

Tallinna Ülikool
Balti filmi, meedia ja kunstide instituut

Rivo Saarna

**SPORDIALADE SISUEELISTUSTE MÕJU UUDISTE LOETAVUSELE
DIGITAALSETES KANALITES NING AUDITOORIUMI KAASATUS
SOTSIAALMEEDIAS EESTI RAHVUSRINGHÄÄLINGU NÄITEL**

Magistritöö

Juhendaja: *Indrek Ibrus, PhD*

Tallinn 2025

Sisukokkuvõte

Tallinna Ülikool	Balti filmi, meedia ja kunstide instituut
Autor Rivo Saarna Pealkiri Spordialade sisueelistuste mõju uudiste loetavusele digitaalsetes kanalites ning auditooriumi kaasatus sotsiaalmeedias Eesti Rahvusringhäälingu näitel	
Õppekava Nüüdismedia, meediauuringud	Tase Magistritöö
Kuu ja aasta Mai 2025	Lehekülgede arv 77
Kokkuvõte Magistritöö uurib Eesti Rahvusringhäälingu (ERR-i) näitel, kuidas auditooriumi sisueelistused mõjutavad spordiuudiste loetavust ning millist tüüpi uudissisu auditoorium erinevates digitaalsetes kanalites eelistab? Uurimistöö eesmärk on pakkuda ülevaadet ja sisendit avalik-õigusliku meediastrateegia kujundamisel digitaalses meediaruumis, sh sotsiaalmeediakanalite kaasamist (spordi)uudiste edastamisel, eesmärgiga jõuda uudiste edastamisel laiemale auditooriumini. Andmestik tugineb ERR-i spordiuudiste digikeskkondade kasutajastatistikal kaheaastase perioodi vältel, sh veebiplatvormide kasutusstatistika Google Analyticsi serveriandmetel ning sotsiaalmeedia (Facebooki) analüütikal. Lugejaeelistuste täpsemaks analüüsimiseks on uuringus kasutatud sisuartiklite kodeerimist, et suurendada sisukategooriate määratluste täpsust ning liigitada sisueelistusi uudiskriteeriumite ning spordialavaldkondade alusel. Uuringus leiab kinnitust, et spordiuudiste loetavus sõltub eelkõige auditooriumi üldisest huvist temavaldkonna vastu (spordiala populaarsusest ja kandepinnast), kuid on kitsamalt juhitud personaalsetest spordiala-eelistustest ja huvidest, samuti rahvuslikust identiteedist. Sotsiaalmeedias ja veebiportaalis ei ole auditooriumi eelistused homogeensed, kuid sotsiaalmeedia võimendab uudiste levikut, tuues sisu juurde rohkem lugejaid.	
Märksõnad <i>digitaalne uudismedia, sport, spordialad, spordiuudised, auditooriumi mõõtmine, Eesti Rahvusringhääling, sisueelistused, loetavus, sotsiaalmeedia, sisuanalüüs, meediatarbimine</i>	
Säilitamise koht Tallinna Ülikool, Balti filmi, meedia ja kunstide instituut	
Lisainformatsioon Töö autor tänab abi eest käesoleva uurimistöö valmimisel: Raigo Piibar ja Raul Lobanov	

Abstract

Tallinn University	Baltic Film, Media and Arts School
Author Rivo Saarna	
Heading The Impact of Sports Content Preferences on News Readability in Digital Channels and Audience Engagement on Social Media: A Case Study of Estonian Public Broadcasting	
Curriculum Contemporary Media, Media Studies	Level Master
Month and year Mai 2025	Page Count 77
Abstract This master's thesis examines how audience content preferences influence the readability of sports news and the types of news content favored across different digital channels, using Estonian Public Broadcasting (ERR) as a case study. The aim of the research is to provide insights that can inform public service media strategy in the digital media landscape, including the use of social media channels for the distribution of (sports) news in order to reach a wider audience. The dataset is based on user statistics from ERR's digital sports news platforms over a two-year period. This includes usage data from web platforms sourced via Google Analytics and social media analytics obtained from Meta Business Suite (Facebook). To better analyze audience preferences, the study employs content article coding to enhance the precision of content category definitions and to classify content preferences according to news criteria. The findings confirm that the readability of sports news primarily depends on the audience's general interest in the topic (the popularity and reach of a particular sport), but is also influenced by more specific personal preferences and interests, as well as national identity. Audience preferences differ between social media and web portals, but social media plays a significant role in amplifying news reach by attracting a broader readership.	
Keywords digital news media, sports disciplines, sports news, audience measurement, reach, Estonian Public Broadcasting, public service broadcasting, content preferences, readability, social media, content analysis (quantitative), media consumption	
Place of Preservation Tallinn University, Baltic Film, Media and Arts School	
Additional Information The author of this thesis would like to express gratitude to Raigo Piibar and Raul Lobanov for their support and help in the completion of this research.	

SISUKORD

Sisukokkuvõte.....	2
Abstract.....	3
Sissejuhatus.....	6
1. Teoreetilised lähtekohad	9
1.1. Digiajastu väljakutsed.....	9
1.2. Uurimisprobleem ja eesmärk	9
1.3. Teoreetiline raamistik	10
1.4. Massimeedia institutsionaalne roll digiajastu auditooriumi käitumise kujundajana	14
1.5. Online uudismedia ja digitaalse meediatarbimise trendid	14
1.6. Meediatarbimise mõjutajad: nähtavus ja auditooriumi valikud.....	15
1.7. Personaliseeritud meediatarbimine ja lugejate aktiivne roll	16
1.8. Auditooriumi kaasatus sotsiaalmeedias	17
1.10. Avalik-õiguslik meedia digiajastul: eesmärgid ja väljakutsed.....	20
1.11. ERR-i roll spordimeedia vahendajana ning väärtuspõhise arendajana.....	22
2. Andmete kogumise meetodid	23
2.1. Uurimisküsimus, hüpoteesid ja metoodiline raamistik.....	23
2.2. Uurimistöö hüpoteesid.....	24
2.3. Uurimismeetod.....	25
2.4. Andmeallikad ja töötlusmeetodid	26
2.5. Spordimeedia tarbijad	29
2.6. Uurimisperiood ja valim	30
2.7. Uurimuse mõõdikud ja analüüsistrateegia	31
2.8. Kodeerimine ja kodeerimisjuhend	32
2.9. Empiirilise analüüsi struktuur	34
3. Andmete analüüs.....	36
3.1. ERR-i spordiportaali teemavaldkondade sisujaotus.....	36
3.2. ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite valdkonnapõhine jaotus.....	38
3.3. ERR-i spordiportaali artiklite loetavus valdkondade lõikes	42

3.4. ERR-i spordiportaali valdkonnaartiklite loetavus avaldatud artiklite keskmisena	44
3.5. Auditooriumi valdkondlikud eelistused ERR-i spordiportaaalis.....	47
3.6. Otseblogid	54
3.7. Sotsiaalmeedia kaasatus ja sisueelistused ERR-i spordiportaali näitel	56
4. Uurimistulemused	62
Järeldused ja diskussioon	65
Kokkuvõte.....	67
Kasutatud allikad	69
Lisad.....	72
Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel	72
Lisa B. 50 ERR Sport Facebookis enim reaktsioone saanud postitust ajateljel.....	77

SISSEJUHATUS

Digitaalse meediamaastiku kiire areng on põhjalikult muutnud inimeste meediatarbimise harjumusi, sealhulgas viise, kuidas auditoorium tarbib uudiseid. Käesolev uurimustöö käsitleb Eesti Rahvusringhäälingu (ERR-i) poolt avaldatud spordiuudiste tarbimispraktikaid.

Spordiuudised moodustavad meediapildist olulise osa, kuid uudisliku spordisisu tarbimine online-kanalites erineb mõnevõrra päevakajauudiste tarbimisest. Spordisisu püsilugejad ei otsi mitte ainult informatsiooni, vaid eelistavad leida ning kogeda kogukondlikku kuuluvust, emotsionaalset seotust ning võimalust toetada identiteedilisi väärtusi, milleks on eeskätt rahvuslik kuuluvus, aga ka lojaalsus lemmikvõistkonnale või toetus sümpaatsele sportlasele (Pegoraro & Kennedy, 2021). Mitmed uuringud (nt Brown & Billings, 2013) kinnitavad, et spordifännid eelistavad sageli süvitsi minevat ja eksklusiivset sisu, kuid ennekõike sellist, mis vastab nende isiklikele huvidele. Seetõttu sõltub spordiuudiste loetavus võrreldes päevauudistega märksa rohkem kasutaja personaalsetest valdkonnapõhistest sisueelistustest tavapärase uudisvooga võrreldes.

Avalik-õiguslik meedia – Eesti Rahvusringhääling – seisab kaasajal meediaruumis silmitsi üha suuremate väljakutsetega, mida võiks sõnastada – „Kuidas digiajastul täita oma ühiskondlikku mandaati?. Millises mahus, valikus ja kanalites uudisväärtuslikku infot edastada?“

ERR-i arengukava 2025–2028 (Eesti Rahvusringhääling, 2023) seab ootuspäraselt avalik-õigusliku meedia fookusesse nii sisulise mitmekesisuse kui ka digikanalite sihipärase arendamise – eesmärgi jõuda paremini ja ulatuslikumalt erinevate ühiskonnagruppide ja auditooriumisegmentideni. Seadusest lähtuvalt on avalik-õigusliku meedia ülesanne olla rohkem kui pelgalt informeerija ning vahendaja vaid ka sidustaja ja kultuurilise mitmekesisuse peegeldaja (Eesti Rahvusringhäälingu seadus, 2007). Ka spordiuudistel on selle ülesande täitmisel oluline ning ainulaadne ülesanne – kõnetada, tuua kokku ja siduda auditoorium laiaulatuslikult läbi emotsionaalse ja identiteetseid väärtusi kandva sisu.

Ülaltoodust lähtuvalt uurib käesolev magistritöö, **kuidas auditooriumi sisueelistused mõjutavad spordiuudiste loetavust ning mil moel (ERR-i) auditoorium erinevaid digitaalseid kanaleid tarbib?** Uurimistöö eesmärk on pakkuda infot, kuidas efektiivselt kasutada auditooriumi eelistustest lähtuvaid teadmisi avalik-õigusliku meediastrateegia

kujundamisel digitaalses meediaruumis, kus tarbijate tähelepanu, lojaalsus, aga ka usaldus on killustunud. Samuti otsib uurimistöö vastuseid, mil määral aitab avalik-õigusliku ringhäälinguorganisatsiooni eesmärged sisu edastamisel saavutada sotsiaalmeedia? Töö fookuses on seega mitte ainult kasutajakäitumine ja meediatarbimise mustrid, vaid ka küsimus, kuidas ERR neid auditooriumieelistustel baseeruvaid teadmisi edaspidi saab digitaalses meediaruumis rakendada (spordi)uudiste edastamisel ning platvormide arendamisel.

Uurimuse teoreetiline osa kaardistab auditooriumi sisueelistuste teoreetilised lähtekohad ning kirjeldab erinevaid mõjutajad, mis digitaalses meedias kasutajate sisuvalikut teemade ja kanalite osas suunab. Samuti käsitleb teoreetiline osa väljakutseid, mille ees meediaorganisatsioonid auditooriumile sisu (spordiuudiste) pakkumisel digiajastul seisavad.

Töö empiirilise uuringu fookus on pakkuda praktilisi teadmisi toimetajatele auditooriumit enim huvitavate spordivaldkondade ja uudistemade osas, näidates võimalusi ning seoseid uudiste lugejaskonna suurendamiseks sisu jagamisel ning võimendamisel sotsiaalmeediakanalites. Uuring vaatleb Eesti Rahvusringhäälingu (ERR-i) auditooriumieelistuste, sisu loetavuse ja kaasatuse koosmõju ERR Spordi digitaalsetele kanalitele, sh sotsiaalmeediale (meedia ökosüsteemis). ERR-i spordiportaali ja sotsiaalmeediakanalite sisul ning loetavusel põhinev spordiuudiste tarbimise kvantitatiivuurina läbiviidav analüüs määratleb auditooriumile enim huvipakkuvad ja populaarse(ma)d teemad ning selle baasil osutab uurimustöö sotsiaalmeedia potentsiaalile, mis auditooriumi katmisel ning uudistelevisku liikuvuse mõjutamisel omab olulist rolli.

Uurimistöö koosneb neljast peatükist.

Esimeses peatükis antakse esmalt ülevaade teoreetilisest raamistikust, mis on aluseks auditooriumikäitumise mõistmiseks käesoleva uurimistöö raames. Teoreetiline raamistik toetub peamiselt kahele teoreetilisele käsitlele – kasutuse- ja rahuloluteooriale ning enesemääratlemise teooriale. Kuna meedia mitte ainult ei kajasta, vaid ka kujundab sotsiaalset tegelikkust meediaruumis ja ühiskonnas laiemalt, on oluliseks lähtekohaks nn päevakorrasedeteooria, mis omakorda on seotud kaasaja ühiskonda suunava nähtusega – meediastumise – ning sellega seotud protsessidega. Peatüki lõpetab käsitus avalik-õigusliku meedia rollist ja eesmärkidest digiajastul.

Teine peatükk sisaldab uurimistöö hüpoteesi ning selgitab andmete kogumise meetodit. Neile järgnevad, uurimisküsimus(ed), andmeallikate ülevaade, uurimisstrateegia ja analüüsimeetodid. Pikem ülevaade antakse kodeerimisest, millel on uurimistöö tulemustele oluline kvalitatiivne ja ühtlustav mõju.

Kolmas peatükk keskendub andmete analüüsile, tuues välja auditooriumi sisueelistused spordiportaalis ning sotsiaalmeedias. Peatükk lõpeb korrelatsiooninäidetega veebiportaalis avaldatud ning sotsiaalmeediasse jagatud uudiskajastuste levikust.

Neljandas peatükk võtab kokku uurimistöö peamised tulemused ning sõnastab järeldused, millele järgneb eestikeelne kokkuvõte ning viited kasutatud allikatele.

Uurimistöö autor on alates 2014. aastast Eesti Rahvusringhäälingu sporditoimetuse juht, kelle vastutusalasse kuulub ERR-i spordisisu juhtimine kõigis rahvusringhäälingu kanalites – televisioonis, raadios, veebiportaalis ning sotsiaalmeedias. Autor mõnab, et digikanalite arvukuse kasvule vaatamata, jääb ka tulevikus meediaorganisatsioonide toimetusaladeks sõlmküsimuseks sisu edastamisel uudisteemade- ja kanalite valik. Infokülluse ajastu on laiendatud võimalustena toonud kaasa uued väljakutsed nii tarbijatele kui ka meediakanalitele - mille alusel teha valikuid fookuste seadmiseks lakkamatus infovoos? Meediakanalitele seab see samaaegselt ülesande nii paindlikuks tarbijaelistuste monitoorimiseks, kui nõudliku filtreerimisoskuse, et olulist sisu erinevatele huvigruppidele vastutustundlikult vahendada.

Igal juhul vajame digiajastu auditooriumi ootustele ja vajadustele vastamiseks ning auditooriumikäitumise mõistmiseks eeskätt usaldusväärseid andmeid, aga ka (uusi) praktikaid, mõõtmisvahendeid ja meetodeid. Käesolev uurimus püüab sellesse kompleksesse mosaiiki anda oma panuse analüüsides avalik-õigusliku meediaorganisatsiooni – Eesti Rahvusringhäälingu spordiuudiste tarbimisest lähtuvaid auditooriumi sisueelistusi digikanalite üleselt, rõhutades sotsiaalmeediakanalite tähtsust, ulatust ning mõju ajakirjandusliku sisu vahendajana.

Töö kuulub meediauuringute valdkonda.

1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

1.1. Digiajastu väljakutsed

Digirevolutsiooni eelsel ajal oli meediatarbimine suuresti asümmeetriline, lineaarne ja toimetajakeskne ehk prevaleeris olukord, kus auditoorium oli kommunikaatori ehk teate edastaja jaoks anonüümne, mitteülevaatlik ja heterogeenne (Wright 1959). Kaasaega iseloomustab meediakanalite üleküllus, interaktiivsus ning kasutajapoolne lai otsustusvabadus määrata ise, millist sisu, millisest allikast, millal ja kus nad tarbivad. Henry Jenkinsi (2006) konvergensikultuuri teooriast lähtuvalt traditsioonilised ja uued meediavormid sulanduvad ning koostoimes mõjutavad meediatarbimist ja tootmist. Kaasaja meediatarbimine on Jenkinsi hinnangul muutunud kollektiivseks protsessiks, kus publik mängib aktiivset rolli sisu loomisel ja levitamisel, mis tähendab, et kasutajad ei ole enam passiivsed vastuvõtjad, vaid osalevad aktiivselt meediasisu kujundamises, loomises ja jagamises. Sellises kontekstis on mõistetav, et samas ühiskonna- ja kultuuriruumis meediat tarbivate inimeste meediapilt on fragmenteerunud, mitte-homogeenne ning individuaalse meediapildi kujunemisel mängivad eriti olulist rolli personaalsed sisueelistused – tarbija individuaalsed huvid, harjumused, emotsionaalsed sidemed kindlate teemade, formaatide või platvormidega. Eelnevat kokkuvõttes, on internet saanud uudiste tarbimisel peamiseks meediumiks ning meediatarbimise mustri joonistab internetis auditoorium, mitte enam sõnumi looja ja esitaja (Ward 2002:23).

1.2. Uurimisprobleem ja eesmärk

Digitaalse, sh audiovisuaalse meedia tarbimisharjumused ja praktikad on fragmenteerunud. Meediaplatvormid ja auditooriumi käitumismustrid killustuvad üha enam nii sisu, tarbimiskoha kui meediatarbimise aja lõikes. On toimunud üleminek pakkumispõhistelt nõudluspõhistele turgudele, mis väljendub eelkõige digimeedia kiires arengus ning traditsioonilise ja uue meedia vaheliste piiride hägustumises (Gálik & Vogl, 2015). Need arengud hõlmavad kogu digitaalset meediaruumi, sh televisiooni, mis on juba sotsiaalmeediaga sügavalt läbi põimunud ning seetõttu mõjutab auditooriumi käitumist olulisel määral sotsiaalmeedia kasutamine ja kaasamine sisutootjate poolt. Sotsiaalmeediast on saanud oluline infoedastamise ja turunduse tööriist, mistõttu on oluline mõista, kuidas sotsiaalmeediat hallata, et telereitinguid ja tarbijate meediakäitumist suunata. (Min; Zang; Liu, 2015). Sellest lähtuvalt seisavad meediamajad –

sealhulgas avalik-õiguslikud organisatsioonid nagu Eesti Rahvusringhääling – küsimuse ees, kuidas digiajastul, kus meediatarbimine on muutunud järjest individuaalsemaks ja platvormipõhisemaks, mõista ja tõhusalt arvestada auditooriumi sisueelistustega.

Ka spordiuudiste valdkonnas, kus tarbijakäitumine mõnevõrra erineb klassikaliste uudiste loetavuse loogikast, vajame täpsemat arusaamist sellest, millised tegurid suunavad inimese valikuid digikeskkonnas. Tuleb arvestada sellega, et traditsioonilised uudiste edastamise kriteeriumid ei pruugi enam olla piisavad auditooriumi tähelepanu võitmiseks ja info edastamiseks. Auditooriumikäitumise mõistmiseks on põhjust otsida vastuseid küsimusele, kuidas auditooriumi sisueelistused tänapäeval (spordi)uudiste loetavust mõjutavad?

Käesoleva uurimustöö eesmärk on analüüsida sisueelistuste mõju spordiuudiste loetavusele ning uurida auditooriumi liikumist ERR-i digikanalite vahel, keskendudes Eesti Rahvusringhäälingu, kui Eesti avalik-õigusliku meedia strateegilisele vaatele digiajastul. Töö eesmärk on pakkuda nii empiirilist kui teoreetilist sisendit, mis võimaldaks mõista, millisel moel võiks ERR oma spordiuudiste sisu ja levistrateegiat paremini kujundada, arvestades tänapäevase auditooriumi eelistusi, ootusi ja meediatarbimise praktikaid, sh sotsiaalmeedia võimalustega.

1.3. Teoreetiline raamistik

Uurimistöö teoreetiline raamistik on rajatud mitmekihilisele omavahel seotud meediatarbimise ja sotsiaalse kommunikatsiooni käsitlusele, mille kaudu mõista ning defineerida auditooriumi kaasatust ja vajadusi digitaalkeskkondades.

Esiteks tugineb töö teoreetiline raamistik **kasutuste ja rahulolu teooriale** (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974), mille kohaselt inimesed kasutavad meediat teadlikult, et rahuldada oma informatsiooni-, meelelahutus- ja kuuluvusvajadusi. Spordimeedia kontekstis ilmneb see spordialapõhiste sisueelistustena, mille kaudu tarbijad kinnitavad oma identiteeti ja väärtusi. Seda käsitlust toetab **enesemääratlemise teooria** (Ryan & Deci, 2000), mille keskmes on autonoomia, kompetentsuse ja seotuse vajadus, mis on samuti olulised spordisisu tarbimise motivaatorid. Mõlemast käsitlusest tuleb juttu veel ka allpool.

Teiseks, (McCombs ja Shaw, 1972) **päevakorrasedeteooria** (*Agenda Settings Theory*), mis selgitab, kuidas meedia suunab avalikkuse tähelepanu teatud teemadele, samal ajal kui **selektiivse kokkupuute teooria** (Stroud, 2008) näitab, et inimesed kalduvad otsima infot, mis kinnitab nende olemasolevaid huve. Eelistatud spordialade (valdkondade) valik ja isikustatud spordisisu tarbimine digikanalites toetuvad uurimistöö autori hinnangul just nende teooriate koosmõjule.

Kolmandaks on oluline arvestada ka **massimeedia institutsionaalse rolliga**, millest lähtuvalt meedia mitte ainult ei vahenda infot, vaid struktureerib ka inimeste käitumismustreid ning loob sotsiaalseid tähendusi (Silverstone, 1999; Pavlik & McIntosh, 2013). Spordimeedia tegutseb siin olulise emotsionaalse ja kultuurililise ruumi või keskkonna kujundajana, milles identiteet, kuuluvus ning tähendus suurendavad lojaalsust ning loovad püsivaid tarbimisharjumusi. See on oluline mõistmaks auditooriumi kaasatust digitaalses inforuumis, sh sotsiaalmeedias, mis spordiuudiste puhul väljendub kõrge emotsionaalse intensiivsusega sisu levikus ning interaktiivsuses ehk auditooriumi aktiivses sekkumises (spordi)uudiste tarbimisel ning vahendamisel. Spordisisu levib laiemalt, kui see suudab luua kuuluvustunnet, visuaalset elamust ja võimaluse sotsiaalseks osaluseks (Hutchins & Rowe, 2012).

Kasutuste ja rahulolu teooria (*Uses and Gratifications Theory*), mille sõnastasid 1974. aastal Elihu Katz, Jay G. Blumler ja Michael Gurevitch, selgitab, et inimesed kasutavad meediat teadlikult oma vajaduste, nagu informatsioon, meelelahutus või sotsiaalne suhtlus – rahuldamiseks. Teooria pakub raamistikku mõistmaks, miks ja kuidas inimesed otsustavad meediat tarbida. Erinevalt varasematest meediamõjude teooriatest, mis käsitlesid auditooriumi pigem passiivse vastuvõtjana, lähtub kasutuste ja rahulolu teooria sellest, et inimesed on aktiivsed meediakasutajad, kes teevad teadlikke valikuid, et rahuldada oma psühholoogilisi ja sotsiaalseid vajadusi (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974).

Kasutuste ja rahulolu teooria viis aluspõhimõtet, mis auditooriumi sisueelistusi mõjutavad:

1. Auditoorium on aktiivne: Suur osa meedia kasutamisest on eesmärgipärane ja auditooriumi liikmed teevad valikuid, millist meediat tarbida.
2. Meedia kasutamine on suunatud vajaduste rahuldamisele: Inimesed kasutavad meediat teadlikult, et rahuldada oma vajadusi.

3. Meediatarbimine konkureerib alternatiividega: Meedia konkureerib teiste vajaduste rahuldamise viisidega.
4. Inimesed on teadlikud oma meedia kasutamise huvidest ja motiividest ning suudavad neid eelistusi väljendada: tarbijad kasutavad meediat teadlikult ning reflekteerivad oma käitumist.
5. Meediasisu väärtust tuleb hinnata mitte pelgalt selle olemuse, vaid ka auditooriumi kogemuste ja auditooriumi käitumisest saadud andmete kaudu: analüüsifookus on liikunud sisuanalüüsilt auditooriumile.

Spordimeedia kontekstis selgitab just kasutuste ja rahulolu teooria, miks spordifännid seovad end emotsionaalselt neile huvipakkuvate spordialade, võistkondade või sportlastega ja pöörduvad sellega seotud (spordi)sisu poole. Mitmed uuringud (sh Brown & Billings, 2013) on näidanud, et spordiuudiste tarbijad väärtustavad põhjalikku - süvitsi minevat, eksklusiivset ja isikupärastatud teavet, samuti võimalust kuuluda (fännide) kogukondada. See omakorda viitab, et spordisisu tarbitakse mitte pelgalt päevakajalisuse või prominentsuse tõttu – nagu tavauudiste puhul sageli –, vaid sisulisemate ja isiklikult tähenduslike motiivide ja eelistuste ajel, nagu kuuluvustunne, identiteet ja lojaalsus. Seega eelistavad spordihuvilised ja -fännid sisu, mis pakub sügavamat teavet nende huvipakkuvate spordialade kohta, võimaldab osaleda spordialaga seotud kogukondades ning pakub eksklusiivset sisu. Näiteks Brown ja Billings (2013) analüüsisid, kuidas spordifännid kasutavad sotsiaalmeediat, et jagada teavet ja operatiivselt vahetada infot (kriisi)olukordades mis puudutab nende lemmikmeeskondi. Tulemused näitasid, et fännid ei ole pelgalt passiivsed info vastuvõtjad, vaid aktiivsed osalejad, kes otsivad ning jagavad sisulist ja kogukondlikku kogemust. See viitab, et spordiuudiste tarbimine on tihedalt seotud isiklike huvide ja identiteediga, erinevalt üldistest uudistest, kus tarbimist mõjutavad pigem traditsioonilised uudisväärtused nagu prominentsus või päevakajalisus (Brown & Billings, 2013). Spordimeedia leviku ja tarbimise koostoimes tähendab see, et meediatarbija eelistab eeskätt sisu, mis vastab tema personaalsetele spetsiifilistele ootustele ja vajadustele. Personaalse sümpaatia ning huvi väljenduseks spordivaldkonnas on eelistatud alad, sümpaatsed sportlased või lemmikmeeskonnad.

Enesemääratlemise teooria (*Self-Determination Theory*), rõhutab, et inimeste sisemine motivatsioon, areng ja heaolu sõltuvad kolme psühholoogilise baasvajaduse – autonoomia, kompetentsuse ja seotuse – täitumisest (Ryan & Deci, 2000). Spordivaldkonnas avaldub see

spordiuudiste ja -ülekannete tarbimises, kus auditoorium ei otsi mitte ainult informatsiooni, vaid ka emotsionaalset ja sotsiaalset rahulolu, lähtuvalt isiklikest eelistustest. Spordimeedia tarbimine võimaldab indiviidil samastuda oma lemmiksportlasega (seotus), jälgida enda eelistatud spordalade tulemusi (autonoomia) ning kogeda informeerituse tunnet, et ollakse kursis ja valdkonnas kompetentne ning pädev (Ryan & Deci, 2000).

Enesemääratlemise teooria vaatenurgast lähtudes saab väita, et spordiuudiste tarbimine põhineb tihedalt isiklike huvide, identiteedi ja kuuluvustundega seotud motiividel. Seega aitab enesemääratlemise teooria defineerida, miks sisemist motivatsiooni ja sotsiaalset kuuluvust toetav spordiuudiste sisu ja -valdkonnad võivad mõnele auditooriumiosale või indiviidile pakkuda suuremat rahuldust ja lojaalsust võrreldes muude (üldiste) päevauudistega. Üldiste uudiste hulka võib selles kontekstis liigitada ka need spordialad ja -teemad, millega konkreetsel indiviidil ei ole tihedat emotsionaalset seost, mistõttu need teemad ei kuulu tema personaalselt eelistatud valikute hulka. Seega on spordimeedia tarbijate käitumine ja rahulolu tihedalt seotud nende isiklike huvide ja eelistustega, mis mõjutab, millist sisu nad tarbivad ja kuidas seda hindavad. Empiirilised uuringud on näidanud, et spordifännid suudavad selgelt väljendada, millist meediasisu nad väärtustavad ning millised on motiivid suunavad nende tarbimisvalikuid, samuti põhjendada, miks nad eelistavad kindlat meediakanalit või platvormi (Brown, Billings, 2013).

