

**Eesti 2009. aasta kohalike valimiste kampaania
ajalehtede ja portaalide veebilehtedel ja
kommentaariumites**

Hanna Šein

Tallinn

2009

SISUKORD

Uuringu eesmärk	3
Uuringu metoodika	3
Valimisreklaamid	3
Kommentaarium	5
Uuringu väljund	7
Valimisreklaamid ajalehtede ja portaalide veebilehtedel	9
Üldinfo	9
Üleriiklik meedia	9
Kohalik meedia	10
Erakonnad	12
Sisulised sõnumid	12
Väärtused	17
Sihtrühm	20
Vastureklaam	21
Interaktiivsed reklaamid	23
Kampaania ajalehtede ja portaalide kommentaariumites	25
Üldinfo	25
Kommentaariid	26
Kampaania kommentaariumis	30
Omavaheline suhtlus	38
Järeldused ja arutelu	44

Uuringu eesmärk

Eesti 2009. aasta kohalike valimiste kampaania uuringu objekt jaotub kaheks:

1. valimisreklaam ajalehtede ja portaalide veebikülgedele ostetud pinnal
2. valimiste kampaania ajalehtede ja portaalide kommentaariumites

Esimesel juhul on uuringu eesmärk on analüüsida suuremate üleriiklike ja kohalike ajalehtede ja portaalide veebilehtedel avaldatud valimisreklaame, kaardistamaks seda, kes ja kuidas end nendel veebilehtedel reklaamivad, milline on kampaania vorm ja sisu, reklaamides pakutava valimisinfo kvaliteet ning kuidas on kasutatud ära infoühiskonna võimalusi.

Kommentaariumiuuringu eesmärk on selgitada välja, millised teemad inimestele enim huvi pakuvad, mida ja kuidas peamiselt kommenteeritakse ning kas ja kuidas kasutatakse kommentaariume poliitiliseks kampaaniaks.

Uuringu metoodika

Valimisreklaamid

29 eestikeelse ajalehe või portaali (neist 7 üleriiklikku ja 22 kohalikku) veebilehtedel ilmuvate reklaamide olemasolu ning kindlate tunnuste registreerimine etteantud Template (Exceli tabeli) alusel kolme nädala jooksul enne kohalike omavalitsuste valimisi (28.09.2009-17.09.2009). Üleriikliku meedia analüüs toimus lisaks ka perioodil 07.09-27.09.2009.

Valimisse kuuluvad suuremate üleriiklike päeva- ja nädalalehtede ning portaalide veebilehed ning olulisemate kohalike ajalehtede ja portaalide veebilehed:

Postimees	http://www.postimees.ee	Üld
EPL	http://www.epl.ee	Üld
SLÕL	http://www.oh tuleht.ee/index.aspx	Üld
Delfi	http://www.delfi.ee/	Üld

Äripäev	http://ap3.ee/	Üld
Eesti Ekspress	http://www.ekspress.ee/	Üld
Maaleht	http://www.maaleht.ee/	Üld
Harju Ekspress	http://www.harjuekspress.ee/	Harjumaa
Hiiu leht	http://www.hiuleht.ee/	Hiiumaa
Järva Teataja	http://www.jt.ee/	Järvamaa
Koit	http://www.polvakoit.ee/	Põlvamaa
Kuulutaja	http://www.kuulutaja.ee/	Lääne-Virumaa
Lääne Elu	http://www.le.ee/	Läänemaa
LõunaLeht	http://www.lounaleht.ee/index.php?l=0&p=7	Lõuna-Eesti
meiema.ee	http://www.meiema.ee/	Saaremaa
Nädaline	http://www.nadaline.ee/	Raplamaa
Oma Saar	http://www.omasaar.ee/	Saaremaa
Pärnu Postimees	http://www.parnupostimees.ee/	Pärnumaa
Põhjarannik	http://www.pohjarannik.ee/	Ida-Virumaa
Sakala	http://www.sakala.ajaleht.ee/	Viljandimaa
Tallinna Postimees	http://www.tallinnapostimees.ee/	Tallinn
Tartu Postimees	http://www.tartupostimees.ee/	Tartu ja Tartumaa
Valgamaalane	http://www.valgamaalane.ee/	Valgamaa
Virumaa Nädalaleht	http://www.vnl.ee/	Virumaa
Virumaa Teataja	http://www.virumaateataja.ee/	Virumaa
Vooremaa	http://www.vooremaa.ee/	Jõgevamaa
Võrumaa Teataja	http://www.vorumaateataja.ee/	Võrumaa
Saarlane	http://www.saarlane.ee/	Saarlane
Võrumaa24	http://www.vorumaa24.ee/	Võrumaa

Kampaania analüüs viiakse läbi järgneva juhendi alusel:

Tunnused	Tabelisse fikseerida
1. Üldine teave kampaania kohta	
a. Erakonna nimi (või üksikkandidaat)	nimi
b. Kandidaadi ees ja perekonnanimi	nimi
c. Omavalitsus, mida kampaania puudutab	nimi
d. Online-meediakanali nimi	nimi
e. Üleriiklik või kohalik kanal	Ü või K
f. kampaania fikseerimise kuupäev	kuupäev

g. kuupäev kuni kampaania on lehel nähtav	kuupäev
h. korduv (kas kampaania on samal kujul mõnes kanalis juba esinenud)	1 või 0
2. Kampaania vorm ja sisu	
a. aktiivne otselink reklaamile	URL
b. reklaami paigutus lehel	kirjeldus
c. Kampaania vorm (kirjeldada, mis elementidest kampaania koosneb – video, fotod, animafilm, joonistused jne.) ja sisu	kirjeldus
d. kampaanias esinevad inimesed (tuntud poliitikud, „tavalised inimesed“ jne.)	nimi või kirjeldus
e. edastatavad seisukohad, sõnumid	kirjeldus
f. sihtgrupp (kas selgelt esile toodud? Keda ise oletate?)	kirjeldus
g. Kas reklaam annab valijale sisulist informatsiooni?	1 või 0
h. Kas reklaam viitab mingile leheküljele?	1 või 0
i. viidatava lehekülje URL	URL
j. kas viidatav lehekülje annab valijale sisulist informatsiooni?	1 või 0
k. viidatava lehekülje sisu lühikirjeldus	kirjeldus

Kommentaarium

Kuigi kommenteerimisvõimalus on olemas pea kõikidel veebilehtedel, siis ei ole kõik neist sugugi arvestavad suhtluskeskkonnad. Kohalikest lehtedest on seetõttu analüüsiks võetud veidi üle veerandi kommentaariumitest, rakendades valiku tegemiseks järne vaid kriteeriume:

1. Kasutades veebilehtede otsingumootoreid leida artiklid ajavahemikust 11.10-17.10.2009 (nädal enne valimispäeva), mis sisaldavad kasvõi ühte järgmistest sõnadest:
 - *erakond, erakonnad, kampaania, kandidaadid, kandidaat, linnapea, linnavõim, valija, valimised, valimisliidud, valimisliit, vallavanem, vallavõim, volikogu, maksumaksja, omavalitsus*
2. Kohalike saitide valimist jäävad välja lehed, millel säärase otsingu tulemusena ei leidu ühtegi artiklit, millel oleks vähemasti 20 kommentaari.

Sõelale jäid kuue kohaliku ajalehe veebiküljed – Järva Teataja, Oma Saar, Pärnu Postimees, Sakala, Valgamaalane ja Võrumaa Teataja. Tallinna ja Tartu Postimees jäid valikust välja, sest nende enim kommenteeritud artiklid olid kogunud oma suure kommentaaride arvu Postimees.ee esilehel olles.

Üleriiklikel veebilehtedel olid küll kõigil arvestatavad kommentaariumid, kuid ajaressursi piiratuse tõttu said neist analüüsiks valitud Postimehe, EPLi ja Delfi artiklite kommentaarid, rakendades samasugust märksõna otsingut nagu kohalikel lehtedel. Et EPL otsingumootor võimaldas sooritada vaid pealkirjaotsingut, siis parema tulemuse saavutamiseks lisati selle lehe otsingu märksõnade nimistusse järgnevad sõnad:

- *Keskerakond, Reformierakond, Sotsiaaldemokraadid, Sotsiaal-demokraatlik Erakond, Sotsid, Rohelised, Savisaar, Pentus, Laar, Pihl, Strandberg*

Otsingu tulemusel oli võimalik koostada edetabel viimasel valimiseelsel nädalal enim kõneainet pakkunud artiklite kohta. Tabelisse jõudis igast väljaandest 4-6 artiklit (lähtenumbriks oli 5, mõnes väljaandes polnud viiendat artiklit, millel oleks olnud vähemalt 5 kommentaari, mõnedes oli 5-6 kohal olevate artiklite kommentaaride arv väga lähedane). Delfist, kui kõige aktiivsemast kommenteerimiskeskonnast, on välja toodud 10 artiklit.

Analüüsiks kopeeriti 3-4 enim kommenteeritud artikli (mõnel puhul sai artikkel asendatud edetabelis järgmisel kohal oleva artikliga, kui see oli sisuliselt sobivam) kommentaarid Exceli tabelisse. Delfi kommentaaride suure mahu tõttu võeti sealt omakorda valim – 150 juhuslikult valitud kommentaari artikli kohta. Juhuslikud numbrid genereeriti automaatselt lehekülje <http://stattrek.com/Tables/Random.aspx> abil (tegemist on statistika-alaseid õppematerjale sisaldava veebilehega).

Analüüsi meetodiks on kommentaaride kindlate tunnuste olemasolu või puudumise registreerimine etteantud Template (Exceli tabeli) alusel. Tunnuse olemasolu korral märgitakse tabelisse kodeering 1, selle puudumisel 0. Märkuste lahtrisse kirjutatakse kommentaarid. Analüüsitavad tunnused on:

- Sisuliselt arvestatav kommentaar – kommentaar, mis puudutab kasvõi kaudselt artiklis käsitletavat teemat ja ei kujuta endast laussõimu
- Laim – laussõim, roppused, solvangud
- Kommentaar kandidaadi kohta – kommentaar puudutab kandidaadi varasemaid tegusid nii poliitikas kui muus vallas, tema väljanägemist või isiklikku elu
- Kommentaar valimislubaduse kohta – kommentaar puudutab antud valimistel tõstatatud teemat
- Kampania – kommentaar on/tundub olevat mõne erakonna või kandidaadi kampania osa
- Positiivne sisu – kommentaar sisaldab positiivset hinnangut kandidaadile, erakonnale, mõnele tegevusele vmt
- Negatiivne sisu - kommentaar sisaldab negatiivset hinnangut kandidaadile, erakonnale, mõnele tegevusele vmt
- Omavaheline suhtlus – kommentaator pöördub oma kommentaaris mõne eelneva kommenteerija poole
- Märkused

Ükski tunnus ei ole teist välistav – näiteks võib üks kommentaar sisaldada samaaegselt nii positiivset kui negatiivset sisu, puudutada nii kandidaati kui valimislubadust jne.

Uuringu väljund

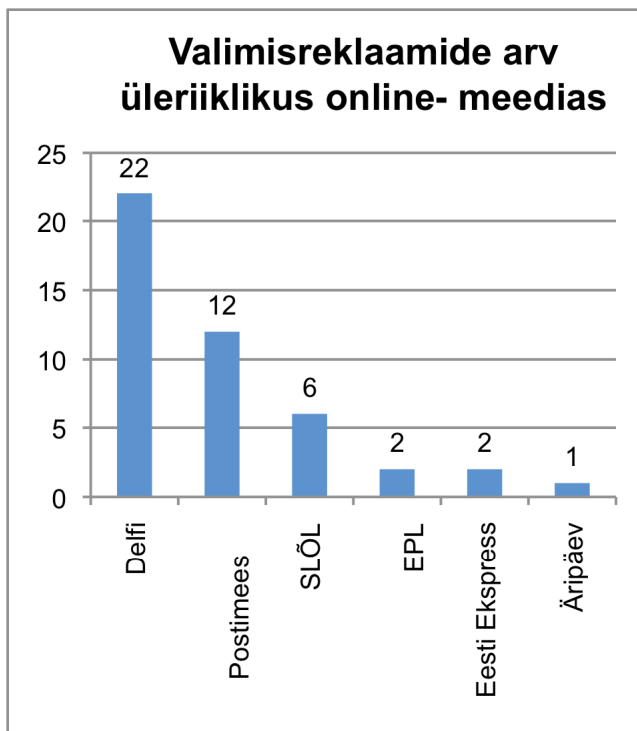
Reklaamikampania uuringu kokkuvõttes tuuakse välja statistilised näitajad, kuid keskendutakse siiski arutlusele selle üle, millist valimisinfot online ajalehtedes ja portaalides ilmuvad valimisreklaamid valijale pakuvad, milline on erinevus kampaniate vahel kohalikus ja üleriiklikus meedias.

Lisaks arvnäitajatele vaatleb uuring kommentaariume kui avalikku ruumi ning arutleb selle meediumi rolli üle valimiskampanias ning demokraatia edendamise protsessis.

