

TARTU ÜLIKOOL

Sotsiaal- ja haridusteaduskond

Johan Skytte poliitikauuringute instituut

Karl Johan Pechter

**Avaliku meedia mõju valimiste võistluslikkusele, 2017 Eesti kohaliku omavalitsuse
volikogu valimiste näitel**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Märten Veskimäe, MA

Tartu 2018

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite seisukohad, ning kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

/Karl Johan Pechter/

Kaitsmine toimub/kuupäev/ kell/kellaaeg/
...../aadress/ auditooriumis/number/.

Retsensent: /nimi/ (...../teaduskraad/),
..... /amet/

Lühikokkuvõte

Modernses ühiskonnas mängib informatsiooni kättesaadavus valijate seas olulist rolli. Informatsiooni ammutavad inimesed meediast, näiteks ajalehtedest, mille toimetajad ja ajakirjanikud koguvad tähtsat teavet, et esitada seda avalikkusele. Meedia jaguneb suures plaanis kaheks – avalikult rahastatud meedia, mille toimimine sõltub riigi poolt eraldatud finantseeringutest ja erameedia, mille finantseering sõltub eraisikutest.

Avaliku huvi teooria järgi on valitsuste ülesanneteks maksimeerida tarbijate heaolu. See on oluline ka seisukohast, mis on seotud valimiste ja meediaga. Kui tarbijad on ignorantsed ja erameedia omanikud kallutatud teatud võimul olevate isikute poolt, tekitab see olukorra, kus avalikult rahastatud meedia saab edastada valijatele vähem kallutatud, tõesemat ning täpsemat informatsiooni, kui seda teeks erameedia (Djankov, McLiesh, Nenova ja Shleifer, 2003: 341-342).

Meedia on valijate jaoks tähtis infoallikas ja selle vahendusel saavad inimesed teada olulistest sündmustest poliitikas, kujundades selle abil oma arusaamu meie ümbritsevast ühiskonnast. Meedial on seetõttu demokraatlikus ühiskonnas ülesanne olla objektiivne ja sõltumatu oma info edastuses.

Antud bakalaureusteöö eesmärgiks on uurida, millist mõju avaldab avalikult rahastatud meedia valimistulemustele, täpsemalt valimiste võistluslikkusele. Seetõttu uurib autor Eesti andmetel põhinevat infot, eelkõige vaadeldes kohaliku omavalitsuse (edaspidi KOV) tasandit. Autor vaatleb regionaalseid, avalikult rahastatud meediaväljaandeid, mille põhjal on Riigikontrolli poolt tellitud meediamonitooring välja toonud 2017. aastal KOV valimistel kandideerinud kandidaadid ja nende mainimised väljaannetes.

Töö teoreetiline tagapõhi toetub meedia kallutatuse erinevatele variatsioonidele, mis võivad muuta valija käitumist valimistel ning selle tulemina mõjutada valimiste võistluslikkust. Meedia kallutus sellises mastaabis, kus see võib mõjutada riigi poliitilist elu märkimisväärselt valimistulemuste näol, on taunitav.

Autor püstitas hüpoteesi, mis seob meedia kallutatuse teoreetilise baasi Eesti hetkeseisuga värskemate valimistulemustega. Hüpoteesiks on, et mida kõrgem on kontsentratsioon

omavalitsuse meediaväljaandes kandidaatide mainimiste poolest, seda väiksem on lõplikel valimistulemustel valimiste võistluslikkus kohaliku omavalitsusüksuse piirkonn

Sisukord

Sissejuhatus.....	2
1. Teoreetiline tagapõhi	5
1.1 Meedia kallutatus.....	5
1.2 Kontsentreeritus	9
1.3 Valimiste võistluslikkus.....	10
1.4 Töö hüpotees.....	11
2. Analüüs	13
2.1 Operatsionaliseerimine (kasutatavad tunnused)	13
2.2 Mudel	14
2.3 Andmestik.....	14
2.3.1 Valimiste võistluslikkus.....	15
2.3.2 Kontsentreeritus	16
2.3 Analüüsi tulemused.....	17
2.4 Järeldused.....	19
Kokkuvõte.....	21
Summary	23
Kasutatud kirjandus	25

Sissejuhatus

Meedia on paljude inimeste jaoks üks põhiline viis, kuidas ammutada infot poliitikat kujundavate inimeste kohta. Demokraatliku riigi jaoks on oluline meedia läbipaistvus ja objektiivsus, et kajastada uudiseid vabalt, ilma erahuvil põhinevate väliste kallutusteta. Avalikult rahastatud meedia väljaannete puhul võivad kodanikud loota, et tänu rahastamise läbipaistvusele ja avaliku teenistuse apoliitsusele, saab uudistest tsensuurivabas demokraatlikus riigis oodata võimalikult vähest kallutatust.