Oluline on ka see, kuidas meediatarbija uudise või meedias vahendatud sündmuse sisu kogeb. Näiteks võib spordiuudis, mis kajastab ühe kindla piirkonna noortevõistkonna saavutust, omada tagasihoidlikku üldist uudisväärtust, ent olla konkreetses kogukonnas tähenduslik ja oluline. Samamoodi võib ühe spordiala rahvusvahelise staari eksklusiivne intervjuu pakkuda teatud fännisegmendile suurt huvi just isikliku seotuse ja tähenduse tõttu, omamata samal ajal võrreldavat tähendust mõne teise spordiala fännide jaoks. Seega tuleb spordimeedia sisu ning selle mõju uurimisel arvestada mitte ainult uudisega tavapäraseid omadusi (nagu päevakajalisus, prominentsus või konflikt), vaid meediatarbija valdkonnapõhist eelistust, kogemust, emotsionaalset seotust, kaasatust, kuuluvust jne.

Kokkuvõtteks, käesoleva uurimistöö teoreetiline raamistik pakub laiapõhjalise aluse uurimaks, kuidas sisueelistused mõjutavad spordiuudiste loetavust ja auditooriumi käitumist ERR-i digitaalsetes kanalites.

1.4. Massimeedia institutsionaalne roll digiajastu auditooriumi käitumise kujundajana

Massimeedia on 21. sajandil kujunenud iseseisvaks, tugevalt normeeritud ja kultuuriliselt tähenduslikuks ühiskondlikuks institutsiooniks, millel keskne roll ei piirdu mitte ainult informatsiooni vahendajana, vaid ka inimekäitumise ja väärtushoiakute kujundajana. Erinevalt traditsioonilistest sotsiaalsetest institutsioonidest – nagu haridus, religioon või poliitiline süsteem – kujundab meedia ise oma struktuurid, tähendused ja normid, mille kaudu toodetakse ning levitatakse teadmisi, ideid ja kultuurilisi väärtusi (Pavlik & McIntosh, 2013).

Olsen, Tenenboim ja Hess (2024) märgivad, et digiajastu meediamaaistikul on avalik-õiguslikel meediateenuste osutajatel järjest suurem vajadus integreerida oma sisustrateegiasse ja tegevustesse sotsiaalmeediaplatformid, nagu Facebook ja X (endine Twitter), et saavutada suurem auditooriumi kaasatus ja suunata liiklust erinevate digitaalsete kanalite vahel. Selliste platformide kasutamine suurendab infoleviku ulatust, toetab kogukonnatunnet ja tugevdab avaliku teenuse meedia legitiimsust (Rodríguez-Castro, Campos-Freire, & Túnhez-López, 2021). Uurimustes samal teemal on rõhutatud, et avalik-õiguslikud organisatsioonid peavad aktiivselt kohanema erinevate platformide loogikatega, et mitte kaotada sidet oma auditooriumiga, kelle meediatarbimise harjumused on muutunud, killustunud ja platformipõhised (Walvaart, Dhoest, & Van den Bulck, 2019).

1.5. Online uudismeedia ja digitaalse meediatarbimise trendid

Massimeedia mõju avaldub eriti selgelt digiajastu tarbijakäitumises ning auditooriumi ootustes. Üheks tänapäevaseks stabiilseks sotsiaalseks käitumismustriks on saanud pidev vajadus ja ootus värske informatsiooni järele – huvi nii kohalike kui rahvusvaheliste sündmuste vastu. See vajadus leiab rahulduse läbi uudiste, meelelahutussisu, sotsiaalmeedia ja reklaamide pideva ringluse (Silverstone, 1999).

Nagu kirjandus- ja meediateadlane Tiit Hennoste (2008) märgib, on sport poliitika kõrval üks enim meediaruumi hõlmavaid valdkondi, olles laialdase huvi ja emotsionaalse tähendusega. See kontekst viitab samuti kasutuste ja rahulolu teooriale (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974), millest lähtuvalt kasutavad inimesed meediat teadlikult oma vajaduste rahuldamiseks – näiteks informatsiooni, meelelahutuse või kuuluvustunde saamiseks. Enesemääratlemise teooria alusel

(Ryan & Deci, 2000) ei täida spordiuudised mitte ainult informatiivset funktsiooni, vaid pakuvad ka identiteedilist tuge, rahuldades kasutaja autonoomia-, kompetentsuse- ja seotusvajadusi.

Massimeedia kui institutsiooni mõju ulatub aga sügavamale ja struktureerib meie ettekujutusi sotsiaalsetest suhetest ja suhtlemisvormidest, neid samal ajal asendades ning pakkudes selle asemele vahendatud kogemusi, mis loovad tunde osalusest, kuid ilma otsese sotsiaalse kontaktita (Fuchs, 2010). Spordiuudiste tarbimine on selle nähtuse ilmne näide. Auditoorium ei tarbi spordiga seotud uudiseid üksnes tulemuste tõttu, vaid elab kaasa, kuulub kogukonda ja loob tähendusi läbi meediatarbimise. Sotsiaalse identiteedi teooria (Tajfel & Turner, 1979) selgitab, kuidas inimesed määratlevad end läbi kuuluvuse teatud rühma – näiteks jalgpalliklubi või rahvusmeeskonna toetajana. Spordiuudised pakuvad meedias platvormi selle kuuluvustunde väljendamiseks, kujundades samaaegselt ka auditooriumi ootusi ja käitumist erinevates digikanalites, sh sotsiaalmeedias.

Olukorras, kus massimeedia ei ole pelgalt info vahendaja, vaid aktiivne sotsiaalse tähenduse looja ja ühiskondliku käitumise kujundaja, väljendub see mõju digitaalsete spordiuudiste tarbimismustrites, mis omakorda lähtuvad tugevalt personaliseeritud sisueelistustest ning toetavad indiviidi sotsiaalset identiteeti ja kogukonnatunnet.

1.6. Meediatarbimise mõjutajad: nähtavus ja auditooriumi valikud

Kaasaegne meediaruum tähendab keskkonda, kus auditooriumi käitumist mõjutavad samaaegselt nii digitaalsete meediaplatvormide sisulevitamise loogikad nii indiviidi isiklikud huvid. Spordiuudiste kontekstis võib märgata, kuidas teatud spordialade ja teemade nähtavus, lugekate/vaatajate isiklik tähendus ning sotsiaalne aktiivsus kujundavad uudise loetavust ja levikut. Selektiivse kokkupuute ja vastuvõtu teooria (Selective Exposure Theory) kohaselt eelistavad inimesed ennekõike sellist infot, mis on kooskõlas nende olemasolevate hoiakute, uskumuste ja huvidega, vältides samas vastuolulist või mittekõnetavat sisu (Klapper, 1960).

Sellest lähtuvalt keskenduvad spordiuudiste lugejad aktiivselt just neile meelepärastele spordialadele, ignoreerides ülejäänut. See omakorda tähendab, et isegi laialdaselt kajastatud spordialad ei kõneta sihtrühma, kui need ei vasta inimeste huvidele. Seetõttu ka Klapper

rõhutas, et massikommunikatsiooni mõju on piiratud ning pigem tugevdab olemasolevaid hoiakuid kui muudab neid. Natalie Stroud (2008) värskendas Klapperi ideid digiajastu raamides, näidates, et inimesed tõepoolest eelistavad tarbida infot, mis kinnitab nende poliitilisi (aga laiendatuna ka kultuurilisi ja identiteedipõhiseid) eelistusi, viidates samas ka digiplatvormide algoritmilistele soovitudele, millel on tavaks kasutaja varasemaid valikuid võimendada, süvendades seeläbi personaalseid spetsiifilisi sisueelistusi ning vähendades samal ajal kokkupuute võimalust alternatiivse sisuga. Selline kahepoolne mõju – meedia pakutud uudistevalik ja auditooriumipoolne selektiivne (isikustatud) meediatarbimine määrab olulisel määral, millist sisu spordihuviline tarbib ja mil viisil ta selleni jõuab, olgu siis ERR-i spordiportaalis või sotsiaalmeedia vahendusel.

1.7. Personaliseeritud meediatarbimine ja lugejate aktiivne roll

Personaliseeritud meediatarbimine tugineb eeldusele, et auditoorium ei ole passiivne, vaid aktiivne meediakasutaja, kes teeb teadlikke valikuid vastavalt oma vajadustele (Livingstone, 2004). Inimesed eelistavad sisuvorme, mis sobituvad nende igapäevase eluviisi ning sisaldab neile huvipakkuvat informatsiooni või on seotud emotsionaalse rahulduse vajadusega. Spordiuudiste puhul võib see väljendub see näiteks eelistuses lugeda spordiuudiseid telefoni kaudu sõltumata asukohast, vaadata televiisorist igaõhtuseid spordiuudiseid või jälgida otseülekandeid. Digiajastu paindlik ajalis-ruumiline meediatarbimise neid individuaalseid eelistusi toetab ning suurendab personaliseerituse tunnet veelgi.

Personaliseeritud meediatarbimise keskseks psühholoogiliseks mõõtmeks on kontrollikogemus – inimene saab ise otsustada, millist sisu, millal ja kus tarbida (Sundar & Marathe, 2010). Spordimeedias on personaliseeritud tarbimine tihedalt seotud identiteedipõhise kuuluvusega, mille kaudu tunneb inimene end osana suuremast kogukonnast (rahvus, piirkond, fänniklubi). Spordi puhul süvendab see ka kuuluvustunnet, kui kasutaja saab jälgida oma lemmikmeeskonna, eelistatud ala või olulise sportlasega seotud uudiseid järjepidevalt, valides ise sobivaid sisukanaleid (näiteks ERR-i spordiportaal või ERR Sport lehekülg sotsiaalmeedias (Facebookis), mis rahvusringhäälingu poolt pakutava uudissisu loetavust samuti mõjutab.

1.8. Auditooriumi kaasatus sotsiaalmeedias

Kaasaja meediamaaastikul on sotsiaalmeedia lahutamatu ja oluline keskkond info (sh uudiste) levitamiseks ja tarbimiseks, kus auditoorium ei ole passiivse vastuvõtja rollis, vaid on aktiivne osaleja, sh levitaja peegeldaja ning tõlgendaja. Spordiuudiste puhul on see eriti selgelt nähtav: kasutajad mitte ainult ei loe uudiseid, vaid ka jagavad, kommenteerivad, reageerivad ja loovad ise sisu, mis on seotud nende huvipakkuvate spordialade, võistkondade või sportlastega (Billings, Qiao & Conlin, 2015). Sotsiaalmeedia võimaldab kohest emotsionaalset reageerimist – rõõmu, pahameele, üllatuse või toetuse väljendamist. See loob sobivad tingimused spordisisu „viraliteediks“, kus emotsioonide laetus ja identiteeditähtendus suurendavad oluliselt sisu levikut (Hutchins & Rowe, 2012).

Ettevaatavalt saab nentida, et käesoleva uurimistöö raames ERR-i digitaalmeedia analüütika seda sotsiaalmeedia mustrit ka kinnitab: emotsionaalsel ja Eesti kultuurikontekstis populaarsel sisul on kõrgem lugejate arv nii portaalis, kui sotsiaalmeedias, mida omakorda võimendavad sotsiaalmeedia suurem kaasatus ja reaktsioonide tase. Kaasatus (engagement) on sotsiaalmeediauuringutes mitmemõõtmeline komponent, mis hõlmab reaktsioone (likes), jagamisi (shares), kommentaare (comments) ning üha enam ka interaktsiooni kvaliteeti ehk sisulist dialoogi sotsiaalmeedias. ERR-i sporditoimetuse praktika sotsiaalmeedias (Facebookis) kinnitab, et just rahvuslikult tähtenduslike sündmustega seoses (nt Eesti sportlase hea tulemus), samuti Eesti kultuurikontekstis suuremat tähtendust omavate globaalsete suursündmustega seoses (olümpiamängud, laskesuusatamine, jalgpalli suurturniirid, autoralli MM), on auditooriumi kaasatus sotsiaalmeedias kõige kõrgem. Sellele tuginedes saab väita, et (spordi)uudise sisu, ajastus ja emotsionaalne laetus mängivad kesksel rollil auditooriumi aktiveerimisel sotsiaalmeedias ning (spordi)uudise levikul digitaalses meediaruumis.

Online meedia on kasutajakeskne ja mitmetahuline ning internet on kujunenud uudiste tarbimise peamiseks meediumiks (Ward 2002:6). Agendaseadmise teooria (Agenda-setting theory) väidab, et meedial on võime mõjutada seda, millistest teemadest inimesed kõige rohkem mõtlevad – suunates teemade nähtavust ja tähtsust avalikus diskursuses (McCombs & Shaw, 1972). See lähenemine tõstab hüpoteesi, et kui ERR (või mõni muu meediamaja või -platvorm) annab rohkem tähelepanu teatud kindlatele spordialadele, võib see suurendada nende spordialade populaarsust ühiskonnas ja seeläbi ka valdkonnaga seotud uudiste loetavust ja

nähtavust. Koos sellega võib vähem kajastatud spordialade üldine nähtavus kannatada. Spordiuudiste puhul tähendab see, et meedia – näiteks ERR – saab teoreetiliselt suunata auditooriumi prioriteete, andes teatud spordialadele või sündmustele järjepidevalt suuremat tähelepanu, mis võib tõsta nende spordialade ühiskondlikku nähtavust ning seeläbi ka loetavust.

Digitaalse ajakirjanduse areng veebis ja mujal digikanalites tingib vajaduse pakkuda esmajoonel uudiseid, mis köidavad auditooriumi tähelepanu, suurendavad lugejate poolt digitaalsetes uudiskanalites veedetavat aega ning toovad meediamajale klikke. Veeb põhineb mittelineaarsel tarbimisel. Inimesed valivad siin vaid neid lugusid, mis neid huvitavad ja on tavapärane, et kogu uudistevalikust jätavad pooled lugejad tähelepanuta 75% pakutud sisust. Seega on meediatarbimise muster internetis juhitud auditooriumi, mitte sõnumi looja ja esitaja poolt. (Ward 2002:23). Need jõujooned seavad väljakutse meediale, mis püüab tasakaalustada kvaliteetset ajakirjanduslikku sisu säilitades samal ajal majandusliku efektiivsuse. Ajakirjanduslikud toimetused seisavad ülesande ees leida tasakaal teemade vahel, mida auditoorium uudistena esmajoonel tarbib ja eelistab, pakkudes juurde teemasid ja valdkondi, mis auditooriumi fookust laiendab ning on üldise tasakaalustatud meediapildi loomisel olulised.

Spordialade populaarsus ei ole konstantne, vaid dünaamiliselt ajas muutuv, sõltudes kultuurikontekstist, ajaloolisest järjepidevusest, spordiala kandepinnast ning auditooriumi jaoks oluliste sportlaste edust. Spordiuudiste lugejad on sageli tugevalt emotsionaalselt seotud oma lemmikmeeskondade või -sportlastega, mis mõjutab nende meediatarbimist, sest otsivad sisu, mis kajastab nende identiteeti ja kuuluvustunnet. Nii jälgivad fännid regulaarselt oma meeskonna mängu ja uudiseid, et tunda end osana kogukonnast. Samuti on spordiuudiste aktiivsem tarbimine sageli seotud mõne konkreetse (spordisuur)sündmuse toimumisega, mille vältel soovivad poolehoidjad operatiivset infot toimuvast. Selliste sündmuste puhul on spordimeedia ajakriitilisus väga oluline. Osalemine aruteludes, sotsiaalmeedias ja mujal internetis, loob spordisõbrale kogukonnatunde ja võimaldab väljendada oma mõtteid ning emotsioone. Kokkuvõttes eristuvad spordiuudiste tarbijad tavauudiste lugejatest suurema emotsionaalse seotuse, interaktiivsuse ja spetsiifilisemate sisueelistuste poolest. Need eripärad mõjutavad meediaorganisatsioonide strateegiaid spordisisu loomisel ja levitamisel (Billings & Hardin, 2014).

1.9. Meediastumine ja selle seosed spordiuudiste loetavusega

Mõiste *meediastumine* (ingl k *mediatization*) viitab ühiskondlikule protsessile, mille käigus muutub meedia ühiskondlike praktikate, institutsioonide ja kultuuriliste tähenduste kujundamise keskseks mõjuriks. Meedia ei kajasta enam lihtsalt tegelikkust, vaid kujundab selle kogemise viise, määrab, millele pööratakse tähelepanu ning millisel kujul info liigub. (Couldry & Hepp, 2013; Hjarvard, 2008). Tasub meeles pidada, et toimetused palkavad ajakirjanikke tegutsema oma klientide (auditooriumi) „heaks”, mistõttu peavad nad avaldama eelkõige selliseid materjale, mida lugejad vajavad ning sensatsiooni- ja skandaaliuudised on alati masside tähelepanu alati köitnud (Walotek-Ściańska, 2016:40). Ajakirjandus võimendab klikkide nimel konflikte, leiab ka Hennoste (2019). Seetõttu pole liialdus väita, et massimeedia institutsioon kujundab kaasajal inimtegevuse ja -käitumise vorme ning mudeleid. Spordimeedia kontekstis tähendab meediastumine, et sport ei eksisteeri ühiskonnas eraldi meediast, vaid suuresti läbi meedia – nii oma nähtavuses, tähenduses kui väärtuses. Sportlased, võistlused ja isegi spordialad ise omandavad tähenduse nii, nagu need on meedias kujutatud, toimugu see siis otseülekande, uudisloo, Instagrami postituse või YouTube'i klipi kaudu (Frandsen, 2009).

Digikeskkonnas ei määra spordisündmuse tähendust enam ainult selle tulemus, vaid kuidas, millal ja millises vormis see meediasse jõuab. Spordimeedia tarbija ei otsi enam lihtsalt infot, vaid meediavahendatud kogemust, milles on oluline visuaalsus, emotsionaalsus, narratiiv ja jagatavus. Seega muutub meedia tarbijale mitte ainult infokanaliks, vaid sotsiaalseks ja kultuuriliseks suunajaks (Hjarvard, 2013). ERR-i spordiuudiste loetavus internetis sõltub meediastumise tõttu ka sellest, kuidas sisu on esitatud, visualiseeritud ning platvormideüleselt lugejateni viidud. Sama spordisündmus võib koguda erineva ulatusega auditooriumi sõltuvalt sellest, kas sisu on loodud teksti, video või otseülekandena, kas seda jagatakse sotsiaalmeedias ning millise emotsionaalse või identiteedilise tähenduse see loob (Mazzoleni, 2008). ERR-i roll digitaalsel meediaajastul ei seisne ainult sisu loomises, vaid tähenduse ja kogemuse vahendamises. Meediastumise kaudu muutub ERR-i spordisisu osa laiemast sotsiaalsest tähendusruumist, kus sport ei eksisteeri ilma meedia vahenduseta ja meedia ei saa oma rolli täita ilma auditooriumi aktiivse osaluseta.

Lisaks huvipakkuvale sisule soovib meediatarbija et talle pakutud materjal oleks vormilt sobiv, ajaliselt kättesaadav ja emotsionaalselt relevantne. Otsese meediatarbijate tagasisidena väljendub see sageli auditooriumi tagasisidena ERR-i otseülekannetele. Mis omakorda viitab sellele, et kuna spordisündmuse toimumise aeg on ajaliselt piiratud, samal ajal emotsionaalselt laetud, on meedia ülesanne see spordisisu vahendada vaataja/kuulajani viisil, mis auditooriumi ootustega resoneerub.

1.10. Avalik-õiguslik meedia digiajastul: eesmärgid ja väljakutsed

Eesti Rahvusringhääling (ERR) on avalik-õiguslik meediaorganisatsioon, mille eesmärk on teenida ühiskonda, pakkudes **usaldusväärset, mitmekesist ja ligipääsetavat meediasisu**. ERR-i tegevust reguleerib *Eesti Rahvusringhäälingu seadus* (2007), mille § 5 kohaselt kajastab rahvusringhääling Eesti ühiskonnas olulisi sündmusi, arendama eesti keelt ja kultuuri ning tagama teabe kättesaadavuse kõigile elanikele.

ERR-i arengukava 2025–2028 seab üheks strateegiliseks eesmärgiks **kogukondliku kuuluvustunde tugevdamise ja sisu mitmekesistamise eri sihtrühmade jaoks** (Eesti Rahvusringhääling, 2023). Spordiuudised ja -ülekanded aitavad ERR-il seda eesmärki tõhusamalt täita – sport on kultuuriliselt ühendav ja emotsionaalselt kõnetav valdkond, mis pakub atraktiivset meediasisu suurele osale ühiskonnast, demograafilistest tunnustest sõltumata. Tänapäevane meediatarbimine on killustunud ja platvormipõhine ning ERR-i jaoks on väljakutseks, kuidas **toota ja levitada sisu viisil, mis arvestab erinevate sihtrühmade sisueelistusi** (Kalmus, Masso & Lauristin, 2022). ERR-i digitaalsed kanalid – lisaks lineaarsetele telekanalitele esmajoonel ERR-i spordiportaal (sport.err.ee) uudiste ja otseülekannete vahendajana ning voogedastusplatvorm Jupiter otseülekannete ning järelvaatamise vahendajana, võimaldavad spordisisu sotsiaalmeediaga integreerides jõuda mitmekesiselt laia auditooriumini.

Spordisisu, nii ülekannete, uudiste, kui saadete, edastamine avalikõiguslikus meedias – Eesti Rahvusringhäälingus (ERR-is) on olulise tegevusena fikseeritud eesmärk ERR-i arengukavas (Eesti Rahvusringhääling, 2023). Muuhulgas sätestab ERR-i arengukava aastateks 2025–2028 rahvusringhäälingu ühe eesmärgina ühis- ja kogukondlikku sidususe tugevdamise, pakkudes ERR-i kanalites sisu, mis on tähenduslik eri ühiskonnagruppidele ning toetab kuuluvustunnet.

Spordisisu puhul tähendab see tähelepanu mitte ainult rahvusvahelistele suursündmustele, vaid ka kohalike, vähem kajastatud spordialade ja sportlaste nähtavuse suurendamist. See põhimõte on kooskõlas ka Rahvusringhäälingu seaduses fikseeritud eesmärkide ja ülesannetega (Eesti Rahvusringhäälingu seadus, 2007).

Kasutuste ja rahulolu teooria ning enesemääratlemise teooria raamistikus vaadelduna saavad ERR-i poolt edastatud spordiuudised ja ülekanded olla tähenduslikult edukad eelkõige siis, kui suudavad vastata auditooriumi autonoomia-, kompetentsuse- ja seotusvajadusele – pakkudes usaldusväärset, kaasavat ja identiteeti toetavat sisu. Kasutuste ja rahulolu teooria (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) raames võib seda tõlgendada kui meediaplatvormi püüdlust rahuldada auditooriumi seotuse ja kompetentsuse vajadusi: pakkuda võimalust tunda end informeerituna (pädevana) ning kuuluvana kogukonda, kes jagab sarnaseid huve. See haakub spordifännide käitumismustritega, mida kirjeldavad ka mitmed uuringud – näiteks Brown ja Billings (2013) –, mille kohaselt otsivad kasutajad just oma huvidele vastavat, eksklusiivset ja kogukonnatunnet loovat sisu.

1.11. ERR-i roll spordimeedia vahendajana ning väärtuspõhise arendajana

Spordisisu kajastamisel on ERR-il seega täita topeltroll: ühelt poolt edastada operatiivset ja pädevat infot (spordiuudised) televisioonis, raadios ning digimeediakanalites. Teisalt arvestada uudistemade valikul ühiskonna kõigi gruppide huve ehk kajastada suure populaarsusega spordialade kõrval ka **vähemtuntud või harva kajastatud spordialasid**, mis kommertskanalite uudistevalikusse sageli ei mahu. Just see **laiema pildi esitlemine** ja väiksemate sihtrühmade katmine on ERR-i avalik-õiguslik vastutus, mis eristab teda erameediast. (Kultuuriministeerium, 2019).

Niisiis, ulatub ERR-i roll spordimeedia vallas kaugemale pelgalt uudiste kajastamisest, mida võiks sõnastada, kui **ühiskondlikult tähendusliku sisu kujundamine**, mis toetab kuuluvustunnet ja väikeriigi kultuurilist mitmekesisust. Uurimistöö autori hinnangul on eeltoodut arvesse võttes oluline mõista, et tähendusliku sisu loomine ja vahendamine, ka võimalikult laialt kõigi ühiskonnagruppide ootuste ja eelistustega arvestades, ei peaks olema siiski kvantitatiivne lähtekoht ja eesmärk. ERR-i, kui meediakanalit ja organisatsiooni usaldab 72% Eesti inimesi (Turu-uuringute AS, 2023). Selleks, et kõrget usalduskrediiti hoida, seisab igapäevaselt ka aselt ERR-i (sporditoimetuse) ees ülesanne, teha ERR-i väärtustest ja eesmärkidest lähtuvalt põhjendatult sisulisi valikuid ning kanda vastutust, mida suurima Eesti meediakanalina ning avalik-õigusliku meediaorganisatsioonina ERR ühiskonnas esindab.

Digiajastu väljakutsed nõuavad kõigilt meediamajadelt, sh avalik-õiguslikelt ringhäälinguorganisatsioonidelt paindlikkust platvormikasutuses, dünaamilist sisustrateegiat ning võimet mõista ja hinnata auditooriumi huvi ning käitumismustreid, mida toetab ka käesoleva uurimistöö empiiriline fookus.

Olukorras, kus ERR-i kui Eesti rahvusringhäälingu eesmärk on teenida kogu ühiskonda, sh esindada mitmekesisid huve ja vähem esindatud spordialasid, võttes lisaks arvesse asjaolu, et avalik-õiguslik meedia ei konkureeri üksnes tähelepanu nimel, vaid püüab pakkuda laia sisulist väärtust, et rahuldada kõigi ühiskonnagruppude vaatajate-kuulajate sügavamaid ootusi, kerkib spordisisu edastamise ja loomise puhul üles õigustatud küsimus, kas avalik-õigusliku meedia (spordi)sisufookuses peaksid olema ennekõike ühiskonna suuri gruppe ühendavad tippspordi suursündmused või sellega võrdse tähelepanu all spordivaldkonna spetsiifilised äärealad, mille tähenduslävi on kõrge kitsas segmendis, või tasakaalus kombinatsioon mõlemast?

2. ANDMETE KOGUMISE MEETODID

2.1. Uurimisküsimus, hüpoteesid ja metoodiline raamistik

Vastuste saamiseks spordimeediatarbija auditooriumi sisueelisuste kohta, samuti kogu digitaalmeedia, sh sotsiaalmeedia mõju ja väljundite hindamiseks, tuleb arvestada auditooriumi meediatarbimise diferentseeritust. Erinevad uurimused on kinnitanud, et auditooriumi sisueelistustest rääkides, ei piisa üldpildi loomiseks üksnes traditsioonilise ringhäälingu, näiteks teleauditooriumi mõõtmisandmetest. Kuna spordiülekannete vaatamine on muutunud kahesuunaliseks interaktiivseks kogemuseks, on seetõttu digitaalsete keskkondade, sh sotsiaalmeedia kaasatus on oluline mõõdik, millega ringhäälingul tuleb arvestada ja mida hindamisel arvesse võtta. (Pegoraro; Kennedy, 2021) Teleeetri vahendusel jõuab (Eesti) meediatarbijani küll oluline osa spordivaldkonna digitaalsest meediasisust, kuid teleauditooriumi mõõdikuuring ei hõlma meediasisu tarbimist veebikanalites, sh sotsiaalmeedias. Samuti ei suuda televisioon kajastada kõiki spordialasid ning seetõttu ei võimalda teleauditooriumi uuring vaatajate/lugejate kitsamate eelistuste fikseerimist erinevate (spordi)teemade (ja spordivaldkondade) osas. Rääkimata detailsusastmest, mida pakub digitaalse meediasisu analüüs artiklite ja kitsamate uudisteemade lõikes. Nii Allie Kosterich (2016), kui Hagi Šein (2021) leiavad, et erinevad auditooriumi mõõtmise meetodid erinevatel platvormidel pakuvad erinevaid tulemusi ning teleauditooriumi mõõdikuuringust välja jääva veebis ja teistel digiplatvormidel toimuva mõistmiseks on vaja uusi usaldusväärseid mõõtmisvahendeid ja meetodeid. (Lobanov, 2022).