Valimisreklaamid ajalehtede ja portaalide veebilehtedel

Üldinfo

Kokku registreeriti vaatlusperioodil 145 reklaami, kuid analüüsis läks arvestusse 118 (kohaliku ja üleriikliku online-meedia võrdluses 114 reklaami, sest üleriiklike lehtede



jälgimisperiood oli pikem). Eraldi reklaamidena ei läinud arvesse sellised bännerid, kus samal lehel mõnele lingile klikkides vahetus reklaamis vaid kandidaadi nimi ja lühike loosung. Eraldi reklaamideks on loetud sama reklaami kordus mõnel teisel veebilehel, sest see aitab paremini mõista valimiskampaania aktiivsust. Kohati on statistika tegemisel arvestatud ka vaid unikaalseid reklaame, mida antud aja

jooksul oli kõikidel lehtedel kokku 77.

Üleriiklik online-meedia

Kohalike omavalitsuste valimiste kampaania üleriikliku meedia (Postimees, EPL, SLÕL, Äripäev, Eesti Ekspress ja Maaleht) veebikülgedel sai tõsisema hoo sisse alles kaks nädalat enne valimisi. Üleriikliku meedia vaatlusperiood oli 6 nädalat – 7. septembrist kuni 17. oktoobrini ning selle aja võib jagada kaheks väga selgeks perioodiks – kui esimese nelja ja

poole nädala jooksul ilmus kõikidel lehtedel kokku vaid 9 reklaami, siis 11 päeval enne valimisi (07.10-17.10) võis erinevates online väljaannetes kokku lugeda 36 reklaami.

Peamiselt ilmus valimisreklaam Delfis (22 reklaami) ja Postimees.ee lehel (12 reklaami), arvestada võib ka veel SLÕLi veebisaiti (6 reklaami), kuid Eesti Ekspress ja EPL (mõlemas 2 reklaami), Äripäev (1 reklaam) ja Maaleht (0 reklaami) jäid põhimõtteliselt online valimiskampaaniast kõrvale.

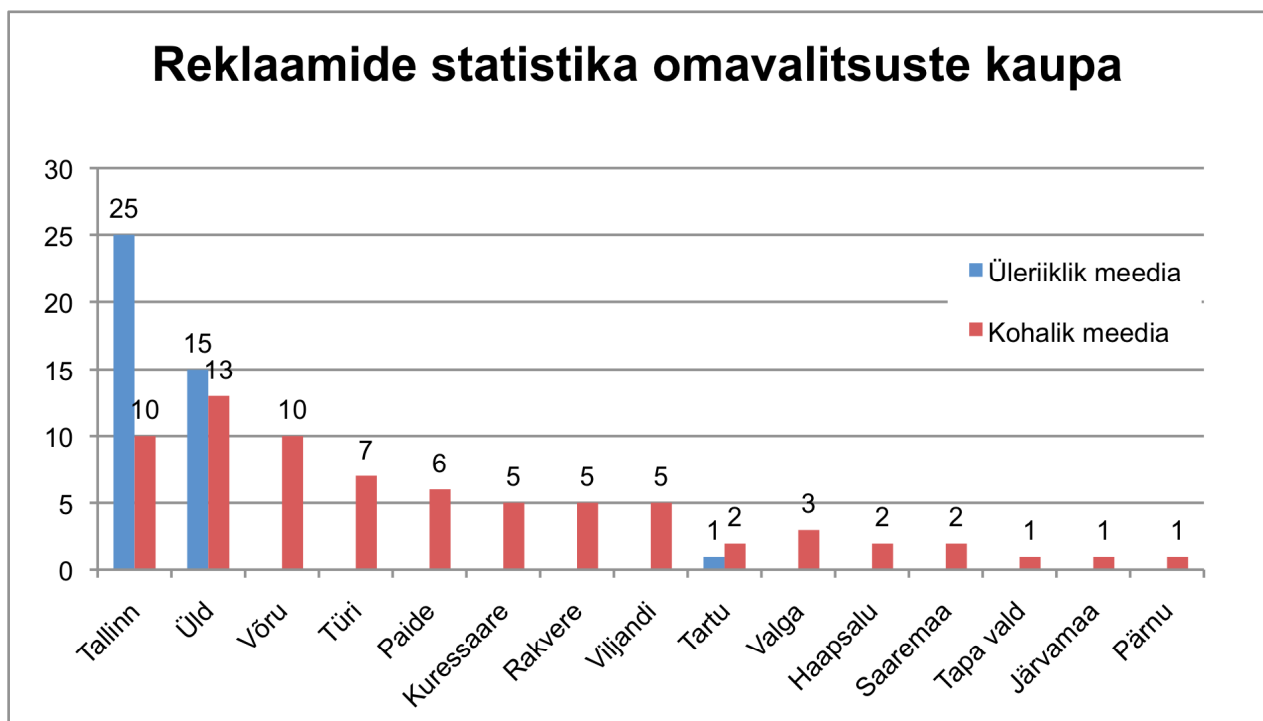
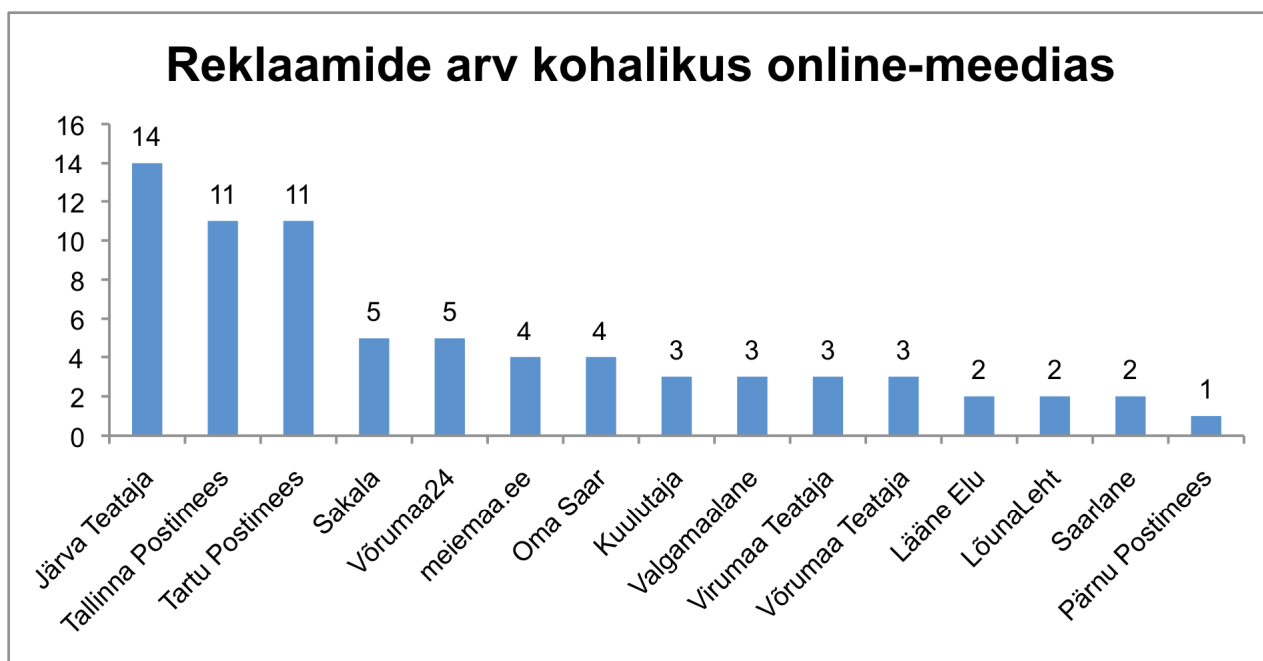
Üleriiklike lehtede veebisaitidel ilmunud reklaamid olid kas üldised erakonnareklaamid või Tallinna reklaamid. Vaid üks reklaamidest oli seotud Tartu valimistega, kuid seal oli tegu Margus Tsahkna heategevuskontserdi reklaamimisega, mida võib osaliselt pidada ka üldreklaamiks erakonnale. Isikupõhiseid reklaame (selliseid, kus oli mainitud konkreetse kandidaadi nimi) oli üle poole (23), kuues neist figureeris Edgar Savisaar, neljas Keit Pentus (lisaks oli veel 2 reklaami, kus reklaam ise Pentust ei maininud, kuid link viis lehele, mis oli otseselt Keit Pentuse reklaam). Teised kandidaadid figureerisid nimeliselt vaid üksikutes reklaamides.

Kohalik meedia

Kohaliku meedia valimisse kuulus 20 kohalikku ajalehte ja 2 kohalikku portaali. Vaadeldud kolmenädalase perioodi (28.09-17.10) jooksul ilmus valimisreklaami neist 15-s. Lehtede näol, kus valimisreklaam puudus, ei olnud enamasti ka tegemist aktiivse online keskkonnaga, uudiseid ei uuendatud väga tihti, sageli ei saanud sealt lugeda ka artiklite täisversioone.

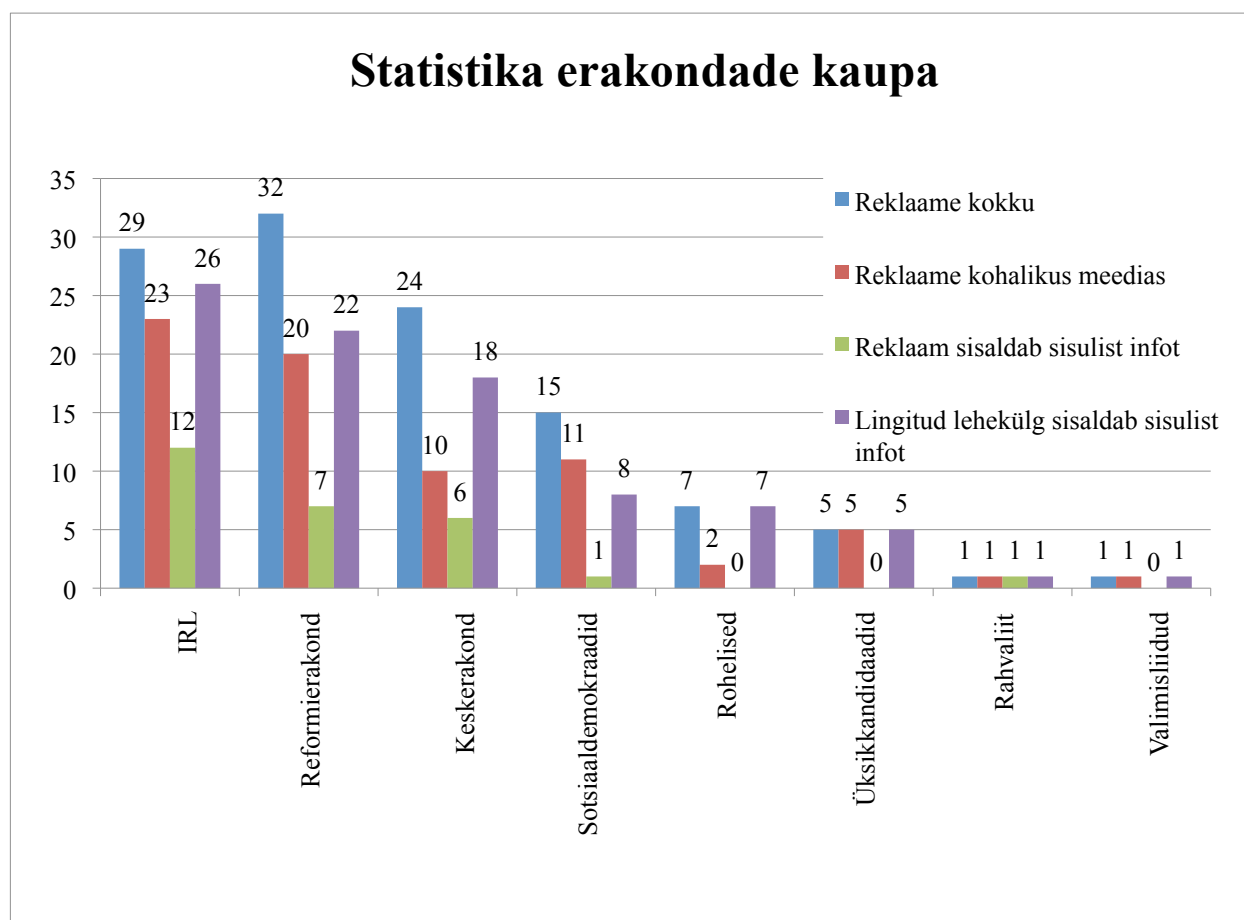
Kõige enam oli kohalikus online-meedias Tallinna (10) ning üldreklaame (13), sellele järgnesid Võru (10), Türi (7), Paide (6), Rakvere, Viljandi ja Kuressaare (5) reklaamid. Üllatavalt vähe oli Tartu (2) ning Pärnu (1) reklaame ning üldse puudutasid reklaamid vaid 12 konkreetset omavalitsust (11 nendest linnad + Tapa vald) ning kahte suuremat piirkonda (Saaremaa ja Järvamaa). Kõige aktiivsemalt kasutatud meediakanalid olid Järvamaa Teataja

(14 reklaami) ja Tallinna ning Tartu Postimees (11 reklaami), kõikidel teistel lehtedel ilmus kuni viis reklaami. Tartu Postimehes ilmusid praktiliselt kõik Tallinna valimisi puudutavad reklaamid, Tartu reklaame oli seal vaid kaks.