Avaliku meedia roll ühiskonnas on mõnevõrra olulisem erameedia omast just näiteks valimistega seotud info edastuses. Kui avaliku meedia ülesanne peaks olema objektiivne infoedastus, siis erameedial seda eetilist rolli kandma ei pea. Avalik meedia, tänu oma avalikule rahastusele, peaks töötama just selle nimel, et info edastus meedia ja valija vahel oleks võimalikult vähe kallutatud ning annaks valijatele võimalikult tasakaalustatud info, et nad saaksid teha valiku, põhinedes informatsioonile, mis ei ole kallutatud.

Kui aga on võimalik tõestada, et avalikult rahastatud meediaväljaanded on poliitiliselt kallutatud, toob see välja paradoksi, kus valijad rahastavad maksude näol oma regionaalset ajalehte, mille lugemisega hangivad kallutatud infot ja selle tõttu valivad end esindama inimesi, kes ei pruugi nende huvisid kõige paremini kaitsta.

Töö uurimisprobleemiks on avalikult rahastatud meedia kallutatuse võimalik seos valimistulemustega – täpsemalt valimiste võistluslikkusega. Varasemad uurimused antud teema kohta Eesti kontekstis puuduvad ning selletõttu on oluline seda võimalikku seost kontrollida. Meedia ülesandeks on anda valijatele tasakaalukat ning objektiivset informatsiooni olulistest poliitilistest probleemidest ja kandidaatidest (Strömbäck, 2008). Sellest ideaalsest kontseptsioonist võib meedia aga kõrvale kalduda, ning meediat kahtlustatakse tihti hoopis kallutatud olemises.

Selle põhjal vaatleb autor uurimuses erakondade ja valimisliitude mainimist riiklikult rahastatud meedia väljaannetes Eesti Vabariigi Kohalike omavalitsuse (edaspidi KOV) üksuste kaupa ja kas mainimised ajakirjanduses kajastuvad ka tulemustes kohaliku omavalitsuse volikogu valimistel. Töö vaatleb kandidaatide avalikus meedias mainimistega võimalikus seoses olevat meedia kallutatuse variatsioone ning kuidas mainimiste kontsentreerituse maht väljendub lõplike valimistulemuste valimisvõitluslikkuses.

Käesoleva töö eesmärk on tuua välja seoseid 2017. aastal toimunud kohaliku omavalitsuse volikogu valimiste tulemuste ja erakondade ning valimisliitude avalikus meedias mainimiste kontsentreerituse vahel. Autor vaatleb Riigikontrolli poolt tellitud meediamonitooringut (Riigikontrolli meediamonitooring, 2017), mille kaudu on meediaväljaannete tasandil võimalik vaadelda piirkondi, kus kandidaate, sealhulgas erakondi ja valimisliite avalikult rahastatud ajalehtedes mainiti.

Oluline on märkida, et Eesti Vabariigis muutus haldusreformi järgselt 2017. aastal KOVide hulk. Kui aastal 2016 oli Eesti haldussüsteemis 213 KOVi, siis peale haldusstruktuuri muutumist jäi alles ainult 79 KOV üksust. 2017. aasta KOV volikogu valimised toimusid kuupäeval 5. oktoober kuni 15. oktoober.

Tegemist on hetke seisuga kõige värskemate valimistulemustega, resultaat on sellest tulenevalt aktuaalne ning neid tulemusi on siiani vähe uuritud. Seetõttu on käesoleva uuringu tulemused relevantsed ja annavad informatsiooni avalikult rahastatud meedia kallutatuse kohta. Töö kinnitab või lükkab ümber meedia kallutatuse olemasolu ning selle põhjal ka võimaliku mõju valimiste võistluslikkusele.

Töö esimeses peatükis, teoreetilises osas, kirjeldab autor varasemate uurimuste põhjal kallutatuse variatsioone ja valijate mõjutatavust. Järgnevalt toob autor välja kontsentreerituse tähtsamad aspektid ning viimase alapeatükina teoreetilises osas kirjeldab autor töö tähtsat muutujat – valimiste võistluslikkust.

