud seda, mida nad nimetavad „#MeToo ajakirjanduseks“, väites, et liikumise käigus on rikutud ajakirjanike eetikastandardeid ja head ajakirjandustava (Hartley & Askanius, 2020). Näiteks on kritiseeritud anonüümsete allikate väidete avaldamist ja väidetavate süüdimõistmata kurjategijate nimetamist (Hartley & Askanius, 2020).

Kuna #MeToo liikumine on peamiselt keskendunud naiste ahistamisjuhtumitele ning on kõige rohkem tähelepanu saanud meedia- ja kultuurivaldkonnas, on see mõjutanud mitte ainult üldsust, vaid ka ajakirjanikke ennast, pannes kahtluse alla ajakirjandusliku objektiivsuse ja erapooletuse (Hartley & Askanius, 2020).

Digitaalne aktivism hõlmab digitaalsete tehnoloogiad, nagu sotsiaalmeedia platvormid, veebisaidid, ajaveebid, e-kirjad ja mobiilirakendused, kasutamist poliitiliste või sotsiaalsete eesmärkide saavutamiseks (Carragee, 2019). Digitaalne aktivism avaldub mitmete erinevate viisidena, nagu veebipõhiste petitsioonidena, sotsiaalmeedia kampaaniatena, digitaalsete



protestidena või *hackivismina* (Carragee, 2019). See aktivismi vorm on tänapäeval muutunud silmapaistvaks tänu digitaal tehnoloogia kättesaadavusele ja selle kiirele arengule.

Digitaalne aktivism esindab olulist aktivismi vormi, mis suudab muuta suhteid uudistemeedia ja poliitiliste muutuste vahel (Carragee, 2019). Liikumised, nagu Black Lives Matter ja #MeToo, mida innustab digitaalne aktivism, on mõjutanud avalikkuse arusaama probleemidest ja osaliselt kaasa aidanud institutsionaalsetele reformidele (Carragee, 2019).

Näiteks on Black Lives Matter kaasa aidanud erinevate ebaõiglaste ja karmide politseitaktikate lõpetamisele mitmetes Ameerika Ühendriikide osariikides (Carragee, 2019). Selle liikumise tulemusena on tõstatatud kriitika kriminaalõigussüsteemi suhtes, mida on iseloomustatud massiliste vähemuste vangistamisega, aidates kaasa reformidele mitmetes osariikides ja linnades, mis püüavad määratleda vangistuse alternatiive (Carragee, 2019). Ajakirjanduse ja digitaalse aktivismi võtte abil on sõnum jõudnud laiema publikuni ja kaasa aidanud tegelikele muutustele (Carragee, 2019).

Lisaks teadlikule „propageerivale“ ajakirjandusele, kus inimesed, nagu ajakirjanikud, reporterid või toimetajad, sihilikult mingi probleemi eest võitlevad, võivad ajakirjandusliku süsteemi sisemiselt juurdunud normide, rutiinide ja protsesside tõttu tekkida ka peenemad või varjatud propageerimisvormid (Fisher, 2016).

Nagu ajakirjanduse professor Lynette Sheridan Burns (2018) on selgitanud oma raamatus „Understanding Journalism“, hõlmab ajakirjandus otsustusprotsessi, mille käigus ajakirjanikud peavad otsustama, milliseid lugusid järgida, keda intervjuerida, millise nurga alt omaks võtta ja kuidas teavet sidusalt esitada. Suurt osa sellest selektiivsusest mõjutavad mitmesugused tehnilised piirangud, tootmispiirangud ja väljakujunenud ajakirjandustavad, mis viivad konkreetsete teemade ja seisukohtade kaasamiseni või välistamiseni ning teatud narratiivide eelistamiseni teistele (Burns, 2018).

## 2. KESKKONNAAKTIVISM JA SELLE ALGUS EESTIS

Keskkonnaaktivism väljendub niisuguses gruppide ühistegevuses, mille eesmärgiks on ühiskondlike muutuste saavutamine looduskeskkonna parandamiseks (Mackay et al., 2021). Keskkonnaaktivistid on kujunenud märgiliseks jõuks ühiskonnas ja poliitikas, survestades valitsusi ja ettevõtteid tegutsema ning leidma ja pakkuma lahendusi püsivatele keskkonnaprobleemidele ja nende tekkimisele (Heyes & King, 2018).

Sotsiaalse identiteedi perspektiivist lähtuvalt võib märkida, et mida rohkem inimesed identifitseerivad ennast teatud grupiga, seda sügavamalt võtavad nad omaks selle grupi väärtusi, uskumusi ja norme (Hornsey, 2008). Selle tulemusena on nad valmis tegutsema grupi huvide kaitsmiseks, isegi kui see toob kaasa isiklike ohverdusi (Hornsey, 2008). Sotsiaalse identiteedi teooria rõhutab, et kui inimesed tunnevad sügavat sidet loodusega, siis see motivatsioon võib julgustada neid osalema aktivismis ja seisma loodusmaailma huvide eest (Mackay et al., 2021).

Sotsiaalse identiteedi teooria aitab määratleda aktivismi. Aktivismi eesmärk ei ole tegutseda üksinda. Aktivismi missioon on rühmana või organisatsioonina üheskoos seista ja võidelda probleemide eest. Igal liikmel rühmas on mängida suur ja tähtis roll, alustades organisatsiooni süsteemimudeli loomisest kui üldiste eesmärkide elluviimisest (Hornsey, 2008). Toetus, ühine eesmärk ja identiteet tugevdavad grupi koostööd ja tahtmist vastu hakata positiivsema tuleviku nimel (Hornsey, 2008).

Sotsiaalse liikumise identiteedi arengus on oluline emotsioonide roll (Feinberg et al., 2020). Need kujundavad ühtekuuluvustunnet ja aitavad määratleda sihti tegutsemiseks (Feinberg et al., 2020).

Kliimaaktivismi kontekstis on hirm, lootus, viha ja süütunne määravad emotsioonid, mis kujundavad grupi ühtsust ja tegutsemistahtet (Kleres & Wettergren, 2017). Nende emotsioonide tunnetamine ja tundmine aitab selgitada aktivistide motiive ja mobiliseerimisstrateegiaid (Kleres & Wettergren, 2017).

Sotsiaalne identiteet ja emotsioonid mängisid olulist rolli keskkonnaaktivismi tõusul Eestis, eriti fosforiidisõja ajal, mil inimesed tundsid tugevamat sidet oma kodumaa ja loodusega ning olid emotsionaalselt pühendunud selle hoidmisele ja kaitsmisele. Televisioon omakorda toimis olulise meediumina, aidates luua ühise identiteedi ja eesmärgi, soodustas keskkonnaaktivistide mobiliseerimist ja ühtsuse loomist kodanike seas.

Eestis tärkas keskkonnaaktivism niinimetatud Fosforiidisõja ajal (1987. aastal), kui Kirde-Eestisse kavandatud fosforiidikaevanduste vastu kogunesid kohalikud elanikud, et väljendada oma vastuseisu (Piirimäe & Mertelsmann, 2018). Fosforiidikaevanduste vastase kampaania käigus tõusis huvi ja usaldus ajakirjanduse vastu, kust oli võimalik leida üha rohkem täpsemat teavet kerkivate ohtude kohta (Liivik, 2022). Saavutati isegi olukord, kus fosforiidi teemal kirjutati ja räägiti lühikese aja jooksul rohkem kui kogu eelneva paarikümne aasta jooksul kokku (Liivik, 2022).

Meedial, nii televisioonil kui ajakirjandusel, on olnud alati suur mõjuvõim, tänapäeval kui ka Nõukogude ajal, informeerides kui ka harides. Rahvamasside keskkonnakaitselise aktivismi tekkel mängis meedia olulist rolli (Liivik, 2022). Näiteks Eesti Looduses, Horisondis jt ajakirjades olid varasemalt teadlaste fosforiiditeemalised artiklid, kuid nende lugejaskond oli piiratud (Liivik, 2022). Marju Lauristini 1987. aasta märtsis läbi viidud küsitlus näitas, et peamine infoallikas fosforiidi teemal oli televisioon (Lauristin, 1988). Televisiooni hakati usaldama üha rohkem ja see hakkas inimesi ühendama, et tegutseda ühise eesmärgi nimel, kaitsta kodumaa looduskeskkonda ja Eestit laiemalt (Lauristin, 1988).

1980. aastatel jooksis Eesti Televisiooni eetris saatesari „Panda“, mis tegi keskkonnaalast teavitustööd ning seejärel ka vaatajate usalduse pälvis (Liivik, 2022). Kuigi näiteks tuntud ajakirjanik Ott Kool tegi raadioeetris fosforiiditeemalist teavitustööd, tõi „Panda“ selles valdkonnas kaasa suurema läbimurde (Liivik, 2022). Kuus aastat pärast fosforiidisõda läks esmakordselt Eesti Televisioonis eetrisse keskkonna- ja loodussaade „Osoon“, mis on üks pikim tänase päevani eetris olev keskkonnasaade. Seega, keskkonnasaadetel on väga suur ja tähtis roll, mis sai alguse juba enne Eesti taasiseseisvumist.

## 2.1 *Fridays For Future* liikumine

Ülemaailmne kliimaliikumine *Fridays for Future* (FFF) sai alguse 2018. aastal Greta Thunbergi, Rootsi koolitüdruku, ühest meelevaldusest (Soßdorf & Burgi, 2022). Põhjustades ulatusliku meediakajastuse ja protestid kogu maailmas (Soßdorf & Burgi, 2022). Nende noorte (üli)õpilaste protestid, milles nõuti Pariisi kliimakaitsekokkuleppe täitmist, aitasid tõsta avalikkuse teadlikkust ja laiendada toetust (Soßdorf & Burgi, 2022).

2022. aastal korraldas *Fridays for Future* kliimaliikumine ülemaailmse kliimastreigi raames 700 protesti kliimamuutustega võitlemiseks (Sainz & Hanna, 2023). FFF aktivistid hoiatavad, et kontrollimatu ülemaailmne soojenemine võib põhjustada „meile pärandatud maade hävingu“ ja avaldada mõju kõigile ühiskonnakihtidele, sealhulgas nii rikkamatele kui ka vaestele (Kern & Opitz, 2021). Nad rõhutavad, et kõige suurema mõju all on kõige haavatavamad, eelkõige vaesed ja noorem põlvkond (Kern & Opitz, 2021).

Liikumine on rõhutanud globaalse soojenemise vastu suunatud kiireloomuliste meetmete rakendamise vajadust ning kutsunud poliitikuid üles järgima teaduspõhist lähenemist keskkonnakaitsele ja võtma ette konkreetseid meetmeid (Svensson & Wahlström, 2021). FFF esindab kliimaaktivismi uut lainet, mis eristub mitmel tasandil, nii demograafiliselt taustalt, taktikalt ning ka aktivistide endi seisukohtade pinnalt (Svensson & Wahlström, 2021).

Oma poolehoidu avaldavad ka mitmed teadlased, kes jagavad teadmisi ja kultuuripärandit *Fridays for Future* liikumisega (Kern & Opitz, 2021). Paljudes riikides annavad erinevad teadlaste algatused liikumisele legitiimsust, kuna teadlased ja aktivistid püüavad suurendada avalikkuse teadlikkust globaalse soojenemise probleemidest (Kern & Opitz, 2021). Ajalises perspektiivis on liikumise fookus suunatud tulevikule, esile tuues teadlaste hoiatusi, et kiireloomuliste meetmete võtmiseks on jäänud vähe aega (Kern & Opitz, 2021).

Alates 2018. aastast tegutseb *Fridays for Future* (FFF) kahes suunas: nõuavad samal ajal meetmeid valitsustelt ja poliitikakujundajatelt ning püüavad muuta kliimakriisi teemalisi veendumusi ning innustavad individuaalset ja kollektiivset tegevust (Sainz & Hanna, 2023). FFF on saavutanud märkimisväärseid tulemusi teadlikkuse tõstmisel kliimakriisist ja aidanud kaasa inimõigusi

puudutava seadusandmise muutmisele (Daly, 2022). Ehkki FFF on üks paljudest viimase aastakümne keskkonnaalastest liikumistest, eristub see teistest sotsiaalset liikumistest oma ülemaailmse ulatuse ja asjaolu tõttu, et seda juhivad noored, kes kasutavad digitehnoloogiat, pakkudes eeskujulikku näidet noorte aktivismist digiajastul (Sainz & Hanna, 2023).

COVID-19 pandeemia ajal liikusid iganädalased streigid üle veebiplatvormidele, pakkudes platvormi inimestele, kes ei saa füüsiliselt streigis osaleda (Fridays for Future, 2020). Algatus „Digital Strike“ on sotsiaalmeedia liikumine, mille eesmärk on kaasata kliimastreikidesse inimesi, kes ei saa igal reedel koolist puududa, võimaldades neil näidata solidaarsust liikumisega *Fridays for Future* (Fridays for Future, 2020).

Digitaalse streigi korraldamine (peamiselt koroonapandeemia ajal) andis võimaluse osaleda FFF liikumise aktivistidel, kes ei saanud isiklikult protestidel kaasa lüüa (Sainz & Hanna, 2023). See laiem juurdepääs oli eriti oluline lastele ja noortele, kellel varem puudusid vahendid ja tugi, et koolist lahkuda ja füüsiliselt streikida, näiteks puuetega lastele (Sainz & Hanna, 2023). Kuigi paljud digistreigis osalejad lihtsalt kandsid oma tegevusi digitaalsesse ruumi, võimaldas see platvorm siiski paljudel esmakordselt kaasa lüüa FFF liikumises (Sainz & Hanna, 2023).

FFF-i noored aktivistid ei pidanud oluliseks mitte ainult oma õigust rahumeelseks kogunemiseks, vaid töid esile ka protestidel osalemise õppimisvõimalused (Sainz & Hanna, 2023). Nad rõhutasid protestide kaudu omandatud uusi teadmisi, eriti koolis ja klassiruumis õppimise kõrval (Sainz & Hanna, 2023). Nii füüsiliselt kui ka veebis osalejad leidsid, et streikide korraldamine oli ligipääsetav ja samas sisukas viis oma seisukohtade väljendamiseks ja hääle tõstmiseks (Sainz & Hanna, 2023). Kliimastreigid olid neile kasulikuks poliitilise osaluse vormiks ning noored nägid selles võimalust edendada sotsiaalseid muutusi (Sainz & Hanna, 2023).

Kuigi FFF on algatatud ja juhitud noorte eestvedamisel, kinnitavad kogutud andmed täiskasvanute märkimisväärset osalust ja nende aktiivset ning otsest panustamist kliimastreiki (Sainz & Hanna, 2023). Sellisesse kaasamisse kuulusid näiteks lapsevanemad, kes viisid oma lapsi streikidele, õpetajad, kes integreerisid streiki või selle sõnumeid oma ainetundidesse, samuti ühiskondlike organisatsioonide liikmed ja teiste keskkonnaliikumiste aktivistid, kes toetasid ja võimendasid streike (Sainz & Hanna, 2023).

### 2.1.1 FFF Eesti kliimaaktivistid ja nende eesmärgid

Fridays For Future Eesti eesmärk on juhtida Eestit kliimaneutraalsuse suunas, vähendades kliimakriisi negatiivset mõju looduskeskkonnale ja inimestele (Kiidron, 2022). Organisatsioon propageerib kliimakriisi kiireloomulisust, avaldades poliitikutele survet aktiivselt sekkuda ning tegutsedes koostöös teiste keskkonnaorganisatsioonidega ja rahvusvaheliste Fridays For Future harudega (Kiidron, 2022).

Nende nägemus hõlmab säästvat Eestit, mis tugineb parimatele teaduslikele teadmistele (Kiidron, 2022). Aktiivselt on vaja tegutseda kliimakriisi leevendamise nimel, samas austades planeedi Maa ressursside piire ja soodustades keskkonnateadlikku eluviisi (Kiidron, 2022). FFF Eesti on võtnud õiguslikke samme, et takistada näiteks Eesti Energia plaanitud põlevkiviõlilitehase ehitust, viidates fosiilkütuste tootmise ja kasutamise mõjule kliimakriisi tekitamisel (Kiidron, 2022). Samuti osalevad nad geriljaaianuduses, kus otsitakse hooletusse jäetud maa-alasid ning külvatakse niidutaimi ja istutatakse põõsaid (Kiidron, 2022).

Meedia ja televisioon mängivad olulist rolli kohaliku kliimaaktivismi väljakutsete esiletoomisel. Eriti märgatavad on kliimamuutustega seotud teadlikkuse suurenemine väiksemates riikides, kus meedia aitab suunata tähelepanu kohalikele probleemidele, nagu ekstreemsetele ilmastikuoludele, mereveetaseme tõusule või looduskeskkonna ohtudele. Keskkonnaalaste sõnumite levitamine televisioonis aitavad mobiliseerida kodanikke ja kogukondi, tõsta teadlikkust ja innustada vaatajaid võtma kasutusele keskkonnakaitsemeetmeid, et tagada sellega säästva arengu ja kohaliku elanikkonna vastupidavus kliimamuutustele.

### 3. MEEDIA ROLL KESKKONNATEADLIKKUSE TÕSTMISEL

Kuigi me seisame silmitsi pidevalt süveneva keskkonnakriisiga, kus iga päevaga halveneb meie planeedi õhu, vee, pinnase ja toidu kvaliteet, näitavad uuringud, et inimeste teadlikkus keskkonnaprobleemide tõsidusest on endiselt veel ebapiisav (Sypsas et al., 2013). Paljud teevad liiga vähe või ei tee üldse mitte midagi, et panustada aega ja ressursse probleemide vastu võitlemiseks ning planeedi päästmiseks (Sypsas et al., 2013).

Meedia mängib olulist rolli info levitamisel ning inimeste harimises. Tekstidena, avalike tekstidena või liikuva pildina jõuab see väga suure auditooriumini, haarates enda alla väga palju inimesi erinevate vaadete ja huvidega. Teiseks, meedial on suur jõud valitsusinstiitutsioonide surve avaldamiseks ning üldiselt poliitiliste ettevõtmiste kujundamises.

Huvigrupid, sealhulgas mittetulundusühingud ja aktivistid, rakendavad erinevaid strateegilise kommunikatsiooni vorme eesmärgiga saada meedias tähelepanu (Schäfer, 2015). Meedia on tänapäeva ühiskonnas oluline platvorm avalike arutelude ja teabevahetuse jaoks, eriti seoses kliimamuutustega (Schäfer, 2015). Seetõttu pingutavad huvigrupid, et saada meedias kajastust, et esitleda end olulistena selles valdkonnas ning tuua esile oma seisukohad ja vaated (Schäfer, 2015). Nende eesmärk on mõjutada ühiskondlikke arusaamu kliimamuutustest ja sellega seonduvatest tegevustest (nt aktivismi eesmärkidest) (Schäfer, 2015).

Kliimamuutuste ja sellega seonduvate küsimuste ja arutelude kajastamine meedias on aja jooksul muutunud (Schäfer, 2015). Kui 1990. aastate alguses leidis see peamiselt kajastamist teaduslehekülgedel või rubriikides, siis hiljem on keskkonnateemad leidnud käsitlemist ka näiteks poliitika- ja majanduskülgedel (Schäfer, 2015). See peegeldab muutuvat fookust või „ühiskondlikku pööret“ kliimamuutuste kajastamisel (Schäfer, 2015). Ehkki mõnikord jätkatakse kliimamuutuste teadusliku aluse käsitlemist, on selle tähtsus ajas suhteliselt vähenenud, samal ajal kui kliimamuutused on muutunud üha enam poliitiliseks, majanduslikuks ja sotsiaalseks teemaks (Schäfer, 2015).

### 3.1 Meedia mitmekesisus keskkonnaalase info levitamisel

Infotehnoloogilised edusammud ja mitmete uuenduslike lahenduste rakendamine on hoogustanud keeruka informatsiooni levikut nii ajakirjanduses kui ka laiemalt internetis (Syypas et al., 2013). Infotehnoloogia on mitmekesisistanud info leviku vorme, millest inimesed pole varem täielikult aru saanud (Syypas et al., 2013). Esiteks, soodustab teksti ja multimeedia kombineerimine keerukate olukordade ja sündmuste paremat esitamist ja mõistmist (Syypas et al., 2013). Teiseks, võib internetipõhine lähenemine keskkonnaalaldkonna paremale teadvustamisele olla mitte ainult taskukohane, vaid ka keskkonnasõbralikum (Syypas et al., 2013).