Erakonnad

Erakondadest olid kõige aktiivsemad reklaamijad neli suuremat erakonda – Reformierakond (32), IRL (29), Keskerakond (24) ja Sotsiaaldemokraadid (15 reklaami). Roheliste reklaame oli 7, Võru üksikkandidaat Vaiko Tigane reklaame 5 ning valimisliitude omi vaid üks. Kõikide online väljaannete peale oli kokku ka vaid üks Rahvaliidu reklaam.



Sisulised sõnumid

Kas tingituna online reklaamide olemusest – väike ruum võimaldab edastada väga lühikest sõnumit – kuid reklaamide hulk, mis oleks puudutanud sisulisi küsimusi, oli väike. 118 reklaamist oli vaid 28 sellist, mis viitasid mõnele konkreetsele temale (nt tehtud asjad) või valimislubadusele.

Ei saa öelda, et sisuline kampaania oleks olnud mõne erakonna või linna-valla eripära, kuigi tuleb mainida, et IRL reklaamidest olid sisaldas sisulist infot enam kui kolmandik (12) ning Keskerakonna ja Reformierakonna reklaamidest umbes veerand. Sotsiaaldemokraatidel ja Rahvaliidul oli kummalgi üks sisulise infoga reklaam, ülejäänutel mitte ühtegi.

Kõige konkreetsemalt reklaamis oma programmi IRL Kuressaares meiemaa.ee ja Oma Saare veebilehel banneriga lehe päises, mis sisaldas teksti: "IRL programm Kuressaares" / "Aitame lastest rõõmu tunda!" / "Hoolime ligimestest" / "Väärtustame õdusat elukeskkonda!" / "Toetame ettevõtlikke ja töökaid!" / "Eneseteostamiseks võimalusi!" / "Juhime linna õiglaselt!" Kuigi see kõik on väga üldine ja konkreetseid vastuseid ei anna, saab siit valija mingi aimduse, millistest temadest IRL üldse hoolib.

IRL Türi osakond oli valinud teistsuguse lahenduse. Terve vaatlusperioodi jooksul oli neil Järvamaa Teataja lehe päises ja artiklite all väike banner, mis lisaks valimisloosungitele ("Saame teie usalduse toel muuta koduvalla paremaks! Tule 18. oktoobril valima!", 16.10) ja lubadustele (Toome kauplusauto uuesti Türi valla küladesse", 06.10) reklaamisid kandidaatide kirjutisi nende kodulehel:

- "Helmut Bachmann mõtiskleb ellusuhtumisest/Urmas Piigert kutsub lagastamist lõpetama/Ilme Iloste räägib haridusest ja edetabelitest Lembit Laanjärv soovib linnale linnapead/Mart Laar soovib Türi edu/Eva Sidron kirjutab kallist kodu soojusest" (29.09, Järvamaa Teataja)
- Lahvkaga sõitis kaasa Ülo Ormus/ Liivi Lohvart mõtiskleb roheelust/Kaarel Aluoja räägib Kihnust ja naistest" /Raivo Pink ärgitab eelhääletama/Pipi-Liis Siemann rõõmustab, et üks valimislubadus on täidetud/Otto Maamägi räägib abivajajatest" (13.10, Järvamaa Teataja)

Kuigi sellised reklaamid sisaldasid väga palju informatsiooni, on veidi küsitav, kas see informatsioon valijale kasulikuks osutus. Ilma koduleheta need pealkirjad eriti ei toimi ning kas sellised teemad inimest klikkima meelitavad, on juba eraldi küsimus. Aga võib arvata, et

ehk mõjuvad selles reklaamis kohalike inimeste jaoks tuttavad nimed isegi rohkem kui intrigeerivad pealkirjad.

Intrigeerivate pealkirjadega kutsus oma blogikirjutisi lugema aga Keskerakonna esimees Edgar Savisaar: "Edgar Savisaare saladused" (17.09, Delfi) ning "Riik müügiks" (29.09, Delfi) ja ka "Pank palugu abi, mitte ärgu koorigu lihtinimest!" (10. oktoober, Delfi). Et pangalaenudega on majanduskriisi tõttu hädas suur hulk inimesi, siis huvitas kindlasti paljusid, mis Savisaarel sel teemal öelda on. Keskerakonna põhilised teemad üleriiklikus meedias avaldatud reklaamides olidki seotud peamiselt hädasolijatele aitamisega:

- Keskerakond palus inimestel aidata välja selgitada nende olulisemad saavutused Tallinnas, rõhutates bänneril tehtud asjadest kolme: "Tallinn ilusaks", "Sotsiaaltoetused ja korterid" ning "5000 töökohta". (8. September, SLÕL)
- Inimesi kutsuti internetis Keskerakonda valima ja soovitati 18. Oktoobril kindlasti valima minna loosungitega: "Vali uued töökohad / Vali korterite ehitus noortele peredele / Vali majanduskriisist väljatulek (9.10, Delfi; 10.10, SLÕL; 16.10 SLÕL).

Üksikuid konkreetsemaid valimislubadusi leiab Reformierakonna reklaamidelt Viljandis, Valgas ja Rakveres:

- "Tervisesport Viljandis/Arendame edasi..." (13.10, Sakala, Loit Kivistiku reklaam)
- "Kõnniteed sõidetavaks" (30.09, Sakala)
- "Viljandisse uus turg!" (06.10, Sakala)
- "250 miljonit euroraha nelja aastaga" (11.10, Valgamaalane, Ivar Undi reklaam)

Aga kuigi reklaamid ise väga palju infot ei pakkunud, siis see-eest linkis lausa 109 reklaami 118st edasi mõnele veebilehele ning 93 neist veebilehtedest pakkus ka sisulist valimisinformatsiooni kandidaadi (kandidaatide) tutvustuse, valimisprogrammi ülevaate jmt kujul. Lingitavatest lehekülgedest, mis sisulist valimisinfort ei pakkunud, avas üks link pdf faili kandidaatide nimekirjaga, üks sama reklaami pdf versiooni, 9 viisid e-hääletamise

kodulehele, neli Reformierakonna lehele, kuhu sai üles laadida pilte ja videoid teemal “Ma armastan Eestimaad”, üks link avas Keskerakonna peo video ning üks lasi fotomontaaži abil Ansipile tööpuuduse, majanduskriisi jmt eest samba püstitada.

Seda, et valimisreklaami puhul mängib lingitav lehekülj väga suurt rolli, näitab ka näiteks fakt, et nii mõneski reklaamis puudus igasugune viide erakonnale, mõned neist ei kasutanud isegi erakonnale iseloomulikke värve ja graafikat ega ka ühtegi konkreetset inimest.

Kõige huvitavam sellistest on ehk Paides IRLi nimekirja kandidaatide reklaam Järva Teataja külgedel. Vaadeldava perioodi jooksul ilmus lehel kolm reklaami, mis olid paigutatud esilehele uudiste vahele ning kaks neist olid kujundatud küsitluse vormis nii, et pealiskaudsel vaatamisel võis jääda mulje, et tegemist ongi ajalehe enda küsitlusega – lihtsas vormis tekst valgel taustal. Esimene reklaam küsis: "Millise hinnangu annad Paide linnavalitsuse tööle?" ning teine "Millisele valdkonnale peab valitav Paide linnavõim peatähelepanu koondama?". Tegelikult küsitlusele vastata ei saanud ning reklaamile klikkides jõudis leheküljele www.rahandus.ee/lmo,

Millisele valdkonnale peab valitav Paide linnavõim peatähelepanu pöörama?

- noorsootöö
- eelarvepoliitika ja linnavalitsemise hea tava
- põhikooli ja gümnaasiumi tegevus
- haldusreform ja kohalike omavalitsusüksuste koostöö
- tervishoiukorraldus ja perearstindus
- spordi- ja tervisekeskuse tegevus ning terviserajad

kust leidis mitmete mitmete IRLi Paide nimekirjas kandideerivate kuid erakonda

mittekuuluvate inimeste (nt Kurmet Ojamaa) tutvustuse ja seisukohad. Lehel oli võimalus ka reklaami küsitlusele vastus anda.

Kolmas reklaam kujutas endast lihtsakoelist ajalugejat (punane tekst valgel taustal), mis luges päevi, minuteid, tunde ja sekundeid, mis valimiseni veel jäänud on ning viis samale veebilehele. Samal ajal toimus ka IRL Paide ametlik lehekülg - <http://www.irlpaide.org/>, kuhu viitas näiteks Järva Teatajas ilmunud Kaido Ivaski reklaam ja kust võis leida ka eelmisel lehel esinenud kandidaatide lühitutvustused.

Taktikat, kus reklaam ise ühtegi inimest või erakonda ei reklaaminud, kasutasid ka reformierakondlased Viljandis. Kui kõik ülejäänud Reformierakonna reklaamid kasutasid kollast tausta ja vähemalt "Ma ♥ ..." graafikat, siis ajalehe Sakala veebiküljel ilmus kolm reklaami, kus valgel, lainetava sinise äärega taustal asus lihtne tekst. Esimene teist teatas: "Kõnniteed sõidetavaks", teine: "Viljandisse uus turg!" / "Tõde on supis ja laupäeval turuplatsil" ning kolmas: "Otsusta, kes on parim!" Kõik need reklaamid viitasid Reformierakonna

Viljandi

Otsusta, kes on parim!

valimislehele <http://viljandi2009.blogspot.com/>, kust võis leida kandidaatide kirjutisi erinevatel, neile südamelähedastel temadel.

Veidi sisulisema lähenemise olid valinud Rakvere sotsiaaldemokraadid, kes esinesid Virumaa Teatajas reklaamiga, kus valgele taustale oli paigutatud amatöörfoto poliitikust ning must tekst, kus too oma sõnumit esitas - 1. slaid: portreefoto Vassiljevist, tekst: "Rannar Vassiljev:



**Rannar
Vassiljev:**

"Keerulisel ajal
on vaja mõistust
ja head tahet."

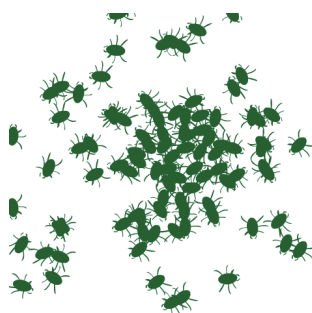
VAATA VIDEOT!

"Keerulisel ajal on vaja mõistust
ja head tahet" Vaata videot" 2.

slaid: portreefoto Kusmast, tekst:

"Roman Kusma: "Ühendame

Pajusti-Rakvere kergliiklustee kesklinnaga" Vaata videot!" 3. slaid: portreefoto Kuusikust, tekst: "Marti Kuusik: "Juhtimiskulud koomale, ratturitele rattateid" Vaata videot!". Lingitavalt lehelt võis leida videod, kus antud poliitikud tutvustasid oma sõnumeid pikemalt. Kui pea kõik sellised reklaamid ilmusid kohalike lehtede külgedel, siis ainus reklaam üleriiklikus meedias, mis ühelegi erakonnale ega kandidaadile konkreetselt ei viidanud, oli IRL reklaam SLÕLi, Postimehe ja Delfi veebilehel rohelistest prussakatest, kirjaga



“Keskerakonna võimust kõrini?”, mis linkis IRL Tallinna veebilehele. Samas kasutas see reklaam telereklaamist tuttavat rohelist värvilärakat, millest võis aimata viidet IRLile.



Kui Rakvere sotsiaaldemokraatide näite puhul võib arvata, et kohalikel valimistel on inimese nimel ja reputatsioonil rohkem kaalu kui erakonnal (kaks reklaamis esinenud kolmest mehest kuuluvad küll partei nimekirja, kuid mitte erakonda) ning nende reklaam toimib ka ilma erakonnale viitamata, siis ülejäänud näited panevad väga suure kaalu lootusele, et veebikülastaja nende reklaamile klikib (või on kursis kampaaniaga muus meedias), sest ilma selleta on reklaami täielik mõistmine raskendatud.

Väärtused

Kui konkreetset sisu oli reklaamides vähe, siis veidi rohkem oli rõhku pandud väärtustele (118 reklaamist 41) Üle poole kõikidest sellistest reklaamidest (23) olid Reformierakonna omad. Nagu muus meediaski, oli Reformierakonna kampaania internetis põhiliselt rajatud sloganile “Ma armastan...” ning oma kodukoha ning kodumaa armastust propageeriti mitmetel erinevatel viisidel, näiteks videoga, kus erinevatest inimestest (noored-vanad, mehed-naised-lapsed) koosnev rahvahulk moodustas ühiselt punastest vineertahvlistest tohutu

suure südame (Delfi, 25.09). Mitmetel veebilehtedel ilmus reklaam, mis kutsus inimesi üles tegema pilte, klippe ja plakateid teemal "Ma armastan Eestimaad" (Delfi, Postimees, Tallinna Postimees, Tartu Postimees, meiemaa.ee, Oma Saar, 30.09-02.10).