Teleauditooriumi mõõdikuuring peegeldab seega representatiivselt auditooriumi üldist huvi saate/saadete/teemade vastu keskmise vaadatavuse lõikes, kuid ei võimalda täpselt ja spetsiifilisemalt analüüsida auditooriumi huvi sisu- või uudisteemade lõikes, mis digiajastu teistel platvormidel tarbijat kaasab. Pole kahtlust, et laia auditooriumihuviga telesaated ja -ülekanded mõjutavad tarbijate meediakäitumist, kuid käesolevat uurimistööd suunav keskne uurimisküsimus on – millised spordivaldkonna teemad köidavad vaatajaid/lugejaid kõige enam? Ja koos sellega – mil määral erinevad auditooriumi (spordi)uudise valdkonnaeelistused veebiportaalis ning sama meediasisu loetavus sotsiaalmeedias? Kas on tuvastatav põhjuslik seos (korrelatsioon) ning tulemus ERR-i spordiuudiste loetavusel veebiportaalis ja sotsiaalmeedias jagatud spordiuudiste levikul?

Uurimistöö lähteülesandest tulenevalt on käesolevas uuringus vastamiseks esitatud järgmiseid alateemad:

- 2.1.1. Millist spordisisu ja teemasid ERR uudistena pakub?
- 2.1.2. Millist spordisisu ja teemasid sihtauditoorium eelistab?
- 2.1.3. Millised on sihtauditooriumi sisueelistuse erinevused veebikeskkonnas ja sotsiaalmeedias?

Kokkuvõttes on uurimustöö eesmärk tuvastada ja kirjeldada mustreid auditooriumi sisueelistustes erinevate spordiuudiste valdkondade lõikes ning digitaalsete kanalite – veebiportaali ja sotsiaalmeedia – vastastikuses mõjus, et sellest lähtuvalt pakkuda ERR-i digitaalse meediastrateegia osana sisendit, kuidas edaspidi auditooriumi sisueelistustega arvestades tõhusamalt ja laiemale auditooriumile uudissisu planeerida ning edastada. (spordi)uudiste levitamisel.

2.2. Uurimistöö hüpoteesid

Uurimistöö lähtub eeldusest, et spordiuudiste tarbija teeb uudiste tarbimisel valikuid oma isiklike eelistuste ja huvide põhjal, mis on seotud konkreetsete teemavaldkondade, spordialade populaarsusega või positsiooniga kindlas kultuurikontekstis ja ühiskonnas. Need valikud ei pruugi olla juhitud otse ning ainult traditsioonilistest uudisväärtuskriteeriumites, vaid pigem spordiala populaarsusest ühiskonnas ning indiviidi personaalsest seotusest teemaga sest selliste teemade ja spordialade vastu on auditooriumil suurem huvi. (Brown & Billings, 2013)

- 2.2.1. Hüpotees 1: Spordiuudiste loetavus sõltub eelkõige auditooriumi üldisest huvist teemavaldkonna vastu, kuid on kitsamalt juhitud lugeja personaalsetest huvidest ja eelistatud spordialadest.
- 2.2.2. Hüpotees 2: Auditooriumi sisueelistused erinevad seega spordialade lõikes oluliselt.
- 2.2.3. Hüpotees 3: Sotsiaalmeedia suurendab (ERR-i) uudiste levikut, tuues sisu juurde rohkem lugejaid ning pakkudes leviku võimendust läbi kaasatud kasutajate.
- 2.2.4. Hüpotees 4: Sotsiaalmeedias ja veebikeskkonnas ei ole auditooriumi eelistused homogeensed ja erinevad sõltuvalt kanali iseloomust ja kasutajate ootustest.

Need neli hüpoteesi on aluseks töö empiirilisele analüüsile, milles uuritakse ERR-i digikanalites avaldatud spordiuudiste loetavust ja sotsiaalmeedias avaldatud sisu mõju auditooriumi kaasatusele ning sisutarbimisele.

2.3. Uurimismeetod

Uurimistöö autori hinnangul on uuringutulemuste analüüsiks otstarbekas kasutada kirjeldava analüüsi ja regressioonanalüüsi meetodit, mis vaatleb mitme tunnuse samaaegset mõju ja analüüsib nende omavahelisi seoseid. Koos sellega on uurimistöö relevantsema tulemuse saavutamiseks vajalik üldandmete analüüsi kõrval kasutada lähteandmete puhastamiseks standardiseeritud kontentanalüüsi ja abistavat koderimist. Standardiseeritud kontentanalüüs on sobiv uurimisstrateegia kommunikatsiooni (käesoleval juhul spordiuudiste valdkondade, esinemissageduste ja mõju) objektiivseks ja kvantitatiivseks uurimiseks. Standardiseeritud kontentanalüüs, kui uurimistehnika, mida metodoloogiliste rakendusviisidele ja analüüsitehnikate suurele variatiivsusele viidates peetakse sillaks kvantitatiivsete ja kvalitatiivsete meetodite vahel, mille abil toimub kommunikatsiooni/tekstide selgesti väljendatud (eksplitsiitse) sisu objektiivne, süstemaatiline ja kvantitatiivne analüüs. (Kalmus, 2015)

Uurimustöö kvantitatiivse uurimisosa eesmärk on tuvastada põhjuslikke seoseid ning saada üldistavaid järeldusi ERR-i spordiuudiste auditooriumi sisueelistuste kohta digitaalses keskkonnas. Kvantitatiivne lähenemine võimaldab analüüsida suuremahulisi kasutusandmeid, mis põhinevad reaalsel tarbijakäitumisel ERR-i spordiportaalis ning sotsiaalmeedias ning on kooskõlas kvantitatiivse uurimistöö (Flick, 2011, lk 10–11) iseloomulike tunnustega.

Uurimistöö kombineeritud analüüsilahendus ühendab:

- 2.3.1. **Statistilise analüüsi** meetodid (nt regressioonanalüüs), et selgitada sisuliste tunnuste (spordiala, sisuformaad, postituse tüüp) mõju loetavusele ja kaasatusele;
- 2.3.2. **Standardiseeritud kontentanalüüsi**, mille abil kodeeritakse ERR-i spordiportaalis enimloetud uudiste sisu vastavalt spordiala ja temaatilistele kategooriatele;
- 2.3.3. **Abistavat kodeerimist**, mis parandab sisukategooriate täpsust ja arvestab sisulisi kõrvalekaldeid ametlikest spordialade jaotustest.

Metoodiline raamistik rakendab Flicki (2011), Kalmuse (2015) ja Neumani (2014) soovitatud lähenemisviise meediatekstide kvantitatiivseks analüüsiks. Kombineeritud metoodika võimaldab analüüsida ERR-i digitaalse meediasisu levikut, populaarsust ja tarbimismustreid nii sisutüüpide, valdkondade kui ka platvormide lõikes.

2.4. Andmeallikad ja töötlusmeetodid

Uurimistöö andmestik tugineb Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) spordiuudiste digikeskkondade kasutajastatistikal kaheaastase perioodi vältel 01.04.2023 – 31.03.2025, mis on kogutud usaldusväärsetest ja reaajas toimivatest andmete analüüsiplatvormidest.

Kasutatud on järgmisi andmeallikaid:

- 2.4.1. ERR-i **veebiplatvormide kasutusstatistika** põhineb Google Analyticsi serveriandmetel, mida on töödeldud ja visualiseeritud gemiusPrism, Chartbeat ja Microsoft Power BI analüüsiliidest vahendusel, võimaldades uurida spordiuudiste loetavust, sisu jaotust ning auditooriumi liikumist erinevate ERR-i kanalite vahel.
- 2.4.2. ERR-i **sotsiaalmeedia analüütika** on kogutud Meta Business Suite'i andmestiku (Facebook) kaudu, millele autoril on ERR-i sporditoimetuse juhina vahetu ja täielik tööülesannetest tulenev ametialane ligipääs. Nimetatud andmete kaudu on võimalik jälgida ning analüüsida ERR-i hallatava Facebooki kanalite kasutusstatistika mõõdikuid, sealhulgas hinnata sisupostituste ulatust, kaasatust (engagement) ning jagamismustreid uurimisperioodi ehk kahe aasta jooksul. Kuna tegemist ei ole avalikult kättesaadava andmeallikaga, viidatakse neile andmetele käesolevas töös, kui isiklikule teatele (ERR, Meta Business Suite, isiklik teade, 2025), ning need viited ei ole lisatud kasutatud allikate loetellu.

Kõiki ERR-i portaale (domeenil err.ee) külastab ühe nädala jooksul keskmiselt 794 000 unikaalset IP-aadressi (seadmete arv err.ee veebilehel ühe nädala jooksul keskmiselt 24 kuu vältel, perioodil 01.04.2023 - 31.03.2025). ERR-i spordiportaali külastab nädala jooksul keskmiselt 85 000 unikaalset veebibrauserit ehk 11% kõigist err.ee domeeniga seotud portaalidest. Ühe kalendrikuu vältel ületab nädalaste unikaalsete veebibrauserite ulatus (*Reach*) err.ee portaalides kokku 2,1 miljonini ning veebilehe sport.err.ee ulatus (*Reach*) on 241 tuhat unikaalset veebibrauserit. (ERR, Meta Business Suite, isiklik teade, 2025)

ERR Sport postituste ulatus Facebookis ühe kuu jooksul on (2024. aastal) keskmiselt 268 000 unikaalset kasutajat, ning viimase kahe aasta jooksul (aprill 2023 – märts 2025) 737 000 unikaalset kasutajat. Kõigist ERR Sport postitusi Facebookis näinud inimestest külastab ERR Sport profiili Facebookis keskmiselt iga teine (470 000 unikaalset kasutajat ehk 64% ERR Sport postitusi näinud Facebooki kasutajatest). (ERR, Meta Business Suite, isiklik teade, 2025) Keskmise televaatajate arv päevas oli 2024. aastal 718 000 inimest ehk 63,2% kõikidest inimestest vanuses 4+ aastat (Kantar Emor, 2025). See number väheneb aegamööda iga aastaga, andes teed erinevate digitaalsete platvormide kasutajaskonna ja ka kasutusaja kasvule.

Käesolev uurimistöö ei keskendu vaatajaelistustele televisioonis, kuid vastastikuse mõjuga telespordiülekannete ning -sisu edastamise vahel digitaalses uudismeedias, tuleb arvestada, kuna digikanalite, sh sotsiaalmeedia vahendusel tarbib püsivalt meediasisu märkimisväärne osa ERR-i teleauditooriumist. Üha enam toimub see samaaegselt kasutades spordisisu tarbimiseks paralleelselt mitut ekraani. Eestis on sotsiaalmeedia mõju teleauditooriumi käitumisele uuritud vähe ning spordivaldkonna sisu osas uuringutulemused puuduvad.

Korreleeruvaid viiteid sotsiaalmeedia ning lineaarteleviseiooni vastastikusest mõjust kinnitas esmakordselt Nielsen ja SocialGuide'i 2013. aastal valminud uuring, mis kinnitas, et sotsiaalmeediakanali Twitter (praegune X) aktiivsuse ja telesaadete vaadatavuse vahel on vanuselises sihtrühmas 18-49 statistiliselt märkimisväärne positiivne korrelatsioon. (Nielsen, 2013), Ehkki see enam, kui kümnendi tagune uuring tõi välja korrelatsioonitunnused klassikalise lineaarmedia ning digiajastu sotsiaalmeedia vahel, on sotsiaalmeedia levikust ja auditooriumi kaasatusest lähtuvalt asjakohane hinnata, et digiajastul on kanalitevahelised seosed ja mõju üha ulatuslikumad ning korrelatsioonile viitavate seostega veebis- ja sotsiaalmeedias avaldatud spordiuudiste vahel, tuleb edaspidi juttu ka käesolevas uurimistöös.

Ristmeedia, vahel kasutusel ka mõistena hübriidmeedia, millest räägitakse palju kaasaja poliitkommunikatsiooni kontekstis, käsitleb erinevate meediatüüpide, nagu televisioon, raadio, trüki- ja veebimeedia segunemist. Teooria lähtub uue aja meediakogemusest, kus inimesed suhtlevad meediaga samaaegselt mitme kanali kaudu ning kus erinevad meediatüübid mitte ainult ei eksisteeri koos, vaid moodustavad koosluse, mis areneb vanemate ja uuemate meedialoogikate vastastikuste (koos)tegevuste kaudu. Kõiki osalisi selles süsteemis seovad kompleksed ja pidevalt arenevad suhted, mis põhinevad nii kohanemisel, kui vastastikusel sõltuvusel. (Chadwick, 2013)

Seoseid, mille kohaselt on sotsiaalmeedial (tele)auditooriumi ligitõmbamisel oluline roll, on kinnitanud mitmed uuringud. Seega, on põhjust tulevikku vaadates eeldada, et mida suurem on auditooriumi seotus (*engagement*) sotsiaalmeedias, näiteks meeldimised või jagamised Facebookis, seda kõrgemad saavad olema telereitingud. (Antonakopoulou; Veglis, 2022), aga ka auditooriumi huvi konkreetse teema vastu digitaalses meediapildis tervikuna. Seda tasakaalustav tõdemus on, et sotsiaalmeedias kõrge reageerimise määraga sisu ei ole tingimata edukas lineaarses televisioonis. Lisaks on reageerimise määr oluliselt erinev vanusegruppide lõikes, olles selgelt kaldu nooremate vanuserühmade poole (Kelly, 2019). Kokkuvõttes on ka käesoleva uurimistöö tulemuste valguses oluline nende seostega arvestada.

Telejaamad on ajalooliselt olnud eelkõige huvitatud auditooriumi puudutavatest kvantitatiivsetest näitajatest (mida, kui palju ja kes vaatavad) ning vähem kvalitatiivset infot - kuidas ja miks vaadatakse? (Kosterich, 2016). Mitmikeraanide ajastul on küsimus telesisu tegeliku jälgimise ja vaatajate tähelepanu osas kasvanud (Portilla, 2015) ning järjest enam vajavad meediamaastikul tegutsejad infot meediasisu seotuse, huvitatuse ja kaasatuse (*engagement*) kohta (Nelson & Webster, 2016). Ringhäälinguvaldkonnas saavad meediateenuse pakkujad kasutada sotsiaalmeediat, et mõjutada publiku häälestamist ja kasvatades auditooriumi (Min; Zang; Liu, 2015). Sellest tulenevalt ongi digiajastul oluline mõista, kuidas erinevad leviedastusvalikud mõjutavad spordimeediatarbivate käitumist, sealhulgas sotsiaalmeedia kasutust. (Pegoraro; Kennedy, 2021).

Teooriaaraamistiku võtab kokku uue meedia ja digikultuuri teoreetiku Lev Manovich 2018. aastal avaldatud töö, mille kohaselt on digimeedia võimekus registreerida (ja talletada) peaaegu kõiki kasutaja tegevusi loonud uued analüüsivõimalused, mis omakorda on ümber kujundanud (või kujundamas) nii meedia sisuloome, sisu levitamise kui turunduse praktikad, mille tulemusena meediakasutajate tarbimiskäitumine ja sotsiaalmeedia sisu analüüs annab sisendi sisuloome planeerimisse. (Manovich, 2018)

Kokkuvõttes, selleks, et digiajastu tuleviku suunas edasi liikuda, toob see teoreetiline raamistik meid tagasi uurimisküsimus(t)e juurde – **mil määral auditooriumi sisueelistused mõjutavad meediatarbimist (käesoleva uurimistöö raames spordiuudiste loetavust), mil määral digitaalsed kanalid erinevad ja mil määral sotsiaalmeedia sisu artiklite levikut võimendab ning auditooriumi suunab?**

2.5. Spordimeedia tarbijad

Spordimeedia tarbijad on aktiivsed meediakasutajad, kelle motivatsioon sõltub nende isiklikest huvidest ja eelistustest. Spordialade populaarsus ei ole konstatnte, vaid dünaamiliselt ajas muutuv, sõltudes kultuurikontekstist, ajaloolisest järjepidevusest, spordiala kandepinnast ning auditooriumi jaoks oluliste sportlaste edust. Ameerika Ühendriikides hõlmab sport keskmiselt 20% ajalehemahust ning ligikaudu sama proportsioon ajakirjanikest töötab sealsetes sporditoimetustes (Hennoste, 2008).

Võrreldes üldise uudistevooga, põhineb spordiuudiste tarbimine tavapärasest suuremal määral individuaalsetel eelistustel. Meediatarbija ehk vastuvõtja personaalne seotus ja fännisuhte staatus määrab vastuvõtlikkuse iga konkreetse indiviidi tasandil ja millest olulisel määral sõltub nii auditooriumi, kui terviku, aga ka iga üksikisiku huvi spordiala valdkonna ja konkreetse artikli või uudise vastu.

Eesti Rahvusringhäälingu uudisteportaale külastab viimase 3-4 aasta keskmisena ligikaudu 650 000 kasutajat (IP-aadressi) nädalas, kellest 13-15% tarbib spordivaldkonna meediasisu ERR-i spordiportaalil sport.err.ee. Seega, ERR-i digitaalsete uudiskanalite, lisaks ka ERR-i poolt sotsiaalmeedias jagatud sisuga on püsivalt kontaktis märkimisväärne osa Eesti auditooriumist, kelle seas ka märkimisväärne osa püsivalt spordisisu tarbivast auditooriumist. (ERR, 2025)

2.6. Uurimisperiood ja valim

Uurmistöös on vaatluse all kahe aasta (24 kuu) pikkune periood 1. aprillist 2023 – 31. märtsini 2025. Sellise pikkusega uurimisperiood võimaldab analüüsida spordiuudiste tarbimismustreid enam kui ühe täispika spordiaasta ulatuses. Lähtudes spordikalendri tsüklilisusest ning vaadeldes paralleelselt ka spordiuudisteauditooriumi käitumismustreid on vähemalt ühe aasta pikkuse uurimisperioodi rakendamine vajalik mitmel põhjusel. Esiteks minimeerib vähemalt üheaastane periood sesoonsed mõjud. On mõistetav, et talispordialade uudiskajastus on suvisel perioodil madalam suvealadega võrreldes ja vastupidi. Spordielu suurvõistlused toimuvad aastases tsüklis valdavalt sarnastel aegadel (näiteks tennise suure-slämmi turniirid, talialade või kergejõustiku tiitlivõistlused), kuid mõistagi on ka erandeid. Näiteks jalgpalli 2022. aasta maailmameistrivõistlused, mis tavapärase suvekuude asemel toimus 2022. aastal ilmaolude tõttu Kataris novembris-detsembris. Mainitud jalgpalli-suurvõistlus jääb küll käesoleva uurimistöö raamidest välja, kuid globaalsetest spordi-suursündmustest sisaldub töö andmistikus 2024. aasta suveolümpiamängud Pariisis. Kuna taliolümpiamängud leiavad aset nelja-aastase tsükliga, siis taliolümpiamängud uuringutulemustes samuti ei sisaldu. Olulise suurvõistlusena mahub uurimisperioodi raamidesse aga jalgpalli Euroopa meistrivõistluste 2024. aasta finaaltourniir, samuti kergejõustiku tiitlivõistlused. Seega vähemalt ühe tervikliku kalendriaasta lõikes on võimalik tagada tulemuste representatiivsem ülevaade. Kaks järjestikust aastat, võimaldavad veelgi tugevamat üldistust.

Uurimistöö valimiraami moodustavad ERR-i uudisteportaali sport.err.ee kasutajad, samuti ERR Sport profiili kasutajad sotsiaalmeediaplatvormil Facebook. Uurimistöös on seega kasutusel tõenäosuslik, kõikne valim, mis tähendab, et uuring katab kogu ERR-i spordiuudiste portaalis (sport.err.ee) ja ERR Sport sotsiaalmeediakanalis Facebook avaldatud sisu, samuti nende kanalite lugejad ning tarbijakäitumise.

Uurimistöös kasutatav metoodika - kõikne valim, võimaldab uurida/mõõta ning langed kokku populatsiooniga või erineb sellest väga vähe (Õunapuu, 2014), võimaldades kõrge täpsusega teha järeldusi ERR-i digikanalite kasutajaskonna käitumise ja eelistuste kohta. Pikema uurimisperioodi valikul tuleb arvestada sellega, et ajatelge üha pikendades, hakkab tulemuste relevantsus omakorda vähenema, sest huvi spordialade vastu on sageli seotud konkreetsete sportlaste (ja nende eduga), samuti spordialade üldise populaarsusega, mis ei ole ajas konstantne ning muutub auditooriumi eelistustest lähtuvalt.

2.7. Uurimuse mõõdikud ja analüüsistrateegia

Uurimistöö keskendub ERR-i spordiuudiste loetavusega seotud tarbimismustritele ning auditooriumi liikumisele ERR-i digitaalsete kanalite vahel, konkreetselt veebiportaali sport.err.ee ning sotsiaalmeedias Facebooki ERR Sport lehel avaldatud sisule, mille analüüsiks kasutatakse järgmisi peamisi mõõdikuid:

- 2.7.1. Artiklite loetavus: Page views ja unique visitors ERR-i spordiportaalis artikli tasandil;
- 2.7.2. ERR-i spordiportaalist sotsiaalmeediasse lingitud artiklite osakaal;
- 2.7.3. Klikimustrid – võrreldakse, mida kasutajad loevad veebiportalis, kuidas toimub auditooriumi liikumine erinevate platvormide vahel (nt sotsiaalmeediast portaali ja vastupidi) ning millist sisu sotsiaalmeedia kasutajad ERR Sport Facebooki kodulehel jagatud ERR-i spordiportaalis avaldatud uudistest eelistavad.

Kokkuvõttes lähtub analüüsistrateegia ERR-i spordiuudiste üldiste loetavusmustrite (valdkonnapõhiste sisueelistuste) tuvastamisest spordiportaalis ja sisueelistuste mõjust sotsiaalmeediasse jagatud uudiste vahel. Uurimistöö lähtekoht ja analüüs võimaldab mitte ainult kirjeldada hetkeolukorda, vaid loob võimaluse teha ka järeldusi ERR-i digistrateegia arendamiseks tulevikus sisulise ja platvormipõhise planeerimise tasandil.



Joonis 1. Uurimuse andmete kogum, uurimisperiood ning andmetöötlusetapid

2.8. Kodeerimine ja kodeerimisjuhend

Uuringu aluseks olevate andmete - (uudis)teemade allikas on ERR-i spordiportaalis (sport.err.ee) avaldatud kõik uudised ja artiklid ning nende sisulise jaotuse aluseks kategooriate (spordialade) lõikes. Uurimistöö tulemuste täiendava täpsuse ja usaldusväärsuse tagamiseks on uurimistöö sisendandmed kontsentreeritud ning kasutatud seejärel abistavat kodeerimist, mille eesmärk on artiklite (uudiste) sisust lähtuvalt kontrollida teemavaldkonnad ning ühtlustada ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite temaatiline liigitus (kategooriad). (vt Joonis 1)

Neuman (2014) kirjeldab avatud kodeerimist järgnevalt. Uurija määrab teemad ja määrab teemadele koodid või nimetused ning koondab andmestiku kategooriatesse. Kodeerimise käigus otsitakse tunnuseid - kriitilisi termineid, võtmesündmusi või -teemasid, millest lähtuvalt koodid struktureeritakse ja märgistatakse. Uurija peab selles kodeerimise faasis olema avatud, luues ise uusi teemasid ja olema ka valmis vajadusel esialgselt määratud koode vajadusel muutma.

Üsna sageli võib ühe kindla spordialaga seotud uudis oma sisult kvalifitseeruda mõnda teise valdkonda, mis konkreetse uudiskategooria puhul auditooriumi eelistusi analüüsides on olulisem või täpsem.

Näiteks, ükski alljärgnevast kolmest kergejõustiku alajaotuses avaldatud ERR-i spordiuudisest ei ole esmajoones kergejõustikuuudis:

- <https://sport.err.ee/1608888461/viru-endine-opilane-suudistas-treenerit-seksuaalses-ja-vaimses-ahistamises>
 - kodeeritud kategooriasse „skandaal“
- <https://sport.err.ee/1608913874/suri-korgushupet-tundmatuseni-muutnud-olumpiavoitja>
 - Kodeeritud kategooriasse „surm“
- <https://sport.err.ee/1608848494/venemaa-vasaraheitja-tunnistas-et-tarvitas-londoni-olimpia-eel-dopingut>
 - Kodeeritud kategooriasse: „skandaal“

Seega, uudiste/artiklite sisujaotus spordialade lõikes, vajab sisulise analüüsi kvaliteedi tõstmiseks ning abistavat kodeerimist. Kodeerimise vajadusele viitab esmajoones asjaolu, kui

uudises/artiklis ei sisaldu spordiuudisele iseloomulikku tulemust ehk resultaati või on resultaat äärmuslikult erakordne (tavatult kasin või tundub muudel põhjustel uskumatu). Viimasel juhul on tõenäoliselt tegemist kurioosumiga. Näiteks: <https://sport.err.ee/1608627067/kolmekordne-olumpiavoitja-sai-varast-kinni-pidades-vigastada>

Samuti on kodeerimise käigus viidud analüüsitulemuste relevantsuse parandamiseks suurvõistluste jaoks loodud erirubriikidest nagu näiteks „Jalgpalli MM“ ja „Kergejõustiku EM“ avaldatud uudised/artiklid viidud võimalusel spordivaldkonna põhikategooriatesse. Samas olümpiamängude erilehe/alajaotuse puhul „OM2024“ seda tehtud ei ole. Uudiste/artiklite liigitamine ja kodeerimine kategooriate lõikes ei ole alati üheselt selge ning eeldab sel juhul tõlgendamist kodeerija poolt. Tavapäraste spordialade kategooriate (Aerutamine, Autoralli, Golf jne) kõrval, mis on kasutusel sisu kategoriseerivate alajaotustena ka sport.err.ee portaalis, on uurimistöö autor võtnud kasutusele täiendavad neli kategooriat, artiklite eristamiseks, mille fookus väljub selgelt sellega seotud spordiala raamidest ning omab auditooriumi sisueelistuste analüüsimisel olulist sisulist erinevust ja tähendust.

Käesoleva uurimistöö raames on kodeerimistunnustega lisakategooriateks alljärgnev jaotus:

- 2.8.1. **Kurioosum** – Uudises/artiklis ei sisaldu spordiuudisele iseloomulikku tulemust ehk resultaati või on resultaat äärmuslikult erakordne (näiteks ka tavatult kasin) või tundub uudises kirjeldatud sündmus muudel põhjustel uskumatu, mitte normaalne, erakordne.
- 2.8.2. **Persoon** – Uudises/artiklis ei sisaldu või on vähetähtis spordiuudisele iseloomulik tulemus ehk resultaat ning artikli keskmes on tuntud persoon, kui avaliku elu tegelane. Juhul, kui artikkel räägib vähetuntud või tundmatust (näiteks noor)sportlasest, siis ei liigitub artikkel spordialavaldkonna järgi ja mitte kategooriasse persoon. Üldjuhul liigituvad tegevssportlased spordiala järgi ning endised sportlased (spordikuulsused, endised staarid) kategooriasse „Persoon“. Näiteks:
 - 2.8.2.1. Kategooriasse „persoon“: <https://sport.err.ee/1608742177/kirt-jatab-suurte-areenidega-huvasti-ma-pole-lopetanud-aga-olen-ristteel>
 - 2.8.2.2. Spordiala valdkonnakategooriasse: <https://sport.err.ee/1608985438/kristin-tattar-tunnen-et-em-ilt-puudumine-oleks-lausa-riigireetmine>
- 2.8.3. **Surm** – Kõik surmaga seotud uudised, sealhulgas nii surmajuhtumid päevakajalistes sündmustes, kui tuntud spordilegendide lahkumised. Näiteks: <https://sport.err.ee/1608947144/craig-breen-hukkus-horvaatia-mm-ralli-eelsel-testil>

või <https://sport.err.ee/1608913874/suri-korgushupet-tundmatuseni-muutnud-olumpiavoitja>

2.8.4. **Skandaal** – Uudised, mis on seotud õiguskorda rikkuvate teemadega, nagu:

- 2.8.4.1. Doping;
- 2.8.4.2. Väärkohtlemine;
- 2.8.4.3. Rassism;
- 2.8.4.4. Finantspettused;
- 2.8.4.5. Muud väär- ja kuriteod.