Keskkonnaprobleemide lahendamiseks on võimalik rakendada kahte peamist strateegiat (Klößner, 2015). Üks neist seisneb uute, puhtamate või tõhusamate tehnoloogiate väljatöötamises, mille eesmärk on leida tehnilisi lahendusi probleemidele, ilma et see oluliselt muudaks inimeste käitumist (Klößner, 2015). Teine lähenemisviis püüab mõjutada aga just otse inimeste käitumist, et vähendada kahjulikku mõju või üle minna alternatiivsetele, vähem kahjulikele käitumismustritele (Klößner, 2015). Ehkki esmapilgul võivad need kaks suunda tunduda erinevatena, on nende vahel märkimisväärne ühisosa (Klößner, 2015). Mõlema strateegia ühiseks nimetajaks on keskkonnakommunikatsioon ja selle roll (Klößner, 2015).

Politoloogiateadlase Robert Coxi (2010) sõnul toimib keskkonnakommunikatsioon olulise vahendina, aidates meil mõista suhteid loodusega. See väljendab end mõistetena, mida kasutame keskkonnaprobleemide sõnastamisel ja ühiskonna reaktsioonide arutamisel (Cox, 2010). Selle määratluse kohaselt täidab keskkonnakommunikatsioon kahte põhifunktsiooni, olles pragmaatiline või konstitutiivne (Cox, 2010).

Keskkonnakommunikatsioon on **pragmaatiline** erinevatel eesmärkidel, sealhulgas harimiseks, veenmiseks ja mobiliseerimiseks, et lahendada keskkonnaprobleeme (Cox, 2010). See toimib probleemide lahendamise ja arutelu vahendina ning kasutatakse sageli avalikes haridusalgatustes ja propageerimiskampaaniates (Cox, 2010).

**Konstitutiivne** keskkonnakommunikatsioon mängib olulist rolli keskkonnaprobleemide mõistmisel ja tajumisel (Cox, 2010). See seostab teatud väärtused ja tähendused



keskkonnaprobleemidega, mis aitavad kaasa ühiskondlikele aruteludele ja teadlikkuse tõstmisele (Cox, 2010).

Konstitutiivne keskkonnakommunikatsioon mängib olulist rolli teatud teemade kujundamisel probleemideks. Näiteks tõstavad kliimateadlased esile „murdepunktide“ mõiste, mis tähistavad kriitilisi lävesid, kus globaalne soojenemine võib kaasa tuua olulisi tagajärgi, nagu Gröönimaa jääkilbi sulamine või Amazonase vihmametsade hävitamine (Cox, 2010). Selline kommunikatsioon seob nende probleemidega ka konkreetsed väärtused, nagu tervis, hoolivus ja majanduslik jõukus (Cox, 2010). Lõpuks kutsuvad need omakorda esile pragmaatilise kommunikatsiooni, kui harime ja kutsume avalikkust üles nende probleemide ja väärtustega tegelema (Cox, 2010).

Meedia kui platvorm pakub laia valikut erinevaid võimalusi, kuidas teavet levitada. Mitmed meediakanalid pakuvad erinevaid formaate, nagu tekst, pildid, heli ja video. See mitmekesisus võimaldab inimestel valida neile kõige sobivama info allika (Sypsas et al., 2013). Keskkonnateemade käsitlemine hõlmab mitmeid meediaformaate, sealhulgas uudisartikleid, dokumentaalfilme, arvamusaluseid, intervjuusid, infograafikuid ja sotsiaalmeedia postitusi (Sypsas et al., 2013). Selline mitmekesisus võimaldab inimestel valida endale sobiva viisi, kuidas nad soovivad keskkonnateemalise teabe vastu võtta ja seda tarbida.

Interneti kaudu on inimestel kohene, tasuta ja piiramatu juurdepääs suurele hulgale keskkonnaalastele dokumentaalfilmidele ning nii professionaalsetele kui ka amatöörvideotele, mis tegelevad looduse ja selle kaitsmise teemadega (Sypsas et al., 2013). Erinevad veebisaidid võimaldavad ligipääsu laiale hulgale teabele planeedi ja selle kaitse kohta, samal ajal säästes paberit ja tinti (Sypsas et al., 2013). Need pakuvad ka virtuaalset ruumi aruteludeks ja teadmiste jagamiseks (Sypsas et al., 2013).

Televisiooni mõju on endiselt väga suur, võrreldes teiste infokanalitega, mis keskkonnaalast informatsiooni levitavad. Euroopas on telekanalite arv kasvanud 3615-lt 2009. aastal 5370-le 2015. aastal ning keskmine päevane vaatamisaeg inimese kohta on ligikaudu 200 minutit (Mikos, 2019).

Vaatajaskonna tõhusa kaasamise üheks strateegiaks on teleseriaalide tootmise suurendamine, mis seoks vaatajad kanaliga (Mikos, 2019). 2017. aastal toodeti USA-s 487 teleseriaali, Euroopas aga 2016. aastal 515 (Mikos, 2019). Lisaks on viimastel aastatel osutunud edukaks rakenduste, veebisaitide ja alternatiivsete reaalsusmängude integreerimine teleseriaalidesse, mida nimetatakse „transmeedia jutuvestmiseks“, mis on tõlgitud ingliskeelsest sõnast *transmedia storytelling* (Mikos, 2019).

Televisioonis saab keskkonnavaldkonda kajastada väga hästi telesarjades, kuhu lugude narratiivi on oskuslikult põimitud keskkonnaga seotud teemad või probleemipüstitused. Kui vaatajad neid igapäevaselt või korra nädalas vaatavad, siis võib eeldada, et nad võtavad sisust midagi omaks ja võtavad selle kaasa ka oma enda ellu.

Keskkonnateemasid saab sisse põimida erinevatesse saadetes, päevakajalistest saadetest (uudistesaadet või vestlussaadet) kuni erinevate eriprojektideni välja. Telesisus loodud narratiiv mängib sõnumite tõhusal edastamisel üliolulist rolli.

Televisioon on ajaloos näidanud oma kohanemisvõimet, hõlmates erinevaid saatevorme, tootmise ja edastamise tehnoloogilisi edusamme ning arenevaid vastuvõtumeetodeid ja seadmeid (Mikos, 2019). Need kõik loovad suurepäraseid võimalused professionaalseks keskkonnavaldkonna kajastamiseks.

### **3.2 Televisioon kui harija ja keskkonnateadlikkuse tõstja**

Kui räägitakse televisioonist, siis võib selle mõista ulatus mõnikord olla mitmetähenduslik (Mikos, 2019). Tegelikult võib sellele meediumile läheneda kuue erineva nurga kaudu. Televisiooniuringute professor Lothar Mikos (2019) liigitab televisiooni järgenvalt:

- 1) institutsioonina,
- 2) tehnoloogiana,
- 3) programmina,
- 4) programmi(de) või formaatide ja žanritena,

- 5) teleisiksuste(nägude) kontekstis,
- 6) teletarbimise kontekstis.

Siinkohal on oluline vaadelda televisiooni kui programmi koos formaatide ja žanritena, mis pakuvad erinevaid võimalusi keskkonnalase teabe levitamiseks. Samuti avalik-õiguslik institutsioonina, mille vastutusalas on harimine ja teavitamine, et inimesed saaksid teadlikkust suurendada.

Televisiooni uudised, debatid, jutu- ja arutelusaated keskenduvad üha enam tänapäeval keskkonnateemadele. Samuti täidavad televisioonisaated aina rohkem pragmaatilise ja konstitutiivse keskkonnakommunikatsiooni funktsioone. Keskkonnasaadete esmane eesmärk on harida, teadvustada ja anda soovitusi, et inimesed võimalusel oma käitumist keskkonna heaks muudaksid. Teine eesmärk on muuta vaatajate arusaamasid ning panna mõtlema ja kujundada inimeste tervikpilti elusloodusest ja selle kasutamisest.

Keskkonnateemadel põhinev programmisisu on olnud telemaastikul märkimisväärne ja oluline element juba pikka aega. BBC sarja „Sinine planeet“ (alates 2001. aastast) on näidatud lausa 150 riigis ning see on toonud kasumit ligikaudu 40 miljonit inglise naela (Jepson et al., 2011). Sarja järg „Planeet Maa“ saavutas Ameerika Ühendriikides üle 65 miljoni vaataja ning dokumentaalfilm „Pingviinide marss“ (alates 2005. aastast) teenis kinokassades 127 miljonit dollarit kasumit (Jepson et al., 2011). Need andmed illustreerivad vaid osa ulatuslikust süsteemist (Jepson et al., 2011). Siiski näitavad numbrid selgelt, et publik on looduspõhise sisu vastu televisioonis suuresti huvitatud ning soovib seda ekraanidelt jälgida (Jepson et al., 2011).

Ameerika Ühendriikides 2009. aastal läbi viidud teadustöö keskendus sellele, kuidas keskkonnaprobleemidest teavet levitatakse ja vastu võetakse (Riffe & Hrach, 2009). Selles uuringus selgus, et umbes kolmandik vastanutest jälgis keskkonnaprobleemidega seotud uudiseid televisioonist „mõnikord“, samas kui ainult pooled uuringus osalenutest näitasid samasugust huvi keskkonnaprobleemide vastu kohalike ajalehtede lugemise kaudu (Riffe & Hrach, 2009). Selle uuringu tulemusel järeldati, et televisioon on efektiivsem meedium, mis võimaldab keskkonnaprobleemidest teavitada suuremat hulka inimesi võrreldes ajalehtedega (Riffe & Hrach, 2009).

Ühest küljest peetakse televisiooni üheks kõige mõjukamaks meediumiks, mis eales avalikku arvamust on suunanud. Televisioon on olnud alates 1990. aastatest enamikes maailma riikides peamine teabeallikas kujundades avalikku päevakorda, mõjutades poliitikute valikut ning kriitiliste suundumuste tõlgendamist (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993).

Lisaks traditsioonilistele dokumentaalfilmidele on keskkonnateemad levinud nii uudistes kui ka meelelahutussaadetes. Televisioon näeb vaeva, et informatsioon leviks ning vaatajate teadlikkus suureneks. Ent televisioon, olles peamiselt passiivne, ei suuda pelgalt teadvustamisega vaatajate käitumist muuta (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993). See võib küll mõjutada arvamusi ja loodud ootusi, kuid käitumise muutmine nõuab enamasti rohkem kui pelgalt televisiooni vaatamist (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993).

Televisioon võib tekitada vaatajates jõuetuse tunde, esitades ootusi, mida inimesed peavad võimatuks täita (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993). Näiteks võivad Aafrika probleemid tunduda euroopalikust elust kaugel ning tekitada vaatajas võõrandumist ja ükskõiksust (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993). Küsimus pole mitte selles, mida televisioon inimestega teeb, vaid mida inimesed teevad telerivaatamise tagajärjel, kui neile antakse võimalus tegutseda. Kui televisioon soovib kaasa aidata keskkonnamuutustele, peaksid saatejuhid ja tegijad kaaluma, kuidas kaasata abijõuna näiteks keskkonnakaitsjad programmitootmisesse (United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme, 1993).

Paljud uuringud viitavad sellele, et keskkonnaga seotud sündmusi või probleeme ei esitata televisioonis piisava teadusliku täpsusega, mis takistab nende mõistmist ja hindamist (Holbert et al., 2003). Seetõttu on mõned teadlased väitnud, et keskkonnaprobleemide kajastamine televisioonis on sageli rohkem seotud loo põnevuse kui tegeliku ohu esiletõstmisega (Holbert et al., 2003). Selline lähenemine toob kaasa olukorra, kus keskkonnapoliitiliste riskide või individuaalse keskkonnakäitumise tähtsus jääb tähelepanuta (Holbert et al., 2003).

Televisioonikanalid, enamasti Eesti Televisioon, toodavad sageli dokumentaalfilme ja haridussaateid, mis keskenduvad keskkonnaprobleemidele. Need saated pakuvad üksikasjalikku teavet kliimamuutuste, bioloogilise mitmekesisuse vähenemise, reostuse ja teiste keskkonnaprobleemide kohta. Uudistesaadet käsitlevad regulaarselt keskkonnaalaseid lugusid, sealhulgas looduskatastroofe, kliimaga seotud sündmusi ja algatusi. Televisioon kajastab ja toetab sageli keskkonnakampaaniaid, näiteks Eestis „Teeme ära“ kampaaniat või „Maailmakoristusepäeva“.

Avalik-õiguslikul televisioonil on oluline funktsioon hariduse ja intellektuaalse arengu toetamisel ühiskonnas. Televisioon pakub platvormi haridusliku sisu levitamiseks, mis on kättesaadav laiale vaatajaskonnale ning soodustab teadmiste levikut ja inimeste arengut. Hariduslikud saated ning uudisteprogrammid edendavad kriitilist mõtlemist ja analüüsivõimet ning aitavad ühiskonnal mõista ning lahendada ajakohaseid probleeme.

Mõned teleprogrammid sisaldavad keskkonnateemasid ja -süžeeiline ning kuigi need on peamiselt meelelahutuslikud, võivad nad diskreetselt edastada sõnumeid keskkonnakaitse ja säästva eluviisi tähtsusest. Keskkonnaaktivistid, teadlased ja eksperdid osalevad vestlussaadetes intervjuude ja arutelude vormis, mis võimaldab levitada keskkonnateemalisi ekspertarvamusi ja teavet laiema publikuni.

Inimesed saavad oma kodanikuõigusi paremini rakendada, kui neil on juurdepääs informatsioonile ja erinevatele analüüsidele, mis selgitavad nende õigusi ja samas ka kohustusi (Croteau & Hoynes, 2001). On oluline, et inimestel oleks hea juurdepääs informatsioonile, tõlgendustele ja aruteludele, et teha informeeritud otsuseid (Croteau & Hoynes, 2001). Lisaks peaksid inimesed saama oma arvamusi ja alternatiivseid ettepanekuid esitada erinevatele kommunikatsioonikanalitele (Croteau & Hoynes, 2001). Kodanikel tuleks tunnustada oma püüdlusi ja neil peaks olema võimalus laiendada oma esindatust läbi keskse kommunikatsioonisektori (Croteau & Hoynes, 2001).

## 4. AVALIK-ÕIGUSLIK TELEVISIOON

Avalik-õigusliku ringhäälingu kohustus on pakkuda ringhäälinguteenust, mis võimaldab inimestel ligipääsu eluliselt olulisele teabele, haridusvõimalustele, kultuurisündmustele, ühiskonna märkimisväärsetele küsimustele ja ideedele, võimaldades osaleda aruteludes, laiendada oma teadmisi ning leida meelelahutust (Lõhmus & Ehand, 2001).

Avalik-õigusliku ringhäälingu mõju on ulatuslik, võimaldades nii üksikisikutele kui ka ühiskonnale tervikuna informatsiooni ja selle kättesaadavuse suurt levikut (Iosifidis, 2007). Euroopas on avalik-õiguslikul televisioonil märkimisväärne roll televisioonisektoris (Iosifidis, 2007). Erinevalt USA-st ei peeta Euroopas televisiooni ainult majandustegevuseks, vaid seda nähtust käsitletakse pigem sotsiaalse ja poliitilise vahendina (Iosifidis, 2007). Avalik-õiguslik televisioon on kõigile kättesaadav ning edendab pluralismi, mitmekesisust ja demokraatlikku väljendust (Iosifidis, 2007).

Avalik-õiguslik ringhääling on lisaks kultuuri hoidmisele ja uudiste levitamisele oluline ühiskonna harimise ja arendamise seisukohalt (Nissen, 2006). Kuna avalik-õiguslikul ringhäälingul on ulatuslik mõju, on selle põhifunktsiooniks kodanike teavitamine ja harimine ning nende arvamuste mitmekesistamine (Nissen, 2006).

Euroopa Ringhäälingute Liit (European Broadcasting Union) on väljendanud avalik-õigusliku ringhäälingu põhiväärtusi järgmiselt: universaalsus (*universality*), iseseisvus (*independence*), professionaalsus (*excellence*), mitmekesisus (*diversity*), vastutus (*accountability*) ja innovatsioon (*innovation*) (European Broadcasting Union, 2014).

**Universaalsus** viitab vajadusele käsitleda olulisi probleeme nii kohalikul kui ka globaalsel tasandil (Van Dijck & Poell, 2014). **Iseseisvus** hõlmab erapooletust kaubanduse, valitsuse ja konkreetsete vaatajaskonna nõudmiste suhtes (Van Dijck & Poell, 2014). **Professionaalsus** rõhutab kõrgetasemelist sisu ja asjatundlikkuse standardeid (Van Dijck & Poell, 2014). **Mitmekesisus** kinnitab demokraatliku esindatuse ja võrdsete võimaluste põhimõtteid kõikidele

kodanikerühmadele (Van Dijck & Poell, 2014). **Vastutus** tähendab selget pühendumust täpsusele ja asjakohasusele teabe esitamisele (Van Dijck & Poell, 2014). **Innovatsioon** väljendab lubadust ka rakendada uusi tehnoloogilisi, esteetilisi ja kultuurilisi vorme (Van Dijck & Poell, 2014).

#### 4.1 Keskkonnasaated Eesti Televisioonis

Eesti Televisioon (ETV) on seadusest tulenevalt kohustatud integreerima keskkonnasaateid ja keskkonnaküsimustega seotuid saateid oma teleprogrammidesse. See kohustus moodustab osa Eesti meediamaastiku reguleerivatest õigusaktidest (Rahvusringhäälingu seadus), mille eesmärk on tagada avalik-õiguslike ringhäälingukanalite vastutustundlik ja mitmekesine programmivalik. Keskkonnasaadete kohustuslik näitamine on suunatud ühiskonnas keskkonnaalase teadlikkuse suurendamisele, pakkudes vaatajatele olulist informatsiooni ja hariduslikku sisu seoses keskkonnaprobleemide ja -lahendustega.

Rahvusringhääling järgib seadusest tulenevat kohustust, luues programme, tootes ja edastades saateid ning korraldades teisi tegevusi, mis individuaalselt või tervikuna valgustavad looduskeskkonna säästva kasutamise ja jätkusuutliku arengu olulisust (Eesti Rahvusringhäälingu seadus, 2007).

See seadusest tulenev regulatsioon rõhutab ETV rolli mitte ainult meelelahutusliku meediumina, vaid ka haridusliku ning ühiskondliku teadlikkuse tõstmise platvormina. See annab ETV-le võimaluse osaleda aktiivselt keskkonnaprobleemide teadvustamises ja propageerida säästva eluviisi põhimõtteid, aidates kaasa ühiskondlikule ja keskkondlikule jätkusuutlikkusele. Samal ajal rõhutab see avalik-õigusliku meedia olulisust demokraatlikus ühiskonnas, kus Eesti Televisioon pakub mitmekülgset informatsiooni ja toetab kodanike teadlikkust keskkonnaalastest küsimustest ja väljakutsetest.

Keskkonnateemad on muutunud üha olulisemaks osaks televisiooniprogrammides, peegeldades ühiskonna suurenevat huvi ja muret keskkonnaalaste küsimuste vastu (P-M. Helemäe, isiklik suhtlus, 13. veebruar 2024). 2024. aastal on Eesti Televisioon (ETV) jätkuvalt pühendunud

keskkonnateemaliste saadete kajastamisele erinevates formaatides (P-M. Helemäe, isiklik suhtlus, 13. veebruar 2024). Eesti Televisioon (ETV) on olnud oluline platvorm keskkonnaalase teadlikkuse tõstmisel ning keskkonnateemaliste saadete vahendajana Eesti publikuni. Keskkonnateemadele on pööratud tähelepanu, näidates nii regulaarselt keskkonnasaateid kui ka eriprogramme (P-M. Helemäe, isiklik suhtlus, 13. veebruar 2024).

Esmaspäeviti on ETV eetris saade „Osoon“ koos selle erisaadetega, nagu „Virumaa veed puhtaks“. Need saated keskenduvad nii looduse ilule kui ka keskkonnaprobleemidele, aidates vaatajaskonnal mõista looduskeskkonna olukorda ning võimalikke lahendusi keskkonnaprobleemidele. Kolmapäeviti on ETV eetris lühilugude sari „Eesti imelised aastaajad“, mis tutvustab Eesti loodust erinevatel aastaegadel. Lisaks on ETV varem näidanud lühisarju nagu „Eesti imelised maamärgid“ ja „Minu Eestimaa“, mis on samuti pakkunud vaatajatele võimalust avastada Eesti looduse mitmekesisust ja erinevaid keskkonnateemasid (P-M. Helemäe, isiklik suhtlus, 13. veebruar 2024). Looduse ja keskkonnateemad ei piirdu ainult spetsiaalsete keskkonnasaadetega, vaid kajastuvad ka teistes populaarsetes päevakajalistes saadetes nagu „Terevisioon“ ja „Ringvaade“.