Armastuse teema kõlas ka Reformierakonna teistes reklaamides nii Rakveres, Võrus, Saaremaal kui Tallinnas. Eraldi tasuks välja tuua EPLi, Äripäeva ja Ekspressi lehtedel ilmunud videod, kus kuulsad inimesed (Viljar Arakas, Mihkel Raud ja Reet Oja) põhjendavad, miks tuleks Keit Pentust valida. Kui Viljar Arakas ütleb, et Pentus tuleks valida linnapeaks, et Tallinna rahandus saaks korda, siis Mihkel Raud ja Reet Oja räägivad just väärtustest. Mihkel Raud sõnul tuleks anda oma hääl Keit Pentusele, sest Tallinn on **vana** mees ja vajaks **noort** naist, kes paneks ta **ilusasti** riidesse ja näitaks, et ka kõrges eas saab **elamisväärselt elu** elada. Tallinna ei tuleks juhtida ideoloogiliselt pinnalt nagu praegu, vaid **südamega**. Reet Oja räägib, et tema toetab Keiti, sest ta usub et linna on võimalik juhtida **arukalt** ja Keidil on **julgust**, teha otsuseid. Samasugune video oli ka Peep Vainuga, kuid seda nende nädalate jooksul vaadeldud veebikülgedel näha ei saanud.

Südamega juhtimisest räägib ka ainsa valimisliidu reklaam internetis: "Türi vald on meie südameasi" (valimisliidu Türi Sotsiaaldemokraatlik valik reklaam, Järva Teataja, 28.09). Teised erakonnad oma reklaamides armastusest ei räägi, näiteks Keskerakond on enda iseloomustamiseks valinud palju tõsisemad sõnad:

- **"Kogemus. Töökus. Usaldus."** (Urmas Tamme reklaam, Virumaa Teataja, 07.10)
- **"Toimetulek / Koostöö / Heaolu / Tulevik"** (Keskerakonna Tartu reklaam, Tartu Postimees, 09.10)
- **Tarkus** - Linnar Priimäe portreefoto: "Mina valisin... endast targema -" / Toomas Vitsuti portreefoto: "Toomas Vitsut 374."/"Vali sinagi!" (Toomas Vitsuti reklaam, Delfi, 16.10)
- **Tegusus** - "Tegudes teiega - kes siis veel!" (Keskerakonna Saaremaa reklaam, Oma Saar, 29.09)

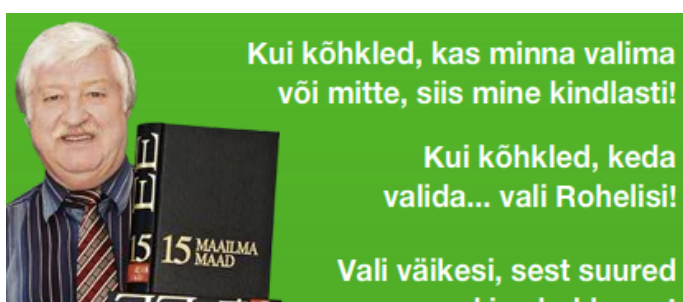
- **Koostöö, ausus, julgus, mõistlikkus, tegusus, võimekus**, - "Paide edu võti on koostöös" Julgen otsustada ja vastutada!" / "Paide on tähtsam kui Toompea! Linna areng jätkub." / "Minu jaoks tähendab aus linnavalitsemine ja mõistlik majandamine midagi muud kui valimisloosung!" / "Ma ei otsi tegevusele õigustust, vaid tegutsen. Täna on Paide Järvamaa võimekaim omavalitsus!" (Kersti Sarapuu reklaam, 9.10 Järva Teataja)

Kogemust ja tegusust rõhutavad ka IRL reklaamid, kuid neile lisandub ka veel pehmemaid väärtuseid:

- **Tarkus, tegusus, loovus, kogemus, nooruslik pealehakkamisvõime** - "Mõtled, tegutsejad, loojad!" / "Vanad kalad, ärksad loojad!" / "Uued kogemustega tegijad!" (IRL Kuressaare reklaam, meiemaa.ee, 28.09)
- **Sõnapidamine** - "Meie peame sõna!" (IRL Türi reklaam, Järva Teataja, 28.09)
- **Hoolivus** – "Linn, kus on hea elada" / "Hooliv Haapsalu" (IRL Haapsalu reklaam, Lääne Elu, 29.09)
- **Peresõbralikkus, rõõm, hoolivus, ligimesearmastu, ettevõtlikkus, töökus, õiglus, eneseteostus** – "Aitame lastest rõõmu tunda!" / Hoolime ligimestest" / "Väärtustame õdusat elukeskkonda!" / "Toetame ettevõtlikke ja töökaid!" / "Eneseteostamiseks võimalusi!" / "Juhime linna õiglaselt!" (IRL Kuressaare reklaam, Oma Saar, 01.10)

Sotsiaaldemokraadid Tallinnas rõhutavad **ausust, tõhusust ja turvalisust** (Postimees, Tallinna Postimees, 09.10) ning ilmselt õrnas huumorivõtmes oma puhtust - "**Püha** Jüri vs roheline koletis" (Tallinna ja Tartu Postimees, Postimees, 8.10; 11.10).

Roheliste ainus reklaam, mis nende erakonna kuvandiga sobib, leidub Rakvere Kuulutajas:



"**Puhtus, säästlikkus** eelkõige!"

(Allan Jaakuse reklaam, 28.09).

Tallinna reklaamides tutvustatakse

vaid kandidaatide nimesid ja numbreid loosungiga: "Tegelikult ainus valik. Erakond Eestimaa Rohelised." (Delfi, 15.10) ning ühes reklaamis rõhutatakse lausa nõrkust kui voorust: "Kui kõhkled, kas minna valima, või mitte, mine kindlasti! / Kui kõhkled, keda valid...vali Rohelisi!/Vali väikesi, sest suured saavad ise hakkama! / Hardo Aasmäe/endine Tallinna linnapea" Reklaami illustratsiooniks on foto Aasmäest entsüklopeediate kuhjaga (Delfi, 17.10). Viljandis on rohelised tark valik ("Tee **tark** valik!", 14.10, Sakala).

Erinevate regioonide reklaamides ühisosi leida on peale Reformierakonna ja ehk ka Keskerakonna üsna raske.

Sihtrühm

Et reklaamides oli väga vähe sisulisi sõnumeid, siis on väga raske eristada ka seda, millisele sihtgrupile need suunatud olid. Kõige konkreetsemad olid raskustes inimestele (nt töötud, väiksema sissetulekuga inimesed) ja peredele mõeldud reklaamid. Näiteks lubab IRL programm Kuressaares: "Aitame lastest rõõmu tunda!" (meiemaa.ee, 01.10.2009), reformierakondlane Maie Urbas tahab, et tema linn oleks "Peresõbralik Rakvere - suurtele ja väikestele!" (Virumaa Teataja, 12.10), Rahvaliidu kandidaat Võrus Kalli Uibokand meelitab valijat loosungitega "Loome uusi töökohti", "Tasuta bussisõit eakatele!" ja "Tasuta huviringid!" (Võrumaa Teataja, 30.09).

Mõne reklaami puhul kajastus sihtrühm aga mitte reklaamis endas, vaid väljaandes, kus reklaam avaldati.

Nii näiteks ilmus Delfis, Postimehes, Tallinna Postimehes, EPLis ja SLÕLis 7. Ja 8. Oktoobril täpselt samasugune Reformierakonna reklaam - Tallinna



siluett, suur punane tuksuv süda, seejärel palju väiksemaid lendlevaid südameid. Tekst: Kes armastab Tallinna? Kliki ja uuri lähemalt". Pea kõik sellised reklaamid viisid edasi Delfi keskkonda ostetud kommertsteksti lehele, kus Keit Pentus rääkis, kuidas ta armastab Tallinna ja tahab lõpetada Keskerakonna propropaganda rahastamise. Ka lubas ta lasteaedadele tagasi anda raha, mille Keskerakond ära võttis – see tekst oli ilmselt suunatud lastevanematele, vanavanematele ja lasteaedade töötajatele. SLÕLi veebilehel ilmunud täpselt sama reklaami link viis aga hoopis noortele mõeldud lehele, kuhu sai ise üles laadida fotosid, videosid ja plakateid teemal "Ma armastan Eestimaad" ning kus puudus igasugune sisuline informatsioon. Kas oli tegemist vale lingiga, või arvati, et SLÕL lugejaid sisuline informatsioon ei huvita, jääb ebaselgeks. Samale lehele jõudis muidu Delfis, Saarlases (30.09), Oma Saares ja Postimehes (01.10) ilmunud bänneri kaudu, mis kutsus inimesi üles: "Tee pilt! / "Tee klipp!" / "Tee plakat!". Teksti taustal jooksis filmstrip fotodega röömsatest inimestest naeratamas, suudlemas ja seinale kirjutatud sildist "Ma ♥ Eestimaad".

Vastureklaam

Võrreldes väli-, raadio- ja telereklaamiga on nõ vastureklaami maht internetis tunduvalt väiksem. 77 unikaalsest reklaamist on konkreetselt teiste erakondade vastu suunatud vaid 9, kusjuures 4 neist on Võrus kandideerinud üksikkandidaadi Vaiko Tigane reklaamid, kus ta vastandub alguses üldisemalt erakondadele ja hiljem Reformierakonnale loosungitega nagu "Kui valid oravad, valid Peibutusparti ja Pankrotimeistri ning saad K-Kohukesed kauba peale.. (13.10, Võrumaa 24) või "Võrus Vali Vaiko Tigane. 100% erakonnavaba/ 259" / "Vähem mula, pikem samm! (28.09, Võrumaa 24)

PANE ANSIPILE SAMMAS!



Suurtest erakondadest on vastureklaami teinud vaid Keskerakond, IRL ja Sotsiaaldemokraatlik Erakond. Keskerakonna kolmest reklaamist kaks on viited blogidele - tekstiga "Riik müügiks/Loe Edgar Savisaare blogist/www.keskerakond.ee/Savisaar" kutsutakse lugejat Savisaare blogisse, mille sissekandes ta kirjutab, kuidas valitsuserakonnad Eesti riigile olulisi ettevõtteid maha müüvad. Mustal taustal käed hõljuva raamatu ja tekstiga "Illusionisti tööpäev / Loe Kadri Simsoni blogist siit", viivad Kadri Simsoni blogisse, kust



Püha Jüri vs. ROHELINE KOLETIS

saab lugeda, et Ansipi väited selle kohta, et majanduskriis on lõppemas, on jama. Keskerakonna kolmas reklaam annab fotomontaaži abil võimaluse püstida sammas Andrus Ansipile tööpuuduse, majanduskriisi jmt eest.

IRL vastureklaam on animatsioon rohelistest prussakatest, keda ilmub järjest juurde kuni ekraanile tekib roheline värvilärakas ja kiri: "Keskerakonna võimust kõrini?" Sotsiaaldemokraadid on oma bänneris kujutanud sotside logoga punase kilbiga musta ratsaniku

roheline draakoni seljas. Tekst ütleb: "Püha Jüri vs ROHELINE KOLETIS/Viimane raund pühapäeval!/Vali sotsid!".

Peale teiste erakondade vastandub üks Keskerakonna reklaam ka pankadele – Edgar Savisaar reklaamib Delfis (07.10) oma blogi loosungiga: "Pank palugu abi, mitte ärgu koorigu lihtinimest!" IRL plaanib võitluse asuda monopolidega – Tallinna ja Tartu Postimehes, Postimehes ning Delfis 14. oktoobril ilmunud reklaam kujutab lõbusat multifilmistiilis joonistust paksust mustas ülikonnas mehest pungitavate rahakohvritega. Juuresolev tekst lubab: "Monopolidele päitsed pähe!"

Kuigi üldisesse arvestusse järgnevad reklaamid ei läinud, siis huvitava faktina tasub välja tuua need küll. Näiteks võis Delfi KOV valimiste alalehe reklaamist välja lugeda otsest Keskerakonna vastasust. Erinevatel veebilehtedel (Eesti Ekspress, Maaleht, Delfi, 13.10) ilmunud reklaamid kutsusid üles vähendama linnavalitsuse rasvasisaldust ning valima endale tervislikum mäenedžment. Sarnase loosungiga astus üles ka Europarlamendi valimistel üksikkandidaadina suurepärase tulemuse saavutanud Indrek Tarand, kes näiteks EPL Ärilehe veebilehel avaldatud reklaamis paneb inimestele südamele "Vali inimene, mitte kohuke!". Tema teine reklaam "'Kui sa ei vali, pole sa minu sõber" (EPL, 14.10) on tunduvalt neutraalsem, mõlemad bännerid viitavad leheküljele <http://www.valimised.ee/>, mis on e-hääletamise avalehekülg.



Vali Inimene, mitte kohuke!