Reeglina ei sisaldu nendes uudises/artiklites spordiuudisele iseloomulikku tulemust ehk resultaati või on sportlik tulemus selgelt teisejärguline uudise sisuga võrreldes. Samuti ei sisalda uudise pealkiri ja *lead* sportlikku tulemust. Näiteks: <https://sport.err.ee/1608661660/red-bull-lopetas-vipsi-toetamise>

2.8.5. **Poliitika** – Uudised, mis on seotud sõja, riikidevaheliste konfliktide, poliitika, sh spordipoliitika otsustega. Üldjuhul ei sisaldu uudises/artiklis spordiuudisele iseloomulikku tulemust ehk resultaati. Näiteks:

- 2.8.5.1. <https://sport.err.ee/1608933044/rok-i-esindaja-suukorvistas-johanna-taliharmasee-oli-kogu-kone-koige-mojusam-hetk>
- 2.8.5.2. <https://sport.err.ee/1608738946/suur-lugu-venemaa-pingutab-rahvusvahelisse-sporti-naasmise-nimel>
- 2.8.5.3. <https://sport.err.ee/1608988996/kanepi-ma-ei-lahe-kaasa-inimestevahelise-suhete-lohestamise-kampaaniaga>

Ülaltoodud kodeerimisraamistik võimaldab artiklite sisulise liigituse täpsustamist ning loob aluse andmestiku analüüsimiseks nii kvantitatiivselt kui sisuliselt, arvestades artiklite sisulist tähendust, auditooriumi tegelikke eelistusi ning ERR-i spordiuudiste sotsiaalseid tõlgendusi.

2.9. Empiirilise analüüsi struktuur

Uurimistöö empiiriline analüüs on jaotatud kolmeks põhikomponendiks, mis võimaldavad ühiselt hinnata, kuidas erinevad spordisisu valdkonnad ja sisuformaad ERR-i digikanalites pälvivad auditooriumi huvi, mõjutavad kaasatust ja tarbimiskäitumist. Analüüsi ülesehitus on kooskõlas uurimisküsimuste ja hüpoteesidega.

- 2.9.1. ERR-i spordisisu loetavuse analüüsiosa fookus on ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite loetavusel. Uuritakse:
 - 2.9.1.1. Millised spordialad ja teemavaldkonnad pälvivad suurimat tähelepanu ERR-i spordiportaali lugejate seas?
 - 2.9.1.2. Milliseid spordiuudiste formaate tavapärase tulemusega uudiste kõrval (uudised, otseblogid, kommentaarid/analüüsid, persoonilood) avaldatakse?
 - 2.9.1.3. Millised mustrid ilmnevad suurima loetavuse (auditooriumihuviga) sisuartiklite tarbimise lõikes (nt suurvõistlused, Eesti sportlase edu, spordivälised teemad)?
- 2.9.2. Auditooriumi katvuse ja eelistuste analüüs sotsiaalmeedias. Selles analüüsiosas vaadeldakse auditooriumi huvi ja reaktsioone ERR-i spordisisu levikuga sotsiaalmeedias – ERR Sport kanalis Facebookis ja võrdlust veebiportaalis eelistatud teemavaldkondades. Uuritakse:
 - 2.9.2.1. Millised spordialad ja teemavaldkonnad pälvivad ERR Sport uudistes seas suurimat tähelepanu sotsiaalmeedias
 - 2.9.2.2. Mis tüüpi sisuga uudised saavad sotsiaalmeedias rohkem reaktsioone?
- 2.9.3. Sisueelistuste ja loetavuse seoste hindamine. Analüüsi kolmas komponent seob kodeeritud ERR-i sisustruktuuri (spordialad, teemavaldkonnad, sisuformaad) artiklite loetavuse ja sotsiaalmeedia kaasatuse andmetega:
 - 2.9.3.1. Kas spordiuudiste populaarsus on seotud pigem sisutüübi, spordialavaldkonna või muu uudisväärtuse aspektidega (nt skandaal, poliitika, sportlase persoon)?
 - 2.9.3.2. Millised sisuelemendid ja artiklitüübid (nt otseblogid) suurendavad auditooriumi huvi?
 - 2.9.3.3. Kuidas erineb veebikeskkonnas avaldatud ja sotsiaalmeediasse vahendatud uudiste/artiklite katvus?

Nimetatud kolm analüüsikomponenti toetuvad kvantitatiivsele andmestikule ja on kooskõlas töö üldise metoodikaga. Lõppeesmärk on anda täiendav sisend ERR-i sisustrateegia arendamiseks, eesmärgiga toetada sisuvaldkonnapõhist otsustamisprotsessi spordiuudiste levikul digikeskkondades, et vastata paremini meediatarbija ootustele ja vajadustele.

3. ANDMETE ANALÜÜS

3.1. ERR-i spordiportaali teemavaldkondade sisujaotus

Käesoleva uuringu raames analüüsiti kaheaastase perioodi vältel (01.04.2023 – 31.03.2025) Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) spordiportaali sisu, artiklite loetavust veebikeskkonnas sport.err.ee ning ERR Sport uudistevaliku levikut sotsiaalmeedias – Facebookis, ERR Sport lehel. Relevantsete analüüsitulemuste tagamiseks, on kaheaastase uurimisperioodiga elimineeritud sesoonsed mõjud erinevate spordialade kajastamisele (vt peatükk 2.6 uurimisperiood ja valim) ning vaatluse all on spordiuudiste levik ja lugejaelistused veebiportaalis ning sotsiaalmeedias.

Uurimisperioodi vältel avaldas ERR-i spordiportaal (sport.err.ee) kokku 21 613 artiklit/uudist ehk kaheaastase perioodi keskmisena ligikaudu 30 (29,6) uudist päevas. Aastaste perioodide võrdluses jagunevad avaldatud artiklid võrdselt (erinevus 1%). Perioodil 01.04.2023 – 31.03.2024 ilmus ERR-i spordiportaalis 11 025 artiklit/uudist ning 01.04.2024 – 31.03.2025 ilmus 10 588 artiklit/uudist.

Avaldatud artiklid (uudised) on spordiportaali toimetajate poolt jagatud 69 kategooriasse spordialade lõikes. Lisaks erikategooria(d) nagu näiteks OM2024 (2024. aastal Pariisis toimunud XXXIII suveolümpiamängude uudistele) või Jalgpalli EM/MM (UEFA/FIFA jalgpalli suurturniiride kajastamiseks. Püsiv alajaotus on teemavaldkonna „spordipoliitika“ artiklite ja uudiste tarbeks. (vt Tabel 1)

Valdkonnapõhised alajaotused ERR-i spordiportaalis ei ole seega täiesti samatüübilised, samuti mitte konstantsed ning alajaotused on ajas muutuvad. Spordivaldkondade või -alade kõrval on eraldi alajaotus ka enam kui 50-aastase ajalooga koolispordi saatesarjal TV10 Olümpiastarti. Uute kategooriatena on lisandunud ERR-i sporditoimetuse raadiosaadete-podcastide alajaotused saadetele „Võimla“ ning „Spordis ainult tüdrukud“. Erandiks on ka jalgpalli alajaotusesse kuuluv alamkategooria „Premium liiga“, mis on jalgpalli Eesti meistrivõistluste uudiste/artiklite teemarubriik, millest ERR vahendab hooaja vältel 35 – 40 otseülekannet ning on seetõttu käsitletav samuti, kui ERR-i saate/ülekandena. Hooaja vältel ilmub Premium liigast ligikaudu 250 uudist. Käesoleva uurimistöö raames on need uudised summeeritud kategooriasse „Jalgpall“.

Tabel 1. ERR-i spordiportaali kategooriate loetelu.

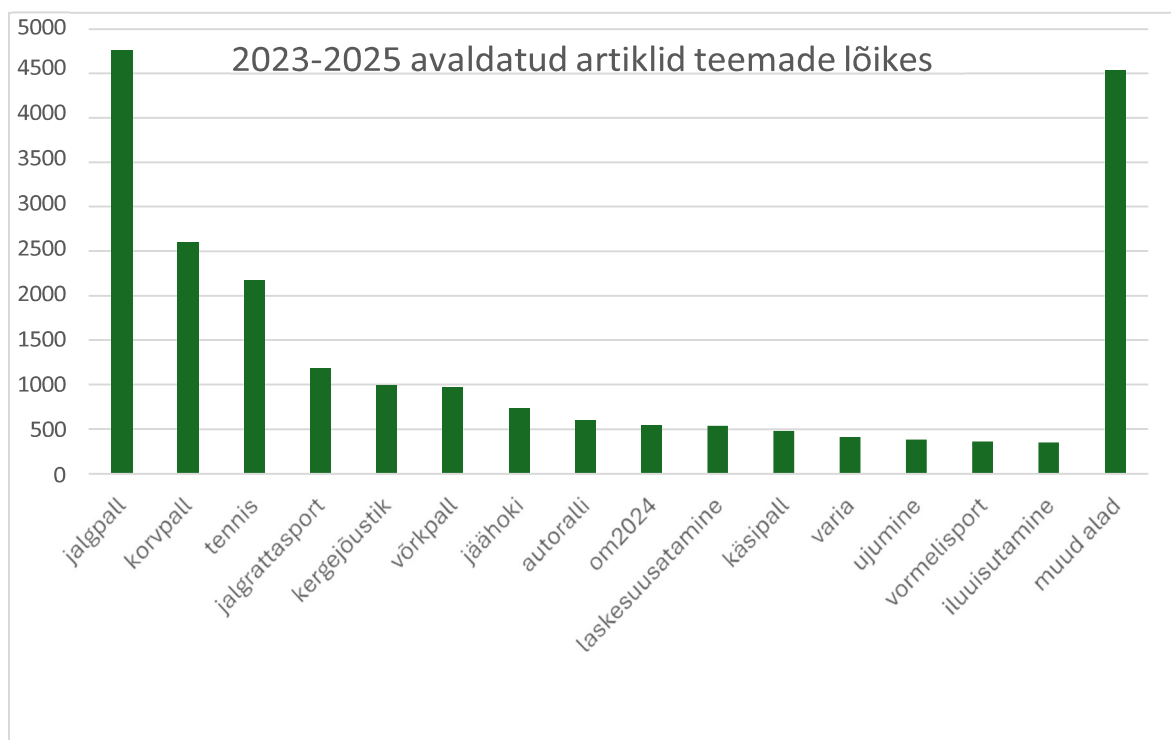
1	Aerutamine	24	kulturism ja fitness	47	Sulgpall
2	ameerika jalgpall	25	Kurling	48	Sumo
3	Arvamus	26	Käsipall	49	Suusaalad
4	auto-moto	27	laskesuusatamine	50	Suusahüpped
5	Autoralli	28	Laskmine	51	Suusatamine
6	Autosport	29	Lauatennis	52	Sõudmine
7	Ekstreemsport	30	lumelauasõit	53	Talisport
8	e-sport	31	Maadlus	54	teised alad
9	freestyle-suusatamine	32	Male	55	tennis
10	golf	33	Motosport	56	tervisesport
11	iluuisutamine	34	mäesuusatamine	57	triatlon
12	jalgpall	35	olümpialiikumine	58	tv10 olümpiastarti
13	jalgrattasport	36	orienteerumine	59	tõstmine
14	judo	37	Parasport	60	ujumine
15	jäähoki	38	Poks	61	varia
16	kabe	39	premium liiga	62	veemoto
17	kahevõistlus	40	Purjetamine	63	vehklemine
18	karate	41	Rallikross	64	vibulaskmine
19	kardisport	42	rannavõrkpall	65	vormelisport
20	kergejõustik	43	Ratsasport	66	võimlemine
21	kettagolf	44	Saalihoki	67	võistlustants
22	kiiruisutamine	45	snuuker ja piljard	68	võitlussport
23	Korvpall	46	spordipoliitika	69	võrkpall

Globaalselt suurtest spordialadest ei ole väikese tähendusmõju tõttu Eesti kultuurikontekstis eraldi alajaotust spordialadele nagu näiteks rägbi, maahoki, pesapall või kriket, mille uudised liigitatakse vajadusel kategooriasse „Teised alad“. Samuti on väiksemate talialade, näiteks suusaorienteerimine, jaoks alajaotus „Talisport“. Üldiste kategooriatena alajaotus „Varia“ artiklitele, mille sisu ei ole piiritletav kitsalt ühe kindla spordialaga ning alajaotus „Spordipoliitika“, valdavalt spordijuhtimisega seotud teemaartiklitele ja -uudistele.

3.2. ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite valdkonnapõhine jaotus

Spordialade lõikes on sport.err.ee veebiportaalis enimkajastatud kategooriad/valdkonnad jalgpall (4755 artiklit), korvpall (2600 artiklit), tennis (2180 artiklit), jalgrattasport (1177) artiklit, viiendana kergejõustik (988 artiklit). (vt Joonis 2)

Nimetatud viit spordivaldkonda iseloomustab ühise nimetajana aastaringne tihe rahvusvaheline võistluskalender. Sealjuures annavad kõige sagedamini kajastatud spordialavaldkondadele – jalgpall ja korvpall – uudiskajastusteks rohkelt materjali tiitlivõistluste ja rahvuskoondiste kvalifikatsiooni- ning finaaltourniiride kõrval paraleelselt toimuvaid klubivõistkondade liigasid erinevatel kontinentidel ja riikides, sh kohalikud meistrivõistlused (meistriliigad) Eestis.



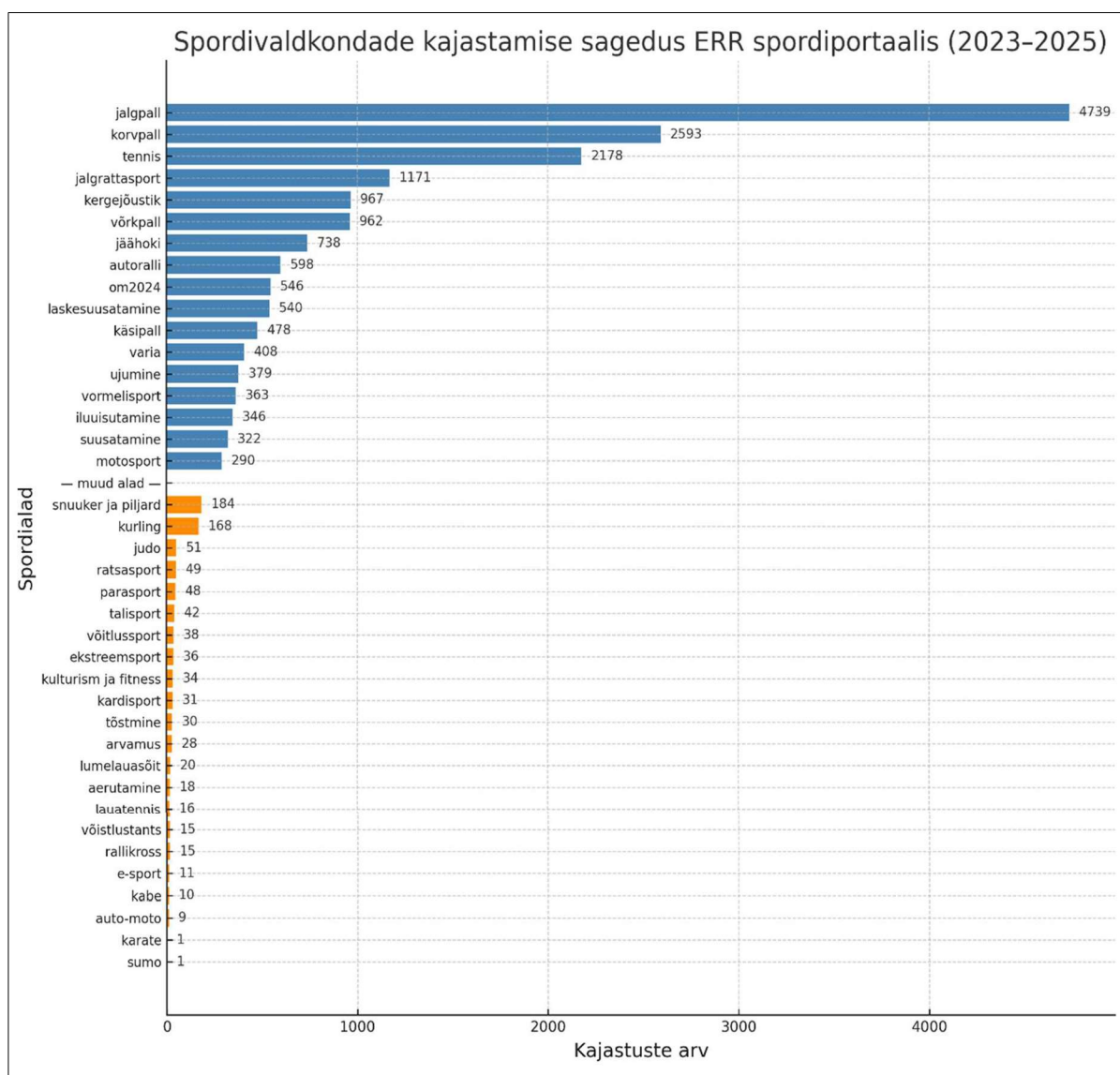
Joonis 2. 15 enim kajastatud teemakategooriat ERR-i spordiportaalis uurimisperioodi vältel

ERR-i spordiportaalis avaldatud uudiste osas toimib Vilfredo Pareto poolt defineeritud Pareto printsiip ehk 20:80 reegel (Koch, R. (2021), mille kohaselt ligikaudu 80% tulemustest tuleneb 20% põhjustest. Käesoleva uurimistöö raames moodustavad 4/5 ehk 80% kõigist ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklitest vaid viiendiku kõigist teemakategooritest. Ülejäänud teemakategooriate uudised moodustavad 20% kogu sport.er.ee avaldatud sporditeemalisest sisust. ERR-i spordiportaali alajaotustest lähtuvalt tähendab see, et 15-s suurimas teemakategoorias ilmus kahe aasta vältel kokku 17 006 uudist, samal ajal kui ülejäänud 55-s teemakategoorias avaldati kokku 4607 uudist. Seega moodustab 20% enim publitseeritud teemavaldkondade uudistest 80% kogu ERR-i spordiportaalis avaldatud sisust. Kahe võrreldava (aastase) perioodi lõikes jagunes ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite arv sisuvaldkondade lõikes järgmiselt.

Tabel 2. sport.err.ee avaldatud artiklite arv kahe aastase perioodi võrdluses spordialade lõikes

	Spordiala	2023-2024	2024-2025	Kokku
1	jalgpall	2463	2276	4739
2	korvpall	1312	1281	2593
3	tennis	1226	952	2178
4	jalgrattasport	652	519	1171
5	kergejõustik	523	444	967
6	võrkpall	537	425	962
7	jäähoki	372	366	738
8	autoralli	306	292	598
9	om2024	19	527	546
10	laskesuusatamine	284	256	540
11	käsipall	236	242	478
12	varia	234	174	408
13	ujumine	185	194	379
14	vormelisport	174	189	363
15	iluuisutamine	169	177	346
16	suusatamine	166	156	322
17	motosport	168	122	290
18	teised alad	109	76	185
19	snuuker ja piljard	111	73	184
20	kurling	78	90	168
21	vehklemine	96	68	164
22	triatlon	92	72	164
23	suusahüpped	82	81	163
24	kahevõistlus	78	82	160
25	rannavõrkpall	85	69	154

Nagu Tabelis 2 näha, siis kaheaastase perioodi vältel ületas kokku enam kui 500 avaldatud artikli piiri ERR-i spordiportaalis lisaks eelmainitutele veel jalgrattasport (1171), jäähoki (738), Pariisi suveolümpiamängud (546) ja laskesuusatamine (540). Vaatlusaluse kaheaastase perioodi vältel avaldas ERR-i spordiportaal kõige harvemini uudiskajastusi sumo (1), karate (1), kabe (10) ja e-spordi (11) kohta. (vt Joonis 3)



Joonis 3. sport.err.ee kajastuste arv spordialavaldkondade lõikes uurimisperioodil – kõige enam ja kõige vähem kajastatud valdkonnad

Analüüsides avaldatud artiklite arvu teemavaldkondade ja võrreldavate aastate lõikes saab nentida järgmist:

- 3.2.1. Suurima avaldamismahuga teemade - jalgpalli- ning korvpalliuudiste arv on võrdlusalustel perioodidel ühe aasta lõikes stabiilne ja erineb vähem, kui 10%.
- 3.2.2. Tenniseartiklite vähenemine 22% võrra perioodil 2024-2025 varasema üheaastase perioodiga võrreldes on eeldatavasti mõjutatud Eesti kahe tipptennisisti Anett Kontaveiti ja Kaia Kanepi karjääri lõpetamisega.
- 3.2.3. Kergejõustiku artiklite vähenemine perioodil 2024-2025 võrreldes varasema aastase perioodiga viitab muuhulgas 2023. aasta augustis toimunud maailmameistrivõistlustele, mis on suure mastaabiga globaalne spordisündmus. Võrreldes kergejõustiku EM-iga aasta hiljem. Kuna MM on tiitlivõistlusena suurem ning võistluse periood topelt pikem, selgitab see osalt kajastuste arvu erinevust kahe võrdlusperioodi vahel ligikaudu viiendiku võrra.
- 3.2.4. Võrkpallikajastuste muutus, ligikaudu viiendiku võrra väiksem kajastuste arv 2024-2025 aasta võrdlusperioodil, viitab aktiivsele võrkpallisuvele 2023. aastal, mil nii Eesti rahvusnaiskond, kui -meeskond osalesid Euroopa võrkpalli Kuld- ja Hõbeliigas ning Euroopa Meistrivõistluste finaaltourniiril, mis naiskonna puhul leidis aset Tallinnas ja sellega seoses oli suurema meedia ning meediakajastuste tähelepanu all.
- 3.2.5. Autoralli uudiskajastus on viimase kümnendi jooksul püsinud stabiilselt kõrge kõrgis Eesti online-uudiste kanalites. Tagasihoidlikku, 5% langust aitab osaliselt selgitada asjaolu, et 2024. aastal ei toimunud Eestis rahvusvahelise autoralli maailmameistrivõistluse WRC etappi ning võimalik, et ka asjaolu, et eestlastest maailmameistrid Ott Tänak, Martin Järveoja ei ole suutnud kummalgi hooajal korrata rallispordile kaasaalajate ootust – jõuda taaskord autoralli MM-sarjas üldvõiduni.

3.3. ERR-i spordiportaali artiklite loetavus valdkondade lõikes

Vaadeldes lugejate arvu sama(de)l perioodi(de)l spordivaldkondade lõikes ilmneb, et ERR-i veebiportaalis sport.err.ee avaldatud spordisisu, loeti unikaalsete külastajate (*unique visitors*) poolt kaheaastase perioodi vältel kokku rohkem, kui 22,5 miljonil korral (22'670'928), mis jaguneb üsna võrdselt perioodide 2023-2024 (11'713'053) ja 2024-2025 (10'957'875) vahel.

Tabel 3. sport.err.ee artiklite lugemiste arv ning osakaal teemavaldkondade lõikes.

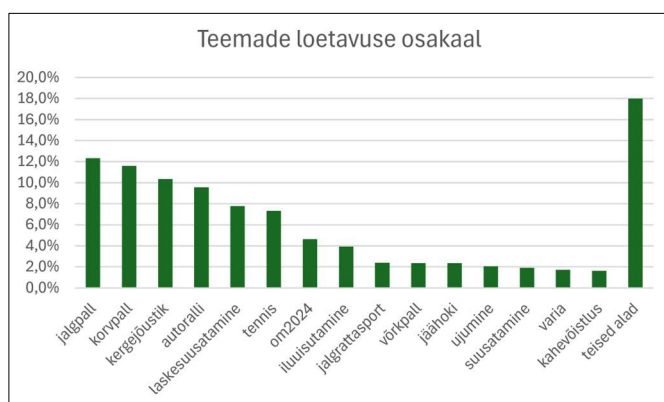
Spordiala	2023-2024	2024-2025	Kokku		2023-2024	2024-2025	Kokku
jalgpall	1 257 196	1 522 937	2 780 133		10,7%	13,9%	12,3%
korvpall	1 467 019	1 151 835	2 618 854		12,5%	10,5%	11,6%
kergejõustik	1 183 975	1 048 989	2 232 964		10,1%	9,6%	9,8%
autoralli	1 205 478	963 070	2 168 548		10,3%	8,8%	9,6%
laskesuusatamine	1 015 526	748 557	1 764 083		8,7%	6,8%	7,8%
tennis	1 060 345	593 165	1 653 510		9,1%	5,4%	7,3%
om2024		1 052 965	1 052 965		0,0%	9,6%	4,6%
iluuisutamine	393 160	376 950	770 110		3,4%	3,4%	3,4%
suusatamine	226 037	367 320	593 357		1,9%	3,4%	2,6%
võrkpall	336 857	196 060	532 917		2,9%	1,8%	2,4%
jalgrattasport	274 597	254 419	529 016		2,3%	2,3%	2,3%
jäähoki	282 852	244 053	526 905		2,4%	2,2%	2,3%
ujumine	294 282	170 904	465 186		2,5%	1,6%	2,1%
varia	268 093	107 291	375 384		2,3%	1,0%	1,7%
kahevõistlus	209 628	162 131	371 759		1,8%	1,5%	1,6%
vehklemine	186 729	166 137	352 866		1,6%	1,5%	1,6%
premium liiga	182 669	142 400	325 069		1,6%	1,3%	1,4%
vormelisport	122 674	157 615	280 289		1,0%	1,4%	1,2%
skandaal	160 233	52 922	213 155		1,4%	0,5%	0,9%
snuuker ja piljard	131 413	72 315	203 728		1,1%	0,7%	0,9%

Võrreldes ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite arvu ning artiklite lugemiste arvu teemavaldkondade lõikes (Tabel 3), saab nentida, et kahe, suurima avaldatud artiklite arvuga valdkonna kohta – jalgpall ja korvpall, on kõige rohkem ka lugemiskordi (jalgpall ligi 2,8 mln ja korvpall 2,6 mln lugemist). (Joonis 4)



Joonis 4. sport.err.ee lugemiste arv valdkonna kohta

Veebiportaali sport.err.ee artiklite lugemiste alusel (Tabel 3) tõusid järgmiste valdkondadena esile kergejõustiku uudised (2,2 mln lugemist, avaldatud artiklite positsiooni 5. kohalt lugejate arvult 3. positsioonile), autoralli (2,2 mln lugemist, avaldatud artiklite positsiooni 8. kohalt lugejate arvult 4. positsioonile) ja laskesuusatamine (1,8 mln lugemist, avaldatud artiklite positsiooni 10. kohalt lugemiste arvult 5. positsioonile). Teemade loetavuse osakaalu puhul kehtib taaskord Pareto-printsiip ehk 15-ne enimloetud teemavaldkonna uudised moodustavad ligikaudu 80% kõigist ERR-i spordiportaalis avaldatud uudiste loetavusest kokku (Joonis 5).



Joonis 5. sport.err.ee teemade loetavuste osakaal lugemiste lõikes

3.4. ERR-i spordiportaali valdkonnaartiklite loetavus avaldatud artiklite keskmisena

Reastades ERR-i spordiportaalis avaldatud sisuartiklid lugemiste keskmise arvu alusel avaldatud artiklite arvu kohta, on tulemuseks erinev, kuid sisuliselt oluline pilt, mis peegeldab avaldatud artiklite kategooria (spordivaldkondade) olulisust lugejate jaoks. Tabelis 4 on toodud kõik sport.err.ee keskkonnas avaldatud artiklite unikaalsed lugemised jagatud artiklite arvuga.