Empiirilises osas tugineb autor Vabariigi Valimiskomisjoni valimisandmetele (Vabariigi Valimiskomisjon, 2017), mille põhjal vaatleb autor valimiste võistluslikkuse taset KOV volikogu valimistel aastal 2017. Lisaks on kasutusel meediamonitooringu tulemused, mille tellijateks olid Riigikontroll ja Erakondade Rahastamise Järelevalve Komisjon (ERJK) (Riigikontrolli meediamonitooring, 2017). Empiirilises osas tutvustab kõigepealt autor analüüsi meetodit ja seda kuidas analüüsi antud uurimuses teostati. Järgnevalt toob autor välja operatsionaliseerimise uurimuse ettevalmistamisel. Peale seda esitab autor mudeli, mida kasutati hüpoteesi kontrollimiseks. Empiirilise osa viimases lõigus teeb autor järeldused antud mudeli ja analüüsimeetodi osas ning lisab soovitusel edaspidisteks uurimusteks antud valdkonnas.

Autor kasutab kvantitatiivset uurimismeetodit selleks, et uurida meedia kontsentreerituse mõju valimiste võistluslikkusele. Lisaks toob autor regressiooni abil välja võimalikud seosed

erakondade ja valimisliitude mainimiste kontsentreerituse riigi poolt rahastatud meedias ja valimiste võistluslikkuse vahel.

1. Teoreetiline tagapõhi

Töö toetub teoreetilises osas varasematele uurimustele, mis selgitavad meedia kallutatust ja valimiste võistluslikkust. Teoreetilise osa eesmärk on kujundada arusaam meedia kallutatusest ja selle võimalikest variatsioonidest, selgitada kontsentreerituse mõiste vajalikkust antud töö mudelis ning ka seda, milline on valimise võistluslikkuse olemus.

1.1 Meedia kallutatatus

Meedia kallutatust defineeritakse kui käitumismustrit ajakirjanduses, mida võib näha just valimisperioodil, kus meedia esitab uudiseid, eelistades teatud kandidaate või nende ideoloogiaid (Eberl, jt 2017: 1126). Selline võib-olla meedia roll kallutatud info esitamisel, kuid millised on valijad, kes on kergesti kallutatusest mõjutatud?

Valijate haridus mõjutab kindlasti nende valimiskäitumist. Kõrgemalt haritud valijad on üldiselt vähem mõjutatud meediast, kuivõrd nende teadmised on juba piisavalt kõrgel tasemel, et siduda oma varasemad teadmised uue, meediast ammutatud informatsiooniga (Johansen ja Joslyn, 2008). Võib öelda, et kõrgemalt haritud inimesed suhtuvad meediasse kriitilisema pilguga kui vähem haritud inimesed. Vähem haritud inimestel puudub tihti ülevaade terviklikust pildist, mille tõttu jäävad nad poliitilises keskkonnas informatsiooni omandamisega hätta. Seega on vähem haritud inimesed kergemini mõjutatavad meedia poolt ning samuti on nad vähem kaitstud parteide manipulatsioonide eest meedias (Eberl jt, 2017:1130). See tähendab, et haridustase mängib olulist rolli selles, kui mõjutatav on valija.

Fowler ja Margolis (2014: 109) on seisukohal, et poliitilise informatsiooni mõistmine on oluline tegur kvaliteetse demokraatliku esinduse tekkimise jaoks. Teadmatuses olevad valijad ei suuda siduda oma isiklike poliitilisi vaateid oma võimalike esindajate omadega. See tähendab, et valituks osutuvad kandidaadid ei pruugi esindada tegelikkuses kodanike vaateid, milles peegeldub probleem demokraatiale.

Nagu eelnevalt mainitud, on paljude inimeste jaoks tähtis info vahendaja meedia, mille põhjal kujundatakse arvamusi poliitika ja poliitiliste protsesside kohta. Meedia olulisuse fenomen

seisneb selles, et valijatel on kompleksetesse ühiskonna probleemidesse süvenemise asemel lihtsam kujundada oma arvamus meedias kajastatu põhjal (Chan ja Suen, 2009: 799). Seega on meedia inimeste jaoks tähtis infoallikas, mis tähendab, et meedia kujundab inimese teadmisi ja maailmapilti.