18. OKTOOBER

Interaktiivsed reklaamid

Vaid vähesed reklaamid kasutavad võimalust valijat valitavaga dialoogi astuda. Peale Reformierakonna üleskutse teha pilte, klippe ja plakateid teemal "Ma armastan Eestimaad" ja Keskerakonna sambareklaami (fotomontaaži abil on võimalus püstida sammast Andrus Ansipile tööpuuduse, majanduskriisi jmt eest, Delfi 01.10) oli valijal võimalik veel aidata Keskerakonnal välja selgitada viimase nelja aasta olulisemad saavutused Tallinnas ning võita sealjuures reis soojale maale:

- 1. slaid: "Võida päikeseküllane reis!" 2.slaid: "Aita Keskerakonnal välja selgitada..." 3. slaid: "...kõige olulisemad saavutused Tallinnas." 4.slaid: Fotod Savisaarest paberile kirjutatud tekstidega: Tallinn ilusaks, Sotsiaaltoetused ja korterid, 5000 töökohta. 5.slaid: "Ütle sina! www.keskerakond.ee/yitlesina" Fotod palmirannast (SLÕL, 09.09).

Pärnu IRL ning IRL Paide nimekirjas kandideeriv erakonnavaba Kurmet Ojamaa oma kaaskonnaga tahavad valija arvamust teada ilma loteriita:

- Vasakul kiri/logo: Meie Pärnu, paremal IRL logo 1. slaid: "Mis on vajalik Pärnu arenguks?" 2. slaid: "Meile on sinu arvamus oluline! Küsimustele saad vastada siin" Käsi liigub sõna "siin" peale. (IRL Pärnu reklaam, Pärnu Postimees, 12.10)
- "Millise hinnangu annad Paide linnavalitsuse tööle?" Variandid: suurepärane, hea, rahuldav, ebarahuldav. All vilgub tekst: "Sinu arvamus loeb!" (IRL Paide reklaam, Järva Teataja, 28.09)
- "Millisele valdkonnale peab valitav Paide linnavõim peatähelepanu koondama?" vastusevariandid, slogan "Teadmine on tähtis!" (IRL Paide reklaam, Järva Teataja, 08.10)

Kõik ülejäänud reklaamid eeldavad valija osavõttu info saaja kui andjana ning loodavad oma reklaamiga kutsuda valija oma lehele oma seisukohti ja kandidaatide tutvustusi lugema.

Kampaania ajalehtede ja portaalide kommentaariumites

Üldiinfo

Enamik Eesti ajalehtede ja portaalide veebilehtedest pakuvad lugejale ka osalemisvõimalust kommentaariumi ja küsitluste näol. Vaadeldud lehtedest oli kommenteerimisvõimalus olemas kõikidel üleriiklike ajalehtede ja portaalide veebikülgedel ning pea kõigil kohalike väljaannete lehtedel (19/22). Küsitlusele sai vastata ligi 2/3 veebisaitidest. Kolmandik lehtedest olid valimiste ajaks teinud ka spetsiaalse kohalike valimiste erilehe, kuhu olid koondatud kokku valimistega seotud artiklid, sageli ka muu info ja olulisemad viited. Postimees.ee korraldas kandidaatidele online väitluseid, Delfi salvestas Tallinna, Tartu ja Pärnu kandidaatidega videodebatid ning avaldas hulgaliselt erinevatel valimistega seotud teemadel arvamused artikleid.

Uurimuse käigus koostatud enim kommentaare kogunud artiklite edetabeli (vt Tabel 1, lk 43) juures ei ole üllatav, et nende artiklite hulgas on mitmeid selliseid, mis keerlevad valimistega seotud skandaalide ümber - nt “Tõnis Kõiv: Paide maksumaksjatelt on varastatud kümme tuhat krooni”, Järva Teataja (15.10.2009) ja “Puka vallavanem lükkab Keskerakonna süüdistused ümber”, Valgamaalane, (16.10.2009) või valimistega otseselt mitte seotud skandaalide ümber – nt “Raidal sai jooles autojuhtimise eest karistada”, Valgamaalane (14.10.2009), ja “End paljaks koorinud volikokku pürgija: kadedaid on alati”, Delfi (13.10.2009).

Positiivse nähtusena võib välja tuua, et eriti just kohalikes väljaannetes on aktiivset diskussiooni tekitanud ka kandidaatide küsitlused ning intervjuud (“Tiidus, Takkis, Laanet – kes neist saab linnapeaks?”, Oma Saar (12.10.2009); “Linnapeakandidaadid tunnistavad Pärnu kitsikust ja lubavad paremini valitseda”, Pärnu Postimees (17.10.2009) ning ka Delfi

ülivõimas kommentaariliider 667 kommentaariga artikkel “FOTOD ja VIDEOD: “Valimisstuudio” sai tulise lõpu”, Delfi (17.10.2009) on kokkuvõte ETV valimissaatest. EPL on enim kommentaare kogunud artiklite hulgas kolme suurima erakonna linnapeakandidaatide vastused lugejate küsimustele.

Delfi artiklite nimekirja vaadates on veel lisaks sellele ka näha, et edetabelisse on jõudnud lausa kuus otseselt Keskerakonnaga seotud artiklit, kaudselt puudutavad Keskerakonda veel teisedki teemad, ka Postimehes on Keskerakond kõvasti kommenteerijate meeli erutanud. Eesti Päevalehes on Keskerakonnast ülivõimsalt enam kõneainet pakkunud hoopis Mart Laari vastused lugejate küsimustele. Samateemaline artikkel Edgar Savisaare mõtetega jagab peale Keit Pentuse intervjuud alles 5.-6. kohta koos looga Toomas Vitsuti valimiskampaaniaga seotud skandaalist.

Kommentaariid

Kokku oli vaadeldud artiklil 2653 kommentaari, kõige aktiivsem oli Delfi kommentaarium, mille kolmel artiklil oli kokku 1422 kommentaari. Kohalike lehtede sama koguse artiklite juures olevate sõnavõtude arv jäi 80 ja 158 vahele, Postimehe kolm lugu olid kogunud kokku 287, EPL omad 193 kommentaari.

Sisuliselt arvestatavate (teemaga kasvõi kaudselt seotud kommentaarid, mis ei kujutanud endast laussõimu) kommentaaride hulk jäi põhilisel osal lehtedest 54-60% vahele, erandiks olid Oma Saare ja EPL kommentaariumid (vastavalt 37,3% ja 42%) ja Sakala ning Delfi (vastavalt 70,5 ja 66,4% sisulisi kommentaare). Kogu ülejäänud statistika (välja arvatud laimu sisaldavad kommentaarid) on toodudki just nende kommentaaride kohta.

Olenemata artikli sisust (ka artiklid, kus kandidaadid vastasid konkreetse teemaga seotud küsimustele), kommenteeriti pigem kandidaati, tema varasemaid tegusid nii poliitikas kui

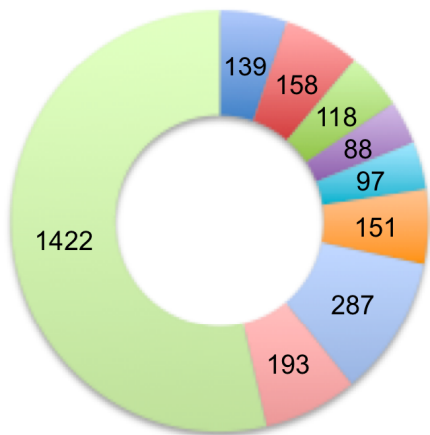
muus vallas, tema väljanägemist või isiklikku elu (68,9% kõikidest arvestatud kommentaaridest). Valimislubadusi puudutavaid kommentaare oli tunduvalt vähem (21,3% kõikidest arvestatud kommentaaridest).

Sama selgelt oli kõikide lehtede ühine joon ka negatiivsete kommentaaride suurem hulk võrreldes positiivsete kommentaaridega. Eriti tugevalt olid negatiivse poole pealt esindatud üleriikliku meedia kommentaariumid – Postimehes oli negatiivseid sõnavõtte 71,2%, Delfis 69,9% ja EPLis 61,7% arvestatud sisulistest kommentaaridest. Samas oli ligi kolmandik (31,1%) Delfi ja üle veerandi EPLi (27,2%) kommentaaridest positiivsed, kuivõrd Postimehes oli kiitust avaldatud vaid 18% kommentaaridest. Kohalikest lehtedest oli kõige rohkem negatiivseid kommentaare Järva Teatajas (61,9%) ja kõige vähem Sakalas (37,1%). Positiivsete kommentaaride rohkuse poolest paistis silma Valgamaalane (32,8%) ja vähesuse poolest Oma Saar (11,9%). Teiste lehtede positiivsete kommentaaride hulk jäi 20% lähedusse.

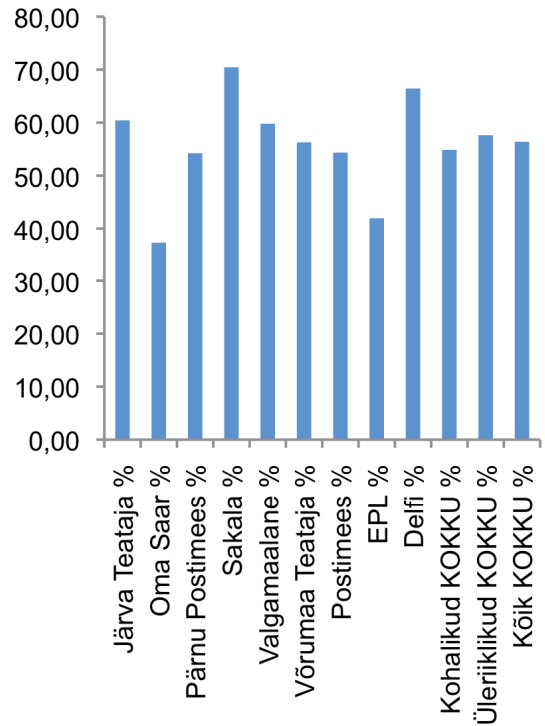
Kommentaariumi isikupära tuli välja ka veel kommentaaride omavahelise suhtluse võrdluses. Kui mõndades kommentaariumides ei suhestunud kommentaatorid eelnevate kommenteerijate mõtetega peaaegu üldse (nt Oma Saare kommentaaridest suhtles teise kommentaariga vaid 5% kommentaaridest, ülejäänud avaldasid oma seisukohta vaid artikliga seotud teemadel), siis näiteks EPL ja Sakala vaadeldud artiklite puhul oli selliseid kommentaare ligi pool kõigist arvestatud sõnavõttudest. Aktiivne omavaheline suhtlus toimus ka Valgamaalase (40%) ja Delfi (38,5%) kommentaariumites. Küllalt tagasihoidlikuks jäi diskussioon Postimehe veebiküljel – vaid 19,2 protsenti kommentaaridest pöördus mõne eelneva kommenteerija poole.

Sõimu ja roppusi sisaldavaid ning vaenu õhutavaid kommentaare oli kõikidel veebikülgedel ning nende osakaal kõikidest kommentaaridest jäi 4-16% vahele. Kõige vähem oli selliseid kommentaare Pärnu Postimehe ja Sakala lehtedel, kõige rohkem Postimehes, Delfis ja Järva Teatajas.