Tabel 4. sport.err.ee valdkonnartiklite keskmine loetavus lugejate keskmise arvu alusel

	Valdkond	Keskmine lugejate arv	<i>Avaldatud artiklite arv</i>
1	autoralli	3 626	598
2	võistlustants	3 272	15
3	laskesuusatamine	3 267	540
4	iluuisutamine	2 540	351
5	kergejõustik	2 373	988
6	kahevõistlus	2 315	161
7	vehklemine	2 152	164
8	kulturism ja fitness	2 037	35
9	om2024	1 929	546
10	olümpialiikumine	1 798	102
11	spordipoliitika	1 633	56
12	freestyle-suusatamine	1 626	63
13	tõstmine	1 556	30
14	suusatamine	1 347	322
15	ujumine	1 229	380
16	võimlemine	1 153	68
17	snuuker ja piljard	1 107	184
	KESKMINE / keskmine	1 049	312
18	aerutamine	1 021	18
19	korvpall	1010	2593
20	maadlus	988	133
...			
34	tennis	759	2178
41	jalgpall	658	4225
48	võrkpall	554	962
57	jalggrattasport	452	1171

Tabelist 4 ilmneb, et keskmiselt kõige rohkem unikaalseid artiklite avamisi (lugemisi) iga avaldatud artikli kohta on teemakategooriatel – autoralli (3'626 lugemist keskmiselt iga artikli kohta), võistlustants (3'272 lugemist keskmiselt iga artikli kohta) ning laskesuusatamine (3'267 lugemist keskmiselt iga artikli kohta). Avaldatud artiklite keskmist lugemiste arvu hinnates on keskmise artiklite avamise (lugemise) võrdluses teemavaldkondade lõikes oluline tähele panna ka uurimisperioodil ERR-i spordiportaalis avaldatud artiklite arvu. (vt Joonis 6)

Tabelist 4 on näha ka ERR-i spordiportaali keskmine avaldatud artiklite arv uurimisperioodil, mis kahe aasta keskmisena on 312 artiklit valdkonna kohta. Iseseisva arvvärtusena see number olulist tähendust ei oma, kuid suhtarvuna valdkonnas avaldatud artiklite võrdlusena – üle või alla kõikide avaldatud artiklite keskmise, näitab see spordivaldkonna suurst ning olulisust toimetustlike valikute vaates.

Veebikeskkonnas sport.err.ee avaldatud artiklite keskmise lugemiste arvu alusel reastatuna kuuluvad enimloetud teemavaldkondade hulka neli spordiala kuuest, mille lugemiste arv artikli kohta keskmiselt ületab sport.err.ee kõigi teemavaldkondade sama näitaja keskmise – nendeks valdkondadeks on autoralli (598 avaldatud artiklit uurimisperioodi jooksul), laskesuusatamine (540 artiklit), iluuisutamine (351 artiklit) ning kergejõustik (988 artiklit uurimisperioodi jooksul).

Keskmise lugejate arvu osas avaldatud artikli kohta tõusid esikuuikuisse kaks valdkonda, milles avaldatud artiklite arv uurimisperioodi jooksul on madal või keskmisest madalam, kuid siiski representatiivne, et mitte pidada seda juhuslikuks anomaaliaks või erandiks. Nendeks valdkondadeks, millel oli artikli kohta keskmiselt märkimisväärselt palju lugejaid, väiksema avaldatud artiklite mahu juures, on võistlustants (15 avaldatud artiklit uurimisperioodi jooksul) ning kahevõistlus (161 avaldatud artiklit uurimisperioodi jooksul).

Kahe aasta keskmisena oli sport.err.ee keskkonnas avaldatud artiklite keskmine lugemiste arv artikli kohta 1049 lugejat (keskmiselt 1062 lugemist perioodil 2023-2024 ja keskmiselt 1035 lugemist perioodil 2024-2025). Uuringuperioodi keskmise artikli loetavuse mediaanvärtus kõigi teemavaldkondade lõikes on 720 lugejat ühe artikli kohta. (vt Joonis 7)



Joonis 6. sport.err.ee artiklite keskmine loetavus avaldatud artiklite kohta kuni spordivaldkondade keskmiseni



Joonis 7. sport.err.ee artiklite keskmine loetavus avaldatud artiklite kohta keskmisest kuni mediaanväärtuseni

3.5. Auditooriumi valdkondlikud eelistused ERR-i spordiportaalis

Tulenevalt massimeedia institutsionaalsest rollist ja lähtudes päevakorrasede teooriast, ei saa jätta tähelepanuta asjaolu, et ERR-i sporditoimetajate valikud spordiuudiste avaldamisel kujundavad ja suunavad lugejate teemaeelistusi ehk meedia struktureerib, kujundab ja suunab läbi toimetuslike uudisvalikute meediatarbijate käitumismustreid. Nagu ütleb päevakorrasedeteooria (McCombs ja Shaw, 1972) – pakkumine kujundab nõudlust, mis kohandub lähtuvalt pakkumisest.

Toimetusliku suunava valiku vähendamiseks auditooriumieelistuste suunamisel, võtab käesolev uurimistöo täiendavalt vaatluse alla uurimisperioodil iganädalaselt avaldatud uudistest need artiklid, mis pälvisid lugejate kõige suuremat tähelepanu. Vaatleme, millised olid need uudised ja teemavaldkonnad, mis iganädalaselt, kõigi avaldatud ligikaudu 200 - 250 artikli seas, lugejate tähelepanu kõige sagedamini köitsid. Konkreetsemalt - missugused olid uurimisperioodil iganädalaselt 50 kõige enam loetud artiklit ERR-i spordiportaalis ning kuidas jagunevad need artiklid teemavaldkondade lõikes. Nimetatud parameeter aitab välja sõeluda lugejate jaoks eelistatumad teemad/teemavaldkonnad. Selline, lugejate eelistustest suunatud vaade, vähendab toimetusliku pakkumise mõju uudissisu tarbimiseelistuste selgitamisel. Samuti aitab selline meetodika välja tuua need teemad/teemavaldkonnad, mis kõnetavad või huvitavad lugejat suhteliselt vähem – nende valdkondade uudised satuvad valimisse ehk nädala 50-ne enim huvipakkunud teema hulka harva.

Olulise täiendusena lisandub nimetatud kvalitatiivvaate tagamise parameetrina abistav kodeerimine, mis aitab eristada ja välja tuua uudise tegeliku sisu, mida artikli teemavaldkond ERR-i spordiportaali alajaotustes ei määratle.

Kuna kõik sport.err.ee veebikeskkonnas avaldatud artiklid on valdkonnapõhiselt struktureeritud artikli sisuga seotud spordivaldkonna kategooriasse (üldjuhul spordialanimetustena), siis esineb olukordi, kus valdkonnaga seotud uudis, kvalifitseerub oma sisult või tunnustelt mõnda teise valdkonda, mida eraldi alajaotusena spordikategooriate seas ei ole. Spordialade valdkonnapõhiseid eelistusi võrreldes, on sellist tüüpi artiklid vajalik selle sisu tunnuste alusel grupeerida mõnda teise valdkonda spordialadest väljaspool.

Kodeerimisest on ülevaade antud käesoleva uurimistöö teises osas, punktis 2.8. Seega, uurimistöö tulemuste täiendava täpsuse ja usaldusväärsuse tagamiseks on uurimistöö sisendandmed puhastud ning kasutusel on abistav kodeerimine, mille eesmärk on artiklite (uudiste) sisust lähtuvalt kontrollida teemavaldkonnad ning ühtlustada ERR-i spordiportaalis avaldatud artklite temaatiline liigitus (sisukategooriad).

ERR-i spordiportaalis uurimisperioodil iganädalaselt 50-ne artikli enimloetud artikli valdkonnapõhine võrdlus toob selgemalt esile need teemavaldkonnad, mis lugejat sagedaselt rohkem köidavad. Nende seas on abistavast kodeerimisest lähtuvalt ka uudised, mis oma sisust lähtuvalt ei liigitu mõne spordivaldkonna alla, vaid asuvad neist väljaspool, pakkudes lugejale huvi muude, klassikaliste uudiskriteeriumite tunnuste alusel, nagu „skandaal“, „surm“, „poliitika“. Neist viimase alla on koondatud spordivaldkonaga seotud uudissisu, mis on seotud Ukraina-Venemaa sõjalisest konfliktist ja sellega seotud piirangutest Venemaa sportlastele.

Tabelites 5 ja 6 on välja toodud sada suurima lugemiste arvuga artiklit ERR-i spordiportaalis, arvestades kodeeritud kategooriaid. Artiklid on järjestatud lugemiste alusel ühe nädala jooksul. Tulemused on kodeeritud ning välja on võetud autoralli maailmameistrivõistluste blogide ning Pariisi 2024. aasta olümpiamängude blogi loetavusstatistika, millest tuleb detailsemalt juttu peatükis 3.6 – Otseblogid.

Tabel 5. sport.err.ee kõige enam loetud artiklid uurimisperioodil, koos kodeeritud kategooriaga

#	Artikkel	Kategooria	Lugemised
1	Levandi kaebus lõpetas kunagise NSVL-i edutreeneri karjääri Iluuisutamine	Skandaal	48 985
2	Endised õpilased süüdistavad iluuisutreener Anna Levandit väärkohtlemises Iluuisutamine	Skandaal	48 832
3	Nool: äkki peaks Kiibus ise ka peegli eest läbi käima? Iluuisutamine	Iluuisutamine	33 304
4	Rauno Heinla tõstis Tartus maailmarekordi Tõstmine	Tõstmine	26 706
5	Craig Breen hukkus Horvaatia MM-ralli eelsel testil Autoralli	Surm	22 733
6	2023. aasta kergejõustiku MM-i ajakava ja ülekanded Kergejõustiku MM	Kergejõustik	22 562
7	Politsei pidas Mehis Viru kinni Kergejõustik	Skandaal	21 612
8	Kolmekordne olümpiavõitja suri ootamatult Maadlus	Surm	21 461
9	Johannes Erm tuli Eesti kõigi aegade teise tulemusega Euroopa meistriks! Kergejõustiku EM	Kergejõustik	21 424
10	Tänak ja Märtin lõpetasid koostöö Autoralli	Autoralli	21 041
11	Pariisi olümpia ajakava: eestlased ja parimad palad OM2024	OM2024	19 144
12	Niina Petrõkina krooniti Tallinnas iluuisutamise Euroopa meistriks! Iluuisutamine	Iluuisutamine	18 919
13	Ott Tänak tegi Rally Estonial raske avarii ja katkestas Autoralli	Autoralli	18 649
14	Erm napsas kuue sajandikuga itaallaste eest 50 000 euro suuruse preemia Kergejõustiku EM	Kergejõustik	17 402
15	Anett Kontaveit lõpetab sportlaskarjääri Tennis	Tennis	16 375
16	Kullaga koju jõudnud Jefimova jätab MM-i vahele: see toimub tobedal ajal Ujumine	Ujumine	16 357
17	Teivashüppe maailmameister suri vaid 29-aastaselt Kergejõustik	Surm	16 274
18	Eesti sportlasi tabas MM-il kullasadu Kultuurism ja fitness	Kultuurism ja fitness	15 833
19	Norra lasketreener: järgmisena tuleks USA sportlastele võistluskeeld määrata? Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	15 730
20	Suri 1970. aastate odaviskelegend Kergejõustik	Surm	15 587
21	Pariisi olümpia ajakava: eestlased ja parimad palad OM2024	OM2024	15 356
22	Remo Perli: uisuliidu komisjoni koosseis teeb nõutuks Iluuisutamine	Skandaal	15 088
23	Kanepi: ma ei lähe kaasa inimestevahelise suhete lõhestamise kampaaniaga Tennis	Poliitika	15 059
24	Niina Petrõkina tegi MM-il Eesti läbi aegade parima tulemuse Iluuisutamine	Iluuisutamine	15 059
25	Hollandi uisuliit keelab välismaalastel nende tippudega treenimise Kiiruisutamine	Kiiruisutamine	14 947
26	Eesti tantsupaar võitis MM-il hõbemedali Võistlustants	Võistlustants	14 717
27	Aleksandr Selevko võitis EM-il ajaloolise medali Iluuisutamine	Iluuisutamine	14 667
28	Moskvas suri tuntud Läti korvpallur Janis Timma Korvpall	Surm	14 577
29	Sukles Kanepist: kui see kordub, ei ole ta maksumaksja raha vääriline Tennis	Poliitika	14 559
30	Jalgpalli EM-finaalturniiri ülekannete ajakava Jalgpalli EM	Jalgpall	14 546
31	Madis Mihkels eemaldati kohatu žesti tõttu Hiina velotuurilt Jalgrattasport	Skandaal	14 499
32	Suri Eesti ainus taliparalümpia medalivõitja Parasport	Surm	14 362
33	Laskesuusatajad loobuvad ühest võistlusformaadist Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	14 299
34	Jalgpalli EM-finaalturniiri ülekannete ajakava Jalgpalli EM	Jalgpall	14 197
35	Venemaa uisutreener: varsti on Ukrainal niikuinii teine nimi Iluuisutamine	Iluuisutamine	13 973
36	Pariisi olümpia ajakava: eestlased ja parimad palad OM2024	OM2024	13 569
37	Sprindi olümpiavõitja ja maailmameister suri 32 aasta vanuselt Kergejõustik	Surm	13 545
38	Hyundai pealik: kümnepallisüsteemis annaksin Tänakule 15 punkti Autoralli	Autoralli	13 538
39	Sõõrumaa ei kiida Kanepi valikut heaks: see on inimlikkuse ja eetika koht Tennis	Poliitika	13 487
40	Jalgpalli EM-finaalturniiri ülekannete ajakava Jalgpalli EM	Jalgpall	13 348
41	Rasmus Mägi jõudis olümpiamängudel finaali OM2024	OM2024	12 733
42	Kontaveit saatis olümpiavõitja reketeid pakkima Tennis	Tennis	12 615
43	Eesti kõigi aegade teine punktisumma tõi Tilgale MM-il neljanda koha Kergejõustiku MM	Kergejõustik	12 580
44	Jalgpalli EM-finaalturniiri ülekannete ajakava Jalgpalli EM	Jalgpall	12 422
45	Sildaru isa pääses väärkohtlemise kahtlustusest, aga sai süüdistuse omastamises Freestyle suusatan	Skandaal	12 413
46	Eesti ujudad pöörasest maailmarekordist: see aeg on absurdne Ujumine	Ujumine	12 411
47	Laskesuusatamise maailmameister sai lennujaamas halva üllatuse Laskesuusatamine	kurioosum	12 362
48	Lapseootel Epp Mäe lõpetab sportlaskarjääri Maadlus	Maadlus	12 336
49	2024. aasta kergejõustiku EM-i ajakava ja ülekanded Kergejõustiku EM	Kergejõustik	12 306
50	Duplantis püstitas teivashüppes järjekordse maailmarekordi Kergejõustik	Kergejõustik	12 296

Nagu Tabel 5 näitab, kuuluvad kaks esimest, suurima loetavusega artiklit, kategooriasse „skandaal“. Spordialade jaotuse alusel ERR-i spordiportaalis on need uudised avaldatud valdkonnakategoorias „iluuisutamine“. Artiklite sisu on seotud suurt avalikku tähelepanu pälvinud skandaaliga. Tabelis kolmandal positsioonil paiknev uudis „Nool: äkki peaks Kiibus ka ise peegli eest läbi käima“, on küll tihedalt samal skandaaliga seotud, kuid lähtuvalt kodeerimisjuhendist, ei ole see artikkel kodeeritud kategooriasse „skandaal“, kuna sisaldab piisaval määral spordiala ja sportlasega seotud spordispetsiifilist sisu – treeningmetoodika ja sportlase motivatsioon, mistõttu saab uudist tõlgendada ka valdkonnapõhise artiklina ning kategooriat ei ole vaja tingimata muuta, kuna fookus on iluuisutajal ning tema persoonil sportlasena.

Nagu peatükis 2.8 „Kodeerimine ja kodeerimisjuhend“ on märgitud, jääb kodeerimisele tõlgendamisruum kodeerija poolt ning uurimistöö eesmärki ja fookust arvestades – selgitada auditooriumi valdkonnaeelisused, ei ole esmatähtis mõõta skandaalimaiguliste uudiste arvu, vaid puhastada spordivaldkonnakategooriad selgelt muude uudisväärtuslike põhjustega artiklitest, millega seotud lugejate huvi tõstaks kodeerimiseta spordivaldkonna kõrgemale positsioonile, kui see auditooriumi orgaanilisest valikust oleks ilma muud uudisväärtust pakkuvate teguriteta.

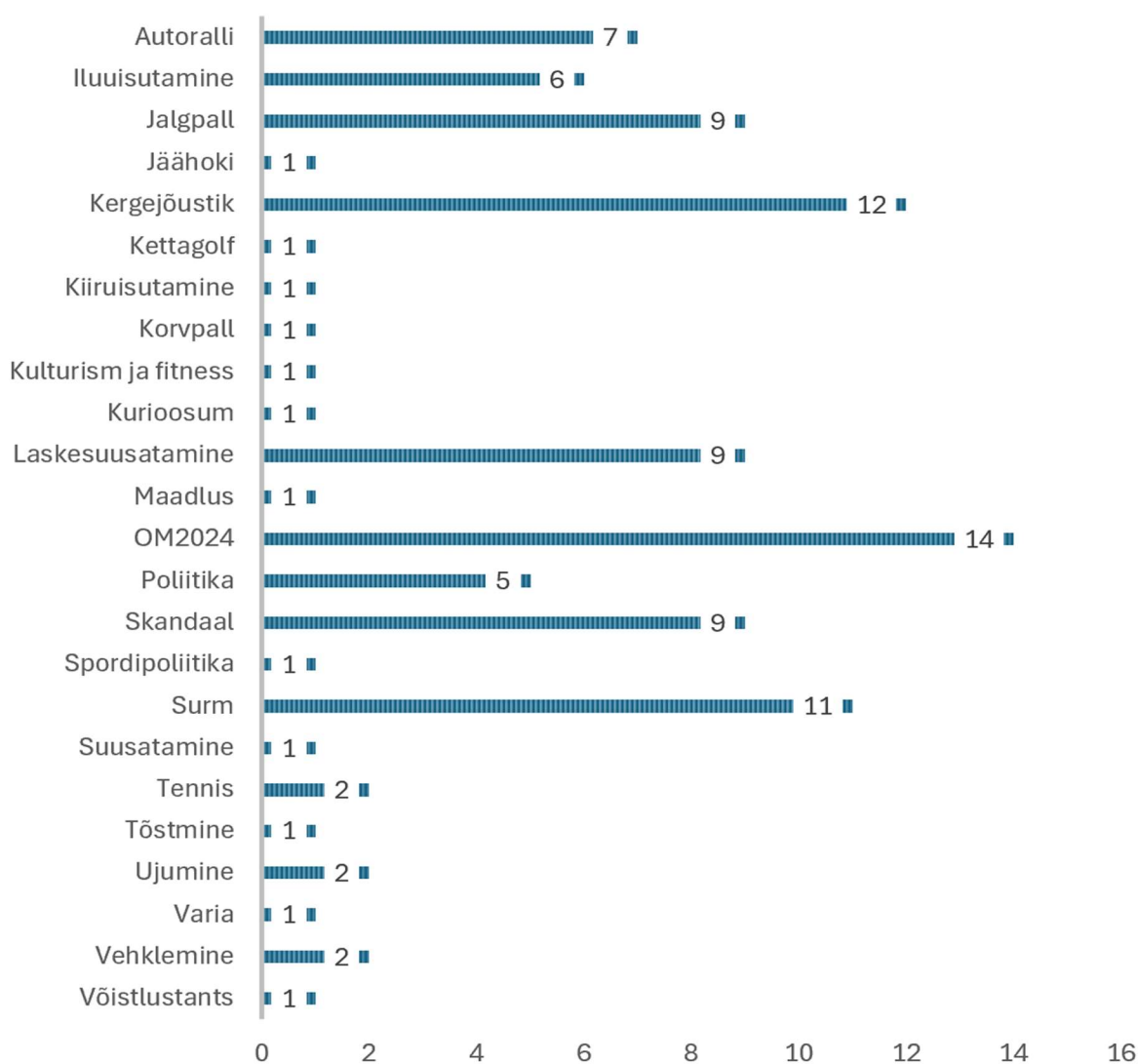
Asjaolu, et auditooriumil on kõrgendatud huvi konfliktsete temade vastu – skandaal, poliitika, ning empaatiline huvi surmaga seotud uudiste osas, ilmneb ootuspäraselt uurimistulemustes (Tabelid 5 ja 6). ERR-i spordiportaali saja kõige suurema lugemiste arvuga artiklite kodeeritud teemavaldkondade seas on kokku 11 artiklit, mille sisu liigitub kodeerimise järgselt kategooriasse „surm“ ning üheksa artiklit kategooriasse „skandaal“. Kui siia lisada viis kategooriasse „poliitika“ kodeeritud artiklit, tuleb tõdeda, et neljandik lugejate seas populaarsematest artiklitest ei ole nõ spordiuudised. Lisaks alajaotus Pariisi olümpiamängude alajaotus OM2024, mille 14-st artiklist kolm on seotud olümpiamängude võistluste ja ülekannete ajakavaga ühe nädala jooksul.

Tabel 6. sport.err.ee loetud artiklid uurimisperioodil (51 – 100), koos kodeeritud kategooriaga

#	Artikkel	Kategooria	Lugemised
51	Laskesuusakoondis loobus peatreeneri teenetest Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	12 151
52	Kristin Tattar tuli kodupubliku ees Euroopa meistriks Teised alad	Teised alad	12 119
53	Jalgpalli maailmameister andis positiivse dopinguproovi Jalgpall	Skandaal	12 006
54	Jefimova selja taha jäänud Leedu olümpiavõitja: olen kõige eest tänulik OM2024	OM2024	11 957
55	Võimsalt võidelnud Eesti korvpallikoondis alistas EM-valiksarjas Leedu Korvpalli Eesti koondis	Korvpall	11 952
56	USA-s jökke kukkunud lennuki pardal olid ka iluuisutamise maailmameistrid Iluuisutamine	Surm	11 855
57	Aivar Rehemaa kukkus õnnetult ja viibib arstide hoole all Suusatamine	Suusatamine	11 772
58	M-Spordi juht: kahjuks ei lähe mõnikord asjad loodetult Autoralli	Autoralli	11 757
59	Klavan avalikustas oma tiimi, koosseisus ka Martin Herem Jalgpall	Jalgpall	11 507
60	Lahkumisavalduse esitanud Lindpere: kogu Eesti koondis seisab minu taga Jalgpalli Eesti koondis	Jalgpall	11 380
61	Kümnevõistluse olümpiavõitjaks tuli norralane, Õiglane viies ja Erm kuues OM2024	OM2024	11 311
62	Euroopa meister Erm: poisid ja tüdrukud, mida ma just tegin!? Kergejõustik EM	Kergejõustik	11 305
63	Ermits tegi MM-il elu parima sõidu, Tomingas sai disklahvi Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	11 287
64	Viimasel tõkkel kukkunud Rasmus Mägi sai olümpiafinaalis seitsmenda koha OM2024	OM2024	11 211
65	Katsevõidu saanud Tänak: mida pikemaks päev venib, seda valusamaks läheb Autoralli	Autoralli	11 073
66	43-aastane Irina Embrich tuli Euroopa meistriks Vehklemine	Vehklemine	11 061
67	Raio Piiroja jalgpallikoondise hetkeseisust: see on ikka päris õudne Jalgpalli Eesti koondis	Jalgpall	10 977
68	Hiilgava Eesti rekordi ujunud Zirk pääses viienda ajaga olümpiafinaali OM2024	OM2024	10 960
69	Hyundai kinnitas: Breenile sai saatuslikuks salongi tunginud aiapost Autoralli	Autoralli	10 876
70	Zirk elu parimast ujumisest: läheb aega, et mõista, millega ma hakkama sain OM2024	OM2024	10 873
71	Veatult lasknud Susan Kūlm teenis kodupubliku ees ajaloolise võidu Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	10 788
72	Henry Sildaru: olen õega seisnud tõstuki järjekorras, kumbki üksteist ei tunne Freestyle-suusatamine	Skandaal	10 787
73	Alaliit ajas Norra laskesuusatähe vihale: kui oleks võimalik, vahetaksin koondist Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	10 770
74	Sulgpallitähk jäi OM-il Eesti kohtuniku silme all julmal moel medalita OM2024	OM2024	10 750
75	Teisena finišisse jõudnud Keenia jooksja diskvalifitseeriti OM2024	OM2024	10 731
76	Vennad Ingebrigtsenid treenerist isast lahkulöömisest: ta oli meieiga vägivaldne Kergejõustik	Kergejõustik	10 673
77	EOK valis järgmiseks presidendiks Kersti Kaljulaidi Spordipoliitika	Spordipoliitika	10 670
78	Tenniseliit lõpetab Venemaaga seotud Eesti sportlaste toetamise Tennis	Poliitika	10 658
79	Ülivõimas maailmarekorditühistati liiga lühikese raja tõttu Kergejõustik	Kergejõustik	10 643
80	Selgusid aasta naissportlase nominendid Varia	Varia	10 506
81	Hiline võiduvärv tõi Hispaaniale neljanda jalgpalli EM-tiitli Jalgpalli EM	Jalgpall	10 428
82	Tomingas ja Ermits mahtusid sprindis 15 parema sekka Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	10 410
83	Rasmus Mägi pääses finaali, rootslane napsas Cehilt MM-tiitli Kergejõustiku MM	Kergejõustik	10 334
84	Tänaku võidulootused kustutid juba enne ralli algust Autoralli	Autoralli	10 009
85	Eesti neljapaat võitis B-finaali, Holland kaitses olümpiavõitu OM2024	OM2024	9 969
86	Mehis Viru: ma ei jõua end enam kaitsta selle eest, mida ma teinud ei ole Kergejõustik	Skandaal	9 967
87	Laskesuusatamise MM-i toimumispaika laastas kõva torm Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	9 957
88	Taas maailmarekorditühistanud Duplantis krooniti olümpiavõitjaks OM2024	OM2024	9 934
89	Teivashüppe olümpiavõitja sai võistluskeelu Kergejõustik	Kergejõustik	9 846
90	Läti jõudis esimest korda MM-i poolfinaali Jäähoki MM	Jäähoki	9 800
91	Sprindi olümpiavõitja suri sünnitusega seotud tüsistuste tagajärjel Kergejõustik	Surm	9 756
92	Medalimängus olnud Eesti naiskond sai MM-i teatesõidus neljanda koha Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	9 740
93	VIDEO Rasmus Mägi jõudis tugeva lõpuga MM-il finaali Kergejõustiku MM	Kergejõustik	9 739
94	Kiievis suri kaugushüppe olümpiavõitja Kergejõustik	Surm	9 710
95	Kettaheitel olümpiavõitja suri vaid 55 aasta vanuselt Kergejõustik	Surm	9 701
96	Enden: ühe ütlemise või mitteütlemisega näitad, kes sa oled Olümpialiikumine	Poliitika	9 692
97	Lipukandja Kaljulaid: ootamatult emotsionaalseks muutusin OM2024	OM2024	9 636
98	Kohtuniku eksimus võis Petrõkina jätta väikese kuldmedalita Iluuisutamine	Iluuisutamine	9 445
99	Eesti epeenaiskonna olümpialootused said tugeva hoobi Vehklemine	Vehklemine	9 385
100	Eesti jalgpallikoondis kaotas EM-valiksarjas neljandat mängu järjest EM-valiksari	Jalgpall	9 355

Spordialavaldkondadest on enim populaarseid artikleid loetavuse esisajas kergejõustikul (12), jalgpall ning laskesuusatamine (9), autoralli (7) ja iluuisutamine (6). Nendele järgnevad tennis (7), jalgpall (7) ning iluuisutamine (5). Rohkem kui ühe artikliga on esindatud veel ujumine, vehklemine ja tennis. Tähelepanuväärne on, et üheksa jalgpalliuudise kõrval mahtus saja hulka vaid üks korvpallivaldkonna artikkel "Võimsalt võidelnud Eesti korvpallikoondis alistas EM-valiksarjas Leedu", millel kogunes nädalaga ligi 12 tuhat lugemnist.

Ülevaatliku diagrammina näeb sport.er.ee kodeeritud uudiste üldpilt spordivaldkondade ja kategooriate alusel alljärgnev (vt Joonis 8).