Euroopas on mitmeparteisüsteemi puhul meedia kallutatuse seost valimistega uuritud näiteks Austrias. Eberl jt (2017b: 115) kirjeldavad Austriat kui demokraatlikku ja korporatiivset meedia süsteemi, kõrgete väljaannete tiraažidega ja tugeva avaliku ringhäälingu sektoriga (Hallin ja Mancini, 2004). Lisaks on teada, et Austria valijatele on ajalehed kõige tähtsamaks infokogumise allikaks poliitiliste teadmiste kohta (Kritzinger jt, 2016). Enamus Austria ajalehti on oma juhtkirjas välja toonud eetilise printsiibi, mille järgi lubavad ajakirjanikud jääda oma artiklites erapooletuks. Austria näitel valisid valijad suurema tõenäosusega populaarsemaid erakondi, mis olid ka rohkem meedias kajastatud kui väiksemaid erakondi, mille kajastus oli tunduvalt väiksem (Eberl jt, 2017: 1131). Austria näide on heaks võrdluseks ka Eesti puhul, kuivõrd poliitiline maastik on võrreldes näiteks Ameerika Ühendriikides teostatud uurimustega Eestile oluliselt sarnasem.

Meedia võib olla kallutatud mitmel eri viisil. Kallutatust jaotakse tihti kolmeks variatsiooniks tüübiks. Tähtsamateks kallutatuse tüüpideks on tonaalne kallutus (ingl k. *tonality bias*), mis vaatleb, kuidas meedia väljaanded on kallutatud teatud partei ideoloogia ja selle edendamise poole. Teiseks kallutatuse variatsiooniks on temaatiline kallutus (ingl k. *agenda bias*), mis käsitleb ajakirjaniku või toimetaja otsust väljaannetes teatud erakondade kandidaate eelistada (Eberl, jt: 2015: 1128). Autor kasutab antud uurimuses aga kolmandat, valdavalt ühte tuntumat defineeritud kallutatuse tüüpi – nähtavuse kallutus (ingl k. *visibility bias*).

Tonaalne kallutus viitab sellele, et meediaväljaanne süstemaatiliselt eelistab teatud erakonda või kandidaati teiste üle, sildistades teisi oma äranägemise järgi positiivselt või negatiivselt. Kuivõrd näiteks nähtavat kallutatust võib vaadelda ainult kvantitatiivse andmestiku näol, on tonaalne kallutus uuritav ka kvalitatiivse uurimuse kaudu. Tonaalne kallutus on oluline, kuna võib muuta valija käitumist positiivsel või negatiivsel suunal kandidaatide osas (Eberl jt, 2017: 1128).

Temaatiline kallutus erineb kahest teisest kallutatuse viisist kõige enam selle tõttu, et siinkohal on poliitilised jõud ja meediaväljaannete ajakirjanikud ning toimetajad omavahel tihedalt seotud - kandidaadid ja/või erakonnad saavad valida meedias ise oma temaatika, mis on nende ideoloogia edendamiseks kõige tähtsam vastaval hetkel. Poliitikutel on temaatilise

kallutatuse puhul olemas mitte ainult nende nähtavus meedias, vaid nad valivad hoolikalt ka endale temaatika, mida soovivad kajastada (Eberl, jt 2017: 1129).

Nähtavuse kallutatust defineeritakse kui vaadeldavat suhtelist nähtavuse hulga ulatust, mida iga poliitik avalikes väljaannetes saab. Seega on seda kallutatuse variatsiooni võimalik kvantitatiivselt efektiivselt uurida. Nähtava kallutatuse puhul ei eeldata, et kõik kandidaadid saavad võrdselt koheldud. Pigem vaatleb nähtav kallutus juhtumeid, kus meedias mainimiste hulk on märgatavalt kõrgem mõne kandidaadi kasuks (Eberl jt, 2017: 1128). Nähtavuse kallutatuse üheks läbivaks teemaks on ka kallutus just ajalooliselt populaarsemate erakondade poole (Eberl jt, 2017: 1136).

Varasemad uurimused on küsinud, kas meedia väljaanded peaksid jääma ainult passiivseteks platvormideks info edastamisel, või peaksid tegema enamat, tagamaks valimisperioodil võrdselt kandidaatidele sõnaõigust ajaleheveergudel (Chan ja Suen, 2009: 800). Vältimaks kallutatuse tajumist, ongi võimalus meedias kajastada uudiseid nõ võrdselt ja objektiivselt, andes kõikidele asjaosalistele võrdselt võimalust anda ülevaade oma seisukohtadest (Fallows, 1996). Selline strateegia, mille eesmärk on kõiki poliitikakujundamise lahkarvamusi võrdselt arvesse võtta, pärsiks aga ajakirjanike raporteerimise tööd (Chan ja Suen, 2009: 800), mispärast on täielikku objektiivsust meedias keeruline saavutada.