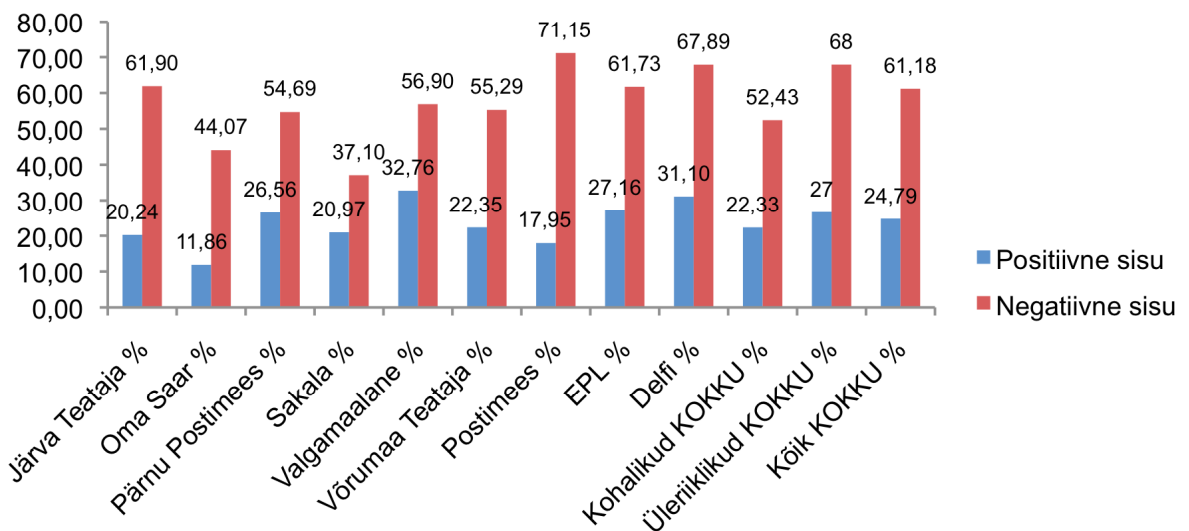
Kommentaaride arv valimis



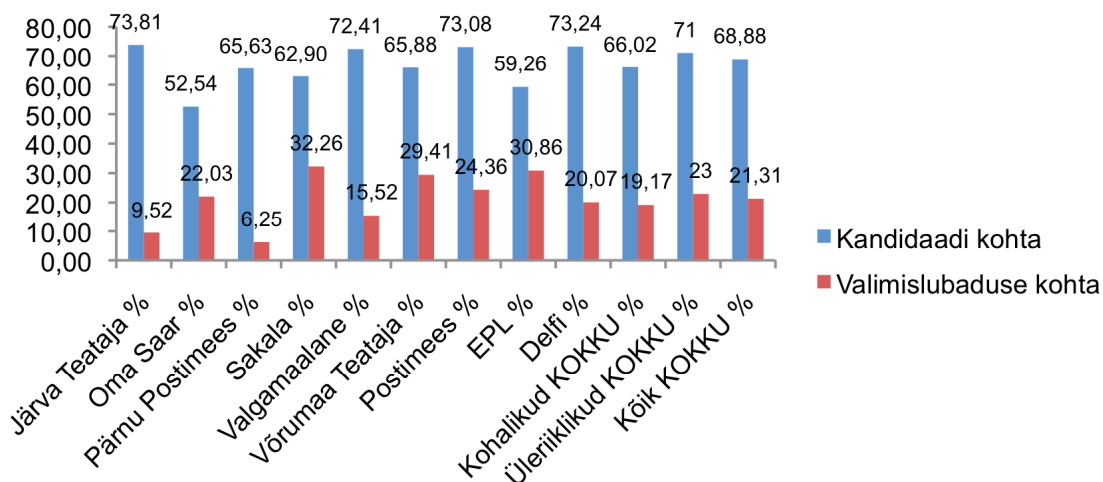
Sisuliselt arvestatavate kommentaaride osakaal



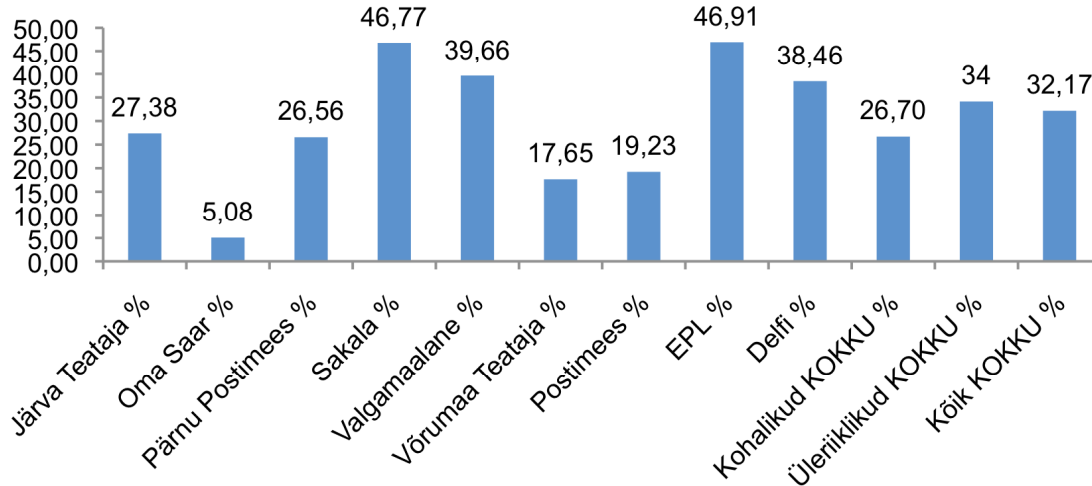
Negatiivsete ja positiivsete kommentaaride osakaal (%)



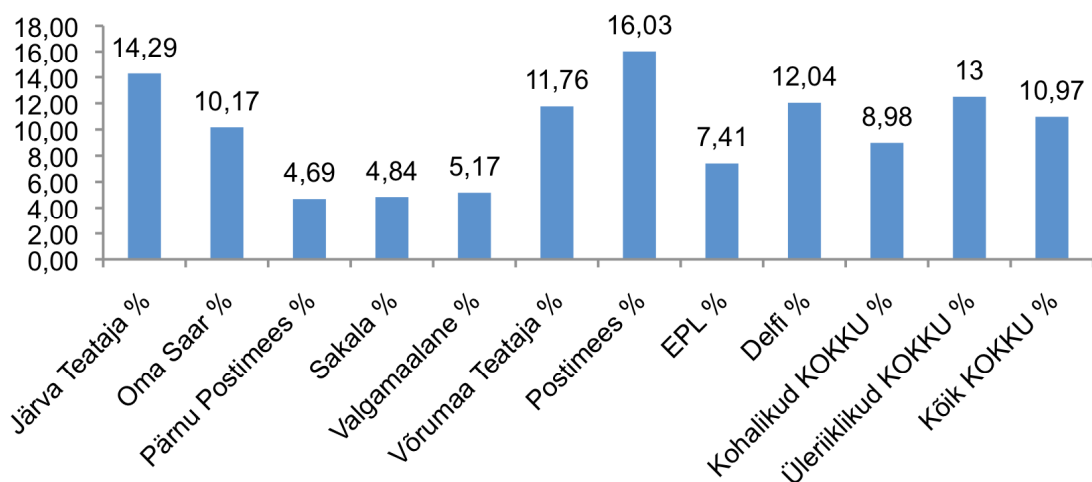
Kommentaaride sisu



Omavahelise suhtluse osakaal (%)



Laimu osakaal terves valimis (%)



Kampaania kommentaariumis

Kampaaniat kommentaariumis on väga raske tavalisest kommentaarist eristada, sest kommentaatorid kasutavad varjunimesid. Avalikult kasutatakse ajalehtede ja portaalide kommentaariume kampaaniaks – see tähendab kommenteeritakse omaenda nimega või viidatakse erakonna või kandidaadi veebilehele – väga vähe. Erandina tasub kindlasti välja tuua Järva Teataja, kus esinevad aktiivselt enda või erakonna nimel reformierakondlased.

Järva Teatajas 12. oktoobril ilmunud Keskerakonda halvustava artikli “Tõnis Kõiv: Paides vahetatakse lilled hääleteks” kommentaarides süüdistatakse Kõivu reformierakondlasest erakonnakaaslast Tarmo Alti selles, et tema “timurlased” on sel aastal korraldanud lehtede äraveo vahetult enne mõlemaid valimisi (linna penskar / 12.10.2009 19:16) ning et reformierakondlased meelitavaid hääletajaid valimisjaoskonna lähedal pakutavate pannkookidega (linna penskar / 15.10.2009 18:05). Kuigi osad säärased kommentaarid ei ole kuigi viisakad -

- Kõivule / 12.10.2009 19:27 / Kulla mees, millal sa lubatud kotid lehtedega ära koristad ? [...] Pannkookide jagamine valimisjaoskonna ees on rohkem kui alatu. Muide, maitsesin minagi neid pannid kätte - polnud eriti maitsvad - poe pulbrist igasugu säilitusainetega. Jube maitse oli. Hille Riigi valmiskampaaniasse tõmbamine Kõivu poolt on häbematuste tipp - AGA TÜÜPILINE RIIGIKOGULASEST ORAV. Neile teerullidele normaalne näitumine. Kahju.

- siis veidi hiljem vastab Tarmo Alt nendele isiklikult:

- “Tarmo Alt / 12.10.2009 20:52 / Tere paidekad! / Tegime oma leheveo kevadel teoks kuna linnavalitsus enam ei pidanud oluliseks linnakodanikke aidata. Kevadel ju ongi õige aeg linna heakorra eest hoolt kanda. Tõsi ta on, et eurovalimised olid juba tervelt kuu aja pärast, tulemas aga alati on valimised tulemas. Kui kellegil leheveoga muret, et kuskil jäi midagi vedamatta siis andke teada 51 68 682 aga muidugi tasuks silmas pidada ka leheveo infot: / kotid pidid valmis olema kella 10-ks hommikul ja krundi tänavapoolses servas. [...] Tegemist

ikkagi heategevusega! / Põllu tänava vaatan homme kindlasti üle. [...] Ei taha küll siin leheveo peale pahandajate tuju rikkuda aga paljud inimesed on väga tänulikud meie tublile meeskonnale. Ka mina olen kõigile kaasaaitajatele väga tänulik. Edspidi ootame ka linnakodanikke appi! / Pannkoogitegu aga toimus parkla teises servas mitte "valimisjaoskonna ees". [...] LISAKS- KUI VALIMISED VÕIDAME SIIS TEEMEGI UUESTI LEHEVEO! SEE SAAB OLEMA MEIE TÄNU PAIDEKATELE USLDUSE EEST! Ma loodan, et me saame selle usalduse. / lugupidamisega / Tarmo Alt nr.211”

Tarmo Alt ei lase end kõigutada ka kommenteerija nimega *oeh* negatiivsest kriitikast: “Alt on vaikselt närvi läinud või? Ja mis asi see veel on, et parkla teises otsas, kas sa ise ka usud enda pläma?” (Järva Teataja, 12.10.2009 22:22) ning püüab säilitada viisakat tooni:

- “Tarmo Alt / 12.10.2009 23:35 / oeh-ile. / Usun ja olen alati uskunud oma juttu. Soovitan Sullegi sama selle asemel, et püüda mulle oletatavaid tegusid külge kleepida. Muuseas, nägin üle pikkade aastate Vallimäel taas oravat just paar nädalat tagasi. Igavene ilus loom ja tüüpilise oravate käitumisega- ikka tegusalt. / Kena sügist / Tarmo Alt”

Artiklis “Tõnis Kõiv: Paide maksumaksjatelt on varastatud kümme tuhat krooni” (Järva Teataja, 15.10.2009), avaldab Tõnis Kõiv (RE) nõrdimust, et keskerakondlik linnavalitsus on linna raha kasutanud reklaami ostmiseks, kus lükatakse ümber Reformierakonna seisukohti. Artikli kommentaaridest leiab neli sõnavõttu kommentaatorilt nimega “Reformierakond”, kes esitab punkt-punkti haaval konkreetseid vastuväiteid linnavalitsuse reklaamis ilmunud teesidele. Näiteks:

- “Reformierakond / 16.10.2009 21:22 / 2. Vastuväide - Spordihoone ehitusel ei võetud spordispetsialistide nõu kuulda. Või õigemini- osasid küll kuulati, aga tehti ikka nagu ise taheti! Majanduskulud ei olnud sugugi "detailselt" lahti kirjutatud. Tarmo Alt pidi selle nimel mitu lahingut lööma ja alles pankade survele hakkas see "detailsus" tekkima.”

Või:

- “Tõnis Kõiv aitas koostada kirja keskkonnaministrile, selgitas talle Paide olukorda ning korraldas ministri tuleku Paidesse. Kuna eeltöö oli korralikult tehtud, sündiski Paide jaoks positiivne otsus.” (Reformierakond / 16.10.2009 21:30)

Ka tekib sama artikli kommentaarides vestlus Reformierakonna kandidaadi Valev Väljaotsa ja Paide linnavalitsuse ehitusnõuniku Eri Purge vahel. Ametnikule pannakse anonüümsetes kommentaarides pahaks ametiülesannetest üle astumist erakondlikule avaldusele vastates. Eri Purge nimeline kommentaator õigustab end:

- Eri Purge / 17.10.2009 11:20 / To seadus. / Reeglina anonüümsetele kirjadele ei vasta, aga seekord teen erandi... / Kui mõni poripilduv poliitik teeb avalduse millega ta laimab ametnikku, nagu too oleks oma tööd halvasti teinud, siis loomulikult ei jäta ma sellisele laimule vastamata... / Samalt IP-aadressilt on siin varem kommenteerinud ka Selline(15:26 15.10).