Keskkonnaküsimused leiavad kajastust ka ETV teadussaadetes nagu „Uudishimu tippkeskus“ ning hetkel eetris olevas lühilugude sarjas „Tähelepanu! Tegemist on teadusega“ (P-M. Helemäe, isiklik suhtlus, 13. veebruar 2024). See aitab vaatajaskonnal mõista keskkonnateemade teaduslikku aspekti ja kaasahaaravaid lahendusi.

Keskkonnateemade osas toimub Eesti Televisioonis programmi planeerimine mitmes etapis. Esiteks on **pikaajaline perspektiiv** (3-4 aastat), mis on välja toodud ERR-i arengukavas, kus tuuakse välja peamised prioriteedid (U. Oru, isiklik suhtlus, 3. mai 2024). Sellele järgneb **iga-aastane planeerimine**, mis sisaldub ERR-i aastaelarves ja selle seletuskirjas, kus määratletakse regulaarsed saated, saatesarjad ja teemakuud (U. Oru, isiklik suhtlus, 3. mai 2024).

Kolmas etapp on **hooaja planeerimine**, mis põhineb ETV ja ETV2 kalendriaastal ja sisaldab kolme hooaega: kevadhooaeg (jaanuar-mai), suvehooaeg (juuni-august) ja sügishooaeg (september-detsember), millega pannakse paika konkreetne saadete arv hooaja jooksul, eriprojektid ja sündmusülekanded (U. Oru, isiklik suhtlus, 3. mai 2024).



Lisaks on **igakuine/nädalane ajakava**, kus keskkonnateemasid (ja muid teemasid) käsitletakse erinevates ajakirjandus- ja väitlussaadetes (nt „Impulss“, „Esimese stuudio“ jne) ning valitakse sõltuvalt selle aktuaalsusest või võimalikest esilekerkivatest probleemidest (U. Oru, isiklik suhtlus, 3. mai 2024).

Lõpuks on **operatiivtasand**, olulisi teemasid käsitlevad igapäevased uudistesaadet, aga ka „Terevisioon“ ja „Ringvaade“ (U. Oru, isiklik suhtlus, 3. mai 2024).

Televisiooni vaatajaid, ning tegelikult igasugust meediaauditooriumit, tuleb vaadelda kodanikena, mitte tarbijatena, seda just turumudeli kontekstis (Croteau & Hoynes, 2001). Avalik-õiguslikul televisioonil lasub vastutus soodustada aktiivset kodanikuühiskonda, innustades inimesi olema aktiivsed ning pakkudes mitmekesist ja olulist sisu, isegi kui see ei pruugi alati olla populaarne (Croteau & Hoynes, 2001).

Mitmekülgsus on meedia üks põhieesmärke, kuna see võimaldab hõlmata laia spektrit avalikkuse huvidest, valides sisu, mis pakub huvi ja on oluline võimalikult paljudele inimestele (Croteau & Hoynes, 2001).

## 5. UURIMISMETOODIKA KIRJELDUS

### 5.1 Uurimisprobleem ja uuringu eesmärk

Käesoleva bakalaureusetöö autor on märganud keskkonnateemade vähese kajastamise probleemi televisioonis ning soovib seda lähemalt uurida, võttes aluseks oma kogemused igapäevase televisioonivaatajana ja tähelepaneliku meediatarbijana. Keskkonnateemade piiratud käsitlemine televisioonis ei pruugi olla piisavalt motiveeriv ega hariv, et inspireerida vaatajaid tegutsema või oma harjumusi muutma, et tagada jätkusuutlik eluviis ning tervislik elukeskkond tulevastele põlvedele. Pigem näib, et keskkonnateemasid tutvustatakse, kuid ei tõstatata probleeme, mis vajaksid ühiskondlikku tähelepanu ja tegevust. Televisioon ja ajakirjanikud mängivad informeerimisel ülimalt suur rolli ja vastutust. Eriti avalik-õiguslik televisioon, kellele on antud kohustus keskkonnateemasid oma programmis kajastada.

Maailma rahvaarvu pidev kasv toob kaasa keskkonnaprobleemide süvenemise ning teadlikkuse puudumine võib seda olukorda veelgi halvendada. Ajakirjanduse ülesanne on informeerida ning olla kaasas pidevate muutustega. Käesoleva teema kontekstis on oluline mõista, kas televisioon, mis on üks suurimatest ajakirjanduslikest meediumitest, suudab piisavalt jagada teadmisi jätkusuutlikkust keskkonnakäitumisest, mis tagaks inimestele elamiskõlbliku keskkonna ka tulevikus. Aktivism mängib siin tegelikult tähtsat rolli, tuues probleemid ja murekohad esile, andes seeläbi näiteks televisioonile kui ka trükiajakirjandusele otseselt võimaluse neid probleeme või küsimusi kajastada.

Siinkohal mängivadki keskkonnaalase informatsiooni levitamisel tähtsat ja tegelikult üsna suurt rolli aktivistid, kelle tegutsemist peaks ka otseselt kajastama televisioonisaadetes, et panna inimesi rohkem märkama ja hoolima. Aktivistid protestivad, tuues esile probleeme, mida ajakirjandus kajastab, informeerides avalikkust ja aidates neid põhjalikumalt teadvustada, mille abil saaksid murekohad lahendused. Töö raames on oluline uurida, millises ulatuses peegelduvad aktivistide ootused Eesti Televisiooni saadetes. Seejärel saab analüüsida juba üldiselt seda, kuidas ja millisel viisil on keskkonnavaldkonda avalik-õiguslikus televisioonis kajastatud.

Uuringu käigus püütakse mõista vaatajate tajutud rolli keskkonnateabes ja -teadlikkuses ning nende valmidust muuta oma käitumist vastavalt saadud informatsioonile. Oluline on ka selgitada televisiooni potentsiaali keskkonnateadlikkuse edendamisel ning selle mõju ühiskondlikele muutustele.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Eesti Televisiooni (ETV) senine roll keskkonnateemade käsitlemisel keskkonnaaktivistide vaatenurgast. Lisaks soovib töö autor aktivistide abiga määratleda televisiooni ja ajakirjaniku rolli keskkonnaaktivismi edendamisel ning hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele. Selleks püstitati järgnevad uurimisküsimused:

- Kuidas hindavad keskkonnaaktivistid Eesti Televisiooni (ETV) senist rolli keskkonnavaldkonna käsitlemisel?
- Milline peaks olema televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel ning kuidas see võiks mõjutada keskkonnateemade kajastamist ja vaatajate keskkonnateadlikkust?

## **5.2 Uurimistöö metoodika ja valim**

Uurimuse läbiviimiseks otsustas töö autor teha intervjuud, et saada parem ettekujutus, millised hoiakud ja arvamused on keskkonnaaktivistidel. Andmete kogumiseks viis töö autor läbi seitse intervjuud eelnevalt eelselekteeritud vastajaskonnaga, kes valiti Google Forms (Lisa 1) ankeetküsitluse põhjal. Autori eesmärk oli valimisse kaasata võimalikult erineva taustaga inimesed, et tekiks arvamusi ning aruteluteemasid, mille põhjal hiljem põhjalik analüüs koostada.

Autor kasutab kvalitatiivset lähenemist, et süveneda intervjuueeritavate isiklikesse kogemustesse ja seisukohtadesse, püüdes tabada keskkonnaaktivistide subjektiivseid vaatenurki antud teema suhtes (Laherand, 2008). Töö autor valis intervjuude läbiviimiseks avatud ja poolstruktureeritud küsimused. See meetod hõlbustab autoril esitada kiiresti lisaküsimusi, soodustades

intervjueeritavatega avatumat dialoogi ning üldiselt sisukamat ning põnevamat vestlust, mis on uurimistöö seisukohast väga oluline (Lepik, et al., 2014).

Kvalitatiivses uurimistöös on intervjuud tavapäraselt olnud esmaste andmete kogumise peamine vahend (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara, 2015). Intervjuud pakuvad alternatiivsete andmekogumismeetoditega võrreldes suuremat paindlikkust, võimaldades kohaneda uurimisteema nüansside ja osalejate omadustega (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara, 2015). Need sobivad eriti hästi selliste teemade uurimiseks, mille eelnev uurimistöö on olnud pigem piiratud või vähene ja kus intervjueeritavate vastuste suuna ennustamine on keeruline (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara, 2015).

Poolstruktureeritud intervjuus kasutatakse avatud küsimusi. Avatud küsimuste koostamine on lihtsam, kuna pole vaja ette anda konkreetseid vastusevariante (Õunapuu, 2014). Andmete töötlemise aeg aga pikeneb, kuna avatud küsimused annavad suure hulga tekstilist materjali, mis nõuab süstematiseerimist ja kategoriseerimist laiemateks teemadeks (Õunapuu, 2014). Seetõttu muutub töötlemine ja analüüs keerukamaks ning aeganõudvamaks (Õunapuu, 2014).

Poolstruktureeritud intervjuu algab etteantud intervjuukavaga, kuid see areneb orgaaniliselt, võimaldades intervjuu käigus väärtuslike andmete esilekerkimist (Õunapuu, 2014). Selle lähenemisviisi kaudu saab selgeks, millised teadmised ja vastused on uurimistöö jaoks asjakohased ja mida saab potentsiaalselt kasutada (Õunapuu, 2014).

Autor otsustas tagada intervjueeritavate anonüümsuse, luues seeläbi intervjuu käigus turvalise keskkonna, kus inimesed tunnevad end mugavalt oma arvamusi ja kogemusi jagades, kartmata võimalikke tagajärgi. Intervjueeritavateks olid nii mehed kui naised vanusevahemikus 19-50 eluaastat. Kõik intervjuudes osalejad on keskkonnaaktivistid ning erineva suundumusega, mis tähendab, et igaühel on oma kindel keskkonnaga seotud valdkond, mille eest aktivist seisab.

Autor kasutas uuringus osalejate leidmiseks lumepallimeetodit, kus iga järgnev osaleja soovitas järgmist isikut, kellega ühendust võtta, laiendades seeläbi kutseid uuringus osalemiseks. Töö autor koostas Google Forms küsimustiku, mille saatis edasi ühele inimesele, kes omakorda küsimustiku linki teistele edasi jagas. Küsimused olid koostatud nii, et autoril oleks hiljem võimalikult lihtne

vastajate seast välja sõeluda erineva vanuse, soo ja taustaga inimesed, et tagada võimalikult suur valimi variatiivsus (Tabel 1). See on ennekõike oluline just erinevate arvamuste analüüsimiseks, kuna keskkonnavaldkond on äärmiselt lai ning teemasid on väga palju. Kindlasti ei saa teha valimi põhjal suuri üldistusi, sest need seitse inimest moodustavad üsna väikese osa Eesti keskkonnaaktivistidest ja looduskaitstajatest.

Lumepallimeetod on eriti tuntud oma tõhususe poolest peidetud populatsioonide uurimisel, kus populatsiooni suurus on teadmata ja puudub valikuloend (Salganik & Heckathorn, 2004). Meetodi tõhusus sõltub sihtrühmasisestest sidemetest olles seejuures hädavajalikud (Salganik & Heckathorn, 2004). Esmalt tuvastab töö autor esialgsed liikmed sihtpopulatsiooni väikesest rühmast, kes on esimesed uuringus osalejad (Salganik & Heckathorn, 2004). Seejärel viitavad rühma teised liikmed järgnevatele isikutele, kellel on asjakohased omadused, käivitades lõpuks ahelprotsessi, kus leitaksegi valimisse osalejad (Salganik & Heckathorn, 2004). Seda meetodit kasutatakse seni, kuni on saavutatud uurimismetoodikas välja toodud soovitud valimi suurus (Salganik & Heckathorn, 2004).

**Tabel 1.** Intervjuudes osalenud keskkonnaaktivistide kirjeldus

<b>Aktivist</b>	<b>Vanus</b>	<b>Sugu</b>	<b>Haridus</b>	<b>Valdkond</b>
1	50	Mees	Bakalaureusekraad	Erinevad kliimaküsimused
2	36	Mees	Keskharidus	Metsandus
3	20	Naine	Keskharidus	Jätkusuutlik ühiskond, FFF Eesti liige
4	35	Naine	Bakalaureusekraad	Elurikkuse kaitse, FFF Eesti liige

5	21	Naine	Bakalaureusekraad	Keskkonnateadlikkuse tõstmine, FFF Eesti liige
6	19	Mees	Keskharidus	Tasaareng
7	38	Naine	Magistrikraad	Metsad, märgalad, loomad

### 5.3 Uurimuse käik

Google Forms ankeetküsitluse põhjal avaldas oma soovi intervjuul osaleda kokku üheksa keskkonnaaktivisti. Lõpuks osutus valimisse valituks seitse inimest. Kuna bakalaureusetöö eesmärgist lähtuvalt peab intervjuueeritav jälgima televisiooni või olema vähemalt kursis Eesti Televisiooni programmis oleva keskkonnateemalise sisuga, siis pidi autor loobuma kahest soovi avaldanud inimesest. Töö autor loobus nendest, kuna neil polnud teadmisi viimase poole aasta jooksul Eesti Televisiooni programmis toimuvast, olid pigem eraldatud meediakeskkonnast ning ei olnud nõus intervjuud silmast-silma vestluses või veebivahendusel läbima. Kui inimesel puuduvad televisiooni jälgimiseks vahendid ning ta pole seda lähiajal üldse teinud, siis ei ole mõistlik autori hinnates analüüsida lihtsalt üldiseid arvamusi või näiteid, mis tekiks inimestel, kelle igapäevaelu või vähemalt korra nädalas, televisiooni vaatamine ei kuulu.

Enne intervjuudega alustamist viis autor läbi pilootintervjuu, milles osales keskkonnateemadest teadlik esindaja, kuigi mitte keskkonnaaktivist. Pilootintervjuus osalenud inimene aitas mõningate probleemide tekkimise lahendamisel ja intervjuu küsimuste täpsustamisel. Seejärel töötas autor pilootintervjuust saadud tagasiside põhjal välja lõpliku intervjuukava. Pilootintervjuu tulemusi ei lisanud autor lõppanalüüsi, vaid jättis need enda teada ning olid eelkõige olulised vaid lõpliku intervjuukava koostamiseks. Omandatud teadmisi kasutati intervjuuplaani täiustamiseks,

hõlbustades küsimuste täpsustamist, et saada selgemaid vastuseid, mis on rohkem kooskõlas uurimistöö eesmärgi ja uurimisküsimustega.

Kuna lumepallimeetod on pisut aeganõudvam, siis juba 2024. aasta veebruarikuus otsustas töö autor hakata oma lõputöö valimisse inimesi otsima. Kui liikmed olid leitud, siis veebruari lõpus saadeti kõikidele valimisse pääsenud inimestele meil, kus kõigile selgitati intervjuuga seotud korraldust, ülesehitust ja reegleid. Samuti kirjeldas uuringu autor osalistele lühidalt, mis on käesoleva bakalaureusetöö eesmärk. Lisaks selgitas, et uuringus ning hilisemas analüüsis kellegi ees- ja perekonnanime ei mainita ning nad jäävad osalejatena anonüümseks.

Märtsi alguses lepiti kõigi osalistega kokku intervjuude kindel aeg ja koht (Tabel 2), kus need läbi viiakse. Intervjuud toimusid ajavahemikus 11.03.2024-25.03.2024. Autor selgitas, et uuringus osalemine on vabatahtlik ning kui keegi soovib loobuda intervjuul osalemast, siis see on lubatud. Kui mingil põhjusel peaks tekkima olukord, kus intervjuueeritav ei soovi küsimusele vastata või sügavamalt oma arvamust avaldada, siis on neil täielik õigus keelduda küsimusele vastata või intervjuu katkestada. Autor palus uuringul osalemiseks varuda vähemalt 1.5h vaba aega, et oleks ka lisa-aega tutvumiseks ja võimalike lisaküsimuste tekkimise võimalikuks aruteluks, mis võiksid lõputöö kontekstis oluliseks osutada.

**Tabel 2.** Intervjuude toimumise kuupäev ja koht

<b>Osaleja</b>	<b>Kuupäev</b>	<b>Koht</b>
Aktivist 1	11.03.2024	TLÜ
Aktivist 3	12.03.2024	ZOOM
Aktivist 2	13.03.2024	TLÜ

Aktivist 4	14.03.2024	ZOOM
Aktivist 5	16.03.2024	ZOOM
Aktivist 6	17.03.2024	ZOOM
Aktivist 7	25.03.2024	ZOOM

Ruumide broneerimiseks võttis autor ühendust ajakirjanduse õppekava õppenõustajaga, kes intervjuuks sobilikud ruumid ülikoolis broneeris. Teistele intervjuudes osalejatele saatis autor Zoom liitumiskutse, millega veebiintervjuud alustada oli võimalik.

Intervjuud kestsid ajaliselt umbkaudselt 50-70 minutit. Kõik intervjuueeritavad olid nõus, et töö autor intervjuud salvestab. Kaks intervjuud viis autor läbi Tallinna Ülikoolis kohapeal ning ülejäänud viis intervjuud toimusid Zoom keskkonnas. Salvestamiseks kasutas autor diktofoni ning Zoomis salvestusprogrammi, et hiljem kõik intervjuud transkribeerida. Intervjuude läbiviimiseks koostas töö autor avatud küsimustega poolstruktureeritud intervjuukava (Lisa 2).

Intervjuueeritavatega kohtudes andis töö autor uuesti lühikese ülevaate bakalaureusetöö eesmärgist ja tutvustas uuringut ning iseennast ja oma tausta. Autor tutvustas intervjuu ülesehitust, lisades, et tegemist on kaheosalise intervjuuga, kus esimeses plokis räägitakse ETV senisest rollist keskkonnateemade käsitlemisel ning teises plokis arutatakse selle üle, milline peaks olema televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel.

Kuna lõputöö seisukohast on esmalt olulised keskkonnaaktivistide arvamused, siis palus töö autor olla osalejatel aus ja avaldada vabalt oma arusaamasid ja mõtteid, selgitades uuesti, et nad jäävad lõputöös ananüümseks. Intervjuueerija palus luba vestluse salvestamiseks, andes seeläbi märku, et vestlus talletatakse hilisema analüüsi sooritamiseks. Autor rõhutas, et kõiki vastuseid kasutatakse



ainult rangelt käesoleva bakalaureusetöö jaoks ega kuulu avaldamiseks mitte ühelegi meediaväljaandele.

Autor kasutas Tekstiks.ee keskkonda, et hõlbustada transkribeerimisprotsessi, võimaldades helifailide kiiret teisendamist tekstiks. Antud platvorm on automatiseeritud kõnetuvastuse süsteem, mis teisendab helifaile tekstiks (Olev & Alumäe, 2022). Kuna veebipõhine transkriptsioon andis osati tulemusi, mida oli helisalvestise kehva kvaliteedi tõttu raske mõista, kuulas autor kõik intervjuud ise üle ja toimetas ning kohati transkribeeris intervjuud ka uuesti.

Intervjuude analüüsimisel viidi läbi temaatiline analüüs, milles selgitati välja peamised teemad ja nende järjekord (Kalmus et al., 2015). Keskenduti sellele, mida intervjuueeritavad ütlesid ja kuidas nad seda sõnastavad (Kalmus et al., 2015). Arvesse võeti osalejate jaoks olulisi aspekte, et paremini mõista nende vaatenurki ja arusaamasid (Kalmus et al., 2015). Seda tüüpi analüüsimeetod sobib eriti hästi uute või väheuuritud valdkondade uurimiseks ja osalejate maailma sügavamaks mõistmiseks (Kalmus et al., 2015).