Joonis 8. sport.err.ee 100 loetuimat uudist kodeeritud valdkondade lõikes

Tabelites 7, 8 ja 9 on toodud sport.err.ee teemakategooriate ülevaade järjestatuna iganädalaselt 50-ne loetuima uudise sekka jõudnud uurimisperioodil avaldatud artiklite arvu, summeeritud lugemiste arvu ning keskmise lugemiste arvu alusel kokku.

Tabel 7. sport.err.ee iganädalase TOP50 hulka jõudnud artiklite arv teemavaldkondade lõikes

	Artiklite arv	Keskmine lugemiste arv	Lugemisi kokku
1 Korvpall	728	1 998	1 454 514
2 Jalgpall	573	2 419	1 386 216
3 Autoralli	566	2 728	1 544 260
4 Kergejõustik	500	3 422	1 710 952
5 Laskesuusatamine	473	2 798	1 323 563
6 Tennis	342	2 216	757 777
7 Iluuisutamine	159	3 200	508 769
8 Suusatamine	151	2 364	356 913
9 OM2024	146	5 455	796 461
10 Ujumine	116	2 754	319 445

Tabel 8. sport.err.ee iganädalase TOP50 hulka jõudnud uudiste teemavaldkondade lugemised

	Artiklite arv	Keskmine lugemiste arv	Lugemisi kokku
1 Kergejõustik	500	3 422	1 710 952
2 Autoralli	566	2 728	1 544 260
3 Korvpall	728	1 998	1 454 514
4 Jalgpall	573	2 419	1 386 216
5 Laskesuusatamine	473	2 798	1 323 563
6 OM2024	146	5 455	796 461
7 Tennis	342	2 216	757 777
8 Ralliblogi kokku	23	27 156	624 579
9 Iluuisutamine	159	3 200	508 769
10 Suusatamine	151	2 364	356 913

Tabelitest 7 ja 8 ilmneb, et nii toimetuse poolt avaldatud artiklite arvu osas, kui artiklite loetavuse alusel lugejate poolt eelistatud teemavaldkonnad kattuvad. Korvpall, kergejõustik, autoralli, jalgpall ning laskesuusatamine domineerivad nii uudiste avaldamise, kui lugemiste alusel. Need viis spordivaldkonna kategooriat on veebiportaali sport.err.ee toimetusliku valiku ja auditooriumi sisueelistuse summana üldiselt eelistatud spordivaldkonnad ehk käesoleval ajal niinimetatud suured spordialad Eestis.

Keskmete lugemiste alusel tekkiv jaotus on aga palju eriilmelisem. (vt Tabel 9) Suure ülekaaluga domineerib tabelis autoralli maailmameistrivõistluste blogi, millest iseseisva formaadi ja kategooriana tuleb juttu uurimistöö järgmises peatükis. Viiendal positsioonil paiknev OM2024 on erijaotus ühendab Pariisi 20204. aasta olümpiamängude uudised, võistluste ajakava ning 10-võistluse otseblogi, millest samuti on detailsemalt juttu uurimistöö peatükis 3.6. Teistest spordialadest tõusevad keskmete lugemiste arvu alusel esile tõstmine, võistlustants, aerutamine, mis satuvad uudiskajastuse ja artiklitena meediasse suurte aladega võrreldes oluliselt harvem. Üldjuhul väiksemate alade uudiste esiletõus kõrge keskmete lugemiste arvu alusel seotud Eesti sportlase edu või erakordse saavutusega. Keskmete loetavuse esikümnesse jõuavad ootuspäraselt kodeeritud kategooriad – kurioosum, skandaal, surm ja poliitika – uudiskategooriad, mille vastu on auditooriumil tavapäraselt kõrgendatud huvi.

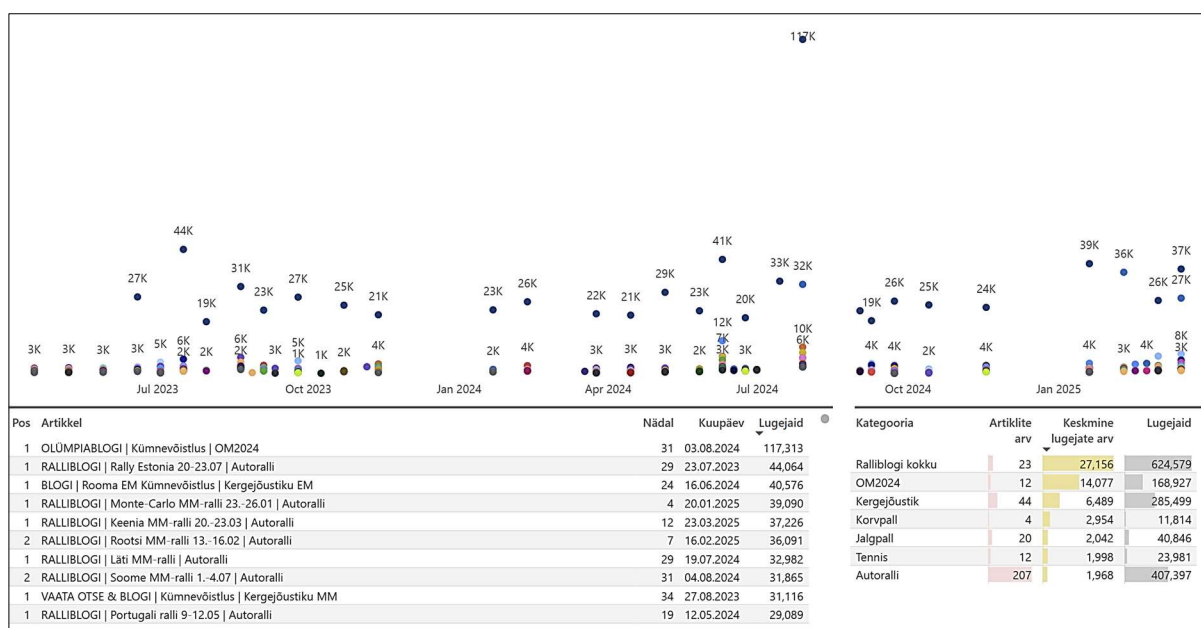
Tabel 9. sport.err.ee nädala TOP50 uudiste keskmete lugemiste arvu alusel artikli kohta

	Artiklite arv	Keskmine lugemiste arv	Lugemisi kokku
1 Ralliblogi kokku	23	27 156	624 579
2 kurioosum	2	9 864	19 727
3 Tõstmine	5	6 406	32 032
4 Skandaal	52	6 210	322 940
5 OM2024	146	5 455	796 461
6 Võistlustants	9	4 779	43 013
7 Surm	67	4 778	320 155
8 Aerutamine	3	4 518	13 553
9 Poliitika	52	4 250	221 017
10 Kergejõustik	500	3 422	1 710 952

3.6. Otseblogid

Nagu tabelist 9 näha, väärtustavad lugejad operatiivse infoallika ja artiklikategooriana otseblogi formaati, mida käesolevas uurimistöö fookusest lähtuvalt on põhjust eraldi käsitleda. Uurimisperioodil pakkus ERR-i spordiportaal uurimisperioodil lugejatele operatiivselt võistluseid käsitlevate otseblogide vahendusel infovoogu kuues valdkonnas, võistlustelt või võistlussarjast – autoralli maailmameistrivõistlused, kergejõustiku tiitlivõistlused, jalgpalli- ja korvpalli rahvuskoondise mängud, Eesti tennisistide esitused rahvusvahelistel suurturniiridel ning 2024. aasta olümpiamängudelt Pariisis.

Otseblogide kategoorias on lugejatel püsivalt kõrge huvi autoralli maailmameistrivõistluse sündmuste vastu. Uurimisperioodi sisse jääb 23 autoralli maailmameistrivõistluse etappi (võistlusnädalavahetust neljapäevast – pühapäevani) mille keskmine blogipostituste lugemiste arv on 27 156 lugemist ühe võistlusnädalavahetuse kohta. Suurima lugemiste arvuga ralliblogi vahendas 2023. aastal Rally Estonia sündmusi (üle 44 000 lugemise võistlusnädalavahetuse jooksul). Konkurentsitult suurima lugemiste arvuga on aga Pariisi 2024. aasta olümpiamängude kümnevõistluse otseblogi, mis kogus kahe päeva jooksul 117 313 lugemist. (vt Joonis 9)



Joonis 9. sport.err.ee otseblogide loetavusstatistika uurimisperioodil

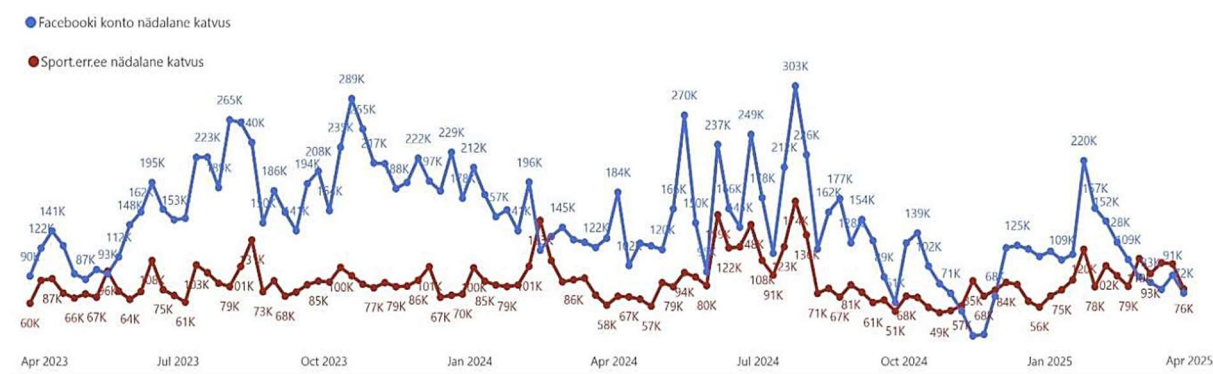
Autoralli ja olümpiamängude pikkade võistluspäevade spetsiifikat silmas pidades sobib blogiformaat nende kajastamiseks – võistlused toimuvad järjepidevalt mitme päeva jooksul, mille sisse jääb omakorda palju väiksemaid sündmusi (autoralli MM-etapp koosneb ca 20-st kiiruskatsesest ning kestab 3-4 päeva; kümnevõistlus vältab kaks päeva). Blogiformaat ei välista paralleelselt, või selle tulemusena otseülekannete jälgimist blogipostituste lugejate poolt televisiooni vahendusel ning pigem soodustab seda.

3.7. Sotsiaalmeedia kaasatus ja sisueelistused ERR-i spordiportaali näitel

Uurimisperioodil 01. aprill 2023 – 31. märts 2025 ERR-i spordiportaalil ilmunud 21 613 artiklist ligikaudu 45% (üle 9500 artikli) avaldati (lingiti) ERR-i sporditoimetajate poolt Facebooki lehel ERR Sport. Lisas A on välja toodud 100 suurima levikuga sport.err.ee artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel ning lisas B 50-ne ERR Sport Facebookis enim reaktsioone saanud postituse ulatus (*reach*) ajateljel.

Analüüsides ERR Sport uudissisu levikut sotsiaalmeedias selgub, sotsiaalmeedia kasutajate sagedasemad tegevused Facebookis olid „link clicks“ ja „reactions“, millele järgnesid jagamised ja kommentaarid. Facebooki lehel ilmunud ligikaudu 10 000 spordiuudise hulgast ületas 38 postituse puhul auditooriumi katvus (*Reach*) 100 000 kontakti piiri. Üle 10 000 kontakti piiri sotsiaalmeediasse (ERR Sport lehele Facebookis) uurimisperioodil postitatud spordiuudisest ületas 2236 artiklit.

Joonisel 10 ilmneb selgelt, et Sotsiaalmeedia ulatus potentsiaalsete lugejateni jõudmisel on ERR-i spordiportaaliga võrreldes oluliselt kõrgem. Uurimisperioodil ulatub Facebooki ERR Sport leheküljel avaldatud artiklite nädalase katvuse (*Reach*) tipp üle 300 000 kasutajani. Enam, kui 200 000 unikaalset kontakti nädalas kogusid ERR Sport leheküljel Facebookis avaldatud postitused veel 17 korda uurimisperioodi vältel. Uudiste algallika - sport.err.ee veebilehel avaldatud artiklite ühe nädala katvuse (*reach*) kõrgeim tase uurimisperioodil on kokku 174 000 lugemist. Üle 150 000 artikli lugemise piiri nädalas jõuab ERR-i spordiportaal uurimisperioodil kokku neljal korral.



Joonis 10. ERR-i spordisisu iganädalane ulatus (*Reach*) sotsiaalmeedias (Facebook) võrdluses ERR-i spordiportaaliga (sport.err.ee)

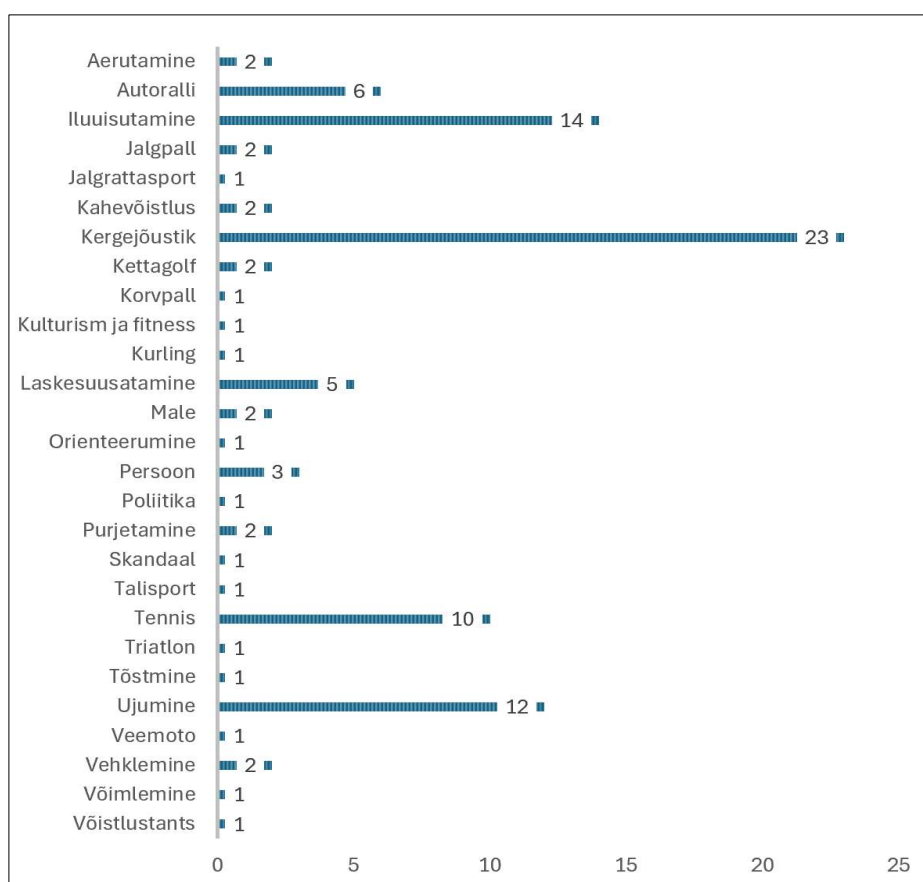
Nädalate lõikes joonistub ERR-i spordisisu katvuse (*Reach*) võrdluses ERR Sport sotsiaalmeediakontol Facebookis ning sport.err.ee avaldatud veebiliikluse vahel korrelatsioonile viitav seos. Kaheaastase perioodi vältel on ka erandeid, mis muuhulgas võivad olla põhjustatud ka Facebooki sisujagamisalgoritmide muudatustest ning sotsiaalmeediasse vahendatud uudiste arvust ja sisust, kuid valdavalt järgib sotsiaalmeedia nädalane katvus (*reach*) sport.err.ee spordisisu tarbimise mustrit – väikese ajalise viitega, kuid üldjuhul kõrgemal tasemel.

Sotsiaalmeedia ning veebikeskonna tulemustele tõlgendamisel on aga oluline arvestada mõõdikute metodoloogiliste erinevustega. Facebooki sisu katvuse statistika (*reach*) põhineb artikli kuvamisel unikaalsele kasutajale, kuid ei anna teavet selle kohta, kas kasutaja alustas artikli sisulist lugemist või piirdus üksnes uudisvoos kuvatud pealkirjaga. Seevastu registreerib spordiportaali statistika artikli katvuse (*reach*) juhul, kui kasutaja klikib lingile ja siseneb artikli lehele. Samasuguse tugeva kinnituse huvist artikli sisu vastu annab sotsiaalmeedias artiklile klikinud kasutaja, kes suunatakse edasi veebilehele sport.err.ee. Siiski ei võimalda kumbki mõõdik hinnata sisutarbimise sügavust ega artikli lugemise põhjalikkust. Indikatiivselt tugevaks signaaliks võib pidada sotsiaalmeedias avaldatud reaktsiooni (nt meeldimine, jagamine, kommentaar), kuid oluline on rõhutada, et artikli lugemine ei väljendu sotsiaalmeedias kaugeltki mitte alati reaktsioonina ning sotsiaalmeedia reaktsioonid ei ole võrreldavad portaalis registreeritud sisutarbimisega samadel alustel.

Seega, reaktsioonid aitavad suurendada artikli levikut ning klikid – eelkõige klikk lingitud artiklile, mis suunab kasutaja sotsiaalmeediast artikli originaallika juurde, on sisuliselt uudise leviku ja auditooriumi kaasamise tugevaim väljendus.

Uurimisperioodi jooksul avaldati Facebookis ERR Sport lehel ligikaudu 9 500 sport.err.ee postitust/artiklit, millele klikates jõudsid sotsiaalmeedia kasutajad ERR-i spordiportaali veebilehele kokku 3,8 miljonil korral (kahe aasta jooksul), mis moodustab sport.err.ee „liiklusest“ ligikaudu 17%. Saja suurima katvusega uudise puhul on sport.err.ee veebikeskkonda liikunud Facebooki kasutajad 289 313 korral ehk keskmiselt veidi alla 3000 lugeja ühe avaldatud artikli kohta. Kõigi uurimisperioodil ERR Sport Facebookis avaldatud artiklite puhul on see suhtarv ligikaudu 10 korda väiksem ehk 259 lugemist keskmiselt ühe sotsiaalmeediasse jagatud artikli kohta.

ERR-i saja Facebookis enimlevinud postituse hulgas on esindatud 24 erinevat spordialavaldkonda, millest kuus esimest moodustavad 70 artiklit sajast ehk kokku 70% suurima levikuga uudistest. Järgnevad seitse spordialakategooriat on saja hulgas esindatud kahe postitusega (aerutamine, jalgpall, kahevõistlus, kettagolf, male, purjetamine, vehklemine) ning 11 valdkonda vaid ühe artikliga. (vt Joonis 11)



Joonis 11. sport.err.ee artiklite TOP100 valdkondade lõikes Facebook, ERR Sport lehel

Sotsiaalmeedias, Facebookis ERR Sport lehel, saja suurima levikuga (*reach*) ERR-i spordiportaali artikli seas on selgelt kõige suurema katvuse ja auditooriumi huviga spordialavaldkond kergejõustik (23 postitust TOP100 hulgas). (Joonis 11) Neist omakorda ligi pooled ehk 11 postitust on seotud tõkkejooksja Rasmus Mägi sooritustega. Iluuisutamise uudiseid on saja enimlevinud ERR Sport Facebooki postituse seas 14, millest pooled ehk seitse on seotud Niina Petrõkina heade tulemustega, sh kuldmedalivõiduga iluuisutamise Euroopa Meistrivõistlustel ning ujumise valdkonna uudiseid 12, millest kaks kolmandikku ehk kaheksa

uudist on seotud Eneli Jefimova saavutuste ja medalivõitudega. Kolmele esimesele spordikategooriale sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel, enimlevinud postitustega kategooriale, järgnevad ka veebikeskkonnas lugejate poolt kõrgelt eelistatud spordivaldkonnad – tennis (10), autoralli (6) ning laskesuusatamine (5).

Populaarseim postitus ERR Sport Facebooki kontol ulatus 220'000 kasutajani. Talispordi valdkonnaga seotud uudis ja postitus „Henry Sildaru: olen õega seisnud tõstuki järjekorras, kumbki üksteist ei tunne“ on kodeeritud valdkonda „Skandaal“ ning käsitleb Sildarude perekonna konflikti. ERR Sport Facebooki lehel kogus postitus ligi 24 000 reaktsiooni/klikki ning spordiportaalis oli samal uudisel 10 787 unikaalset lugejat. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel on ära toodud Lisas A.

Artiklite sisuanalüüs viitab, et sotsiaalmeedias on suurima levikuga valdkonnakategooriate postitused sageli seotud Eesti sportlaste edulugud ja heade tulemustega. Lisaks spordialavaldkondadele on saja suurima levikuga sotsiaalmeedia postituse seas erikategooriad „persoon“ kolme artikliga ning kategooriad „skandaal“ ja „poliitika“ – ühe artikliga.

Saja, sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel, suurima katvusega postituste kategooriate võrdlus erineb oluliselt sport.err.ee suurima lugemiste arvu baasil koostatud esisajast ning toob üsna selgelt esile, et suurimat tähelepanu ja levikut koguvad sotsiaalmeedias Eesti sportlaste edulood ja persoonid. Võrreldes veebiportaali (algallika) loetavuse statistikat ning uudiste levikut sotsiaalmeedia, ilmneb huvitav kontrast: tähelepanuväärselt vähe on ERR Sport Facebooki lehel saja suurima levikuga artikli seas esindatud veebiportaalis lugemiste ning kajastuse alusel suurte spordialavaldkondade – jalgpall ja korvpall – uudiseid. Jalgpalliuudised on valdkonnana esindatud vaid kahe artikliga ning korvpall ühe artikliga. Võrkpalliuudiseid esimese saja hulka sotsiaalmeedias ei jõudnudki ning esimene võrkpalliuudis paikneb selles võrdluses 133. positsioonil („Galerii - võidukas võrkpallinaiskond saabus kodumaale“). Esimene korvpalliuudis paikneb 94. kohal („Toijala: me ei lähe Poolasse linna vaatama, vaid võitlema“).

Samuti joonistub sotsiaalmeedias (Facebookis, ERR Sport lehel) suurima levikuga uudiste võrdluses välja, et suurt tähelepanu ja levikut on saanud väiksemate alade uudised, kus saavutuse taga ei pruugi olla avalikkusele laialt tuntud sportlane. Näiteks asub teisel kohal veemoto Euroopa meistri Kārol Soodla uudis <https://sport.err.ee/1609055939/karol-soodla-tuli-veemotos-euroopa-meistriks>, viiendal positsioonil kulturismi ning fitnessi uudis

<https://sport.err.ee/1609153732/eesti-sportlasi-tabas-mm-il-kullasadu> ning seitsmendal kohal purjetamisevaldkonna uudis <https://sport.err.ee/1609060949/estlased-votsid-avamerepurjetamise-mm-ilt-kaksikvoidu>. (vt Lisa A)

Need näited viitavad asjaolule, et sotsiaalmeedia uudisvoog võimaldab mõne konkreetse spordiala fännide kõrge huvi väljenduse kontsentreerida olulisele sündmusele kitsamas valdkonnas. Seetõttu võivadki tõusta sotsiaalmeedia reaktsioonides fännide kaasatuse (*engagementi*) toel tippudena esile uudised, tähelepanuväärsed sündmused ja/või edulood, mis on erakordse sündmusena tähelepanuväärsed ja olulised mõne kindla valdkonna või kogukonna jälgijate jaoks, luues fännidele või kogukonnale võimaluse nimetatud sündmust sotsiaalmeedia vahendusel jagada, selle levikut oluliselt võimendades.

Arvesse tuleb võtta ka seda, et püsiva uudisvoona on suurtel pallimängualadel (jalgpall, korvpall, võrkpall) jälgijaid paljudes digitaalsetes kanalites, mistõttu jaguneb nimetatud spordialade ulatuslik kajastus ja kaasatus sotsiaalmeedias paljude lehekülgede vahel. Näiteks on Facebooki lehed Korvpall (13,8 tuhat jälgijat), Eesti Korvpalliliit - Basket (24 tuhat jälgijat), Eesti jalgpall (34 tuhat jälgijat), soccernet.ee (ligi 8 tuhat jälgijat). Võib eeldada, et korvpalli ja jalgpalliuudistel on tavapäraselt erinevate meediakanalite lõikes suur hulk püsilugejaid/jälgijaid, kelle kaasatus jaguneb kanalite vahel ühtlaselt, nagu ka uudisvoog, mis igapäevaselt selle valdkonna sündmuseid kajastab. Samuti on nii korvpalli, kui jalgpalli aktiivsel kogukonnal sotsiaalmeedias (Facebookis) fänni- ja erilehed, mis selle valdkonna uudiseid koondavad ning mille sisu kogukonnad aktiivselt loevad ning jagavad. Need on aktiivsed fännilehed, kus avaldatud uudiste levik ja artiklite reaktsioonid ning ulatus on kõrgel tasemel, mis jääb ERR Sport Facebooki lehel avaldatud uudiste võrdlusena käesoleva uurimistöö fookusest kõrvale. Küll aga selgitab, miks populaarsete pallimängualade puhul võib sotsiaalmeedias täheldada jagatud sisu killustumist erinevate kanalite vahel, sh koondumist suurte valdkondade fännide kogukondade erilehtedele, mille tulemusena tõusevad uudistekanali lehel teravamalt esile need erilised ja emotsionaalsed sündmused, mis kõnetavad tugevalt mõnda väiksemat fännikogukonda, saades reaktsioonide ning jagamiste läbi tugevat vastukaja kindla ning lojaalse fännikogukonna seas, soodustades seeläbi emotsionaalsete sündmuste/uudiste esiletõusu.

Analüüsid ERR Sport Facebooki lehel suurima levikuga sadat uudist/artiklit, võib muuhulgas väita, et hea eelduse auditooriumi suuremaks kaasatuseks loob taaskord Eesti sportlase edu või ka tuntud Eesti sportlase sportlase käekäik rahvusvahelistel võistlusel. Oluliste järeldustena joonistub välja, et ERR-i spordiportaali sisu edukus sotsiaalmeedias sõltub väiksemal määral spordiala üldisest populaarsusest võrreldes spordiportaali lugejaeelistustega. Sotsiaalmeedia kasutajat kõnetab spetsiifilisem sisu, millel on reeglina tugev rahvuslik seotus, kõrge emotsionaalne tonaalsus ning personaalne tähendus kasutaja jaoks. Võimalus sellise sisuga postitustele vahetult reageerida, postitust ning sellega seoses ka isiklikku arvamust jagada – omakorda võimendab postituste levikut ning loob eelduse nimetatud kriteeriumitele vastavate postituste jõudmise suurema hulga kasutajateni veebiportaaliga võrreldes.

Veebiportaali sport.err.ee ning sotsiaalmeedia ERR Sport Facebooki kasutajastatistikale ühiselt tuginedes joonistub käesoleva uuringu tulemustest lähtuvalt neis valdkondades tegutsevate sportlaste ja toimuvate võistlusega seotud uudistest, seitse olulisemat spordialavaldkonda ERR-i spordisisu lugejate jaoks: **kergejõustik, iluuisutamine, ujumine, laskesuusatamine, autoralli, tennis** ning **jalgpall**. (vt Tabel 10, parempoolne veerg)

Tabel 10. ERR Sport saja suurima loetavusega sisuartikli teemakategooriate võrdlus ERR-i spordiportaalis ja sotsiaalmeedias ning kokku.