Veidi hiljem võtab kommentaarides sõna Valev Väljaots, kes pöördub Eri Purge poole juba hoopis konkreetsema küsimusega:

- Valev Väljaots / 17.10.2009 18:37 / Tere Eri Purge! / Ametniku ülesanne ei ole poliitilistele avaldustele vastata. Samas on kohustus vastata kuu aja jooksul kodanike kirjadele. 10.septembril saatsin e-postiga allpoololeva teatise, millele vastust ei ole saanud. Ei ole seda probleemi teadlikult enne valimisi rohkem käsitletud, sest ei taha, et järjekordselt süüdistataks poliitilises kampaanias. Antud küsimusega peavad tegelema linnavalitsuse töötajad, olenemata sellest, kes on võimul. / Tere! / Kahjuks peab endiselt tõdema, et see mürafoon, mida tekitab uue noortekeskuse ventilatsioon, ei ole talutav. / Kindlasti näitab mõõtmine seda, et heli ei ole detsibellides kuigi suur, aga samas on see undamine pidev. / Soovin teada, et kes ja millal teostab mõõtmistööd? Soovin mõõtmist ka õhtusel ajal ja kinnistul. / Samas tegin ma juba eelnevalt ettepaneku, et muuta ventilatsiooniava suunda või paigaldada katusele müratõkked. / Vastust ootama jäädes, / Valev Väljaots

Ning hoolimata kommentaariumi anonüümsusest jätkub poliitiku ja ametniku kirjavahetus:

- To Valev Väljaots / 18.10.2009 00:38 / Ventilatsioonivade torude suunda on juba paar nädalat tagasi muudetud ja sellest on Teid ka teavitatud telefoni teel...(olin kõrval kui Kaido Ivask sel teemal Teile helistas) / Kui Te olete kindel, et mürafoon on normis, siis miks peaks Paide linna maksumaksja selle müramõõtmise või müratõkkeseina ehituse kinni maksma? / Ehitaja poolt teostud müramõõtmised tõestasid et müratase on normis... / Nüüd tuleb välja et konkreetsest teost (väljalaske toru suuna muutmisest) ja telefonikõnest jääb Teile väheks-soovite ikka ka kirjalikku vastust... Ja kurdetakse et ametnikud on bürokraadid... / Samalt IP-aadressilt on siin varem kommenteerinud ka Selline(15:26 15.10), Eri Purge(11:20 17.10) ja Eri Purge(16:21 17.10).

Selle vastuse peale otsustab Väljaots millegipärast, et tegu ei ole päris Purgega ning lõpetab vestluse:

- Valev Väljaots / 18.10.2009 15:42 / Eelmisest vastusest on aru saada, et tegemist ei ole ametnikuga ehk antud juhul linnavalitsuses töötava Eri Purgega. Lasin eksitada anonüümsest kommentaatorist. / Valev Väljaots / Samalt IP-aadressilt on siin varem kommenteerinud ka Valev Väljaots(18:37 17.10).

Et tegu on anonüümse kommentaariumiga, siis on väga raske otsustada, kas toodud kirjavahetus toimus tõepoolest kahe nimetatud isik vahel või mitte.

Suhteliselt selgelt eristatav kampaania käib Järva Teatajas ka segasemate varjunimede all. Näiteks võib kahe Järva Teataja artikli kommentaaridest leida tolelaegsele Paide linnaapeale Tõnis Kõivule aastaid varem esitatud umbusaldusavalduse teksti, kus kommenteerija esineb nime “aus alt kõivule” all. Mõlemal juhul oponeerib nendele kommentaaridele samasisuline pikk kommentaar, mis jutustab positiivses võtmes lahti Kõivu ajaloo, mainides muuhulgas, et “1996 aastal valis Paide linnavolikogu salajasel hääletusel Kõivu linnaapeaks, kusjuures sama tegi linnavolikogu 1999 ja 2002 aastal. Äpardujat ei valitaks kolme korda järjest linnaapeaks.” ja “Kõiv ei olnud nõus Sarapuule maha müüma linnapea kohta. Siit võib leida põhjuseid, miks tehti mitmeid valekaebusi korrakaitseorganitele, kes siis ligi pool aastat Paide

linnaavalitsuse dokumentides tuhnisid, et valekaebustele alust leida.” (Tasakaaluks tõde kah / 12.10.2009 22:32).

Oma nimel esinevaid kandidaate leiab ka Delfi artiklite kommentaaridest, kuid siinkohal on tegu marginaalsete jõudude ning üksikkandidaatidega. Delfi loo “AVALDA ARVAMUST: Kas Keskerakond kogub Tallinnas üle poolte häältest?” (11.10.2009) kommentaarides promob end üksikkandidaat: “Raivo Orgusaar kandidaat nr.1098 / Tõukame nomenklatuuri troonilt: orgusaar.ee”. Sama loo kommentaarides esineb üleskutsega ka Jüri Böhm:

- Jüri Böhm, kassiisa@hotmail.ee / 11.10.2009 15:09 /<http://www.alternatiiv.org> / Üleskutse Eesti riigist ja rahvast lugupidavatele linnakodanikele / Lugupeetud rahvuskaaslased ja tallinlased! / Kas teieni on jõudnud masendav tõsiasi, et Eesti Vabariigi pealinna valitsevad tegelikult okupatsioonikolonistid, kes on suuremalt osalt vaenuliku võõrriigi kodanikud ja et praeguse KOV valimisseaduse kehtimisel ning senise olukorra jätkumisel pole eestlastel oma pealinnas enam kunagi võimu juurde asja? [...] Kui te olete sellega rahul, siis muidugi. Aga sel juhul pole mõtet rääkida ka Eesti Vabariigist, kui selle pealinna valitseb sisuliselt Venemaa – läbi oma rahvuskaaslaste ja kodanike. / Mõelge ja tehke järeldusi. Valimised pole enam kaugel. / Eestimeelne tallinlane! / Lõpeta okupantide võim me pealinnas - KÕIK VALIMA! / Jüri Böhm, kandidaat nr. 811”

Jüri Böhmi kommentaaride hulgast võib leida ka mõtteavalduse, mis ilmub viis päeva hiljem Delfis tema arvamusartiklina “Need valimised on eestlaste viimane võimalus”. Arvamusartikli kommentaarides võtavad omakorda sõna näiteks Jüri Toomepuu: “Kahjuks asjad täpselt nii on nagu Jüri Böhm neid kirjeldab. / Soovitan kõikidel rahvuskaaslastel seekord valida “Alternatiiv.”” (16.10.2009 04:47) ning Böhmi mõttekaaslane Tõnu Kalvet valimisliidust “Alternatiiv”:

- “[...] valvekommentaatorite närvimine näitab, et kirjutise autor on tabanud valusasse kohta. [...] Jüri Toomepuu soovitus - hääletada valimisliidu “Alternatiiv” poolt - on igati asjakohane. Sest nagu teada, leiavad valimisEELSED vaenlased valimisJÄRGSELT omavahel kiiresti

üksmeele ja muutuvad üleöö “kalliteks kolleegideks ja lugupeetud koalitsioonikaaslasteks”.
(Tõnu Kalvet, koplikalvet@gmail.com, 16.10.2009 11:43).

Veel leiab Delfist väga aktiivse kommentaatori nimega “mulk”, kes on kolme artikli juures teinud üle 30 kommentaari ning kes reklaamib oma kirjutisi leheküljel <http://web.zone.ee/mulk/>. Ta võtab sõna valitsuse ja eriti aktiivselt Jüri Böhmi ja Mart Helme vastu ning avaldab toetust Keskerakonnale.

- Isamaaliidu nimekirjas olevana (kuna olin samasugune sinisilm nagu paljud teised ja ei saa sellest sõnnikust enam legaalselt lahti) SOOVITAN KÕIGIL , MITTE anda sellele aferistide bandele oma toetushääl ! / Parimaks valikuks oleks Keskerakond , milline tulevastel riigikogu valimistel pühib enamuse poliitsastast Toompealt - Kadriorust minema . (mulk, Delfi, 10/11/2009 9:22:00)
- Kuna me KARDAME oma õigusi TAGASI nõuda , siis on AINSAKS alternatiiviks Keskerakond , kes (loodan) pidurdab ja (ideaalis) pöörab tagurpidi laarlaste-ansiplaste ja muu poliitsaasta prassingu rahva laipadel . / Täna , riigis toimuvat , saab ainult nimetada GENOTSIIDIKS . Millise kohutava kiirusega väheneb rahvastik ja millised suured võõraste hordid valguvad kogu maailmast Eestisse . / <http://web.zone.ee/mulk/Ksenofoobia...> (mulk, Delfi, 10/11/2009 21:10:00) /

Kuigi ka suuremate erakondade nimel kommenteerijate kohalolu on tajutav, siis varjuvad need inimesed Delfis, Postimehes ja EPLis varjunimede taha. Võib arvata, et “Mina valin igatahes Laari!” kommentaari taga on IRLiga seotud inimene:

- “10 SAMMU / 1. Linna raha-asjad seatakse korda. Mõttetuid laene enam ei võeta, linnaelarve viiakse tasakaalu, kärpides selleks mitte investeeringuid ja sotsiaaltoetusi, vaid valitsemiskulu. / 2. Lasteaedade rahastamine taastatakse vähemalt 2009. aasta alguse mahus. Spordi- ja huviringide rahastamine taastatakse vähemalt 2009. aasta alguse mahus. / 3. Vee- ja küttearved viiakse alla. Tallinn osaleb aktiivselt majade soojustamise programmis. / 4. Maamaks kaotatakse elamualuselt maalt. / 5. Vastandamine riigiga lõpetatakse. Korruptsiooni

suhtes rakendatakse nulltorelantsi. / 6. Pensionäridele toetuse maksmine jätkub. / 7. Linna propaganda aparaat ei jätku. Tallinna Televisiooni ei tule. / 8. Aktiivselt hakatakse kasutama euroraha. Valmis ehitatakse Põhjaviil. / 9. Linnateater saab uue maja. / 10. Tallinna kanalisatsioon saab 2011 valmis.” (17.10.2009 20:41, Delfi, “FOTOD ja VIDEOS: “Valimisstuudio” sai tulise lõpu”)

EPL artiklite juures esineb ligi 30 sissekandega kommentaator nimega “Roosa udu”, kes on Edgar Savisaare teemal kirjutanud pika ilukirjandusliku teksti, millest suur osa on veel lausa vene keeles. Lugeja saab teada, kuidas Savisaarele Moskvast õpetusi antakse, kuidas valimisedelitega manipuleerida, inimesi ära osta jmt:

- Sm Savisaar vaatas mulle kavala näoga otsa: „Kas sa, Roosa, ei tea siis, et valimispropaganda on vaid kooruke, aga häälte lugemine on asja sisu?” Ja ta tõmbas taskust välja kirja, millele mind häbenemata magusaste suud andis./„Vaata, Roosake, minu palveid on kuulda võetud! Moskva seltsimehed vastasid mulle ja avaldasid meie sõsarpartei igakülgse edu saladuse!”/Igakülgse edu saladus – vana Roosa kõrvus kõlas see kui IGAVESE ELU SALADUS!

Eriti just üleriiklikust meediast leiab ka veel hulgaliselt loosungeid, mis ei pruugi küll olla poliitikute või nende endi lähikondlaste kirjutatud, ent agiteerivad sellegi poolest inimesi kellegi poolt või vastu hääletama.

- Minge kõik kes veel seda teinud pole pühapäeval valima ja valige keda iganes peale selle seakarja. (üleskutse tallinlastele, Postimees, 16.10.2009 17:48)
- Et halvimat ära hoida, peaksid kõik eestlased valima minema ja valima VALGEID ERAKONDI, see tähendab Isamaa ja Respublika Liitu, Reformierakonda või Sotsiaaldemokraate. (valime VALGEID ! Postimees, 16.10.2009 18:46)
- Rahvas valima! Meil on lootust homme vabaneda lurjuste bandest, kui läheme valima. (hea tujuuga, Postimees, 17.10.2009 10:52)

- inimesed, kel mõistus peas - palun ärge valige Savisaart ega Keskerakonda!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
!!!!!!!!!!!! / !! (ei Kesikutele, Delfi, 17.10.2009 23:17)
- olge mõistlikud, valige Savisaar! MEES TEAB MIDA TEEB JA RÄÄGIB. (tt, Delfi, 18.10.2009 00:20)
- KÕIK TALLINNA EESTIMEELSEID INIMESED. MINGE KINDLASTI VALIMA JA KINDLASTI VALIGE ÜKS KÕIK MILLISE ERAKONNA POOLT - PEALE KESKERAKONNA. TALLINN VAJAB VAHETUST. KESKERAKONDLIK TIBLADE LINNAVILETSUS KUULUB AJALOO PRÜGIMÄELE. TALLINN KUULUB EESTLASTELE!!!! (vv, Delfi, 18.10.2009 00:38)
- Kõik kes tahavad olla nendel valimistel VÕITJAD - hääletavad keskerakonna poolt! (Jah, Delfi, 10/11/2009 14:26:00)
- Täna on teil võimalus loobuda valimast esimest eestit esindama enda huve, valige ainsat teise eesti parteid sotsiaaldemokraate ja tooge võimule need kes ei taha et riigivarade hoones ulub tühi tuul ja sotsiaaltagatised on ainult rikkuritel. (Sauramix, EPL, 16. oktoober 2009/13:02:32)

Kas tingituna artiklite teemast või lugejate meelestatusest, aga Postimehes on säärased üleskutsed ja ka muud kommentaarid põhiliselt Keskerakonna vastu. Kõikidest Postimehe sisuliselt arvestatavatest kommentaaridest ligi 2/3 puudutavad Keskerakonda ning neist on omakorda pea 80 protsenti Keskerakonnale negatiivse hinnangu andvaid seisukohavõtte. Delfis on Keskerakonda puudutavate positiivsete kommentaaride hulk suurem – neid on umbes kolmandik kõigist Keskerakonnaga seotud kommentaaridest.