Seejärel analüüsis autor saadud vastuseid hoolikalt. Analüüs oli manifestne, keskendudes ainult küsitletud keskkonnaaktivistide esitatud verbaalsele sisule, jättes tähelepanuta muud tegurid, nagu emotsionaalne toon ja kontekst (Kalmus et al., 2015). Selle lähenemisega vähendas autor enda kui uurija emotsionaalsest vaatenurgast või tõlgendusest tuleneva eelarvamuse riski, tagades seejärel tulemuste objektiivsuse (Kalmus et al., 2015). Analüüs viidi läbi horisontaalselt, hõlmates samaaegselt mitme vastaja vastuste uurimist, hõlbustades seeläbi ka üldistuste sõnastamist (Kalmus et al., 2015).

## 6. TULEMUSED

Selles peatükis käsitletakse intervjuudest saadud uurimistulemusi, mis on jagatud alapeatükkideks, milles esitatakse kategoriseeritud teemade kaupa tähelepanekuid ja arusaamu. Eelkõige on esile tõstetud intervjuude tsitaadid, mis peaksid andma kõige ehedama ning originaalsema vastuse analüüsile. Intervjuudes osalejate vastused ja arutelud on kujutatud kaldkirjas, vastajad on identifitseeritud kasutades lühendeid, nagu A1, A2, A3 jne. Kui vastaja tekstile eelnes või järgnes midagi, siis kasutatakse selle märgistamiseks töös nurksulge ja punkte ehk [...].

Kõigepealt analüüsitakse Eesti Televisiooni (ETV) senist rolli keskkonnavaldkonna käsitlemisel, tuues esile nii märkimisväärset kajastust saanud teemad kui ka pigem vähem kajastatud teemad. Lisaks viiakse läbi hindamine, et selgitada välja, kas keskkonnakommunikatsioon on olnud Eesti Televisioonis eelkõige informeerija rollis või on see otseselt suunanud vaatajaid harjumuste ja hoiakute muutmiseks keskkonnateadlikuma elustiili suunas liikumiseks.

Seejärel uuritakse televisiooni ja ajakirjanike rolli keskkonnaaktivismi edendamisel. On hädavajalik mõista ajakirjanike rolli keskkonnaaktivismi kajastamisel ja vastutust, mida nad peaksid seejuures kandma. Vastutus on kajastada aktivismi, mitte aktiviste, kes meeleavaldusi korraldavad. Oluline on mõista teemasid, millest aktivismis räägitakse, mitte analüüsida inimesi, kes aktivismi ellu viivad. Eesmärk on välja selgitada, kas televisioonil on potentsiaali inspireerida inimesi oma elus midagi teistmoodi tegema, et looduskeskkonda oma ümber rohkem säästa ja võib-olla ka ise astuda neid samme, et teisi inimesi kaasata looduskeskkonna hoidmisesse.

### 6.1 ETV-s kajastatud ja alakajastatud keskkonnateemad

Keskkonnateemad on praegusel sajandil väga olulised ning see, millisel viisil neid televisioonieetris kajastatakse, on veel tähtsam. Kõigepealt uuriti keskkonnaaktivistidelt, millised teemad on Eesti Televisioonis saanud pigem rohkem eetriaega, millised mitte. Pea kõigi uuringus

osalejatega vesteldes tuli ilmsiks, et ETV-s on esiplaanil peamiselt need keskkonnateemad, millest parasjagu ühiskonnas (päevakajalisus) või poliitikamaastikul räägitakse. Näiteks energeetika, taastuenergia, rohepööre ning automaks on saanud viimase aasta jooksul oluliselt rohkem eetriaega. Selliste keskkonnateemade kajastus on olnud aga ajaliselt äärmiselt lühike ja pinnapealne ning ei selgitata mitte ühelgi moel seda, et tegemist võiks üldse olla keskkonda puudutavate probleemidega.

*A1: Peamiselt päevakohased teemad, näiteks „Osooni“ saates. Tuumajaam ja kaitsealade teemad, see on praegu number üks tegelikult ETV-s.*

*A3: „Aktuaalses kaameras“ viimasel ajal, ma olen tähele pannud, räägitakse üha rohkem rohepöördest ja ma arvan, hästi palju on sellel seost automaksuga. Päevakajalised keskkonnaprobleemid, lühidalt. Sellised hästi lühikesed klipid, et lihtsalt umbes mainitakse ära riiki ja mis keskkonnakriis seal on ja siis sellest läheb edasi. [...]*

*A5: Õlitehase teemad näiteks. Metsateemad ja meretuulemajandus, üldse tuulepargid. Tegelikult otseselt on seotud need teemad ju Eesti valitsuse otsustega. Mis on päevakohane poliitika on päevakohane ajakirjanduses. [...]*

*A6: Kindlasti on energeetika teemad, mis siin siis nagu kõige rohkem uudistesaaetes ka esile kerkib, et siis igasugused tuulikute rajamised, tuumajaama rajamise, et üleüldse, milline on energeetikaseisund ja kuidas toimub üleminek taastuenergiale. [...]*

*A7: Eesti Televisioon kajastab keskkonnateemasid hästi tööstuse vaates ja just nagu majanduskasvu vaatest, mis lõppkokkuvõttes on ju ikkagi poliitikaga seotud. [...]*

Keskkonnaaktivistid toovad samas ka välja, et kajastatud on pigem just meelelahutuslikum pool loodusest, ilusad loomad ja kaunid vaated meid ümbritsevast keskkonnast. Isegi kui räägitakse looduskeskkonnast ja sellega seonduvatest probleemidest, siis väga lihtsustatult, et inimesed saaksid sellest kõige paremini aru.

*A2: Meil on ETV-s kajastatud ilus nunnu ilves. Näiteks, et metsas elab ilves või, et meil peetakse jahti ilusti-kenasti. Osooni saade on hästi ilus. Kui reaalsus vastaks „Osooni“ saatele, siis oleks kõik korras. Aga ei ole korras. [...]*

*A4: [...] ETV haarab tavaliselt prügi teema järgi. Kõige lihtsam, inimesed saavad sellest nagu aru, muudest teemadest nad ei saa aru. See on kõige paremini kajastatud, et ärme tekita ja nii edasi, ja prügikoristuspäev loomulikult. Sellega on lihtne tegeleda ja nii ongi. [...]*

Süüvides sügavamale nendesse teemadesse, mis võib-olla nii suure mahuga Eesti Televisiooni ei jõua on intervjuueeritavad oma vastustes üsna jõulised. Pigem ei olda üldse kajastusega rahul, sest need teemad, millest rääkida võiks, mis väärksid teadvustamist ning millega peaks nüüd ja kohe tegelema, siis nendest hiilitakse justkui mööda. A2 ja A3 leiavad, et Eesti Televisioonis räägitakse loodusest üldse väga vähe ja kajastamata on jäänud paljud keskkonnateemad. A4 toob välja spetsiifilisemalt metsateemad ja kuivendusega seotud mõjud.

*A2: Ma ütleks, et kajastamata on jäetud loodus tervikuna. „Pealtnägijas“ öeldakse näiteks, et looduskaitse on nii meeletu ja keeruline teema, seal on tohutu töömaht. Neil on lihtsam võtta mõni poliitiku skandaal. Saatejuhid- ja tegijad ei oma üldiselt väga eriti suurt kompetentsi. [...]*

*A3: ETV-s räägitakse keskkonnast nii vähe. Kõiki neid teemasid on nii vähe. Seda laiemat perspektiivi, näiteks, milline on meie majanduse keskkonnamõju või kuidas inimestel selles majanduses läheb. Muidugi õieti kunagi ei kuule. Puuduvad päriselu ja loodusevahelised seosed. [...]*

*A4: Kliima- ja metsateemad. Ja näiteks kuivenduse mõjud. Kliima on nagu umbes sosinal korra. Et nad nagu ei taha rääkida, mingid tabud mängus või ma ei tea, miks. Metsast räägitakse möödamindes, et mingi mets. [...] Samuti pole kuivendamisest haisugi. Seda ei ole, sest see ei ole probleem. [...]*

*A7: Alakajastatud on selliseid asju, mis räägivad vajadusest loodust hoida, kõik need planetaarsed piirid, erinevad tegevused, mida siis inimesed ja aktivistid või keskkonnaorganisatsioonid teevad selleks, et neid teemasid nagu pildile saada. [...]*

Üks suurim probleem või murekoht, mis välja tuuakse, on see, et inimesi ei teadvustata sellest, et keskkonnaprobleemid ei teki iseenesest. Need tekivad ja on otseselt seotud teiste eluvaldkondadega. Aktivistid leiavad, et see kõik on jäetud kajastamata, mis on tegelikult tõega manipuleerimine ja ajakirjanduses sellist vaadet ei tohiks üldse eksisteerida. Paar intervjuueeritavat leidsid (A5 ja A6), et näiteks just elurikkuse teemaga seoses saaks käsitleda erinevaid keskkonnaküsimusi. Seosete loomine aitab inimestel paremini mõista ja saada üheks reaalsusega.

*A1: Eesmärk on vaatajates tekitada kohaloleku tunne, et inimesed saaksid samastuda. Toome vaatajad reaalsusesse päriselu näidetega. [...] Seega, tegelikult peaks kuidagi vaatajaid rohkem raputama. Keskkonnateemasid, mida kajastada on väga palju.*

*A5: Elurikkuse teema näiteks. Üleüldine lõimumine eri tasandite vahel, kui räägitakse keskkonnaprobleemidest ja kliimamuutustest. Et lõimumist on hästi vähe. Võetakse niimoodi kastidena, et justkui me elaksime mingeid eri elusid. Puudub seoste loomine teiste eluvaldkondadega.*

*A6: Seda elurikkuse kadu ja kõike seda siis nagu otseselt pole kajastatud. Puudub selline suur laiapindne vaade keskkonnakriisile. Keskkonnakriis koosneb mitmetest erinevatest probleemidest. Neid probleeme vaadatakse hästi eraldiseisvatena ja nii eraldiseisvatena selles mõttes, et need omavahel nagu nii-öelda ei puutu kokku. Siis ka teistpidi, et need on nagu teistest eluvaldkondadest eraldi, puudub selline nagu seoste loomine erinevate valdkondade vahel, näiteks majandus või majanduspoliitika, kuidas see mõjutab meie keskkonnaseisundit? [...]*

Analüüsid lähemalt konkreetseid keskkonnateemasid, mis Eesti Televisioonis kajastust ei ole saanud või said liiga vähe eetriaega, tuli ilmsiks tõsiasi, et nende hulka kuuluvad ka suurema poliitilise tähelepanu all olevad küsimused või murekohad. Keskkonnaaktivistid märkisid, et teemad, millega nemad aktivismis osalevad ja tegelevad, ei jõua meediapilti, sest aktiviste

vaadatakse kui radikaale ning nendega seonduvaid teemasid surutakse pigem niši kategooriasse. Paljud poliitiliste otsustega seotud keskkonnaküsimused võivad osutuda äärmiselt intrigeerivaks ja tekitada ühiskonnas erinevate (jõuliste) arvamuste levikut. Seega on aktivistid seisukohal, et lihtsam on vaikida, kui rääkida.

*A2: Näiteks praegune juhtum Pärnumaal, kus keskkonnaamet ja RMK raiusid maha Rail Balticu asendusmaad. See peaks olema kriminaaluurimine, peaks olema kõik, praegu käib siuke kinnimätsimine ETV-s. „Aktuaalsest kaamerast“ vist korra käis, mingisugune väike uudislugu läbi. Aga see, et Rail Balticu asendusmaad julmalt maha raiuti ja pole nagu olemaski probleemi või et rahvale mitte mingil juhul ei tohi näidata midagi sellist. [...]*

*A7: No näiteks praegu on see Rail Balticu hüvitusalad, mis said valitud, metsise uued kaitsealad Lõuna-Pärnumaal ja nende raie. Lihtsalt pole olemas ETV-s. Aga siis on kajastatud ka selliselt seda teemat nagu tühistades ja niimoodi, et justkui keegi ei saagi vastutust kanda, kuigi selle teemaga tegeledes me ju näeme, et seal on konkreetset vastutajad. Kajastus on pigem ühepoolne. [...]*

Aktivistid on ühisel meelel, et televisioonis räägitakse keskkonnaküsimustest väga kitsas kontekstis ega mõtestata lahti terviklikku pilti, kuidas üks või teine ahel on eelmisega seotud. Uuringus osalejad leiavad, et Eesti Televisioonis on väga kirju programm, erinevate žanritega saated, kuhu saaks integreerida keskkonnavaldkonda. Pigem selgub, et keskkonnateemad surutakse kindlatesse raamidesse (A3 arvates) ning tutvustatakse probleeme, kui tavapärase või paratamatu osana argipäevast. Kogu tõsidus ja seos kliimamuutustega ja kliimamuutuste seos inimtegevusega on need osad, mis jäetakse selgitustööst enamasti välja, kas tahtlikult või tahtmatult.

*A1: Palju jääb kajastamata, neid teemasid on liiga palju. Keskkonnateema saab olla absoluutselt igal pool. Seda saaks igale poole põimida, aga seda ei tehta. [...] Oluline on ka ootamatu esitaja, kes vaatajat köidaks. Et oluline on ka, et kes seda infot vahendab.*

*A3: Näiteks, kui üle maailma algavad maastikupõlengud paljudes piirkondades järjest varem, kui nad on muidu alanud või need on suuremad ja leitakse aina enam seoseid*

*kliimamuutustega. Jah, ETV kajastab neid põlenguid, aga siis läheb lihtsalt edasi ega tee seda seost selgeks, et see on kliimamuutustega seotud. Et see on täpselt nii, et kui inimene teab, et see on kliimamuutustega seotud, siis ta ilmselt oskab selle seose isegi alateadlikult juba oma peas ära teha. Aga, et kui inimesed ei tea seda või nad ei oska seda seost märgata, et siis nagu televisioon seda harivat aspekti selle koha pealt üldse ei täida. [...]*

*A4: Kuivendused - vesi ju „lihtsalt“ voolab välja ja elupaigad hävinevad. Metsa puhul, minu unistustes, minu mõttemallis oleks olnud nii, et kui tuli metsa alternatiivne hindamine, mis valmis Tartu Ülikooli teadlaste ja teiste poolt, siis oleks võinud olla sellest juttu. ETV oleks vabalt võinud võtta „Terevisiooni“ studiosse näiteks paar teadurit, rääkida nendega, nende poolt oli null.*

A5 ja A6 on veendumusel, et küsimustele, mis tähistavad üksnes ühiskonna hetkeolukorda, pole palju tähelepanu pööratud. Nad leiavad, et väga oluline on siduda igapäevased teemad otse tekitatava keskkonnakahjuga. Paljud keskkonda mõjutavad tegevused on põimunud inimeste igapäevaste rutiinidega. Aktivistid väidavad, et seega on muutunud keskkonnaprobleemid selle tühise rutiini osaks, mis lihtsalt kusagil eksisteerivad ja mida keegi tõsiselt arutada ei soovi.

*A5: Olukord, kui me jälle jõuame mingitesse punktidesse, kus toimub selline kraadiklaasi nii-öelda lõhkimine kujundlikult, et minu arust need on tegelikult väga olulised ja need seletaksid, miks midagi toimub ja nii edasi... nagu kliimaga Eestis, miks meil on selline, nagu meil on. Biomassiteema, et metsaga seotud noh. Seda kajastatakse, aga seda kajastatakse rohkem minu arust mitte nagu keskkonnakaitse seisukohast, vaid just, mis me sellest biomassist või mis selle puiduga teha saame ja mis on selle väärtus ja kuidas me seda ära saame kasutada. [...]*

*A6: No kindlasti üleüldiselt ongi erinevate aspektide väljatoomine. Loodussaadetes on see erinevate liikide hävimise pool. Liigid ei sure ju iseenesest välja, nii on see alati olnud. Kliimamuutustest kui sellistest, siis räägitaksegi väga kitsalt energeetika kontekstis põhiliselt ja hästi-hästi lihtsustatult.*

## 6.2 ETV keskkonnateemalise programmi kajastuse võimalik mõju

Eesti Televisioon on nagu assortii paljudest erinevatest saadetest. Uuringus osalejad usuvad, et kõik televaatajad, kes midagi tahavad, seda nad enamasti ka saavad. Teleprogramm on üsna kirju ning saateid palju. Siiski tuuakse välja aspekt, et iseasi on see, kui laiapindselt inimesed ise seda vajalikku sisu otsivad või tarbida oskavad. Aktivistid rõhutavad, et eelkõige on tähtis mõju, mida sisu avaldab vaatajatele. Kui efektiivne on programm ning kas selle vaatamisel järgneb mingi tegu, ei ole enamasti esimene idee, millele programmikoostajad mõtlevad.

*A1: Alati saaks rohkem olla. Tegelikult on ikkagi olemas, kes otsib, see ka leiab. Iseasi on see, kui sügavuti teatud teemasid kajastatakse. Lihtsad teemad on kajastatud – prügi ei vii metsa alla, sorteerime prügi jne. Jätkusuutlik eluviis, tarbimine ja üldse liigtarbimisega seotud teemad on olemas.*

*A6: Alati saab paremini ja rohkem, aga noh, selles mõttes igale maitsele on midagi. Kes tahab, see leiab sealt midagi. Aga nagu, et sellel ka mingi suurem mõju oleks, siis nagu ühiskonnale on vaja kindlasti rohkem erinevaid teemasid ja ka erinevates saadetes. Ehk senine roll on pigem olnud selline üheülbaline, et midagi millestki räägitaksegi, samas ei süveneta ja see spekter jääb üsna kitsaks tegelikult.*

Aktivistid on Eesti Televisiooni suhtes üsna kriitilised. Just seetõttu, et ühe Eesti suurima meediaplatformina jätab ETV kasutamata nii palju erinevaid võimalusi, kuidas keskkonnateemasid kajastada ning esile tõsta. Kajastus on ennekõike liiga üldine ega minda teemadesse süvitsi sisse.

*A2: ETV senine roll keskkonnateemade käsitlemisel ei ole olnud piisav, see on pettuse loomine, et kõik on korras, takistades looduskaitstajate tööd nagu takistavad Tartu Ülikooli teadlaste tööd, takistavad nende riigiametnike tööd, kes tahaksid asja korda teha. [...] Ennekõike on olnud see pidurdav osapool.*

*A3: See kõik kokku toidab seda hoiakut, et keskkonnakriisid ei ole väga suured probleemid, millega me peaksime praegu tegelema. Teiseks ma näen, et minu meelest ETV ja ERR*



*laiemalt toidavad ka kuidagi seda arusaama, et keskkonnakriisid on asi iseenesest ja ei aita esile tuua seoseid majandusega, haridusega, teiste ühiskonnaelu aspektidega. [...]*

*A5: Senine ETV programm seletab, aga ei selgita. Kui kajastatakse mingit kriisi või keskkonnaga seotud probleemi, siis vormistatakse see tavapärase uudisena, ilma, et me saaks aru, mis uudise sisu siis päriselt on. [...] Miks juhtus või miks nii just on, siis see jäetakse mainimata.*

Aktivistide hinnangul pole keskkonnateemad Eesti ajakirjanduses kunagi olnud kuigi populaarsed. Enamasti sellepärast, et nendest kirjutades peaksid või võiksid ajakirjanikul olla eelteadmised, et lugu tuleks võimalikult hea ja informatiivne. Ennekõike arvatakse, et keskkonnaga seotud küsimused on pigem nišiteemad, mis on suunatud vähestele ja pigem neile, kellele keskkonnateemad päriselt huvi pakuvad. A4 leidis, et seda ei tehta Eesti Televisiooni keskkonnasaadetes, seepärast, et kõik suured probleemid oleks Eestist just nagu väga kaugel ega mõjuta kuidagi siin elavaid inimesi.

*A4: Keskkonnateemad pole piisavalt käsitletud. See on mingi nišš, nagu me elaks tulevikus Marsil. Juba kahjuks ühiskonnas on need teemad väheolulised. Need on sellised tugitooliteemad, räägimegi nagu tugitooliteemast. Eestis on hästi mõnus lihtsalt arutada näiteks selle üle, kuidas jääkarudel läheb. See ei puuduta meid. See on meist on liiga kaugel.*

Intervjuus tuuakse välja ka seda, et saadetes on valdavalt allikateks poliitikaga seotud inimesed, kes jagavad enamasti üsna bürookraatlikku ja statistilist informatsiooni, mille mõistmine võtab tavavaatajal kaua aega. Loodusest peaksid rääkima inimesed, kes sellest päriselt teavad. Seega on Eesti Televisiooni roll keskkonnateemade käsitlemisel olnud üsna nõrk, kuna esindatud on ainult üks osapool.