Seetõttu ei saagi meediapoolset kallutatust vaadelda korrupsioonina, vaid pigem ajakirjanduseetika vastu eksimisena. Seda eriti käesoleval juhul, kui töö vaatleb just väljaandeid, mis on ringluses tänu avalikule rahastamisele. Avalikult rahastatud meediat vaadeldes soovime rõhuda demokraatlikust vaatepunktist tähtsale apoliitilisusele. Eesti ajakirjanduseetika koodeksi järgi tuleb ajakirjanikul käituda järgnevalt: „Ajakirjandus teenib avalikkuse õigust saada tõest, ausat ja igakülgselt teavet ühiskonnas toimuva kohta. Ajakirjanduse üks peamine kohustus on ühiskonnas kriitiliselt jälgida poliitilise ja majandusliku võimu teostamist.“ (Eesti Ajalehtede Liidu kodulehekül, 1998). Siiski on paslik mainida, et Eesti Ajalehtede Liidu koodeksi järgi on lubanud toimida ainult Eesti Ajalehtede Liiduga liitunud ajalehed, mida on 2018. aasta mai kuu seisuga ainult 34 väljaannet. Riiklikult rahastatud väljaandeid on alla poole kõigist koodeksiga liitunud ajalehtedest. See tähendab, et praegu kehtiv ajakirjanduseetika ei ole piisavalt laialt levinud ajakirjade seas, mis ei sea suuremale osale väljaannetest erilisi kriteeriumeid olemaks võrdne ja objektiivne kandidaatide ning erakondade kajastamisel.

Võib arvestada, et paljud valimisealised inimesed teavad vähe valimisel osalevate kandidaatide ja erakondade kohta (Blais, Gidengil, Fournier ja Nevitte 2009, Fowler ja Margolis: 2014). Selle teguri mõju valimistulemustele on aga kindla vastuseta. Arvatakse, et piisava informatsiooni omamine poliitika ja kandidaatide kohta on oluline individuaalsel tasandil, aga koondtulemust valimistel see oluliselt ei mõjuta (Page ja Shapiro 1992). Selle loogika aluseks on Condorcet' teoreem, mis kirjeldab tõenäosust, et keskmiselt informeeritud valijad jõuavad „õigele“ otsusele ja suureneb samavõrdselt valijate arvukus, ehk mida rohkem valijaid, seda vähem mõjutavad välised kallutused valimistulemusi (Miller 1986; Grofman ja Feld 1988; Lahda 1992). Seega valiksid paljud valimisõigusega indiviidid teisiti, kui nad oleksid paremini informeeritud, kuid samas ei muuda see valimistulemusi, kuna individuaalsed „vead“ ei mõjuta olulisel määral lõpptulemust. Lisaks on Condorcet' teoreem oluline Eesti kontekstis, kuivõrd Eesti KOV valimiste puhul on valijaskonna suurus KOVi raames keskmiselt üsna väike.

Varasemad uurimused on kinnitanud, et loogika kehtib, kui mõjutavaks teguriks on süstemaatiline kallutus meedias, mis suunab inimesi teatud viisil valima. Selline mõju kehtib ainult juhul, kui inimesed oleksid valinud teisiti kui nad oleksid paremini informeeritud (Blais jt, 2009: 256). Lisaks on kinnitatud, et suurema tõenäosusega valivad vähemteadlikud inimesed pigem populaarsemaid ning rohkem meedias nähtaval positsioonil olevaid erakondi. (Blais jt, 2009: 270). Bartels (1996: 197) on Ameerika Ühendriikidest rääkides arvamusel, et kuigi inimeste teadmine poliitikast kõigub aastate vältel, võib väita, et inimeste poliitikast arusaamise tase on madal.

Selle tõttu võib vaadelda, kuidas on just nähtavuse kallutatus psühholoogilisest vaatepunktist oluline. Uurimused on näidanud, et piisab ainult teatud stiimuli järjepidavast kordamisest, et tekitada inimestes efekt, mis tõstab inimeses huvi vastava stiimuli vastu (Zajonc, 2001: 225). Seda ideed soovib autor ka tõestada või ümber lükata käesoleva töö järgnevas mudelis.