TOP 100	spordiportaal - sport.err.ee		sotsiaalmeedia - ERR Sport Facebook		sport.err.ee ja ERR Sport Facebook kokku	
	Kategooria	Artiklite arv	Kategooria	Artiklite arv	Kategooria	Artiklite arv
1	kergejõustik	12	kergejõustik	23	kergejõustik	35
2	surm	11	iluuisutamine	14	iluuisutamine	20
3	skandaal	9	ujumine	12	ujumine	14
4	jalgpall	9	tennis	10	laskesuusatamine	14
5	laskesuusatamine	9	autoralli	6	autoralli	13
6	autoralli	7	laskesuusatamine	5	tennis	12
7	iluuisutamine	6			jalgpall	9
8	poliitika	5				
9	ujumine	2				
10	tennis	2				

Erikategooriatena ei sisaldu Tabelis 10 ralliblogide, olümpiablogi ja OM2024 artiklite lugemised. Auditooriumi sisueelistustena on uuringutulemustest lähtuvalt põhjust lisada Tabelis 10 väljatoodud valdkondadele suure üldhuviga spordialad, mis artiklite koguarvu ja lugejate hulga poolest on samuti Eesti spordimeedia auditooriumile igapäevaselt tähtsad. Nendeks, populaarsuselt järgmisteks spordialadeks, on esmajoones pikkade traditsioonide ja edulugudega spordivaldkonnad – **korvpall, jalgrattasport, kahevõistlus** ning **suusatamine**.

4. UURIMISTULEMUSED

Käesoleva uuringu raames analüüsiti Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) spordiportaalis avaldatud spordiuudiste tarbimispraktikaid, sh veebikeskkonnas sport.err.ee avaldatud sisu, selle loetavust artiklite ja teemavaldkondade lõikes ning avaldatud artiklite ulatust sotsiaalmeedias – Facebookis, ERR Sport lehel, kaheaastase perioodi vältel (01.04.2023 – 31.03.2025) avaldatud postituste alusel. Lugejaelistuste täpsemaks analüüsimiseks kombineeriti üldstatistiline lähenemine artiklite standardiseeritud kontentanalüüsil põhineva abistava kodeerimisega, mis võimaldab suurendada sisukategooriate määratluste täpsust ning liigitada lugejate sisueelistusi uudiskriteeriumite alusel, võttes arvesse artiklite sisu võimalikku kõrvalekallet eelnevalt määratletud spordialavaldkondade jaotustest.

Uurimisteema juurde asudes püstitati käesolevas töös järgmised hüpoteesid:

- Hüpotees 1: Spordiuudiste loetavus sõltub eelkõige auditooriumi üldisest huvist teemavaldkonna vastu, kuid on kitsamalt juhitud lugeja personaalsetest huvidest ja eelistatud spordialadest - kasutuste ja rahulolu teooria (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) ning enesemääratlemise teooria (Ryan & Deci, 2000).
- Hüpotees 2: Auditooriumi sisueelistused erinevad seega spordialade lõikes oluliselt.
- Hüpotees 3: Sotsiaalmeedia suurendab (ERR-i) uudiste levikut, tuues sisu juurde rohkem lugejaid ning pakkudes leviku võimendust läbi kaasatud kasutajate.
- Hüpotees 4: Sotsiaalmeedias ja veebikeskkonnas ei ole auditooriumi eelistused homogeensed ja erinevad sõltuvalt kanali iseloomust ja kasutajate ootustest.

Uurimistulemuste kokkuvõtliku sissejuhatuseks võib väita, et kõik neli hüpoteesi leidsid uurimistöö käigus ka kinnitust. Spordisisu püsilugejad eelistavad väljakujunenud valdkonnaelistuste seas ning kõrval emotsionaalselt laetud sisu, mis võimaldab toetada lugeja identiteediga seotud väärtusi, ennekõike rahvuslikku uhkustunnet ning rahvuskaaslaste saavutuste ja edu kõrval on lugejad keskmisest rohkem huvitatud spordiuudistest, mis on seotud konfliktidega või vastuoluliste sündmustega ehk spordifännid seovad end emotsionaalselt tihedalt neile huvipakkuvate spordialade, võistkondade või sportlastega ja pöörduvad sellega seotud (spordi)sisu poole. (Brown & Billings, 2013)

Kõrge üldise valdkonnaeelistusega spordialad Eestis on kergejõustik, autoralli, korvpall, jalgpall, laskesuusatamine, iluuisutamine, ujumine, tennis, suusatamine, kahevõistlus.

4.1. ERR-i spordiportaali loetavus ja sisuline fookus

- ERR-i spordiportaal sport.err.ee avaldab aastas ligikaudu 11 000 spordivaldkonna uudist/artiklit 70-nes erinevas spordivaldkonnakategoorias, sh moodustab 20% kategooriate loetavus 80% spordiportaali kõigi uudiste loetavusest (Pareto printsiip).
- ERR-i spordiportaalis enim kajastatud alad uurimisperioodil: jalgpall (4739), korvpall (2593), tennis (2178), jalgrattasport (1171), kergejõustik (967) ja võrkpall (962).
- Keskmise loetavuse arvestuses ühe avaldatud artikli kohta kõigi spordivaldkonna kategooriate lõikes on ERR-i on kõrgeim näitaja autorallil, 3626 lugejat keskmiselt iga avaldatud artikli kohta portaalis sport.err.ee. ERR-i spordiportaali keskmine on 1049 lugejat ühe avaldatud artikli kohta.

4.2. ERR-i spordiportaali lugejate valdkondlike eelistuste ülevaade kasutades abistavat kodeerimist:

- Lugejat huvitavad emotsionaalsed, konfliktised ja persoonikesksed lood (surm, skandaal, poliitika, kurioosum), mis ületavad sageli traditsiooniliselt populaarseid alasid.
- Abistava kodeerimise tulemusena pälvivad ERR-i spordiportaalis suurimat tähelepanu (uurimisperioodi vältel 100 kõige loetuma sisuartikli hulgas) esmajoonel uudised, mille valdkonnaks/kategooriaks on skandaal, kergejõustik, autoralli, surm, poliitika ning tennis. Kõrgeim keskmine loetavus ühe artikli kohta on kategooriasse „kurioosum“ kodeeritud uudisel.

4.3. Sotsiaalmeedia analüüs ja auditooriumi kaasatus

- Sotsiaalmeedias, ERR Sport Facebooki lehel, ilmunud ligikaudu 10 000 spordiuudise hulgast ületas auditooriumi katvus (*Reach*) 100 000 kontakti piiri 38 postituse puhul.
- Suurema ulatuse sotsiaalmeedias saavutas uudis Henry Sildarude pereskandaalist (ulatuse (*reach*): 220 000, klikide arv: 24 000).
- Sotsiaalmeedias pälvivad uudisteportaalis edastatud uudistega võrreldes skandaalide ja poliitikaga seotud teemade kõrval märkimisväärtset tähelepanu spordialad – veemoto,

ketagolf, kulturism ja fitness, purjetamine, tõstmine. Selgelt aitab uudise suuremale levikule sotsiaalmeedias kaasa Eesti sportlas(t)e edu rahvusvahelistel võistlustel ning kogukondade ja fännide toetus.

4.4. Platvormidevaheline sisujaotus ja sotsiaalmeedia mõju (võimendus)

- Sotsiaalmeedia katvus (*reach*), mis uurimisperioodi rekordnädalal ületas 303'000 unikaalset kasutajat on märkimisväärselt kõrgem, kui ERR-i spordiportaali ühe nädala katvus (*reach*), mille maksimum uurimisperioodil oli kuni 174 000 sportaalikülastust nädalas.
- Sotsiaalmeedia katvus (*reach*) ei võrdu loetavusega (portaaalis) – arvestada tuleb olulise erinevusega sisutarbimisel portaaalis ning nähtavusega sotsiaalmeedias
- Ilmnesid selged, kuid mittelineaarsed ja absoluutsed, korrelatsiooni tunnused sport.err.ee ja sotsiaalmeediasse jagatud ERR Sport uudissisu iganädalase loetavuse vahel.
- Uurimisperioodi jooksul avaldati Facebookis ERR Sport lehel ligikaudu 9 500 postitust/artiklit, millele klikates jõudsid sotsiaalmeedia kasutajad ERR-i spordiportaali veebilehele kokku 3,8 miljonil korral (kahe aasta jooksul), mis moodustab sport.err.ee „liiklusest“ ligikaudu 17%.

4.5. Otseblogi, kui oluline auditooriumit kaasav ja huvitav erivorm

- Otseblogi formaat on lugejate poolt hinnatud mitmepäevaste suurvõistluste (näiteks olümpiamängud, autoralli MM-etapp või kergejõustiku tiitlivõistluste) kajastamisel ning sobib hästi pikkade võistluspäevade jälgimiseks.
- Suure auditooriumihuvi eeldus on Eesti sportlase osalemine tippkonkurents.
- Pariisi 2024. aasta olümpiamängude kümnevõistluse otseblogi kogus kahe päeva jooksul 117 313 lugemist, mis on muude uudiste ja blogipostitustega võrreldes selgelt ERR-i spordiportaaalis kõrgeim tulemus.

JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Uurimistöö tulemusena ja tuginedes Eesti Rahvusringhäälingu digitaalsetele uudiskanalitele võib väita Eestis on spordivaldkondade seas kõrge laiaulatuslik huvi esmajoonel klassikaliselt suurte spordialade - kergejõustiku, jalgpalli- ja korvpalliuudistega seoses. Selle kõrval märkimisväärselt ka autoralli, iluuisutamise, ujumise, tennise ning laskesuusatamisega seotud artiklite/uudiste vastu. Samas, traditsiooniliselt suured spordialad – jalgpall, korvpall ning Eestis erakordselt populaarne autoralli on kõrge loetavusega ERR-i veebiportaalis, kuid ei domineeri ülekaalukalt (meediakanali) uudisvoos sotsiaalmeedias.

Kõrgendatud lugejahuvi nii spordiportaalis, kui sotsiaalmeedias on tugevalt mõjutatud Eesti sportlase kõrgetasemelise või ootamatu esitusega rahvusvahelistel võistlustel. Lugejaelistuste analüüs kinnitab, et selliste tunnuste toel väljendub auditooriumi selgelt keskmisest kõrgem huvi nõ suurte spordivaldkondade kõrval väiksema üldise meediakajastusega spordialavaldkondades, nagu tõstmine, purjetamine, kulturism ja fitness, vehklemine, veemoto, mis säravate tulemuste korral võivad saada uudisvoos keskmisest oluliselt suurema tähelepanu lugejate poolt. Emotsionaalse sisuga uudised, mis väljuvad spordivaldkonnapõhistest raamidest on auditooriumi jaoks kõitvalt olulised teemad – skandaal, surm, poliitika, kinnitades auditooriumi kõrget huvi uudisväärtuse klassikaliste tunnustega uudiste vastu, mis sisaldavad uudisväärtuslikke komponente nagu prominentsus ja/või konfliktsus ja/või ebatavalisus. Spordivaldkonna puhul tähendab see üldjuhul skandaali, mis on seotud sportlase või treeneri, kui tuntud avaliku elu tegelasega.

Spordivaldkonna üldine populaarsus toetab uudiste/artiklite loetavuse kõrget keskmist taset, kuid ei taga loetavuse tippu kuuluvaid artikleid. Sotsiaalmeedias saavutavad kõrge reaktsioonidemäära (keskmisest rohkem klikke ja reaktsioone artikli kohta) ning seeläbi suurema loetavuse ja ulatuse (*reach*) artiklid, mis on personaalsed, emotsionaalsed ning mingi tunnuse alusel erilised (sh kurioosumid, surm). Eelkõige aga sellised sündmuste kajastused, kus Eesti sportlane teeb häid tulemusi rahvusvahelisel tasemel, mille puhul suudab konkreetset spordialavaldkonda oluliseks pidav fännibaas või kogukond olulisel määral võimendada ka kitsama valdkonna (spordi)uudise levikut.

Otseblogid on selleks sobivate suurvõistluste kajastamiseks lugejatele vajalik ja tugeva kaasatusega (tarbijahuviga) sisuvorm.

ERR-i sporditoimetuse teemade/uudiste sisuline valik järgib auditooriumi eelistusi spordivaldkondade sisueelistuste osas. Uurimistöö tulemusena võib väita, et lugejatele olulisemad teemad on ERR-i poolt uudissisuga kaetud.

Sotsiaalmeedia (Facebook) on ERR-i uudissisu edastamisel ning laiema auditooriumini jõudmiseks tõhus kanal, mille nädalane katvus (reach) ületab selgelt ERR-i spordiportaali leviku ning toob veebilehele sport.err.ee sotsiaalmeedia vahendusel lugejaid, kes sellela ei pruugi ERR-i uudissisuni jõuda. Kasutuste ja rahulolu teooriast lähtuvalt loob sotsiaalmeediasse jagatud uudisvoog eelduse spordimeedia leviku ja tarbimise paremaks koostoimeks, läbi sisu vastuvõtjate võimaluse aktiivselt osaleda isiklike huvidele ja identiteedile vastava sisu jagamises, tuginedes personaalsetele spordieelistustele. Spordimeedia leviku ja tarbimise koostoimena tekkivat sünergia ja sotsiaalmeedia võimalusi ei saa selles olukorras alahinnata. Sellest tekkivat võimendust tuleb kasutada.

Uurimistöö tulemusena pakub töö autor neli soovitus auditooriumi sisueelistuse edasiseks uurimiseks, eeskätt sotsiaalmeediakanalite suunal.

- Sotsiaalmeedias jagatava uudissisu leviku kriitilised edutegurid - missugust tüüpi uudissisu (nt spordivaldkonnast tulenev, emotsionaalne, Eesti sportlase eduelamust pakkuv, konfliktne, visuaalne jne) pälvib sotsiaalmeedias suurema orgaanilise leviku?
- Milline on avalik-õigusliku ERR-i tonaalsuse ja sotsiaalmeedias emotsionaalse spordisisu vahendajana võrreldes kommertsmeediaga ning kuidas auditoorium erinevust era- ja avaliku õigusliku meedia sisuloome vahel sotsiaalmeedias tajub? Võrdlev analüüs.
- ERR-i roll ja vastutus väikeste spordialade meediakajastuses digitaalse meedia ajastul. Väikeste spordialade nähtavus ERR-i toimetustlikes valikutes. Mis aitab tõsta väiksema üldhuviga, ent edukate saavutustega spordialade nähtavust, suurte, laia avalikku huvi esindavate sündmuste kõrval.
- Eesti tippsportlaste lahkumise mõju lugejate spordivaldkondade eelistustele (näiteks Anett Kontaveit ja Kaia Kanepi lahkumine tennisest, Ott Tänaku karjääri lõpetamine rallisõitjana) ning valdkonnaelistuste erisusele veebis ja sotsiaalmeedias.

KOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö eesmärk on vaadelda spordiuudiste tarbimist digiajastul ning analüüsida auditooriumi sisueelistuste mõju ERR-i spordisisu loetavusele ja levikule. Vastuseid uurimistöö kesksetele uurimisküsimustele – millised spordivaldkonna teemad köidavad auditooriumi kõige enam ning kuidas avalduvad auditooriumi erinevad sisueelistused spordialavaldkondade lõikes veebiportaalis ning sotsiaalmeedias – pakuvad tulemuste näol suuniseid ja sisendväärtust ERR-i, kui Eesti avalik-õigusliku meediaorganisatsiooni digiajastu levistrateegia arendamisel. Uurimistöö tulemused aitavad mõista ning tõhusamalt kohandada ERR-i (spordi)uudiste levistrateegiat lähtudes kaasaja auditooriumi ootustest ja meediatarbimise käitumismustritest, sealhulgas kaasama aktiivselt info (uudiste) edastamiseks sotsiaalmeedia kanaleid.

Uurimustöö lähtekohaks on arusaam, et spordiuudised täidavad tänapäeva meediaruumis enam kui pelgalt informeerivat funktsiooni – luues kogukondlikku kuuluvust, peegeldades identiteeti ning vahendades tugevaid emotsioone. Traditsiooniliselt Eestis populaarsete spordialade kõrval (jalgpall, korvpall, viimasel kümnendil ka autoralli) tõstab sotsiaalmeedia kasutajate eelistustena esile ka nišilikke sporditeemasid, kuid seda eelkõige siis, kui nendega kaasnevad erakordsed tulemused või emotsionaalsed ja isikupärased lood.

Uurimistöö teoreetiline raamistik tugineb kasutuse- ja rahuloluteooriale, samuti enesemääratlemise teooriale, mis selgitavad, miks ja kuidas inimesed otsivad teatud tüüpi sisu. Digiajastu meediatarbimist mõjutavad ka päevakorraseadmise ja meediastumise käsitlused ehk kuidas meedia kujundab ühiskondlikku tähelepanu. Avalik-õigusliku meedia kontekstis on olulisel kohal küsimused tasakaalu, esindatuse ja sisulise mitmekesisuse tagamisest olukorras, kus auditoorium ja infoväljad on fragmenteerunud ja üleküllastunud.

Uurimistöö analüüs võimaldab väita, et ERR-i sisuvalik vastab üldjoontes auditooriumi sisueelistustele. Analüüs toob esile, et üldiselt kõrge loetavusega suured spordialad, pole tingimata alati auditooriumi suurimas huviorbiidis. Eelise saavad artiklid, uudised, lood, kus emotsioon, isiklik narratiiv ja ebatavalisus on tugevalt esindatud. Ootuspärane, kuid samas tähelepanuväärne on, et lugejaid tõmbavad teemad, mis väljuvad klassikalise spordikajastuse raamidest klassikaliste uudisväärtuse kategooria tunnustega – näiteks

teemad, nagu skandaalid, surm või poliitiline kontekst – vastates traditsioonilistele uudisväärtuse kategooriatele, nagu konfliktus ja ebatavalisus.

Uurimistöö kinnitab (Olsen, Tenenboim ja Hess, 2024) seisukohta, et digiajastul on avalik-õiguslikel meediateenuste osutajatel järjest suurem vajadus integreerida oma sisustrateegiasse ja tegevustesse sotsiaalmeediaplatvorme, et saavutada suurem auditooriumi kaasatus ja suunata liiklust erinevate digitaalsete kanalite vahel. Sotsiaalmeediaplatvormide kasutamine suurendab infoleviku ulatust, toetab kogukonnatunnet ja tugevdab avaliku teenuse meedia legitiimsust (Rodríguez-Castro, Campos-Freire, & Túnhez-López, 2021). Ka uurimuse autor leiab, et avalik-õiguslikud organisatsioonid peavad aktiivse(ma)lt kohanema digiajastu platvormide loogikatega, et tugevdada sidet auditooriumiga, kelle meediatarbimise harjumused on killustunud ja platvormipõhised (Walvaart, Dhoest, & Van den Bulck, 2019).

ERR-i Facebooki kanal omab võtmerolli auditooriumi laiendamisel - uudiste edastamisel sotsiaalmeedia vahendusel jõuavad ERR spordiuudised suure hulga kasutajateni, lisaks toob sotsiaalmeedia ERR-i portaali seeläbi uusi lugejaid. ERR Sport Facebooki postitused suurendasid uurimisperioodil sport.err.ee keskkonnas artiklite loetavust ligi viiendiku võrra. Sotsiaalmeedia ulatuslik katvus (*reach*) on potentsiaalselt oluline väljund ja võimalus (spordi)uudiste edastamisel ning artiklite leviku võimendamisel.

Uurimistöö praktilise väärtusena toob autor esile võimaluse otsustada, milliste sisutüüpide ja kanalite kombinatsioon on (spordi)uudiste edastamisel tõhus ja viib sisu võimalikult laia auditooriumini. Teisalt viitab uurimistöö tulemus vajadusele pakkuda ERR-i poolt järjepidevalt võimalust ka väiksemate spordialade kajastamiseks, mille mõjuala ning levik võib sotsiaalmeedias saavutatud võimenduse tulemusena olla isegi suurem, kui populaarsemate spordialade artiklite loetavus pelgalt veebiportaalis.

Kuna suurt avalikku huvi pakkuva lineaarse televisiooni populaarsete spordiülekannete (korvpall, jalgpall, olümpiamängud, laskesuusatamine jne) kõrval on spordivaldkondade mitmekesistamine avalikus meediaruumis, muuhulgas ka ERR-i kui avalik-õigusliku meediaorganisatsiooni vastutus, siis käesolev uurimistöö, arvestades tänapäevase auditooriumi eelistusi, ootusi ja meediatarbimise praktikaid, pakub võimaluse mõista, millisel moel spordiuudiste sisu ja levistrateegiat digiajastul kujundada ning kuidas auditooriumi ootustega paremini arvestada.

KASUTATUD ALLIKAD

- Antonakopoulou, S.; Veglis, A. (2022). Twitter Engagement in Media Organizations: The Case of the Greek National Broadcasting Corporation <https://www.mdpi.com/2673-5172/3/1/6>
- Billings, A. C., & Hardin, M. (2014). *Routledge Handbook of Sport and New Media*. Routledge.
- Billings, A. C., Qiao, F., Conlin, L., & Nie, T. (2015). Permanently desiring the temporary? Snapchat, social media, and the shifting motivations of sports fans. *Communication & Sport*, 5(1), 10–26. <https://doi.org/10.1177/2167479515588760>
- Brown, C., & Billings, A. C. (2013). Sports fans as crisis communicators on social media websites. *Public Relations Review*, 39(1), 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.09.012>
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Eesti Rahvusringhääling. (2023). *ERR arengukava 2025–2028*. https://files.err.ee/info/ERR_Arengukava_2025%20-%202028.pdf
- Eesti Rahvusringhääling. (2025). ERR-i digikeskkondade analüütika (gemiusPrism ja Chartbeat), sisekasutuseks. Saadud ERR-i sisekanalite kaudu.
- Eesti Vabariigi Valitsus. (2007). *Eesti Rahvusringhäälingu seadus*. RT I 2007, 42, 320. <https://www.riigiteataja.ee/akt/12786086>
- Frandsen, K. (2009). Sport and mediatization. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, 141–158. Peter Lang.
- Fuchs, C. (2010). *Foundations of critical media and information studies*. Routledge.
- Gálik, M., & Vogl, A. (2015). Pluralism of media types and media genres. In P. Valcke, M. Sükösd, & R. G. Picard (Eds.), *Media pluralism and diversity: Concepts, risks and global trends*, 33–48. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137304308_3
- Hennoste, T. (2008). *Uudise käsiraamat*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Hennoste, T. (2019). Ajakirjandus võimendab klikkide nimel konflikte. *ERR.ee*. <https://www.err.ee/1018655/meediakriitik-ajakirjandus-on-manginud-end-klikkide-armastusega-kahvlisse>
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. *Nordicom Review*, 29(2), 105–134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>

- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport Beyond Television: The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. Routledge.
- Kalmus, V., Masso, A., & Lauristin, M. (2022). Meediatarbimise mitmekesisistumine digiajastul. In *Eesti Inimarengu Aruanne 2023*. Tallinn: SA Eesti Koostöö Kogu.
- Kantar Emor. (2025). *Teleauditooriumi Mõõdikuuring*.
<https://www.kantaremor.ee/teenus/teleauditooriumi-moodikuuring-2/>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kelly, JP. (2019). Television by the numbers: The challenges of audience measurement in the age of Big Data. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* <https://doi.org/10.1177/1354856517700854>
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: Free Press.
- Kultuuriministeerium. (2019). *Eesti meediapoliitika: Olukord ja arengusuunad. Aruanne 2019*.
https://www.kul.ee/sites/default/files/documents/2020-10/2019_meediapoliitika_olukord_arengusuunad_aruanne.pdf
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86.
<https://doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Lobanov, R. (2022). *Teleauditooriumi mõõtmine digiajastul: Mõõdikuuringu tulemuste ja voogedastusteenuse kasutusstatistika võrdlev analüüs ERR-i audiovisuaalse programmi näitel* (magistritöö). Tallinna Ülikool.
- Manovich, L. (2018). 100 Billion Data Rows per Second: Media Analytics in the Early 21st Century. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6160/2249>
- Mazzoleni, G. (2008). Mediatization and political communication. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, changes, consequences* (pp. 155–177). New York: Peter Lang.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Min, J.; Zang, Q.; Liu, Y. (2015). Systems and Information Engineering Design Symposium. <https://www.researchgate.net/publication/283825435>
- Nielsen. (2013). *New Study Confirms Correlation Between Twitter and TV Ratings*.
<https://www.nielsen.com/insights/2013/new-study-confirms-correlation-between-twitter-and-tv-ratings/>

- Olsen, R. K., Tenenboim, O., & Hess, K. (2024). Platform paradoxes and public service media legitimacy: A cross-national study. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2353783>
- Pavlik, J., & McIntosh, S. (2013). *Converging media: A new introduction to mass communication* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Pegoraro, A.; Kennedy, H. (2021). An Analysis of Broadcasting Media Using Social Media Engagement in the WNBA. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8160370/>
- Rodríguez-Castro, M., Campos-Freire, F., & Túnñez-López, M. (2021). The values of public service media in the internet society. In M. Túnñez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Eds.), *The values of public service media in the internet society* (pp. 3–20). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7_1
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341–366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>
- Sundar, S. S., & Marathe, S. S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human Communication Research*, 36(3), 298–322. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2010.01377.x>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Turu-uuringute AS. (2023). *ERR-i usaldusväärsus kasvab*. <https://turu-uuringute.eu/err-i-usaldusvaarsus-kasvab/>
- Walotek-Ściańska, K., Szyszka, M., & Wasiński, A. (2016). *New media in the social spaces: Strategies of influence*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.
- Walvaart, M., Dhoest, A., & Van den Bulck, H. (2019). Production perspectives on audience engagement: Community building at public service media. *Media Industries Journal*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0006.103>
- Ward, M. (2002). *Journalism online*. Focal Press. <https://www.routledge.com/Journalism-Online/Ward/p/book/9780240516103>
- Wright, C. R. (1959). *Mass Communication: A Sociological Perspective*. New York: Random House.
- Õunapuu, L. (2014). Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes. Tartu Ülikool. http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu_kvalitatiivne.pdf

LISAD

Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel (1-16)