*A7: Need, kes nagu päriselt asjadest teavad, nemad võiksid olla esindatud, aga seda ei ole. Ametnikke võiks olla väga palju vähem eetris, hetkel ainult nemad räägivadki. ETV nagu teadlikult hoiab eemale sellest mullist. [...] Keskkonnasaated peaksid olema erineva kangusastmega. Osoon on liiga pehme, sest pole konkurentsi.*

Kui analüüsida eeldatavat mõju, mida Eesti Televisiooni programm avaldada võiks, siis on aktivistid ühisel meelel. See näitab ka tegelikult probleemi tõsidust, sest aktivistid kinnitasid üheselt, et Eesti Televisiooni poolt on tegemata jäänud palju ning teha on veel rohkem. Senine programm on olnud informatiivne, aga mitte nii palju, et inimestes teatud küsimustes ka päriselt huvi äratada. Mõju on olnud pigem minimaalne, sest vaatajatele ei selgitata tegelikult mitte midagi. Kui puudub seoste loomine, siis puudub inimestel samastumise võimalus. Uuringus osalejad lisasid, et kui inimestele ei selgitata, et mingi teema või küsimus nende elu otseselt mõjutaks, siis puudub ka vaatajatel huvi edasi uurida või asjast paremini aru saada.

*A1: Ikkagi on olnud piisavalt informatiivne. Peamiselt, et psühholoogiliselt mõjutada. Praegu pigem jah informeerib, aga samas ta ei pruugi seda huvi äratada. See on ebapiisav. [...] Jällegi pigem lihtsamates küsimustes, mis on seotud kohaliku tasandiga, nt panditagastus.*

*A2: Inimesed ei reageeri ilusatele asjadele. Ta läheb südamerahuga magama, ta ei hakka isegi uurima, et kas on mingi probleem või midagi. [...]*

*A3: Kui sul on keskkonnateemade vastu huvi ja sa tahad leida endale teadmiseid juurde, siis sa leiad endale, sul on võimalik leida neid saateid, neid filme, mis sind toetavad ja mis sind informeerivad. Aga samas, kui tahad keskkonnaprobleeme eirata ja tahad elada väikeses mullis, kus ühtegi keskkonnakriisi ei ole, siis ETV laseb sul seda rahulikult teha.*

*A4: Kindlasti on huvi tekitanud. Aga oleneb, milline huvi. Kas huvide looduse ilu vastu või keskkonnaprobleemide vastu, mille inimkond on põhjustanud. Kõik sõltub sellest, millisel viisil seda serveeritakse. Loodusdokumentaalides näidatakse peamiselt looduse ilu. See tekitab huvi looduse nautimise vastu näiteks. [...]*

*A5: See roll on olnud olla väga neutraalne. Et mitte võtta mingit seisukohta otseselt. Õeldakse, et kuskil midagi toimub, aga see ei anna edasi, see ei pane seda mingit pirnikest põlema, mõtet nagu käima, et ahah okei, selline asi toimub, mis nüüd nagu edasi tegema peab. [...]*

*A7: Korraks räägime prügist, korraks räägime prügi sorteerimisest. Ma arvan, et prügi sorteerimisest on räägitud. Kui me räägime tuuleenergiast, siis peaks rääkima sellest, et tegelikult me ei tea isegi, kui palju Eestis on vaja energiat, sellest ei räägita. Et põhimõtteliselt jällegi olulistest küsimustest üldse ei räägita. Oluline on, et igal pool on ainult ettevõtjaid ja see, et meil oleks majanduskasv.*

Siiski leitakse, et keskkonnasaated on enamasti ikkagi informatiivsed ning omavad teatavat mõju vaatajate käitumismustritele. Siiski on aga kahjuks keskkonnateemad surutud peamiselt ühte kategooriasse ning suunatud eelkõige neile inimestele, kes seda päriselt tarbida tahavad.

*A6: Loodussaadete koha pealt, näiteks „Osoon“ on minu meelest väga informatiivne olnud, ikkagi need erinevad teemad on nagu erinevate nurkade alt hästi kajastatud. Ma ütleks, et loodussaated on piisavalt informatiivsed ja omavad mõju. Aga teistes päevakajalistes saadetes pigem mitte. [...] Tegu on kahjuks ikkagi vedi niši teemaga.*

### **6.3 Keskkonnakommunikatsioon ETV programmis**

Kommunikatsioon toimub igal pool, seda nii inimeste kui ka televisiooni ning televaataja vahel. Keskkonnakommunikatsioonist räägitakse siis, kui toimub suhtlus keskkonnateemadel. Keskkonnakommunikatsioonil, mis on küll peamiselt mõeldud teabe levitamiseks, on tegelikult märkimisväärne mõju vaatajaskonna käitumise kujundamisele (Cox, 2010). Seetõttu on oluline uuringus analüüsida, kas Eesti Televisiooni keskkonnateemaline programm on aktivistide hinnangul pigem pragmaatiline või konstitutiivne. Peamiselt ollakse veendumusel, et ETV keskkonnakommunikatsioon on pigem pragmaatiline kui konstitutiivne. Seega see harib, informeerib ja püüab vaatajaid veenda, aga ei kujunda otseselt vaatajate arusaamasid ega suuna teistmoodi käituma.

*A2: Konstitutiivne kindlasti pole. Inimese harjumust saab muuta siis, kui sa näitad inimesele probleemi. Aga kui sa ei algata isegi probleemi tõstatust, siis sa ei saa välja*

*pakkuda lahendust. Meedial on meeletu võim. Inimene, mida telekast näeb, seda ta usub. [...]*

*A4: No ühesõnaga, hariv kindlasti, pigem pragmaatiline. ETV praegune teleprogramm ei tõuka kedagi mitte kuhugi. Pigem lihtsalt harivad, et näed, see on probleem, on tore teoreetiline probleem olemas. Nemad teadvustavad ja nad justkui teevad selle linnukese, et on midagi teinud, aga nad võib-olla ei süvenenud sellesse. [...]*

*A5: No esimene mõte, mul kohe tuli, et nagu natuke isegi kumbagi, et pigem niisugune lihtsalt väga neutraalne või kuidagi. Väga kirjeldav. Aga siis ikkagi pigem see pragmaatiline, et see ikkagi väga vähe annab mingeid konkreetseid samme või loob pilti sellest, mida saaks teha, mis on kellegi võimuses ja nii edasi. [...]*

*A6: Pigem ma usun, et pragmaatiline. Ei ole väga seda et, Eesti Televisiooni saadetest oleks siin mingit suurt tõuget tulnud. Eks, et kust see piir jookseb, mis hetkest me lihtsalt harime, aga mis hetkest nagu inimesed selle harimise tulemusel, siis nagu hakkavadki ise juba mõtlema, mida saaks nagu teisiti teha. Minu meelest selle eesmärk võiks ikkagi olla see, et lõpuks inimesed mõtleksid, tegutseksid kaasa, mitte ainult ei oleks kõrvaltvaatajad.*

Samas toodi ka välja, et keskkonnakommunikatsioon on pigem konstitutiivne või omab nii pragmaatilise kui konstitutiivse kommunikatsiooni tunnuseid. Konstitutiivne keskkonnakommunikatsioon aitab kujundada mingil määral vaatajate arusaamasid ja uskumusi. Kuigi aktivistid olid enam seisukohal, et programmis pigem ei leidu neid saateid, mis otseselt aitaksid muuta mingil moel vaatajate käitumishoiakuid või mõttemaailma, siis kindlasti on osadesse saadetes need viisid ka sisse põimitud.

*A1: Konstitutiivne pigem. Tegelikult mõlemad rollid on mingil määral olemas.*

*A3: ETV keskkonnakajastus, laias laastus, on konstitutiivne, kuna see hoiak, mida see inimestes loob, on see, et suuri probleeme ei ole. Ühesõnaga püütakse nagu öelda, et suuri probleeme ei ole ja me peaksime püüdma jätkata tavapärase eluga. [...]*

Siiski leidis ka tähelepanekuid, et keskkonnakommunikatsiooni kui sellist ei saa eksisteerida, vähemalt Eesti kontekstis, seega ei saa seda olla ka Eesti Televisioonis. Kui Robert Cox (2010) on defineerinud keskkonnakommunikatsiooni mõiste, siis üks aktivistidest tahaks sellele siiski vastu vaielda ning tõstatada diskussiooni. Intervjueeritav põhjendab seda sellega, et kommunikatsiooni teevad Eestis ajakirjanikud ja kommunikatsiooniinimesed, kellel enamasti puudub keskkonnaalane taust ja teadmised ning seega ei saa nad rääkida keskkonna teemadel, kui puuduvad baasteadmised.

*A7: Minu hinnangul ei olegi sellist asja nagu keskkonnakommunikatsioon. Meil on nagu keskkonna kasutamise kommunikatsioon. Puudub teadvustamine, et meil puudub probleem. ETV-s ei ole sellist asja nagu keskkonnakommunikatsioon. Programm pigem kujundab arusaamasid, et keskkonnaprobleeme ei ole. Ajakirjanikud on õppinud ajakirjandust või kommunikatsiooni. Probleem on see, et kommunikatsiooni teevad inimesed, kes on õppinud kommunikatsiooni. Nad on õppinud aga ettevõtete kommunikatsiooni, brändingut, aga keskkonnakommunikatsioon on hoopis teine asi.*

#### **6.4 Aktivistide mõju suurendamine ühiskonnas televisiooni abil**

Avalik-õiguslik televisioon pakub laia võimalust avaliku diskursuse ja arusaamade kujundamisel. Intervjuus mainiti, et aktivismi puhul on ühene, vähemalt Eesti kontekstis, see on alakajastatud ning et üldiselt keskkonnateemasid aktivismiga ei seostata. Aktivistid väitsid, et meedias räägitakse aktivismist kui millestki pöörasest ning ei püüta mõista, miks ja milleks aktivism üldse on ellu kutsutud. Uuringus osalejad lisasid, et nende aktivismiga seotud teemasid kajastatakse pigem väga minimaalselt kui üldse. Teleprogramm pole siiras ega paku terviklikku tõde.

*A2: Ma ei näe seda. See häirib mind kõige rohkem, et ma ei näe ETV eetris ausust. Ma ei taha isegi „Osooni“ saateid enam vaadata. Ja, seal on kõik ilus, Lahemaal elavad ilvesed ja üks mees käib neid turistidele näitamas. [...]*

*A3: Mina seisan jätkusuutliku ühiskonna eest. Minu jaoks ühiskonna jätkusuutlikkus on palju laiem küsimus. See on küsimus majandusest, inimeste väärtusest, meie hoiakutest,*

*õigusnormidest, mis meie ühiskonda ja meie käitumist juhivad. Ehk et see, mille eest ma seisán, need inimesed, see riik ja need on ETVs olemas. [...] Aga kas need probleemid, mis ohustavad neid inimesi, seda riiki, on adekvaatselt kajastatud, siis kõik kindlasti mitte.*

*A4: ETV-s selles kontekstis muidugi mitte. Ma teen hästi palju ise teadvustamist, et meil endiselt on probleem. Ma olen sellega tegutsenud palju, kuna see annab nagu kaasa lõpuks selle rahva suhtumise ja seal selle jõu, mida sinna lõpuks taha panna, kui tegudeks läheb. [...]*

*A7: See mille eest mina võitlen on ETV-s pigem üliminimaalselt. Põhimõtteliselt arvatakse, osa inimesi arvab, et inimestele ei tohi rääkida asjadest nii, nagu need päriselt on. Sellepärast, et muidu tekib, mis iganes lootusetus, võib-olla. Aga peab rääkima asjadest nii nagu on, otse ja ausalt. [...]*

Osa küsitletutest leiab siiski, et nii palju kui võimalik, on Eesti Televisioon oma programmidesse aktivismiga seotud või esile kerkinud teemasid integreerinud. Eestis saavad aktivistid palju sõna veebimeedias arvamuskirjutades või sotsiaalmeedias, kus info kiiresti liikuma läheb ning mida märgatakse. Aktivism ei ole alati midagi pöörast ega enneolematut. Aktivism aitab neid teemasid esile tõsta, mis on avalikkuse varju jäänud. Intervjueeritavad on seisukohal, et keskkonnasaadetes on enamasti need teemad kajastatud ning pigem kajastatakse seda, mida pole aktivistide poolt nii jõuliselt esile kutsutud või meediasse suunatud.

*A1: Olen aktivist, kes teab ja tunneb piire. Tegutsen mõõdukalt, et tulemus saavutada, aga ei astu piiridest üle. Kõik peaks olema kompleksne, loodusel tervikuna peaksid olema õigused.*

*A5: Kui me mõtleme asjast X, siis me peame mõtlema asjast Y ja mida see asjale Z teeb. Ma kuidagi ikkagi tahaksin luua inimestes seda, et kõik on kõigega seotud, ehk siis see lõimumise teema. [...] Kuna see on lai teema ja annab mitmeti käsitleda, siis arvan, et mingil määral on ka ETVs see olemas.*

*A6: Eesti kontekstis seisan elurikkuse eest. Niiduelurikkuse säilitamine või edendamine, erinevate niidutaimede ja sellega kaasneva ökosüsteemi hoidmine. Sellist teemat ETV-s pigem kajastatakse. Ma usun, et jah, „Osoonis“ näiteks on kindlasti kajastatud. [...]*

Analüüsid intervjuudes seda, mida televisioon saaks teha, et aktivistide eesmärk oleks esindatud, tuli mitmeid erinevaid pakkumisi, mida tegelikult võiks mitte ainult avalik-õiguslik televisioon arvesse võtta, vaid üldiselt kõik telekanalid. Toodi välja, et uudistesaadetes võiks rohkem rääkida keskkonnateemadest ning selgitada põhjalikumalt, miks probleemid on ja kuidas need on tekkinud. Ka uudistesaadetes saab kasutada erinevaid esitusviise, et vaatajale võimalikult hästi keerukaid teemasid lähemale tuua. Keskkonnaga seotud teemad on igapäevased ja alati inimeste ümber. Seega saaks nendest rääkida kogu aeg ning ei pea jääma kinni uudisväärtuste kriteeriumitesse.

*A1: Näiteks reaalaajas toimuvad mingid otselülitused. Seda võiks uudistesaadetes rohkem sees olla, et ja neil on see võimalus olemas. [...]*

*A2: Esiteks, nad võiksid rohkem läbimõeldumalt tähelepanu pöörata ka uudistesaadetes, mis toimub looduskeskkonnas, mitte ei näita lihtsalt armsaid nunnusid jäneseid kuskil puuris, vaid seal juures võiks olla see aspekt, et vaatajad tajuksid ka seda psühholoogilist mõju. [...]*

*A6: [...] No mida otseselt teha saaks, ongi see, et rohkem ka uudistesaadetes keskkonnateemat sisse tuua. Kui me võtame näiteks, parima eetriaja, siis ETV-s on sellel hetkel eetris „Aktuaalne kaamera“. See on saade mida vaatavad ju paljud. See ongi võimalus, kuidas avardada tavainimese maailmapilti nendel teemadel. Kui me ainult keskkonnasaadetes keskkonnateemasid sügavamalt käsitleme, siis ongi see, et need inimesed, kes juba tunnevad huvi ja muret, siis nemad jälgivad. Aga need inimesed, kellel on rohkem ükskõik või kelle jaoks ei ole nii prioriteetne, siis nad lihtsalt ei puutu kokku keskkonnateemadega piisavas mahus. [...]*

Uuringus jõutakse ka selleni, et aktivismi kui aktivistide poolt ellu kutsutud tegevust ei peaks televisioon otseselt kajastama. A3 sõnul ei ole eesmärk omaette, televisioon ja ajakirjandus peavad või võiksid keskkonnateemasid kajastada aktivismi kaudu või selle abil, aga mitte sedasi, et

põhifookuses on aktivism ja siis alles teema. A3 leiab, et keskkonnaprobleem, mida kajastatakse, on teema või uudis nagu iga teine ning ei peaks seda kõrvutama olukorra või hetkena, mille on esile kutsunud üks kindla eesmärgiga grupp ühiskonnas, antud kontekstis aktivistid.

*A3: Ma ei leia, et aktivismi esiletõstmine iseenesest oleks kuidagi väärtus või nagu eesmärk iseenesest. Ajakirjanduse ülesanne on tõstatada probleeme. Minu meelest ei peaks ajakirjandus ootama keskkonnaküsimuste kajastamisel, kuni tulevad mingisugused aktivistid, kes selle tõstatavad. Ajakirjandus peaks keskkonnakriise käsitlema nagu nende objektiivsete probleemidena, mis need on, mitte nagu ühe huvigrupi erilise huvina. Me lõpuks kõik, inimestena, vajame toimivat looduskeskkonda. [...]*

Intervjueeritavad leiavad, et televisioon peaks kriitiliselt ennekõike hindama seda, millised allikad tele-eesis sõna saavad võtta. See on oluline, sest eksperdid, kes päriselt puutuvad keskkonnateemadega kokku, on tunduvalt usaldusväärsemad kui ametnikud või poliitikud, kelle suhtes on juba eos vaatajatel teatud kahtlused. See tähendab, et tavaliselt ei kiputa uskuma, mida räägitakse, kuna jutt on enamasti poliitiline ja bürookraatlik. Looduskaitsjad või aktivistid oskaksid neid keerulisi teemasid paremini inimkeelde tõlkida ja rääkida nendest päriselt, otse ja ausalt nii, et vaatajad nendest kõige paremini ka aru saaksid.

*A4: Televisioon platvormina võiks anda veel rohkem sõna ja eetrit inimestele, kes on teemaga kursis, olgu nendeks siis looduskaitsjad. Puudub huvi, et tavainimese jaoks ei ole need tema elu puudutavad sündmused. [...]*

*A7: Nad võiksid, kui nad midagi kajastavad, mitte võtta ainult ministeeriumi või ametnike seisukohta, vaid ka nende inimeste seisukohti, kes näevad nagu kogu asja tervikuna. Näiteks ökoloogid ja kalateadlasi on erinevaid. See uudis, mida nad nagu kajastavad, peaks alati vastama küsimusele, kas see seisab avaliku hüve eest või mitte? Et kas on kaldu kellegi kasumi poole, siis see ei ole see, mida ETV peaks kajastama. [...]*

Üks huvitav tõsiasi, mis intervjuus ühe keskkonnaaktivistiga välja tuli, oli see, et tegelikult mängib televisiooni visuaalne pilt ka väga suurt rolli keskkonnateemade kajastamises.



*A5: Kui tehakse asjast X uudis, siis võiks mõelda, kas või millist kujundust sealjuures kasutatakse, millist pilti selle juures kasutatakse. Kui me räägime kuumalainetest, siis ei ole väga tark panna pilt sinna juurde päevitavatest inimestest. [...] Seoste loomine on oluline.*

## **6.5 Televisiooni ja ajakirjanduse roll keskkonnaaktivismi edendamisel**

Vastajad märkisid, et televisioon ja ajakirjandus ei peaks otseselt aktivismi kui tegevust edendama. Nad väitsid, et see ei peaks olema eesmärk omaette. Kui kõik inimesed mõistaksid keskkonnaprobleeme ja saaksid päriselt aru, et need on 21. sajandi suurimad murekohad ning ajakirjandus neid ka kajastaks, siis praktiliselt poleks keskkonnaaktivismi üldse vaja. Ajakirjandus peaks kajastama kõike võimalikult objektiivselt ning leidma need teemad ise ühiskonnast üles. Intervjueeritavad leiavad, et ajakirjaniku näol on tegemist inimesega, kes võtab vastutuse informatsiooni edasiandmisel, tehtud peaks olema põhjalik eeltöö ning kogu informatsioon kontrollitud.