Kindlasti leiab nõ valimiskampaaniat ka laussõimu ja vihkamisele õhutavate kommentaaride hulgas, aga seda on eristada veel keerulisem. Üldiselt tuleb tõdeda, et kui Järva Teataja välja arvata, siis suuremad erakonnad ja poliitikud oma nimel kommentaariumites ei esine ning inimestega diskussiooni ei lasku. Aga isegi kui nad seda teeks, on Tarmo Aldi juhtumist näha, et võitlus käib väga ebavõrdsetel tasanditel – oma nime alt kommenteeriv poliitik ei saa

endale labasusi lubada, anonüümse kommentaatori eetilised piirid on aga tunduvalt hägusemad.

Omavaheline suhtlus

Kuigi kommentaarides tekib sageli mitu paralleelselt jooksvat diskussiooni, siis ei saa väita, et need arutelud ka tulemuseni jõuaksid. Reeglina jääb kumbki pool endale raudkindlaks ning ei lase end teise argumentidest sugugi kõigutada. Näiteks arutatakse EPL artikli “Mart Laari vastused lugejate küsimustele” (13.10.2009) maamaksu teemadel:

- M/16. oktoober 2009/12:56:28 / Maamaks ei tõusnud hüppeliselt ja raskusi on vähestel, kellele see ka kompenseeritakse.
- to:M 16. oktoober 2009 12:56:28/16. oktoober 2009/13:36:23/Kas 2,5 kordne maksutõus ei ole hüppeline????/Kui varem pidin maksma 1000 kr. ja nüüd 2500kr., siis see vahe on sinu arvates tühine????
- maamaks.../16. oktoober 2009/21:07:48/Neile kes siin "megasuurest" maamaksust nutavad... minge maksu ja tolliameti kodukale uurima tegelikku seisuga Eestimaal!/Seal kenasti avaliku infona kõik kirjas, et kui suur see maamaks Eesti linnades ja valdades on./Ma loodan, et te maksu ja tolliametit ometigi keskerakonna häälekandjaks ei pea, vaid ikka taipate, mis ametkonnaga tegu :D/Pärast enda mõningast harimist tehke järeldus, kes valetab...
- naqual/16. oktoober 2009/22:42:52/Muidugi ei ole rikkurite jaoks maamaks megasuur kuid lastega perede ja pensionäride jaoks ta ometigi on seda./On ikka väga suur vahe kas maksta aastas 100 krooni või 2500 ning seda vahet ei kompenseeri kohukeste 500 või 1000 krooni lisaraha penskaritele nende hääle püüdmiseks./
- to naqual/16. oktoober 2009/23:46:42/ [...] /Tegelikult on Tallinna maamaks Eestis ühtede väiksemate seas! Riigi poolt ülempiiriks kehtestatud 2,5 prosa maa hinnast, paljudes kohtades ongi see õnnetu ülempiir maksumääraks, Tallinnas aga kõigest 1,5 prosa(vähemalt

veel eile oli maksu ja tolliameti kodukal selline number kirjas), jääb maksunimekirjas viimasesse veerandisse oma suurusjärgult./Ning toimetulekuraskustes peredele ja ka pensionäridele kompenseerib Tallinn selle maksu, mitte ei anna ainult 500 või 1000. [...] Nii et maamaksu valimisvankri ette rakendada küll ei tasuks. Rõhuga millegile muule :) Jõudu :)

- o naqual/17. oktoober 2009/00:02:19/Esmalt on Tallinas maa hind tunduvalt kõrgem kui mujal Eestis./Niisugust elementaarset asja peaks nagu teadma või! Seepärast ei ole kohane siin Tallinna maamaksu muu Eestiga võrrelda, sest rahaliselt on see tükk maad suurem kui protsendinäitajas väljatoomisest annaks aimata.

Üks pool räägib maamaksu hüppelisest tõusust ning sellest, kuidas selle tasumine inimestele üle jõu käib. Teine pool väidab, et mujal Eestis on maamaksu protsent sama suur ja hädasolijatele kompenseeritakse maamaks. Sellega jutt ka lõpeb.

Kui üleriiklike lehtede kommentaarid jäävad enamasti anonüümsete ja üldiste teemade juurde, siis kohalike lehtede kommentaaridest võib leida lausa vestlusi asjaosaliste vahel. Valgamaalase artiklis “Puka vallavanem lükkab Keskerakonna süüdistused ümber” süüdistatakse Puka vallavalitsuse sekretäri ja valimiskomisjoni liiget Lea Treesi selles, et ta agiteerib inimesi mitte hääletama Keskerakonna poolt. Kommentaaridest leiab Lea Treesi enda vastuse:

- o Lea Trees / 16.10.2009 20:44 / Olen üliõnnelik ja väga rahul, et Valga Maavalitsus minu kohta täna sellise otuse tegi. Ma ei ole iial tahtnud olla Puka valla valimiskomisjoni liige. 4 aastat tagasi tulin lihtsalt oma kolleegile vastu ja nõustusin seal olema. Kuid tegelikult olin sellele väga vastu, sest mul on piisavalt muid kohustusi. Südame peale jäi mule täna see, mis toimus niinimetatud Puka Noortekeskuses. Peale kella 17.00 töölt tulles seisis selle maja ees tuletõrjeauto ja pääseteenistus. [...] Mis seal toimub! See pole ka mingi Noortekeskus, vaid Keskerakonna pesa, kus tehakse noortele ajuloputust. Aeg oleks sellele lõpp teha.

Positiivset vastukaja Treesi ei saa ning tunnistab lõpuks isegi oma löödust.

- Treesile / 16.10.2009 21:39 / kui see on tõesti teie kommentaar, siis tule taevas appi, millised inimesed meil valdades töötavad! Tark inimene ei õiguata ennast netikommentaaries! [...] Aga eks jah, ka Valgamaa valdades on kõiksugu tegelasi alates sekretäridest ja lõpetades - ikka peaga. Raha tahavad!
- Pritsimees to Lea Trees / 17.10.2009 09:08 / Noortekeskuses Toimus eile tuletõrje ennetustöö et sa teaksid ja liialt ei närveeriks. / Ja veel kas seal peaks sinuarvates olema siis reformikate pesa. See koht on mõeldud kõigile noortele ja erakonda kuuluvus ei mängi mingit rolli.
- Lea Trees / 17.10.2009 21:04 / Pole vaja siin minu nime ära kasutada. Mul on juba täiesti ükskõik, kas sealt tuleb minu kohta head või halba, aga mulle aitab. Enam ei suuda. Mina elan ja olen täpselt samamoodi edasi nagu ka varem seda teinud olen. Nii, et saage aru, et tõesti juba aitab. / Samalt IP-aadressilt on siin varem kommenteerinud ka Lea Trees(20:44 16.10) ja Lea Trees(20:48 16.10).

Üldse tundub analüüsitud kommentaaride puhul, et mida väiksemat kohta artikkel puudutab, seda lähemal kommenteerijad ka loos olevale temale ning inimestele on. Suure tõenäosusega on väikevaldu puudutavate artiklite kommentaatorid reaalses elus omavahel vähemasti nime ja nägupidi tuttavad. Näiteks artikli “«Sakala» usutleb Tarvastu valla kandidaate” (Sakala, 14.10) kommentaarides jõuab kommentaatorite omavaheline vestlus selleni, et üks ütleb teisele:

- to 21.45 / 16.10.2009 10:28 / Ära unusta, et ka mina olen Tarvastu inimene ja tunnen kõiki Teie nimekirja inimesi. Ma ei ütleks, et te olete mölakad, aga te pole ka mingid ideaalsed prillikivid. Olete tavalised inimesed on heade ja vigadega, aga püüate ennast keskerakondlikul kombel näidata ainsate tegijatena, tänu kellele elu Tarvastus liigub.

	6.	11.10.2009	Hääletanud on juba ligi 50 000 inimest	72	Uudis E-hääletamisest
Delfi	1.	17.10.2009	FOTOD ja VIDEOS: “Valimisstuudio” sai tulise lõpu	667	Kokkuvõte ETV valimissaatest
	2.	11.10.2009	AVALDA ARVAMUST: Kas Keskerakond kogub Tallinnas üle poolte häältest?	412	
	3.	16.10.2009	Need valimised on eestlaste viimane võimalus	343	Jüri Böhmi arvamislugu
	4.	11.10.2009	Andres Herkel: Keskerakond muutub alles pärast Savisaare ajastut	297	
	5.	13.10.2009	Edgar Savisaar ründab konkurente ja kaotab Tallinna ametnike lisatasud	209	Intervjuu Savisaarega
	6.	13.10.2009	End paljaks koorinud volikokku pürgija: kadedaid on alati	204	Skandaal
	7.	17.10.2009	AVALDA ARVAMUST: Mida arvad senistest valimiskampaaniatest?	192	
	8.	15.10.2009	Savisaar pakub erakondadele koostöölepet	182	
	9.	16.10.2009	Sass: Võitlus Ninasarvikuga nõuab digitaipu	178	Ragnar Sassi arvamislugu valimiskampaaniatest internetis
	10.	13.10.2009	Seksikaim naispoliitik leitud: IRLi kandidaat poseeris alasti!	165	Skandaal
EPL	1.	13.10.2009	Mart Laari vastused lugejate küsimustele	110	Kandidaat vastab küsimustele
	2.	16.10.2009	Taagepera: suur hulk valijaid laseb end mõjutada negatiivsest kampaaniast	42	Kandidaat vastab küsimustele
	3.	12.10.2009	Hääletanud on juba pea 100 000 valijat	39	Uudis e-hääletamisest
	4.	13.10.2009	Keit Pentuse vastused lugejate küsimustele	41	Kandidaat vastab küsimustele
	5.-6.	16.10.2009	Maksumaksja raha eest kampaaniat teinud Vitsut pääseb ilmselt puhta nahaga	31	Skandaal
	5.-6.	13.10.2009	Edgar Savisaare vastused lugejate küsimustele	31	Kandidaat vastab küsimustele

Järeldused ja arutelu

Reklaamikampaaniad ajalehtede ja portaalide veebisaitidel on suunatud põhiliselt suuremate linnade elanikele. Väiksemate ja linnade valijad nendelt lehtedelt valimisinfot ei saa. Ja muidugi keskendus suurem osa reklaamidest Tallinnale, kus toimus palju aktiivsem omavaheline võitlus kui muude omavalitsuste reklaamides.

Positiivse joonena tasub välja tuua seda, et kuigi reklaamid ise kuigi palju sisulist infot ei sisalda, siis võimaldab internet pakkuda inimesele, kes asja vastu huvi tunneb, lisainformatsiooni reklaamile lingitud lehekülje kaudu. Küsimus on aga selles, kas antud valimisreklaamid on piisavalt atraktiivsed, et inimesed nendele klikkima vaevuks. See lisaväärtus on suuremaks abiks neile, kes nagnii valimiste vastu suuremat huvi tunnevad. Ülejäänute jaoks peaks reklaam ise juba vastused kätte andma ja seda paljud reklaamid ei tee, seda enam, et mõned neist ei kasuta isegi ühegi kandidaadi või erakonna nime. Keskerakond (põhiliselt Edgar Savisaar) on hästi ühendanud ostetud pinna avalikus meedias ja oma blogi, kasutades reklaamides intrigeerivaid pealkirju, et meelitada inimesed lugema vastavat teksti juba enda kontrollitud keskkonnas.

Ka interneti interaktiivseid võimalusi ei ole valimisreklaamides kuigi aktiivselt kasutatud. Paar küsitlust ja mõned võimalused meelt lahutada on kõik, mida vaadeldud reklaamide hulgast leida võis. Mõnel reklaamile lingitud lehel sai muidugi ka kommenteerida ning küsitlusel osaleda, kuid seda, et kedagi inimese arvamus huvitab, reklaamist endast välja ei lugenud. Valijaga suhtlemiseks ei kasutatud eriti ka kommentaariume.

Kuigi ajalehtede ja portaalide kommentaariumid on kasutusel aktiivse suhtluskeskkonna ning ilmselt ka varjatud kampaania tegemise kohana, siis avalikku kampaaniat, mis võiks anda võimaluse demokraatlikuks diskussiooniks, sealt kuigi palju ei leia. Suurim probleem on ilmselt kommentaariumite anonüümsuses – nagu eelnevalt toodud näidetest näha oli, ei

toimunud varjunime taha varjuva kommentaatori ning oma nimel esineva poliitiku vahel võrdne arutelu. Kui üks pidi säilitama viisaka tooni, siis teine võis endale lubada peaaegu mida iganes. Ja isegi kui inimesed astusid vestlusesse oma nimede alt, siis ei saanud kumbki pool lõpuni kindel olla, et ta kirjutab just selle inimesega, keda too väidab ennast olevat.

Teine küsimus on see, millest inimesed kommentaariumites räägivad. Nagu statistikast näha, huvitasid kommentaatoreid valimislubadustest tunduvalt enam kandidaadi isikuomadused ja varasemad teod. Ühelt poolt on see muidugi isegi hea, sest valijaid süüdistatakse ju alatasa selles, et neil olevat väga lühike mälu. Teiselt poolt, isegi kui sisulised diskussioonid ei jõua kommentaariumites lahenduseni, siis näitavad need vähemasti, et inimesed mõtlevad konkreetsetel teemadel kaasa.