#	Post Date	Message	Kategooria	Artikli pealkiri	Reach	Engagements	Clicks	Link Clicks	Reactions	Comments	Shares
1	21.05.2024	Tõnise ja Henry Sildaru sõnul on pere lahutanud kohtuvaldluse tõttu ohtus Henry karjäär ning võimalus olümpiamängudele pääseda. Oe Kelly ja ema Liianiga ei ole Henry suhelnud paar aastat, Kelly Sildaru sõnul on vend aga isa poolt manipuleeritud.	Skandaal	Henry Sildaru: olen õega seisnud tõstuki järelkorras, kumbki üksteist ei tunne	220 218	23 967	23 375	6975	475	109	8
2	08.08.2023	Pajuu õme!	Veemoto	Eestlane tuli veemotos Euroopa meistriks (Kärol Soodla)	214 811	9 743	6 714	4913	2 966	25	38
3	06.07.2024	Auto väljanägemist arvestades on Tänak ja Järveoja ise enam-vähem terved.	Autoralli	Ott Tänak tegi Rally Estonia! raske avarii ja katkestas	196 856	30 466	29 360	16093	984	66	56
4	19.08.2023	Võimas!	Kettagolf	Kristin Tattar tuli kodupubliku ees Euroopa meistriks	196 050	15 859	9 670	6004	6 108	46	35
5	03.11.2023	Ühe päevaga kuus MM-titlit!	Kulturism ja fitness	Eesti sportlasi tabas MM-i kullaasadu	166 443	14 682	13 170	10034	1 468	24	20
6	11.11.2023	"Esimene kord, kui väljakule tulin, ütlesin endale, et ei hakkaks kontaveit: kodupublikuga hüvasti jätmine oli üks mu suurimaid soov	Tennis	Kontaveit: kodupublikuga hüvasti jätmine oli üks mu suurimaid soov	161 017	9 568	6 734	3887	2 790	21	23
7	12.08.2023	Meie Ott on maailmameister!	Purjetamine	Eestlased võitsid avamerepurjetamise MM-ilt kaksikvõidu	159 202	8 437	5 667	4569	2 723	20	27
8	29.12.2023	Jefimova viis reedel koju nii aasta naisportlase kui aasta noorsportlase auhinna!	Ujumine	17-aastane Jefimova hääletati aasta naisportlaseks	148 440	9 271	6 213	1558	3 001	43	14
9	30.07.2024	Pöörase aja ujujad eestlase kõnvalrajal oli nende mängude ehk suurim ujumistaar Leon Marchand: "Enne starti karjuti "Leon-Leon", see kõlas natuke nagu "Kregor-Kregor"! Inimene kuuleb seda, mida tahab!"	Ujumine	Zirk elu parimast ujumisest: läheb aega, et mõista, millega ma hakkama sain	143 301	13 408	10 767	6699	2 603	24	14
10	07.08.2024	Kas medal on võimalik? "Mina tunnen. Teie näete, mina tunnen. Vaatame. Aga kindlasti, kolmandat korda finaalis – see on miski, mille peale ma jooksma lähen," vastas Rasmus Mägi.	Kergejõustik	Rasmus Mägi: esimene emotsioon oli kindlasti kergendus	139 880	10 814	7 730	4010	2 984	59	31
11	27.08.2023	"Muile lihtsalt mitmevõistlus meelid ja meelid nende kuttidega siin võisteldi ja Eesti esindada. Teen seda kogu hinge ja puhendumusega. Proovin noortele eeskujul näidata. Ma kindlasti ei olnud väljakul kõige andekam sportlane, aga tahtsin näidata, et kõva töö ja tahtlõugu juuab maailma tippu," rääkis MM-i kuues mees Janek Oiglane.	Kergejõustik	Õiglane võimsalt 1500 m jooksust: see oli nagu väiksest taevast	139 398	9 491	6 261	3 770	3 184	31	15
12	28.07.2024	"Trennides olen ma näidanud palju korralikumaid aegu, loodame, et homme ujun kiiremini!"	Ujumine	Jefimova: nähes, et olen viimasena finaalis, tuli selline pingelängus...	139 307	11 127	8 896	4142	2 180	41	10
13	10.04.2024	Eesti koondise mängijaks, seal kvalifitseerub ka sellesse ringkonda, kelle seast valitakse kapten. Sealt ei saa jalgapalliliidu juhatus sekkuja. Isikult: kas ma oleks oodanud ja lootnud, et Kostja on oma väljaltlemistes selgem, isegi kui teda mõisteti teistmoodi, siis mu vastus on jah."	Politika	Klavan: Vassiljev on valmis Eesti eest võitma, minu jaoks on ta eestlane	139 020	9 635	8 491	1 711	1 077	52	15
14	25.07.2023	19-aastane Nina Petrõkina tegi nädalavahetusel Eesti iluuisuajalugu, kui jõudis esimese Eesti uisutajana GP-sarjas esikohitkusse. "Iga võistlus annab mulle midagi juurde. Seekord näiteks sain väga hea kogemuse, kuidas ennast pärast ebaõnnestunud soojendust võimalikult kiiresti kokku võtta. Vorm kasutamata, aga suures pildis saame absoluutselt aru, miks see nii on. Suures pildis on ka lapsed ja lapsevanemad seda meelt, et see otsus on õige."	Tõstmine	Rauno Heinla tõstis Tartus maailmarekordi	136 243	23 343	20 471	14 010	2 777	25	70
15	24.10.2023	Iluisutamine	Nina Petrõkina: nüüd saan aru, et olen veel rohkemaks suuteline	135 800	4 718	2 386	1 016	2 287	27	18	
16	28.10.2023	Võimlemine	Eesti jääb rühmavõimlemise MM-ilt kõvale, sest Veremaa osaleb	134 004	12 953	11 607	4 496	1 222	89	35	

Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel (17-35)

17	06.12.2023	medalisangar.	"Mul tuli kohe nutt kurku ja olin väga õnnelik, et ikkagi sain sellega hakkama. Ja kui veest välja tulin, siis tuli veel suurem nutt. Väga õnnelik olen. Koik klappis ja tuli väga hea aeg ka." rääkis värske	Ujumine	Jefimova võiduhetkest: mul tuli kohe nutt kurku	130 479	7 803	3 539	1935	4 183	64	17
18	07.10.2023	ralisõitu nautida.	Tänak sai enda sõnul raske aastaja järel nüüd kodusaarel natuke	Autoralli	Tänak: ralli andis lõpuks võimaluse ka vanemate juures aega veeta	125 005	8 999	7 217	3893	1 752	16	14
19	20.10.2023	Tubli. Anett!	Kontaveit saatis olümpiavõitja reketeid pakkima	Tennis	Kontaveit saatis olümpiavõitja reketeid pakkima	124 748	10 835	7 991	5769	2 786	44	14
20	22.10.2023	19-aastane Petrõkina parandas isiklikku rekordit nii vabakavas kui kahe kava kokkuvõttes ja tegi Eesti iluuisutamise ajalugu!	Iluisutamine	Iluisutamine	Iluisutamine	122 250	6 129	3 241	1972	2 839	26	23
21	22.10.2023	Kontaveit võitis Luksemburgi tenniseturniiri	Tennis	Tennis	Kontaveit võitis Luksemburgi tenniseturniiri	121 944	10 187	6 133	3975	3 942	78	34
22	13.06.2024	Johannes Erm saab Eesti kõigi aegade teise punktisumma eest väärilise tasu!	Kergejõustik	Kergejõustik	Erm napsas kuue sajandikuga Itaaliale eest 50 000 euro suuruse preemia	120 247	14 172	11 572	7576	2 550	32	18
23	02.11.2023	Arlet Levandi hoiab Kasahstanis kohta esikolmikus	Iluisutamine	Iluisutamine	Arlet Levandi hoiab Kasahstanis kohta esikolmikus	120 236	6 177	3 208	1673	2 905	43	21
24	18.08.2024	Palju õnne!	Purjetamine	Purjetamine	Eestlased võitsid avamerepurjetamise Euroopa meistrivõistlused	116 380	7 658	4 428	3612	3 144	28	58
25	26.08.2024	18-aastane Hanna Lisette Aabna pääses WRC naissõitjate arenguprogrammi ja kui kõik läheb hästi, saab ta oktoobris Kesk-Euroopa ralli Rally3 autoga võistelda!	Autoralli	Autoralli	Noor eestlanna valiti WRC naissõitjate arenguprogrammi	115 444	4 431	2 784	861	1 608	11	28
26	01.01.2024	"Mul on alati selline uskumine, et ma saan kõigega hakkama. Et ma suudan kõik asjad ära teha. Ma ei tea, kas see on... ma ei tea isegi, kas see on ainult tänu tennisile või see on natuke ka tänu sellele, kuidas mind on kasvatatud. Aga ma tunnen, et ma suudan kõigega hakkama saada."	Tennis	Tennis	Kontaveit: olen väga rahul sellega, mida ma karjääril jooksul korda saatsin	115 362	3 104	1 758	837	1 320	19	7
27	22.07.2023	Võitjatel kulus teekonna läbimiseks kuus ööpäeva, üheksa tundi ja 12 minutit.	Aerutamine	Aerutamine	Eesti paatkond võitis hirmkõva aerutamise maratoni	114 472	7 684	5 009	3672	2 608	37	30
28	27.07.2024	"Ma ei tea, mis see põhjus on, miks ta ei suutnud seda plaani lõpikult ellu viia, mis ma talle tegelikult välja mõtlesin," ei mõista juhendaja. "Ta peab ise analüüsima. Aga ma küsisin, miks sa otsustavas ootama jäid. Sa tead, et kumb enne tuleb, see torkab otsustada ära. Aga ta otsustas enne kui sina - olgi korras!"	Vehklemine	Vehklemine	Nelis-Naukas: loomulikult on neilgas koht jama, aga tehke järgi!	112 011	9 946	9 394	2497	513	36	3
29	05.08.2023	Ironmani täispika distantsi võitis Villu Vakra.	Triathlon	Triathlon	Eestlased said Tallinna Ironmanil kaksikvõidu	111 611	8 029	6 562	4827	1 444	13	10
30	31.07.2024	Küsimusele, kas ta mingit pinget ka tundis, vastas Zirk muigelsi: „Ütiete nii, et mul tseremooniadressid olid ikkagi kaasas. Ei tea kunagi, kui sul on koht finaalis olemas, kes teab, mis võib juhtuda! Oleks tagantjärele olnud võib-olla halb, kui poleks olnud [kaasas], Eks need kaheksa meest kõik mõtlesid medallile, kes ei tahaks medalit saada? Aga keskendusin ikkagi sellele, mida mina saan kontrollida ja kindlasti oli ümekiire finaali. Minu jaoks on pinged mõnes mõttes."	Ujumine	Ujumine	ERR Pariisis Zirk: olen väga uhke enda üle!	110 322	8 036	4 985	2715	3 016	22	13
31	18.11.2023	Suurepäraane!	Iluisutamine	Iluisutamine	Eesti jäätantsupaar teenis isikliku rekordiga Saksamaal esikoha	110 006	6 897	3 898	2988	2 933	41	25
32	16.12.2023	Laskesuusatamise MK-etappidelt saab tõsiselt lugusid, saab naljakaid lugusid ja vahepeal ka lugusid, mille peale ei oskagi väga midagi öelda...	Laskesuusatamine	Laskesuusatamine	VIDEO Tomingas vedas Tiisleri jäisesse Lenzerheide jäve talisuplema	109 432	9 701	8 291	5246	1 376	23	11
33	21.08.2023	Suurepäraane!!!	Kergejõustik	Kergejõustik	VIDEO Rasmus Mägi jõudis tugeva lõpuga MM-il finaali	106 733	7 032	3 721	2301	3 252	34	25
34	20.10.2023	Hiljutine võit tõstis Eesti paari edetabelis esikohale!	Kurling	Kurling	Eesti kurlingupaar tõusis maailma edetabelis esikohale	106 388	4 233	1 824	1162	2 366	18	25
35	31.01.2025	Niina, sa oled US-KU-MA-TU!!!	Iluisutamine	Iluisutamine	Niina Petrõkina krooniti Tallinnas iluuisutamise Euroopa meistriks!	105 248	15 005	8 232	2853	6 560	114	99

Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel (36-56)

36	15.05.2024	Viimased poolteist aastat olen inimestele vastanud, et miks ja kuidas ja miks me nimmoodi läheme ja kus on meie jalgpall? Täna olene FIFA relingus Malawi ja Zimbabwe vahel," lausus Lindpere ERR-le. "Kahjuks on meie alaliti ühe nägu ja mina selles paadis 105 124 12 091 11 875 205 10 1	Lahkumisavalduse esitanud Lindpere: kogu Eesti koondis seisab minu taga	Jalgpall/skandaal	
37	19.01.2024	Isiklik rekord ohus ei olnud, aga esikoht tuli sellele vaatamata.	Levandi sai Riias kindla võidu, Lisovskaja tõusis teiseks	Iluisutamine	101 908 7 128 4 377 2863 2 677 49 25
38	12.06.2024	Meie kangelane sai oma kuldse autasu kätte! Legendaarne korvpallur ja korvpallitreener Jaak Salumets tähistab täna enda 75. sünnipäeva. Set puhul kirjutas ERR-i spordireporter	VAATA UUESTI Johannes Erm sai Roomas kaela kuldmedali	Kergejõustik	101 191 6 795 3 154 1993 3 570 43 28
39	30.01.2024	Tarmo Tiisler taale õnnitushaiku. Palju õnne, Jaak!	Tarmo Tiisleri õnnitushaiku: igauhel oma Salumets	Persoon	97 857 5 064 2 910 1941 2 056 67 31
40	17.11.2023	Eesti duo kordas eelmisel aastal püstitatud tippmarki.	Eesti jäätantsupaar alustas hooaega suurepärase etteastega	Iluisutamine	96 510 4 603 2 977 2204 1 594 21 11
41	05.09.2023	Suurepäraane!!! Eesti läbi aegade esimene medal juunioride MM-il!	Eneli Jefimova tuli juunioride MM-il maailmameistriks	Ujumine	95 460 4 861 1 884 1061 2 921 33 23
42	06.12.2023	Eriline hetk meie spordiajaloo! Isikliku rekordi, Karel Tiiga tõusis 9681 punktiga Eesti kõigi aegade edetabelis teiseks ning Janek Õiglane ja Johannes Erm täitsid Pariisi	VIDEO Jefimova sai kaela kuldse autasu	Ujumine	94 958 6 055 2 569 1398 3 427 37 22
43	26.08.2023	OM-normi! Suurepäraane kümnevõistluse eestlastelt! Kõik kolm meest püstitasid isikliku rekordi, Karel Tiiga tõusis 9681 punktiga Eesti kõigi aegade edetabelis teiseks ning Janek Õiglane ja Johannes Erm täitsid Pariisi	Eesti Kõigi aegade teiseks tõusnud Tiiga sai MM-il neljanda koha	Kergejõustik	94 183 7 772 4 771 2373 2 951 31 19
44	08.08.2023	Tuhandiksekundite mäng... Tubli, Miia!	Mia Ott pälvis EM-il 100 meetri finaalis kuuenda koha	Kergejõustik	91 924 3 082 1 629 857 1 443 6 4
45	27.01.2024	Eesti teatekolmik pani MM-ile kuldse punkti!	Olle Ilmar Jaama võitis juunioride EM-il kolmanda kuldmedali (suusaorienteerumine)	Orienteerumine	89 692 5 524 2 964 2009 2 500 32 28
46	26.11.2023	Susan Kūlm sõitis välja karjääri parima koha, võitja selgus ülinapilt	Susan Kūlm sõitis välja karjääri parima koha, võitja selgus ülinapilt	Laskesuusatamine	87 846 5 826 4 393 3001 1 406 21 6
47	04.08.2024	Oli üks emotsionaalne päev! "Ma armastan Eesti ja Tallimat, seal on üks minu kõige lemmikum staadion. Ma võitlesin seal 2021. ja 2023. aastal," ütles Markus	ERR-i olümpiajutud: sport on Õiglane	Kergejõustik	87 373 9 238 6 514 3560 2 680 30 14
48	04.08.2024	Rooth Eesti ajakirjanikke nähes.	Olümpiavõitja Rooth: ma alati unistan suurelt ja ei karda seda teha	Kergejõustik	86 995 7 541 5 864 2984 1 641 18 18
49	29.09.2023	Tubli töö, Sofia!	Sofia Blokhin tuli kiirmale noorte Euroopa meistriks	Male	86 750 1 847 818 367 1 019 3 7
50	10.01.2024	"Täna läks kõik nagu mina tahtsin."	Selewko kolmandast kohast: ma ei oodanud selliseid punkte	Iluisutamine	84 916 4 110 2 665 1394 1 413 28 4
51	14.07.2023	Transsoolised jalgratturid enam naiste kategoorias võistelda ei saa	Transsoolised jalgratturid enam naiste kategoorias võistelda ei saa	Jalgrattasport	83 553 6 475 4 762 1312 1 630 62 21
52	23.08.2023	Mägi tuli MM-i finaalis seitsmendaks, kuld Warholmile	Mägi tuli MM-i finaalis seitsmendaks, kuld Warholmile	Kergejõustik	82 998 4 724 2 614 1083 2 078 23 9
53	03.02.2025	Uhes võidujärgses intervjuus tänas Niina Petrökina oma abikaasat, aga nüüd rõhutas ta, et see oli eksimus. "See oli viga! Mul oli nii palju emotsioone ja ma ei kontrollinud oma sõnu," naeris ta. "Ringvaate" küsimusele, kas ta on valmis oma isiklikust elust ja suhetest avalikult rääkima, vastas Petrökina: "Ma arvan, et sport on sport ja elu on elu ja ma arvan, et isiklik elu peab olema isiklik, nii et ma ei hakka sellest rääkima."	Petrökina kultivõidust: ma ei saa silamaani aru, mis toimus	Iluisutamine	82 892 9 174 8 225 1944 923 18 8
54	16.07.2023	Kanepi võitis Amstelveni tenniseturniiri	Kanepi võitis Amstelveni tenniseturniiri	Tennis	82 679 7 466 4 746 2933 2 662 42 16
55	21.08.2023	Rasmus Magri: olin kannatlik ja kasutasin oma momendit ära," võitis	Rasmus Magri: olin kannatlik ja kasutasin oma momendit ära	Kergejõustik	81 138 4 101 2 485 1347 1 600 11 5
56	04.06.2023	Super, Mark!	Mark Lajal teenis karjääri suurima turniirivõidu	Tennis	81 023 4 029 2 728 2011 1 278 16 7

Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel (57-80)

57	18.06.2024	Irina Embrich on esimest korda individuaalses arvestuses Euroopa meistr! Vehkmine	43-aastane Irina Embrich tuli Euroopa meistriks	80 863	6 255	2 894	1112	3 305	30	26
58	31.01.2025	Imeline kava, imeline Eesti rekord! Iluisutamine	VIDEO Võimas Eesti rekord tõi Petrókinalle EM-kulla	80 690	8 030	5 199	2352	2 765	39	27
59	27.07.2023	Tubili! Kergejõustik	Eesti rekord jooksnu Mia Ott võitis olümpiafestivalilt teise medali	80 669	4 096	2 222	1522	1 848	14	12
60	15.07.2023	Kaia pani otsustavas setis oma paremuse maksma! Tennis	Tšehhi tulevikulootusest jagu saanud Kanepi jõudis Hollandis finaali	80 617	5 086	3 033	1842	2 005	39	9
61	11.01.2024	See uhke hetk, kui Eesti iluuisutajale riputati täiskasvanute tiitlivõistlustel esmakordselt medal kaela! Iluisutamine	VIDEO Selevko sai EM-il kaela ajaloolise medali	79 991	5 312	3 616	2598	1 670	20	6
62	19.04.2023	Hyundai kinnitas: Breenile sai saatuslikuks salongi tunginud alapost	Hyundai kinnitas: Breenile sai saatuslikuks salongi tunginud alapost	79 578	12 884	12 189	6713	654	13	28
63	04.09.2023	Rasmus Mägi teenis Saksamaal teise koha	Rasmus Mägi teenis Saksamaal teise koha	78 893	4 701	2 772	2204	1 909	11	9
64	10.12.2023	Eneli Jefimova võitis EM-il kulla kõrvale ka hõbeda	Eneli Jefimova võitis EM-il kulla kõrvale ka hõbeda	77 847	3 508	1 349	657	2 119	29	11
65	09.07.2024	Hea töö! Tennis	Lajal sai ühe päevaga kaks võitu ja jõudis põhiturniirile	77 788	3 345	1 768	939	1 556	16	5
66	30.07.2023	Karjääri teine aeg! Kergejõustik	Rasmus Mägi täitis võimsa ajaga Pariisi olümpiamängude normi	77 393	4 074	2 187	1456	1 862	12	13
67	28.06.2024	„Ma arvan, et karta pole midagi ja pakkuda on palju. See on esimene mäng Wimbledonil peaväljakul, see on päris eriline kogemus.“ sõnas Wimbledonil avaringis titlitkaitsja Carlos Alcarazaga kohtuv Eesti esireket Mark Lajal. „Ma ei karda teda absoluutselt. Tunnen, et mul on talle midagi vastu anda ja lähen lahjakule näitama, millest ma tehtud olen!“ Tennis	Lajal mängust Alcarazaga: lähen väljakule näitama, millest ma tehtud olen	77 085	4 043	2 997	1360	1 011	27	8
68	16.09.2023	Tubli töö, Rasmus! Kergejõustik	Mägi jooksis Teemantliiga finaaletapil välja elu teise tulemuse	76 758	5 754	3 467	2623	2 255	17	15
69	22.06.2023	Eesti teatenaikond jooksis rahvusrekordi Kajulu, aga Rasmus jooksis ka pärast kukkumist vähemalt lõuni ning oleme ikkagi äärmiselt uhked selle üle, et meie kergejõustiklane jooksis kolmandat korda järjest olümpiafinaalis. Kergejõustik	VIDEO Eesti teatenaikond jooksis rahvusrekordi	76 651	4 920	3 077	2074	1 819	10	14
70	09.08.2024	See on võimas saavutus! Kergejõustik	Vimaset tõkkele kukkunud Rasmus Mägi sai olümpiafinaalis seitsmenda koha	76 633	6 389	4 402	1374	1 927	52	8
71	07.11.2023	Tublid! Võistustants	Eesti tantsupaar võitis MM-il hõbemedali	76 339	10 227	7 718	6625	2 458	30	21
72	21.06.2023	Super, Rasmus! Kergejõustik	VIDEO Rasmus Mägi täitis kohe hooaja avavõistlusel MM-normi	75 549	4 770	2 417	1595	2 317	22	14
73	11.12.2023	„Õnne oli suhteliselt tavapärane, olin väga heas tujus: tantsisin, laulsin ja läksin ühtsalt finaali.“ Vajuta polt, kui ka sinu tavapäraseid õhtud on sellised Üjumine	Kullaga koju jõudnud Jefimova jätab MM-i vahele: see toimub tobedal ajal	75 535	7 015	5 406	3549	1 584	18	7
74	19.07.2023	Finiisse pole enam palju jäänud. Aerutamine	Eestlased võitavad maailma raskeimal aerutamistõistlusel esikoha nimel	75 259	6 080	4 814	3660	1 232	13	21
75	20.08.2023	Kindel poolfinaali koht Rasmus Mägi jaoks! Kergejõustik	VIDEO Rasmus Mägi pääses MM-il kindlalt poolfinaali	75 158	3 792	1 874	1138	1 886	22	10
76	14.06.2024	Juuli lõpus algavad Pariisi olümpiamängud ning Euroopa meister kuulub kindlasti favoriitide hulka. Kui head võimalused Johannes Ermil enda silmis on? „Arvestades, kuidas nädala algus läks, siis päris head.“ Kergejõustik	Erm šanssist olümpiamängudel: nädala algust arvestades päris head	74 973	3 379	2 395	1021	966	11	7
77	24.06.2023	Rasmus Mägi avas Euroopa mängudel Eesti medalilae. Kergejõustik	Rasmus Mägi võitis Euroopa mängudel hõbemedali	74 385	4 341	1 948	1258	2 353	22	18
78	12.07.2024	Pajul õne! Male	Eesti matenalskond tuli seenioride maailmameistriks	74 152	3 188	1 517	1071	1 625	26	20
79	03.09.2023	Kristin Tattar on valitsev Euroopa meister ja kahekordne maailmameister! Kettagolf	Kristin Tattar kaitses edukalt maailmameistritiitlit	73 961	3 745	1 787	743	1 930	12	16
80	21.06.2023	Tuleb ju välja küll! Kergejõustik	Hea sooritus teinud vasarahetja Kelly andis esimese eestikeelse intervjuu	73 800	7 821	6 938	4478	865	13	5

Lisa A. 100 suurima levikuga artiklit sotsiaalmeedias ERR Sport Facebooki lehel (81-100)

"Kõigepealt käisin ringi, pea laiali osas ja uurisin, milles võib üldse asi olla. Mottesin, et akki on keegi eistanud protesti. Ikka teistega laskumisel võib tekkida momente, kus sõidad kellelegi suusa otsa ja keegi võib seda võtta olukorana, mille eest saab protesti esitada.											
81	14.02.2024	Mina kahtlustasin midagi sellist."	Laskesuusatamine	Tomingas: žüri otsus oli nagu noahoop südamesse	73 349	10 216	9 727	5745	467	19	3
82	01.12.2023	Kena algus Lillehammeris!	Kaheveistlus	Kristjan lühes hüppas proovivoorus esiviskustesse	72 905	2 647	1 405	936	1 226	7	9
83	28.07.2024	Super, lihtsalt super! Eneli, esmaspäeva õhtul hoiab sulle polait kogu Eesti!	Ujumine	Eneli Jefimova pääses olümpiamängudel finaali	72 517	5 236	2 772	1254	2 415	22	27
84	27.08.2023	Aliañ nende kahe päeva eest, Kareli!	Kergejõustik	Tilga: 100-200 punkti juurde ja sellega võib ka OM-il kõrges mängus olla	72 110	4 471	2 369	1039	2 088	8	6
85	21.07.2024	"Tänak näitas jälle, mida ta tegelikult suudab. Kolmest MM-sarja üldvõidu kandidaadist oli ta ainuke, kes suutis pjestiaallile jõuda. See näitab taset," sõnas Hyundai pealik Cyril Abiteboul ERR-ile.	Autoralli	Hyundai pealik: Kümnepalistusteimis annaksin Tänakule 15 punkti	71 923	11 130	9 669	6405	1 423	14	24
86	31.01.2025	"Kava lõpus sain aru, et saan medali - aga ei teadnud veel, millise!"	Iluisuitamine	Petrókina: nii palju emotsioone, et ma ei saanud kohe isegi hünni laulda!	71 468	8 181	5 847	2061	2 277	39	18
87	31.07.2024	"Eks me ikka lootsime, et saab finaali," raakis Katrin Zirk. "Loomulikult lootsime, selliseid asju enne ei räägita, kui need asjad juhtuvad. Nii ikks, ja see oli väga vägev," kirjeldas Kumar Zirk poollinaali järgselt emotsioone.	Ujumine	Zirgi isa poja edust olümpial: see oli emotsionaalne hetk mõlemale poolele	71 444	2 977	2 034	1071	925	12	6
88	17.02.2024	Super, lihtsalt SUPER!!!	Laskesuusatamine	Medalimängus olnud Eesti naiskond sai MM-i teatesõidus neljanda koha	71 207	5 519	2 706	747	2 748	36	29
89	11.02.2024	"See melu, mis siin on olnud, on lihtsalt võimas," kiitis lühes kodupublikut. "Eesti inimestele meeldib küll suusaspordi vaadata, aga et nad tulevad kohale, elavad täiel hingel kaasa ja panevad kogu maailma nägema seda, mis eestlase südames toimub - olen teistelt sportlastelt juba nii palju tagasisidet saanud."	Kaheveistlus	Ilves on Otepää üle uhke: vinge, et üks väike koht teeb ni ägeda ürituse	70 971	3 058	1 474	631	1 564	10	10
90	23.01.2024	Suurepärase algus MM-ile!	Taissport	Olle Ilmar Jaama kroonlij! juunioride maailmameistriks	70 746	3 023	1 691	1180	1 312	8	12
91	21.10.2023	Tänase spordihetke peategelaseks on esimene eestlasest talliala olümpiavõitja, kiirusutajase suurlojuju Ants Antson.	Persoon	100 spordihetke Kiirusutaja Ants Antson	70 474	3 282	2 147	1205	1 104	14	17
92	10.11.2023	Tubli etteaste!	Iluisuitamine	Niina Petrókina sekuss GP-etapil kõrgesse mängu	70 354	4 395	3 037	2267	1 341	10	7
93	20.12.2023	Suur esikoht jäi Jaak Mael lõpuks saavutamata, aga spordisõprade südames ja rahvusvaheliste talispordisündmuste korraldajana on Albu kandi mehel kindel koht.	Persoon	100 spordihetke Suusataja Jaak Mae	70 027	1 958	1 295	451	644	12	7
94	15.08.2023	"Ma olen Poolas töötanud ja [Gliwice] ei ole nii lius linn, et lähme sinna linna vaatama, vaid lähme mängima ja võitma," ütles võiduka Korpvall.	Korpvall	Toijalar: me ei lähe Poolasse linna vaatama, vaid võitlema	69 583	4 701	3 874	1756	811	11	5
95	10.01.2024	Eelmisel EM-il suutis Selevko kolmapäevases punktisummast paremat vaid üks mees!	Iluisuitamine	VIDEO Aleksandr Selevko püstitas EM-il ühnikavas võimsa rekordi	69 413	4 129	2 690	1483	1 419	16	4
96	07.10.2023	Super, Eneli!!!	Ujumine	Eesti rekordi lähedale ujunud Jefimova võitis MK-etapi	69 039	2 923	953	573	1 943	16	11
97	01.07.2024	See oli ilus debüüt maailmaareenil!	Tennis	Kõvasti kodusõnu pälvinud Lajal jäi tiitlikaltsja Alcarazile alla	68 904	5 354	3 695	2124	1 613	32	14
98	08.07.2023	Võitjas kahtlusi ei tekinud.	Autoralli	Tänak võitis Sunineni ees kindlalt Lõuna-Eesti ralli	68 878	3 704	2 548	1305	1 130	17	9
99	27.10.2023	Vägev mäng meile naiskonnalt!	Jalgball	Lisette Tammiku kübaratrikk tõi Eestile ajaloolise võidu	68 854	4 679	3 599	2693	1 058	6	16
100	14.02.2024	Seejuures on märkimisväärne, et maailma karika sarjas pole 24-aastane Siimer isegi punktikohale jõudnud. Tema parim tulemus on eelmise hooaja Holmenkolleni etapi 42. koht sprindis.	Laskesuusatamine	Kristo Siimer pakkus suurepärase etteaste, esikoha jagasid vennad Bõd	68 813	4 678	3 391	1985	1 273	11	3

Lisa B. 50 ERR Sport Facebookis enim reaktsioone saanud postitust ajateljel