*A3: Ma ei ole kindel, et ajakirjandus peaks aktivismi edendama. Ajakirjandus peaks tõesti kajastama seda, aga ma ei ütle, et ajakirjandus peab olema keskkonnaaktivistide suhtes soosiv. [...]*

*A4: Ajakirjanikul endal peaks olema, kas või huvi teha sellest lugu, mis on informatiivne, millega tegelikult ka näiteks on võimalik luua seoseid, et keskkonnaprobleemid ju ei teki iseenesest. [...]*

*A5: Mulle tundub, et üks näiteks uuriv ajakirjanik või saate eestvedaja võiks olla vähemalt ambitsioonikam, et päriselt kogeda ka seda kogemust, kus iganes ta siis viibib. Näiteks Astrid Kannel, kes päriselt Ukrainas sõda käis kajastamas. Selle tulemusena oleks ka aktivismi lihtsam edasi anda, sest tekib vahetu kogemus. [...] Roll on olla vahetum ja lähemal nagu päris maailmale, mitte olla kirjeldav vaid pigem uuriv.*

*A6: [...] Pikas plaanis ilmselt ei peaks aktivismi edendama, sellepärast et aktivism ikkagi reageerib mingitele suurtele, mitte piisavalt tähelepanu saanud probleemidele, mis on hästi tõsised. Üldpildis peaks ju olema niimoodi, et kõik tõsised probleemid saavad piisavalt palju kajastust, nendega tegeletakse ja sellist suuremat aktivismi ei olegi vaja. Näiteks koroon, Ukraina sõda, need saavad piisavalt palju kajastust. Meil ei ole vaja tänavatel aktiviste, kes üritaksid sellele kuidagi otseselt veel rohkem tähelepanu tõmmata. [...]*

*A7: Ajakirjanik peab olema neutraalne ja siis mingid teadmised peaksid ajakirjanikul olema, et saada aru sellest, kui talle räägitakse vale juttu. Minu meelest peaks nagu aru saama, et keskkonnateemad on reaalselt olemas, see on nagu kõigile kajastamiseks, kui ajakirjanik ise on selles osas rumal, siis on toimetuse vastutus, et neid teemasid ikkagi kajastatakse. Ei saa olla nii, et okei, et minu valdkond on see, mind ei huvita, mis seal kõrvalvaldkonnas tehakse. [...]*

Intervjuude käigus selgus, et aktivismi kajastatakse siiski üsna erinevalt ning sellega seoses kuvatakse ka otseselt vaatajatele väärarusaamasid. Ühiskonnas laiemalt on oluline mõista, et aktivism on pigem midagi positiivsemat kui pelgalt lihtsalt üks äkiline tegevus, millega on seotud väga jõulised inimesed, kes on surutud sellesse ühte kasti. Uuringus osalejad rõhutavad, et aktivismi tuleb kajastada samuti objektiivselt ning esmatähtis on aru saada, millega on tegelikult tegemist. Televisiooni ja ajakirjanike roll on mõista, et aktivism on osa normaalset ühiskonna toimimisest ning ei kuulu eraldi niši kategooriasse, mida peaks kuidagi teistmoodi kajastama, raamistades või üldistades, mis on väga vale arusaam.

*A1: Tähtis on see, et ajakirjanik peab olema asjaga kursis, et seda teemat üldse kajastada. Ta peab olema ette valmistatud. Erinevad allikad, nii poolt kui vastu, peaksid saama võrdsel hulgal eetriaega. See on oluline, et ei tekiks kaheti mõistmist. Ta peab aru saama, et räägib justkui haruldasest liigist. Täie tõsidusega ning ilma järeleandmisi tegemata. Eestis on aktivism üldse haruldane liik. Kui sa kajastad seda valesti, siis hävitad selle haruldase liigi lihtsalt ära, kuvades hoopis teise ja väära arusaama.*

*A2: Noh, kui noored kliimaaktivistid maailmas neid maale loopisid, siis see oli nende väljendusviis saada tähelepanu. Mitte keegi ei mõelnud sellele, mis viis neid selleni? Nad olid lihtsalt nii nurka surutud. Neil ei olnud väljendusviisi. Neil ei olnud riikliku meedia toetust, mitte midagi. Ja seejärel tulid nagu haavatud loomad. Kui sa lihtsalt üritad neid ühiskonnast ära lõigata, seda hullemaks nad lähevad, seda ettearvamatuks nad muutuvad ja seda suuremat jama nad võivad endale ka teadmatuses kaasa tõmmata. [...]*

*A3: [...] Hiljutise Poola põllumeeste protestil ei räägitud neist kui põllumeestest, kui vandaalidest või kurjategijatest, neist räägiti kui meelevaldajatest. Samas kui näiteks aktivistid, kes istuvad tee peal, siis neist tihti räägitakse nagu teiste sõnadega, pigem kurjema alatooniga. Aktivistid on nad mõlemad, neil on lihtsalt erinevad eesmärgid, mille nimel nad oma aktivismi teevad. Aktivismi ja aktivismi kajastus on üsna erinev. Seega ei tohiks televisioon ja ajakirjandus tekitada vääriti mõistmist vaatajal. Seda tuleb vajadusel rõhutada. [...]*

*A6: [...] Tavainimesele jääb ikkagi mulje ajakirjanduse vahendusel aktivismist, nagu hullumeelsest, radikaalsest tegevusest, mida ta muidugi ühest küljest on, aga noh, see ongi see, probleem ise ei tõstatu, see ei tõuse esile. Ajakirjanduse eesmärk peakski olema just sisuliste probleemide esiletõstmine mitte niivõrd isikutel ehk aktivistidel. [...]*

Intervjuudes osalenud aktivistidel paluti kirjeldada ajakirjaniku rolli keskkonnaaktivismi kajastamisel. Üsna üheselt vastasid osalejad, et oluline on kajastada probleemi ning selle sisu, mitte niivõrd aktivismi, mis on selle probleemi tõstatamiseks ellu kutsutud. Intervjueeritavad toonitasid kriitiliselt, et ühiskond ei vaja arutelusid aktivismi üle, vaid markantne on teemapüstitus ise. Aktivistid soovivad, et ajakirjanikud võtaksid kohustuse minna teemasse süvitsi sisse ning kajastada lugu põhjalikkusega ning teha seejuures oma tööd väga pühendunult.

*A2: Ajakirjanduse roll peaks olema ennekõike lubada nii öelda avalikkuse ette esmalt kontrollitud ja tõene info. Ennekõike info tõesus ja rohkem tähelepanu pöörama teemale. [...]*

*A3: Ajakirjanikud peaksid keskkonnaaktivismi kajastamisel asetama aktivismi keskkonnakriisidesse konteksti. Seetõttu peaksid ajakirjanikud keskkonnaaktivismi kajastades hõlmama kajastuses ka selgitust kõnealuse keskkonnaprobleemi kohta, et ei jääks ekslikku muljet, nagu korraldataks aktivismi korraldamise enese pärast. Aktivismi kajastamisel peaks ajakirjanike roll olema anda sõna ka aktivistidele endale, et nad saaksid oma tegevust ja tausta selgitatud, mitte üksnes kõrvaltvaatajatele. [...]*

*A5: Arvan, et ajakirjanikel on oluline roll keskkonnaaktivismi kajastamisel, kuna nende töö võib mõjutada üldsuse arvamust ja teadlikkust keskkonnaprobleemidest ning ka lahendustest. Ajakirjanikud võiksid püüda anda tasakaalustatud pilti keskkonnaaktivismist, esitades erinevaid vaatenurki ning andes sõna erinevatele osapooltele. [...]*

*A6: Oluline ongi ajakirjanikul endal süüvida teemasse, mõista seda aktivismi poolt. Loomulikult peab ajakirjanik olema sõltumatu, teiste osapoolt vaateid uurima ja üritada ilma liigset emotsionaalsust sinna juurde lisamata, et seda kajastada. Ajakirjanik ei peagi ise siis aktivist olema, aga kui probleem on äärmiselt tõsine, siis ajakirjanik peaks selle suutma ka niimoodi välja joonistada. Esiplaanil oleks mitte aktivism, vaid ikkagi see probleem, mida siis aktivistid üritavad esile tuua. [...]*

*A7: [...] No see vastutus ongi see, et see on oluline teada saada, milles asi. Ajakirjaniku võimalus on keskkonnateemadest rääkida ja keskkonnaaktivistid on paraku need, kes püüavad saada seda teemat pildile. Ajakirjanikud hakkavad sellest aga siis päriselt rääkima. Võib-olla ei olegi vaja keskkonnaaktivismi, sest tegelikult keskkonnaaktivist ei peaks üldse olemas olema, kui kõik teised läbi oma tööde teeksid ära selle, mida aktivistid - näiteks ajakirjanikud. [...]*

Samuti tuuakse välja, et ajakirjanikud peaksid ise rohkem pingutama ning olema ambitsioonikamad. Uurima lisaks, et olla ise professionaalsemad, et nendel teemadel osata kaasa rääkida, millega nad tavapäraselt nii pädevad pole tegelema. Keskkonnateemade kajastamisel ja üldse aktivismi pildis hoidmisel on oluline roll uurival ajakirjandusel. Nagu eelnevalt analüüsis

mainitud, ei ole esmane eesmärk lihtsalt seletada, vaid välja selgitada. Murekohtade uurimine ja võimalike lahenduste leidmine ajakirjanduses on üheks suurimaks nii-öelda töövõiduks aktivistidele, sest siis tajutakse, et nad ei ole üksi ning avalikkus väärib õige teabe saamist, mis on üks aktivismi olulisematest eesmärkidest.

*A1: Ajakirjanduse olemuslik roll peaks olema toimuva adekvaatne ja selge ning kõigile arusaadav kajastamine. Siin võib tulla muidugi möödarääkimisi, nimelt võib olla aktivisti ja ajakirjaniku kultuurilised taustad väga erinevad. Teineteist ei pruugita mõista, sest ajakirjanikud kipuvad pigem jääma kinni meil levinud ja ainuõigeks peetavatesse dogmadesse. [...]*

*A4: Ajakirjanikud peaksid võtma keskkonnaaktivismi kajastamisel põhjaliku vahendaja rolli. Ehk siis tahtma mõista ja edasi anda publikule aktivistide motiive ja nendega seotud looduskaitselisi probleeme. Kui aktivistide teod on suunatud paljastamaks keskkonnakuritegusid siis võiks ajakirjanik võtta uuriva rolli, teha uurivat ajakirjandust, et kontrollida üle avalikkuse jaoks fakte ja anda lugejale parem arusaama toimunust. Ajakirjanik peaks vastutama, et tema kajastatud sisu ei pisendaks keskkonnaprobleeme ega õigustaks loodusvaenulikke tegevusi. [...]*

Televisioon mängib üsna suurt rolli inimeste eludes, pakkudes nii informeerivat sisu kui ka meelelahutuslikumat poolt, mida on lihtsalt tore jälgida. Aktivistid leiavad, et televisioon on hea platvorm sõnumi levitamiseks, aktivismi abil probleemide tõstatamisel. A6 sõnul kõnetab televisioon kindlat osa auditooriumist, sõnum jõuab paremini vanemate inimesteni, kes võib-olla tarbivad televiisiooni rohkem ning teine asi on üldiselt kogu auditooriumi suurus. Televisiooni jälgijaid on väga suur hulk inimesi, erinevast soost ja vanusest. Seega on see ideaalne platvorm jõudmaks väga erinevate ühiskonnagrupideni. Tänaeni on aga see potentsiaalne ressurss kahjuks kasutama jäänud.

*A3: Vähemalt Eesti kontekstis, mul on tunne, et see ikkagi on võimaldanud meil jõuda palju-palju kaugemale, kui me jõuaksime mingisuguste oma vahenditega. [...]*

*A4: Televisioon on mingis mõttes võib öelda, et potentsiaalide rikas. Pilt ja heli, emotsioone tuleb läbi liikuva pildi ja heli, et see päriselt näed, umbes kuskil põleb, et kuidas näeb välja maastik. Et kuskil see probleem eksisteerib. [...]*

*A6: Televisiooni jälgib pigem keskealine või vanem ühiskonnagrupp. Televisioonil on võimalus kõnetada just nagu neid inimesi, kes siis võib-olla muudes kanalites, näiteks sotsiaalmeedias, ei ole nii aktiivsed. Seega jõuavad ka keskkonnateemad paremini just nendeni, kelle peamiseks informatsiooniallikaks on televisioon.*

Siiski leiavad osad uuringus osalejad, et televisioon jääb aktivistidele pigem kaugeks. Kuna valimisse kuulusid erineva taustaga keskkonnaaktivistid, siis on igati loogiline, et kõikidel aktivistidel on televisiooniga erinevad kogemused. Siinkohal ei saa aga teha ka suuri üldistusi, samas saab tuua aga välja puuduseid ja tugevusi. Kui me mõistame, millised on puudused, siis on võimalik nendele leida ka võimalikud lahendused. Seeläbi saaks koostööd veel paremini korraldada. Televisioon peaks olema rohkem avatum ning pakkuma ise erinevaid võimalusi aktivistidele oma hääle levitamiseks.

*A1: Ega väga kauge. Nad on Facebookis või siis üldse suletud suhtlusgruppides, kuhu tegelikult võõrast väga ligi ei lasta isegi. Kui sa nagu natukenegi oled ajakirjaniku lõhnaga, tegelikult minnakse vaikselt peitu. [...]*

*A2: Televisioon on meediaplatvorm, mida meil ei ole õnnestunud kasutada. See on fundamentaalselt strateegiline osa ühiskonnaga suhtlemisel. Nemad liigutavad väga suures mahus informatsiooni, mis mõjutab kogu ühiskonda. Sellega kaasneb ka väga suur vastutus, meeletult suur vastutus. [...]*

*A5: Televisioon on aktivistidele üpriski täiesti kuidagi tunnetuslikult nagu vähem kättesaadav, kui trükimeedia versus televisioon. Meie kindlasti pääseme paremini nii-öelda kirjutama oma arvamust, nii-öelda kirja teel avaldama. Ilmselt keskkonnateemad ei ole piisavalt atraktiivsed, et nendest televisioonis rääkida. [...]*

*A7: Närvesööv, no sellepärast, et ta ei tee seda, mida ta peaks tegema. Ka ei aita kaasa, ta tühistab aktiviste. [...]*

## **6.6 Televisiooni ja ajakirjanike roll keskkonnakajastuse fookusesse võtmisel**

Kui ajakirjanikud ja televisioon teabe levitamise platvormina võtavad eesmärgiks muuta keskkonnavaldkonna kajastamise vajalikuks, et nendest rääkida ja teemade üle arutleda, siis leiavad kõik uuringus osalejad, et senine keskkonnakommunikatsioon paraneks oluliselt ning keskkonnavaldkonna kajastus muutuks palju paremaks. Aktivistid märgivad, et kui ajakirjanikud on oma töös professionaalsed, otsivad välja kõige sisukama informatsiooni ning televisioon aitab seda tööd avaldada, siis on juba päris palju pingutatud, et inimesteni oma sõnumiga jõuda.

*A1: Kuidagi on vaja raamidest välja mõelda. Ongi vaja kajastada neid teemasid, millest kardetakse rääkida. Muutuste tagamiseks on vaja julgust, et probleemidest rääkida. Ajakirjanik on inforehitseja, äärmiselt oluline inimene, televisioon kannab ja viib loo inimesteni. [...]*

*A2: See annaks mõju kõige kõrgemasse ladvikusse välja, siis ka poliitikud Toompeal vaatavad ja saavad ehk aru. Aga see peaks olema iseenesestmõistetav osa programmist, nagu on kõmu, poliitika või majandus. [...]*

*A4: No see, kui palju sa viitsid tööd teha, nii et ikka oleks, millega mõjutada. Kui ajakirjanik viitsib rohkem tööd teha, selle uudisnupukesega, siis tuleb ikka parem kajastamine. [...]*

*A5: Ma arvan, et, sellel oleks väga suur positiivne mõju televisioonile ja ajakirjandusele. Jah, esiteks need kaks omavahel teeks koostööd. Mõtleks nagu läbi, tööplaanid, mis iganes. Et kui ajakirjanikud pingutavad ja televisioon on platvorm selle jagamiseks, siis ilmselt kui ajakirjanikud on piisava huvi ja ka mingisuguse taustaga varasemalt, siis keskkonnateemade kajastamine televisioonis muutuks kindlasti atraktiivsemaks.*

*A6: Kui ajakirjanik tahab, teab, siis keskkonnateemad on pigem nagu positiivselt kajastatud ja on saanud nagu tähelepanu. Küsimus ongi selles, et kui palju nagu neid ajakirjanikke, siis on, kes siis väga ise tahavad. [...]*

*A7: Hakkaks kajastatud saama, ma arvan, selles mõttes ja siis ei oleks niimoodi, et keskkonnaorganisatsioonid ainult muudkui teevad meeleheitlikke pingutusi. Iga päev peaks olema mitu inimest, kes räägivad, mis toimub keskkonnaga. [...]*

Kuna ajakirjandus, sealhulgas televisioon, mõjutavad seda, millest ühiskonnast räägitakse, siis leiab A3, et kui ajakirjanduses keskkonnateemasid ei kajastata, siis on keeruline inimestele teha selgeks, et need murekohad, looduskeskkonnaga seotud kriisid on tõsised. Ühiskonnas on see arusaam, mis võiks tegelikult kehtida igasuguste teemade puhul, et kõige tõsisemad teemad peaksid saama ajakirjanduses kindlasti kajastatud. Olgu selleks siis sõda Ukrainas või kliimamuutuste tõttu toimuvad looduskatastroofid.

*A3: Kui keskkonnateemasid kajastatakse puhtalt mahu poolest rohkem, siis ilmselt ühiskonnas suureneks arusaam, et meil ongi käes keskkonnakriisid, et meil on midagi väga tõsist, mis on väga oluline, mis on oluline umbes samal tasemel nagu Ukrainas toimuv sõda on meie julgeoleku jaoks oluline ja koroonapandeemia oli meie tervise seisukohalt oluline, et keskkonnakriisid on meile eluliselt vähemalt võrreldavalt olulised. [...]*

## **6.7 Televisiooni kui meediumi mõju vaatajate keskkonnateadlikkusele**

Uuringus analüüsiti televisiooni võimalikku mõju vaatajatele ning püüti lahti mõtestada, kas televisioon võiks anda reaalselt tõe, et inimene muudaks midagi oma elus, et hoida või säästa ise indiviidina looduskeskkonda enda ümber. Jõuti arusaamale, et kui televisioonis kajastatakse keerulisi keskkonnaküsimusi piisavalt selgelt, siis on võimalik pelgalt juba liikuva pildi abil paremini inimesteni jõuda.



*A1: [...] Televisioonil on võimalus pildi- ja visuaali ja heli edasiandmisel. See aitaks ka tegelikult ka keskkonnast põhimõtteliselt paremini inimestele ajusoppi jõuda.*

*A2: Ja, inimene võtab omaks selle, mida ta ekraanil läheb. Kui telekas leiutati, saadi kohe aru, et see on üks kõige võimsamaid mõjutusvahendeid. Hitler kasutas seda. Tegi filme, et allutada rahvast. Seda on juba ajaloos korduvalt järgi proovitud.*

*A5: Tuleks alustada nendest nii-öelda kõige väiksematest sammudest ja ma arvan, et sellist meediat ja televisiooni on ka vaja endiselt kõrvale, sellepärast et inimene on selline, kes ei suuda hoomata mitut tuhandet asja korraga. Televisioon aitab luua süsteemse muutuse, mis aitab kujundada ka inimeste arusaamasid. [...]*

Uuringus osalejad leiavad, et vaatajale surutakse õlgadele liiga suur vastutus. Inimesi surutakse kuhugi nurka ning neile pannakse peale liiga suured kohustused. See tekitab paratamatult inimestes ängi ega ei vii otseselt tegudele. Seetõttu võib televisiooni üldine mõju jääda üsna tagasihoidlikuks, kuna inimesed ei hakka erilisi muutusi oma ellu tooma, kui neile pigem selgitatakse seda, et tegemist ei ole ühiskonnas suure probleemiga, vaid pigem väiksema taseme murega.

*A3: Uudistesaate eesmärk on pigem just informeerida ja inimene saab ise otsustada, mis ta selle teabega peale hakkab. Siiski on see tendents suurem, kus kogu vastutus pannakse pigem vaataja peale, et küll sina pead käima pakendivabas poes jne. See hoiab ja toetab seda narratiivi, et see on sinu individuaalse elustiilivalikute küsimus, mitte tegelikult nagu kogu ühiskonna küsimus. [...]*

*A7: Televisioon ei peaks ainult üksikisikut kogu aeg panema püünele, vaid ametkonnad võiksid ka olla kaasatud. ETV praegu ilmselgelt nagu ta on väga ringkondade hääletoru, aga tegelikult ta ei peaks seda olema. Tõuke võiks anda see, kui inimesed saaksid aru, et nad ei ole ise süüdi üksikindiviidina. [...]*

Intervjuudes osutasid kaks aktivisti (A4 ja A6) väga huvitavale aspektile, nimelt saatejuhtidele. Ka nemad omavad väga suurt rolli arvamuse ja hoiakute kujundamisel. Kuna saatejuhid või reporterid on enamasti usaldusväärsed karakterid, siis arvavad uuringus osalejad, et vaatajatel tekib just

nendega emotsionaalne side ning seeläbi suureneb usaldus ning informatsiooni võetakse paremini vastu.

*A4: Televisioon tuleb sinu isiklik ruumi ja sa harjud selle sõbraga, sa usaldad neid. Näiteks saatejuht seal, ma usun, et kui nemad sulle räägivad ja näitavad mingeid asju, mõjutab küll paljusid inimesi. See, et saatejuht midagi edasi kannab, see on juba ka nagu oluline, sest inimestel on tekkinud selle saatejuhiga varasemalt mingi kontaktide. [...]*

*A6: Üldjuhul diktorid ja saatejuhid ongi usaldusväärsed, sest nemad on ikkagi suhteliselt sõltumatu mulje jätnud, on objektiivsed ja siis see, kuidas nemad küsimusi esitavad, mis nurkade alt nad lähenevad mingitele teemadele. See kindlasti aitab ka vaatajaskonna arusaamu suunata. Saatejuht on ikkagi see, kes selle suuna nagu kätte annab, et kuidas suhtuda.*

Vaatajate keskkonnateadlikkus suureneks, kui osataks õigetel viisidel lugu jutustada, sellele osundati ka intervjuudes. Õigesti üles ehitatud lugu hoiab vaatajat kauem endaga ning viib ta kaasa rännakule, mis suudab palju paremini selgitada keerulisemaid teemasid. Ajakirjanikul lasub kohustus sellise narratiivi loomiseks, mis ühendaks võimalikult suurt hulka inimgruppi. Seega peaks lugu olema mitmekülgne ja innovaatiline, et tähelepanu köita.

*A1: Kõigepealt peab muidugi meelitama selle inimese tähelepanu endale. Kõige aluseks on hea narratiivi loomine, sahmakas + lugu. Ongi vaja tekitada võib-olla sellel inimesel samastumist tunne. Tuua inimestele lähemale. Näidata, et ka keskkonnaaktivistid on tavalised inimesed.*

*A3: Teatud narratiivi loomine on tegelikult ülimalt oluline ja kuidas on lugu üldse jutustatud, kuidas sa alustad loo jutustamist. See aitab vaatajal paremini mõista. Televisioon saab helis ja pildis nii palju ära teha. Vaatajale jutustab kogu lugu iseenesest. Ajakirjanikul on see kohustus lugu üles ehitada koos seostega, mis puudutavad otseselt looduskeskkonda.*

*A5: [...] Kui eesmärk on mõjutada, luuakse see vau-efekt, siis inimestele jääb ehk paremini meelde. [...]*

*A6: Sellest, kuidas ikkagi ajakirjanik seda kajastab, sõltub see, missugused erinevad arutelud selle vaatajaskonna sees hiljem tekitavad, mida igapäevaselt räägitakse. Nii suuremate debattide kui väiksemate arvamusevahetuste puhul on olulisel kohal diskussioon. Esiteks auditoorium mõistaks erinevaid probleeme, saab aru, kuidas need tekivad, mis on juurpõhjus, mis kohe võib-olla peale vaadates välja ei joonistu.*

Usaldusväärsed karakterid, kes televisioonis narratiivi konstrueerivad ja sellest järeldusi oskavad teha, aitavad vaatajatel teatud küsimustes paremini selgusele jõuda. Aktivistid järeldasid, et ehk aitab see inimesel paremini tajuda, et iga väiksema indiviidi tegu aitab liikuda parema tuleviku suunas. Tekib sisemuses julgus suunata teisi ning olla ise eeskujuks.

*A2: Inimesed ilmselt julgeks öelda oma tuttavatele ka, et nii ei tohi. Nii ei saa. Seega julgus on üks asi ja, ja valmisolek nagu päriselt välja astuda, kui selleks on vajadus. [...]*

*A4: [...] Kui inimesed kuulavad eksperte omamata ise teadmisi antud valdkonna kohta, siis mõjutab ikka küll. Inimesed usaldavad neid, kes tunduvad väliselt usaldusväärset. [...]*

*A7: Võikski olla see, et igäüks saaks aru, et Ta saab midagi ise ära teha, mitte ainult prügi sorteerida.*

## 7. JÄRELDUS JA DISKUSSIOON

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli välja selgitada Eesti Televisiooni (ETV) senine roll keskkonnateemade käsitlemisel keskkonnaaktivistide vaatenurgast ning hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele ja suhtumisele keskkonnaprobleemidesse. Samuti oli eesmärk aktivistide abiga määratleda televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel.

Peatükis esitatakse bakalaureusetöö peamised järeldused kahe uurimisküsimuse kaupa, analüüsides ja diskuteerides tulemuste üle ning toetudes sealjuures töö teoreetilise osa materjalidele. Seejärel tuuakse välja meetodi kriitika ja edasised uurimisvõimalused.

**Esimene uurimisküsimus: Kuidas hindavad keskkonnaaktivistid Eesti Televisiooni (ETV) senist rolli keskkonnavaaldkonna käsitlemisel?**

Intervjuude põhjal saab järeldada, et keskkonnavaaldkonna käsitlemine on Eesti Televisiooni eetris olnud siiani üsna minimaalne. Peamiselt toimub keskkonnateemade kajastamine põhjalikumalt vaid keskkonnavalalases saates „Osoon“ või uudistesaaates „Aktuaalne kaamera“. Pigem saavad kajastatud päevakajalised teemad, mis on seotud poliitikaga, igapäevaelu või tarbimisharjumustega, näiteks pakendite sorteerimine või panditagastus. Uuringus osalejad on veendumusel, et Eesti Televisioonis räägitakse loodusest ja keskkonnast üldse väga vähe. Näiteks on üldiselt alakajastatud need teemad, mis räägiksid vajadusest loodust hoida.

Uuringus osalejad leiavad, et Eesti Televisiooni senine roll keskkonnavaaldkonna käsitlemisel ei ole olnud piisav. See on olnud pigem neutraalne, kajastades keskkonnaküsimusi väga lühidalt ning teemasse mitte süvenenult. Ameerika Ühendriikides 2009. aastal läbi viidud teadustöö tulemustest järeldati, et televisioon on efektiivsem meedium võrreldes ajalehtedega (Riffe & Hrach, 2009). Aktivistid leiavad, et Eesti kontekstis on pigem tegemata jäetud palju ning vähemalt Eesti Televisioonil puudub ambitsioon keskkonnateemade eest seista. Televisioonil on suur valikuvõimalus erinevate teemade kajastamiseks ning väljendamiseks, kuid kahjuks pole

keskkonnaalaldkond eriliselt keskkonnasaadetest välja saanud. Kui keskkonnateemad surutakse ühte kindlasse nurka või kategooriasse, siis neid kipuvadki vaatama peamiselt need inimesed, kes sellest teemast on huvitunud. Eesmärk peaks olema aga laiem ning sisu peaks olema mõeldud kõigile vaatamiseks, erinevates programmides ning saadetes.

Keskkonnaaktivistid leiavad, et senine programm pigem seletab ja annab mõista, et midagi toimub, aga samas ei loo seoseid ega aita vaatajatel jõuda äratundmiseni, et keskkonnaprobleemid ei ole tekkinud iseenesest, vaid on otseses seoses erinevate eluvaldkondadega, näiteks tööstusega, majandusega ja isegi haridusega. Tänapäevani tutvustakse vaatajale keskkonnaprobleeme, kui probleeme, mis on tekkinud iseenesest, kuigi tegelikkuses on need põhjustatud inimeste endi teadmatuse poolt.

Kui tugineda Euroopa Ringhäälingute Liidu poolt välja töötatud avalik-õigusliku ringhäälingu ühele põhiväärtusele, milleks on vastutus ehk pühendumine täpsusele ja asjakohase teabe esitamisele, siis leiavad aktivistid, et Eesti Televisioon seda rolli ei täida. Ajakirjanikud ei süvene teemasse ega võib-olla isegi ei oska sügavamalt uurida ning võivad ekslikult ja ebatäpselt kajastada keskkonnateemasid. Selle tingib asjaolu, mis ka intervjuudes välja toodi, et ajakirjanikud ei saa ülikoolis vastavat haridust või lisatoetust kursuste näol, et nad üldse oskaksid kirjutada, kajastada või meedias, sealhulgas televisioonis, keskkonnateemasid tõstatada.

Sotsioloog Anthony Giddens, kes defineeris agentsuse mõiste ja selgitas, et see on indiviidi võimekus tegutseda ühiskonnas, kui talle antakse selleks piisav hulk ressursi ja teadmisi (Vihalemm, 2013). Avalik-õiguslik televisioon peaks andma aktiivsetele kodanikele võimaluse tarbida harivat ja universaalset (probleemid nii kohalikul kui ka globaalsel tasandil) sisu ning vaatajad võiksid eeldatavasti saada saadetest või programmist üldiselt motivatsiooni, et ühiskonna otsustamisprotsessides kaasa lüüa. Aktivistid hindavad sellise võimaluse Eesti Televisiooni puhul peaaegu nullilähedaseks.

„Osooni“ saates näidatakse ilvest ja jutustatakse sealjuures lugu, kuidas tegemist on Eesti kontekstis juba haruldase liigiga, mainimata, miks ilves on haruldane liik. See tähendab, et tema elupaiksid tegelikult hävitatakse ning liigi arvukus on Eestis vähenenud. Sellest ei räägita ning

seoseid ei looda. Aktivistid väidavad, et inimesed ei reageeri ilusatele asjadele. Vaja on sügavamalt sisu ning arusaama, et lugu vajab jutustamist õigete narratiivi põhimõtete järgi.

Siiski inimesed, keda keskkonnateemad päriselt huvitavad, võivad leida Eesti Televisiooni programmist endale sobiva saate, mis neile pakub nii informatiivset kui ka meelelahutuslikumat sisu. Probleem võib peituda lihtsalt selles, et suuremad meediatarbijad ja keskkonnast teadlikumad inimesed tõlgendavad televisioonist tarbitud sisu veidi teistmoodi, kui seda teevad tavalised vaatajad. Kõikidele inimestele tuleks võrdselt ja üsna lihtsalt keskkonnateemad nii-öelda koju kätte tuua, mis päriselt paneksid inimesed kuulama ja sisu õiget moodi tõlgendama. Peale saate vaatamist võiks järgneda aktiivne tegevus, kus inimene võtab sisust omaks mingi uue infokilli ning rakendab selle päriselt oma igapäevaellu.

**Teine uurimisküsimus: Milline peaks olema televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel ning kuidas see võiks mõjutada keskkonnateemade kajastamist ja vaatajate keskkonnateadlikkust?**

Aktivistid leiavad, et ajakirjanikud ja televisioon peaksid ennekõike võtma vahendaja rolli ning mitte otseselt edendama aktivismi. Aktivism esineb ühiskonnas eelkõige sellepärast, et tõstatada probleeme, mida pole märgatud või mis on jäänud ilma suurema avalikkuse tähelepanust, aga vajab ilmtingimata päevavalgust. Intervjueeritavad märgivad, et siinkohal tuleb võtta vastutus mitte otseselt kajastada aktivismi, vaid hoopis seda sõnumit, mida aktivismi kaudu levitatakse.

Aktivism on mõjus seepärast, et paistab kõige sagedamini just silma kollektiivse tegevuse kaudu ühendades suurt hulka inimesi, kelle eesmärk on saavutada teatud mõju (Thomas, 2020). Uuringus osalejad leiavad, et pikemas plaanis ei peaks televisioon soodustama otseselt aktivismi, sest kõik ühiskonnas olulised teemad peaksid saama võrdselt kajastatud. Kui Ukraina sõja või koroonaviiruse kajastamiseks ei olnud tänavatele vaja aktiviste, kes probleemide tõsidust püüaksid protestide näol esile tõsta, siis peaks tegelikult ka keskkonnavaldkonda sedasi kajastama. Ajakirjanike kohustus ja vastutus on märgata keskkonnaprobleeme ning sealjuures omada piisavat oskusi, kuidas ühte lugu kajastada, et see sisaldaks seoseid ja päriselt seda informatsiooni, mis inividid agentidena liikuma suunaks.

Intervjueeritavad on seisukohal, et ajakirjanikud peavad jääma aktivismi või aktivistide tegevuse kajastamisel neutraalseks. Rääkima ei peaks sellest, et aktivistide näol on näiteks tegemist noortega või vähemustega, sest see viib otseselt vaatajad eksiteele või suunab fookusest kõrvale. Keskkonnaaktivismi kajastades peab loos olema ka selgitus keskkonnaprobleemi kohta, et ei jääks muljet, nagu korraldatakse aktivismi selle tegevuse enese pärast. See tähendab, et ajakirjanduslik objektiivsus tuleb mängu ka keskkonnateemade kajastamisel. Ajakirjanik on nagu muutuste eestvedaja, kes vastutab otseselt avalikkuse teavitamise eest, kaasates kodanikke muudatuste protsessi (Brooks, 2023).

Aktivistid toovad lisaks välja, et televisioon ja ajakirjanikud peaksid või vähemalt võiksid olla vahetumad, nii-öelda otse sündmuste keskel, milleks televisioonil meediumina on suurepärased võimalused. Vahetu kogemuse loomine aitab aktivismi palju lihtsamini edasi anda. Üks intervjuul osaleja tõi ilmeka näite sõja kajastamisest. Kui Astrid Kannel oli Ukrainas kohapeal, siis samal ajal tema selja taga lendasid pommid. Intervjuul osalenud aktivist leidis, et keskkonnateemasid saaks samamoodi üsna otse ja ausalt inimesteni tuua. See ei ole aktivismi edendamine, vaid selle märkamine teise nurga kaudu. Inimestel tekib paremini arusaamine ning seeläbi mõistetakse loodetavasti ka keerulisemaid keskkonnaküsimusi.

Politoloogia teadlase Robert Coxi (2010) sõnul mängib keskkonnakommunikatsioon tähtsat rolli, et inimesed mõistaksid sisu õigesti. Üks osa keskkonnakommunikatsioonist püüab näiteks mõjutada inimeste käitumist või mõttemaailma, et ka päriselt oma elus midagi muuta, liikudes parema keskkonnakäitumise suunas (Klöckner, 2015). Uuringus osalejad on ühel meelel, et kui ajakirjanikud on teinud põhjalikku eeltööd ning teemaga kursis, siis õigete meetodite abil on võimalik inimeste keskkonnateadlikkust tõsta.

Mitmed uuringus osalenud keskkonnaaktivistid tõid esile televisiooni kui meediumi ühe võimaluse ja eripära, visuaali ja heli edasiandmisel. Kui neid on kasutatud õigesti, siis suudetakse vaatajatele paremini selgitada, mis toimub keskkonnaga ning miks on oluline ise hoolida.

Inimene eeldatavasti usaldab avalik-õiguslikus televisioonis avaldatud sisu. Ta võtab omaks selle, mida ta näeb ning kui see lugu konstrueeritakse nii, et vaataja tunneb, et ka tema elu mingi teatud

aspekt võiks mõjutada, siis on suur tõenäosus, et inimene kuulab, märkab ja oskab teha juba ise järeldusi.

Keskkonnaaktivistid töid välja, et kui inimeste teadlikkus keskkonnaküsimustes on piisavalt suur ja inimest huvitab see teema, siis suureneb indiviidides julgus. See tähendab, et ollakse valmis ütlema ka teistele, kuidas näiteks keskkonnateadlikumalt käituda. See võib ideaalses maailmas tekitada ahelprotsessi, kus inimesed lõpuks grupina täidavad ühist eesmärki ja liiguvad positiivsema tuleviku suunas.

Siiski selgus, et televisioon on siia maani pannud liiga suure vastuse inimestele endile, mis tegelikult nii ei peaks olema. Sellise narratiivi loomine on aktivistide sõnul väär, sest tekitab kohe vaatajas tunde, et tema üksinda ei suuda nagunii midagi muuta.

Sotsiaalse identiteedi teooria seisukohalt on ühise mõttemaailmaga inimestel oluline kuuluda gruppi ja samastuda (Hornsey, 2008). Televisioon võiks läheneda sellest vaatenurgast, et ühendada inimesi teatud grupina, kellele on oluline olla keskkonnateadlik ning anda seda lisa motivatsiooni ise edasi uurimiseks ja probleemide vastu võitlemiseks. Üksinda võib tekkida lootusetuse tunne, aga grupina suudavad inimesed palju rohkem üheskoos saavutada. Keskkonnateemade mõistmisel on oluline kuuluda sellese teatud gruppi, kuna keskkonnavaldkond on väga lai ning mõjutab igat inimest.

## **7.1 Meetodi kriitika ja edasised uurimissuunad**

Uurimistöö käigus intervjueriti kokku seitset keskkonnaaktivisti, mis on üsna väike osa Eesti keskkonnaaktivistidest. Seega ei saa nende seitsme aktivisti arvamustele ja hinnangutele tuginedes kokkuvõtlikult teha suuri üldistusi ja järeldusi Eesti Televisiooni keskkonnakajastuse kohta. Kuigi siiski, nii väikest osakaalu küsitledes, sai lõputöö autor teada seitsme väga erineva taustaga inimese arvamust, mis lõppkokkuvõttes osutus üpris sarnaseks. Seega saab öelda, et puudulik keskkonnakajastuse probleem siiski esineb. Autor järeldas, et kui intervjuus toimus mitme vastuse puhul kokkulangevusi, siis inimesed ei mõtle neid probleeme ise välja (oma valdkonna huvides),



vaid need päriselt eksisteerivadki. Töö usaldusväärse huvides valis autor valimisse aktivistid erinevast soost, vanusest ja eluvaldkonnast.

Isegi, kui uurimistöö tulemuste põhjal ei saa teha põhjanevaid järeldusi, saab nendele tulemustele tuginedes analüüsida üsna hästi, kuidas ja millisel viisil on siiani keskkonnavaldkonda Eesti Televisioonis kajastatud. Tegemist on teemaga, mida varem pole akadeemiliselt uuritud, seega võiks käesolev lõputöö üldiselt mõjutada televisioonis keskkonnasaadete kajastust positiivsemas suunas. Keskkonnaaktivistide arvamustele ja soovitudele tuginedes saaksid näiteks Eesti Televisiooni programmikoostajad liikuda uues suunas ning olla veel paremini osaks keskkonnateadlikkuse suurendamisel ja mõistmisel. Samuti on see oluline kultuuri ja ühiskonna vaatepunktist, inimesed õpiksid paremini väärtustama keskkonda oma ümber, kui nad oleksid teadlikumad.

On väga oluline, et televisioon, pakkudes sisu suurele auditooriumile teab ja oskab seda teha just õigel viisil. Varasemalt ei ole sellise nurga alt uuritud keskkonnavaldkonna kajastamist televisioonis. Töö autor peab oluliseks, et ka akadeemilises maailmas uuritakse lähemalt teatud vähekajastatud või niši teemade kajastamist televisioonis või meedias laiemalt. See võib välja tuua probleeme, mis tegelikult päriselus on strateegilise tähtsusega. Antud bakalaureusetöö kontekstis saab väita, et kui inimesed pole piisavalt keskkonnateadlikud, siis muutused ei toimu ning arengut jätkusuutlikuma elu suunas võib veel kaua oodata.

Uurimistöö teemast saaks tulevikus välja arendada teadustöö, kus käsitletakse lähemalt aktivismi ja selle kajastamist televisioonis. Seega tegemist oleks otseselt praeguse bakalaureusetöö jätkuga. Aktivismi ja selle kajastamist televisioonis saaks uurida saadete sisuanalüüsi kaudu, määrates kindlad koodid ning seeläbi kirjeldada, millisel viisil täpsemini aktiviste ning aktivismi televisioonis kujutatakse. Tegemist oleks rohkem praktilisema tööga, kus analüüsitakse erinevaid saateid ning nende sisu.

Autor teab, et aktivism pole Eesti kontekstis nii populaarne ning on igati loogiline, et võib-olla ei saagi nii süvitsi seda teemat edasi uurida. Seega on välja pakutud ka teine uurimissuund, uurida otseselt seda, kuidas kujutatakse loodust televisioonis ning, kas sealjuures ja kui tõsiselt räägitakse keskkonnaprobleemidest ja nende seostest teiste eluvaldkondadega.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada Eesti Televisiooni senine roll keskkonnateemade käsitlemisel ja hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele. Samuti taheti välja selgitada televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel.

Bakalaureusetöö teoreetiline osa annab ülevaate agentsusest kui indiviidi võimest ühiskonnas tegutseda ning aktivismist ja selle mõjust üldsuse teadlikkusele. Põhjalikult kirjeldatakse aktivismi olemust, eesmärke ja meetodeid. Töö autor on defineerinud aktivismi subjektid ja objektid, et paremini iseloomustada aktivismiga seotuid isikuid või organisatsioone ning tegevusi, mille nimel on enamasti aktivism ellu kutsutud.

Seejärel räägitakse keskkonnaaktivismist ning tuakse näiteid *Fridays For Future* liikumisest. Oluline osa teooriast moodustab avalik-õigusliku televisiooni kirjeldamine ning televisiooni ja meedia rolli konstrueerimine keskkonnateadlikkuse tõstmisel, olles otseselt aluseks ka käesoleva töö empiirilisele osale.

Empiirilise osa jaoks viidi läbi seitse intervjuud keskkonnaaktivistega, kellel igaühel oli erinev taust, mis kogu uurimistöö seisukohast osutus väga oluliseks. Valiti kvalitatiivne uurimisviis, mis võimaldas üldistada ja kirjeldada kõige paremini inimeste arvamusi ja hoiakuid, mis antud töö juures on väga oluline, et uurimisküsimused saaksid vastused.

Uurimistöö raames küsitletud keskkonnaaktivistide hinnangul on Eesti Televisiooni roll keskkonnateemade käsitlemisel olnud pigem nõrk ning neutraalne. Uuringus osalejad leiavad, et Eesti Televisiooni saated on keskkonnavaldkonna kajastamise poolelt pigem seletavad, aga mitte kirjeldavad. Seega ei tule välja loogiline seos päriseluga, et keskkonnakriis ei ole asi iseenesest ning see on tekkinud tänu inimtegevusele ja on veelgi süvenemas inimeste ebapiisava keskkonnateadlikkuse tõttu.

Selgus, et aktivismiga tõstatatud ja seotuid murekohti tegelikult väga Eesti Televisioonis ei kajastata. Mõned üksikud juhtumid leiavad kajastust keskkonnasaates „Osoon“, aga see on liialt

üldine ega avarda vaatajate teadmisi uuest seisukohast. Seega, kui televisioonis kujutatakse ilusat loodust, siis ei mõjuta see inimest ning pärast televisiooni vaatamist ei järgne mingeid tegusid.

Aktivistid olid arvamusel, et ajakirjanikud peavad võtma vastutuse keskkonnaaktivismi kajastamisel olles neutraalsed ja objektiivsed, mis tähendab, keskkonnavaldkonna kajastamisse tuleb suhtuda täie tõsidusega nagu iga teise ajakirjandusliku loo kajastamisse. Uuringus selgus, et ajakirjanikud peavad keskkonnaaktivismi kajastamisel tegema põhjalikku eeltööd, et kontrollida taustainformatsiooni ning selgitama välja, mis on aktivismiga soetud algatuse sõnum. Eesmärk ei tohiks olla aktivismi kajastamine, vaid hoopis sõnumi, mis aktivismiga parasjagu kaasas käib.

Kokkuvõtvalt leiab töö autor, et käesolev töö on heaks ja praktiliseks tagasisideks keskkonnateemade kajastamisel nii Eesti Televisioonile kui ka ajakirjanikele, kes ise lugusid ja narratiive loovad. Tähtis on mõista seoseid ning neid lugudesse ja saadetesse sisse põimida. Bakalaureusetöö valmimiseks seatud eesmärgid on täidetud ja uurimisküsimustele vastused leitud.

## KASUTATUD ALLIKAD

Anderson, G. & Herr, K. (2007). *Encyclopedia of Activism and Social Justice*. SAGE Publications.

Brooks, E. (2023, 15. august). *What is Activism: Definition, Types, Role, Examples, Importance*. Liberties. <https://www.liberties.eu/en/stories/activism/44871>

Burns, L. S. (2018). *Understanding Journalism*. SAGE Publications.

Carragee, K. (2019). Communication, Activism and the News Media: an agenda for future research. *Comunicacion Y Sociedad*, 32(4), 361–378. <https://doi.org/10.15581/003.32.4.361-378>

Cox, R. (2010). *Environmental Communication and the Public Sphere*. SAGE Publications.

Croteau, D. & Hoynes, W. (2001). *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*. Pine Forge Press.

Daly, A. (2022). Climate Competence: youth climate activism and its impact on international human rights law. *Human Rights Law Review*, 22(2), 1-24. <https://doi.org/10.1093/hrlr/ngac011>

Eesti Rahvusringhäälingu seadus. (2007). RT I 2007, 10, 46. <https://www.riigiteataja.ee/akt/12786086>

European Broadcasting Union. (2014, 22. august). *Public service values, editorial principles and guidelines*. European Broadcasting Union <https://www.ebu.ch/guides/public-service-values-editorial-principles>

Feinberg, M., Willer, R. & Kovacheff, C. (2020). The activist's dilemma: Extreme protest actions reduce popular support for social movements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(5), 1086–1111. <https://doi.org/10.1037/pspi0000230>

Fisher, C. (2016). The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*, 17(6), 711–726. <https://doi.org/10.1177/1464884915582311>

Fridays for Future. (2020, 18. märts). *Global Digital Strikes*. Fridays for Future. <https://fridaysforfuture.org/next-big-strike-april-24/>

Giddens, A. (1989). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press.

Giving Green. (2021). *Activism: Giving Green's approach*. [https://8741752a-7092-4caf-b230-9daa257c43a3.usrfiles.com/ugd/311d34\\_25fc056e43ad4aca8ee6f2948304ac5b.pdf](https://8741752a-7092-4caf-b230-9daa257c43a3.usrfiles.com/ugd/311d34_25fc056e43ad4aca8ee6f2948304ac5b.pdf)

Hartley, J. M., & Askanius, T. (2020). Activist-journalism and the norm of objectivity: Role performance in the reporting of the #MeToo movement in Denmark and Sweden. *Journalism Practice*, 15(6), 860–877. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1805792>

Head, L. (2016). *Hope and grief in the Anthropocene*. Routledge.

Heyes, A. & King, B. G. (2018). Understanding the organization of green activism: Sociological and economic perspectives. *Organization & Environment*, 33(1), 7–30. <https://doi.org/10.1177/1086026618788859>

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2015). *Uuri ja kirjuta*. Medicina.

Holbert, R. L., Kwak, N., & Shah, D. V. (2003). Environmental concern, patterns of television viewing, and Pro-Environmental Behaviors: Integrating models of media consumption and effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(2), 177–196. [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4702\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4702_2)

Hornsey, M. J. (2008). Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 204–222. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00066.x>

IPCC. (2018). Special report on global warming of 1.5°C. <https://www.ipcc.ch/sr15/>

Iosifidis, P. (2007). *Public television in the digital era*. Palgrave Macmillan.

Jepson, P., Jennings, S., Jones, K. E. & Hodgetts, T. (2011). Entertainment value: Should the media pay for nature conservation? *Science*, 334(6061), 1351–1352. <https://doi.org/10.1126/science.1213189>

Kalmus, V., Masso, A., & Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Tartu Ülikool: Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas. <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kern, T. & Opitz, D. (2021). „Trust Science!“ Institutional Conditions of frame resonance in the United States and Germany: The case of Fridays for Future. *International Journal of Sociology*, 51(3), 249–256. <https://doi.org/10.1080/00207659.2021.1910431>

Kiidron, K. E. (2022, 8. september). *Millega tegeleb Fridays For Future Eesti?* Teeviit. <https://www.teeviit.ee/millega-tegeleb-fridays-for-future-eesti/>

Klöckner, C. (2015). *The Psychology of Pro-Environmental Communication*. Palgrave Macmillan.

Kleres, J., & Wettergren, Å. (2017). Fear, hope, anger, and guilt in climate activism. *Social Movement Studies*, 16(5), 507–519. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1344546>

Laherand, M. L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Sulesepp.

Lauristin, M. (1988, 7. juuli). Fosforiidisündroom ja avalikkuse areng. *Eesti Loodus*, 424–430.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. & Strömpl, J. (2014). *Intervjuu*. Tartu Ülikool: Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia õpibaas. <http://samm.ut.ee/intervjuu>

Liivik, O. (2022). Vastuseisust protestideni / From Opposition to Protests. *Methis. Studia Humaniora Estonica*, 24(30), lk 132. <https://doi.org/10.7592/methis.v24i30.22110>

Lõhmus, M., & Ehand, E. (2001). *Avalik-õiguslik ringhääling Eestis*. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Mackay, C. M., Cristoffanini, F., Wright, J. D., Neufeld, S. D., Ogawa, H. F., & Schmitt, M. (2021). Connection to nature and environmental activism: Politicized environmental identity mediates a relationship between identification with nature and observed environmental activist behaviour. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100009>

Mikos, L. (2019). Television as transitional medium. *International Journal of Film and Media Arts*, 4(1), 6–13. <https://doi.org/10.24140/ijfma.v4.n1.01>

Nashrulla, T. (2021, 22. mai). *In College, She Was a Pro-Palestinian Activist. The AP Just Fired Her After a Conservative „Witch Hunt“*. BuzzFeed News. <https://www.buzzfeednews.com/article/tasneemnashrulla/ap-fire-reporter-palestinian-emily-wilder>

Nissen, C. S. (2006). No public service without both public and service – Content provision between the Scylla of populism and the Charybdis of elitism. C. S. Nissen (toim.), *Making a Difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape* (lk-d 65-82). John Libbey Publishing.

Olev, A., & Alumäe, T. (2022). Estonian Speech Recognition and Transcription Editing Service. *Baltic Journal of Modern Computing*, 10(3). <https://doi.org/10.22364/bjmc.2022.10.3.14>

Piirimäe, K. & Mertelsmann, O. (2018). *The Baltic States and the end of the Cold War*. Peter Lang.

Raud, R. (2013). *Mis on kultuur? Sissejuhatus kultuuriteooriasse*. Tallinna Ülikooli Kirjastus.

Riffe, D., & Hrach, T. (2009). Study explores audience's views on environmental news. *Newspaper Research Journal*, 30(3), 8–25. <https://doi.org/10.1177/073953290903000302>

Salganik, M. J. & Heckathorn, D. D. (2004). Sampling and estimation in hidden populations using Respondent-Driven sampling. *Sociological Methodology*, 34(1), 193–240. <https://doi.org/10.1111/j.0081-1750.2004.00152.x>

Sainz, G. M. & Hanna, A. (2023). Youth digital activism, social media and human rights education: the Fridays for Future movement. *Human Rights Education Review*, 6(1), 116–136. <https://doi.org/10.7577/hrer.4958>

Schäfer, M. S. (2015). Climate change and the media. J. D. Wright (toim.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (1k-d 853–859). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.91079-1>

Soßdorf, A., & Burgi, V. (2022). „Listen to the science!“—The role of scientific knowledge for the Fridays for Future movement. *Frontiers in Communication*, 7. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.983929>

Stephan, M. & Chenoweth, E. (2008). Why Civil Resistance Works: The Strategic Logic of Nonviolent Conflict. *International Security*, 33(1), 3–4.

Svensson, A. & Wahlström, M. (2021). Climate change or what? Prognostic framing by Fridays for Future protesters. *Social Movement Studies*, 22(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/14742837.2021.1988913>

Sypsas, A., Tsitsanoudis, N., Dromantiene, L. & Pange, J. (2013). The role of the media in the enhancement of the environmental awareness. *Conference: Innovative Practices in Biotourism*. <https://doi.org/10.13140/2.1.3465.5527>

Thackeray, S. J., Robinson, S. A., Smith, P., Bruno, R., Kirschbaum, M. U. F., Bernacchi, C. J., Byrne, M., Cheung, W., Cotrufo, M. F., Gienapp, P., Hartley, S., Janssens, I. A., Jones, T. H., Kobayashi, K., Luo, Y., Peñuelas, J., Sage, R. F., Suggett, D. J., Way, D. A. & Long, S. P. (2020). Civil disobedience movements such as School Strike for the Climate are raising public awareness of the climate change emergency. *Global Change Biology*, 26(3), 1042–1044. <https://doi.org/10.1111/gcb.14978>



Thompson, L. (2020, 19. juuni). *Should a Journalist be able to Attend a #BlackLivesMatter Protest as a Civilian?* Media Diversity Institute. <https://www.media-diversity.org/should-a-journalist-be-able-to-attend-a-blacklivesmatter-protest-as-a-civilian/>

Thomas, M.-P. (2020). Activism as a Platform for Modern Art. *Idosr journal of current issues in social sciences*, 6(1), 21-26. <https://www.idosr.org/wp-content/uploads/2020/06/IDOSR-JCISS-61-21-26-2020.pdf>

United Nations Environment Programme & Caribbean Environment Programme. (1993). *Can Television Tell the Environmental Story? Report of the Seminar „Visual Media and the Environment“ - CEP Technical Report 28*. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/28544>.

Van Dijck, J., & Poell, T. (2014). Making public television social? Public service broadcasting and the challenges of social media. *Television & New Media*, 16(2), 148–164. <https://doi.org/10.1177/1527476414527136>

Vihalemm, T. (2013). *Kuidas parandada maailma? Kommunikatsioon sotsiaalsete muutuste kujundamisel*. Tartu Ülikool.

Weber, T. A. (2003). Nonviolence is Who? Gene Sharp and Gandhi. *Peace and Change*, 28(2), 250–270. <https://doi.org/10.1111/1468-0130.00261>

Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikool e-raamat. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/36419>

# LISA 1

## Uuringukutse

### KUTSE KERT PEHAPI BAKALAUREUSETÖÖ UURINGUSSE

Minu nimi on Kert Pehap. Olen Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi ajakirjanduse erialal õppiv III aasta tudeng. Käesoleval kevadel lõpetan ma oma ülikooliõpingud, kuid veel enne seda vajan ma Teie abi. Nimelt kirjutan hetkel oma bakalaureusetööd aktivismi ning televisiooni teemal.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Eesti Televisiooni (ETV) senine roll keskkonnateemade käsitlemisel keskkonnaaktivistide vaatenurgast. Lisaks, soovib töö autor aktivistide abiga määratleda televisiooni ja ajakirjaniku rolli keskkonnaaktivismi edendamisel ning hinnata selle eeldatavat mõju vaatajaskonna keskkonnateadlikkusele.

Bakalaureusetöö empiiriline osa viiakse läbi intervjuude vormis. Intervjuul osaleb lõputöö autor ning intervjuueeritav. Intervjuud salvestatakse, et hiljem saadud andmeid transkribeerida ja analüüsida. Antud töö on anonüümne ja analüüsi osas kasutatakse identifitseerimisel koode. Kõiki Teiega seotud isikuandmeid käsitletakse konfidentsiaalselt.

Intervjuu ajal on intervjuueeritaval õigus keelduda küsimusele vastamisest ja igal hetkel loobuda intervjuu andmisest. Teie privaatsus on mulle äärmiselt oluline ning kogutud andmeid kasutatakse ainult akadeemilistel eesmärkidel.

Ootan huviga Teie panust ja toetust minu uurimistöösse. Tänan Teid väga!

1. Nimi ja kontaktandmed: \_\_\_\_\_

2. Vanus: \_\_\_\_\_

3. Haridustase:

*Märkige ainult üks ovaal.*

Põhiharidus

Keskharidus

Bakalaureusekraad

Magistrikraad

Muu: \_\_\_\_\_

**4.** Millega igapäevaselt tegelete?

\_\_\_\_\_

**5.** Millises valdkonnas või tööstusharus praegu töötate? (*kui ei tööta, siis jäta see küsimus vahele*).

\_\_\_\_\_

**6.** Millele on suunatud Teie põhifookus keskkonna- ja kliimaküsimustes?

\_\_\_\_\_

**7.** Milliseid meetmeid või algatusi olete võtnud ette keskkonnasõbralikuma elustiili poole liikumiseks?

\_\_\_\_\_

**8.** Kas olete kunagi osalenud keskkonnavalas aktivismis või toetanud mõnda keskkonnavalast algatust? Kui jah, siis millises vormis?

\_\_\_\_\_

**9.** Kui sageli vaatate televisiooni?

\_\_\_\_\_

**10.** Kui tihti jälgite televisioonis keskkonnateemalisi saateid?

\_\_\_\_\_

**11.** Millist tüüpi saateid või programme kõige sagedamini vaatate?

\_\_\_\_\_

**12.** Kuidas hindate seni ETV programmivalikut keskkonnateadlikkuse tõstmisel?

\_\_\_\_\_

**13.** Kas olete nõus osalema anonüümselt või olete valmis oma nime avalikustama?

*Märkige ainult üks ovaal.*

Soovin jääda anonüümseks

Minu nime kasutamine on lõputöös lubatud (ees + perekonnanimi)

Muu: \_\_\_\_\_

**14.** Kas teil on mõni eriline vaatenurk või kogemus, mida soovite intervjuus esile tuua?

\_\_\_\_\_

**15.** Kas olete nõus intervjuu salvestamisega?

\_\_\_\_\_

**16.** Kas olete valmis pühendama intervjuule 45-60 minutit?

\_\_\_\_\_

## LISA 2

### UURINGU KÜSIMUSTE KAVA

#### 1. Sissejuhatus

Tutvustan lõputöö eesmärki ja kinnitan intervjuu anonüümsust ning vabatahtlikkust.

#### 2. Taustateave

Palun intervjuul osalejal anda lühike ülevaade nende keskkonnaaktivismiga seotud kogemustest ja tegevustest.

#### 3. Hindamine - ETV senine roll keskkonnateemade käsitlemisel

1. Milliseid teemasid peate ETV-s rohkem esile tõstetuks keskkonnavaldkonna käsitlemisel?
2. Milliseid teemasid peate ETV-s alakajastatuks keskkonnavaldkonna käsitlemisel?
3. Kas saaksite anda konkreetseid näiteid ETV-s käsitletud keskkonnateemadest, mis Teie arvates oleksid pidanud olema rohkem esile tõstetud, mida oleks pidanud rohkem kajastama?
4. Mis te arvate, kas keskkonnakommunikatsioon ETV programmis on olnud pigem pragmaatiline või konstitutiivne? (*selgitan nende tähendusi*)
5. Milline aktivist olete? Kas see, mille eest seisate on ka ETV eetris?
6. Milliseid just Teie valdkonnaga seotud teemasid on kajastatud vähem, milliseid rohkem? Mida televisioon saaks teha, et Teie kui aktivisti eesmärk oleks esindatud?
7. Kuidas hindate Eesti Televisiooni senist rolli keskkonnateemade käsitlemisel? Kas see on olnud piisav?
8. Kas senine programm on olnud piisav (informatiivne), et inimestes teatud küsimustes huvi äratada?

#### **4. Televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel**

1. Milline peaks olema teie arvates televisiooni ja ajakirjaniku roll keskkonnaaktivismi edendamisel?
2. Kuidas näete, et televisiooni ja ajakirjanike ühine panus võiks mõjutada keskkonnateemade kajastamist televisioonis? Millisel viisil?
3. Kuidas võiks televisiooni ja ajakirjanike tegevus mõjutada vaatajate keskkonnateadlikkust ja suhtumist keskkonnaprobleemidesse? Näited.
4. Millise rolli peaksid ajakirjanikud võtma keskkonnaaktivismi kajastamisel ning millist vastutust nad peaksid kandma?
5. Kas televisioon võiks anda realselt tõuke, et inimene muudaks midagi oma enda elus, et keskkonda hoida ja võib-olla ka ise astuda neid samme, et teisi inimesi kaasata looduskeskkonna hoidmisesse?
6. Mis Teie arvate, kas televisioon ühendab inimesi samal viisil nagu aktivism aktiviste?
7. Milline on televisioon platvormina aktivistidele?

#### **5. Lõpetamine**

Palun intervjuul osalejat jagada oma lõplikke mõtteid ja täiendavaid kommentaare, kui neil on.

Täna osalejat tema panuse eest ja kinnitan, et nende vastused on olulised mu uurimistöö jaoks.

Kokkuvõtteks täna osalejaid nende aja ja panuse eest ning kinnitan nende vastuste anonüümsust ja kasutamist ainult uurimistöö eesmärgil.