On kindlaks tehtud, et kallutatuse variandid toimivad ja eksisteerivad ka vastastikkuselt. Näiteks muudab nähtavuse kallutatus mõõdukamaks tonaalse kallutatuse mõju (Eberl jt, 2017b: 111). Oluline on ka märkida, et nähtavuse kallutatus ei ole otseselt mõjutatud tonaalsest kallutatusest, mis tähendab seda, et tonaalsuse mõju kandidaadi üle ei tõsta kandidaadi nähtavust (Geiß ja Schäfer 2017:461). Selle põhjal võib väita, et nähtavuse kallutatus sobib ka eraldi uurimiseks käesoleva töö mudelis muutujana.

1.2 Kontsentreeritus

Et uurida kallutatust, on oluline sisse tuua tegur, mis suudaks kirjeldada kallutatuse määra erinevates regioonides Eestis. Selleks on vajalik sisse tuua tegur, mis mõõdaks meedias mainimiste hulka vastavalt regionaalsetele eripäradele ehk valimisealise elanikkonna suurusele. Antud teguriks on kontsentratsioon, mille ülesandeks on esmalt teha regionaalselt erinevate suurustega KOVide vaatlemine skaalal võimalikuks.

Autor kirjeldab töös meedia ja valimiskäitumise seoseid. Erinevateks põhjusteks, kuidas valijad võivad olla mõjutatavad on valimisealise indiviidi kas tugev või nõrk poliitiline teadlikkus/huvi, teisalt partisanilik järgnemine teatud ideoloogiale, erakonnale või kandidaadile (Eberl jt, 2017: 1127). Töö eesmärgiks on luua mudel, mis selgitab 2017. aasta kohalike omavalitsuse volikogu valimiste seoseid meedias mainimiste kontsentreerituse ja valimiste võistluslikkuse tihedusega, tuues töös sisse ka meedia kallutatuse võimalikke asjaolusid ning muutujaid, mis seletaksid kallutatuse põhjust.

Meedia kontsentreeritust mõõtes vaatleb autor kohalikes omavalitsustes kandideerivate poliitikute mainimisi avalikes meediaväljaannetes ning selle põhjal on välja arvatud mainimiste kontsentreeritus Herfindahl-Hirschmani Indeksi (edaspidi H-HI) järgi (Märten Veskimäe arvutused). Individuaalsete kandidaatide mainimised on monitooringus grupeeritud erakondade ja valimisliitude alla üheks andmebaasiks.

H-HI on tuntud eelkõige majandusteaduses, kus majandusteadlased kasutavad indeksit turu kontsentratsiooni mõõtmiseks (Kwoka, 1985: 915). H-HI on majandusteaduses kasutusel oma kolme tähtsa omaduse poolest. Esiteks kaalub H-HI kõiki turuosa omavaid firmasid iseendaga, mille tulemusena avaldub indeksis paremini suurte firmade turuosa. Teiseks ei väldi H-HI täielikult väiksemaid turuosasid omavaid firmasid. Kolmandaks vaatleb H-HI kõiki firmasid eraldi, mis tähendab et firmade suurus ei ole kontsentratsiooni vaatlemisel määrava tähtsusega (Kwoka, 1985: 921).

Kui tuua analoog riikliku meedia ja turumajanduse vahel, saame panna riikliku meedia kallutatuse võrdseks teguriks firmade turuosa omamisega. Sellise valemiga saame kirjeldada koondtulemusena meedia kallutatuse taset. H-HI võrdsustab ruutude summa protsentidest, kui suurt turu osa teatud firma turust omab. Majandusteaduses on H-HI maksimum skoor 10 000, kui üks firma omab 100% turu osast ($100^2 = 10\ 000$). Sellest johtuvalt on H-HI skoor

nullilähedane, kui firma omab väga väikest osa turuosast. Protsentuaalsel vaatlemisel käsitletakse arve skaalal 0-1 (Kwoka, 1985: 921).

H-HI kriitikana saab välja tuua selle mittesobivuse kõikide kallutatuse tüüpide vaatlemisel. Kuivõrd H-HI on välja töötatud nii, et vaadeldavateks objektideks on firmad, mis toodavad identset toodangut (Entman, 2007: 168), on meediaväljaannetest saadavad lood erineva tonaalsusega, mis välistab H-HI kasutamist tonaalse kallutuse vaatlemisel. Küll aga sobib H-HI hästi nähtavuse kallutuse uurimiseks, kuna see vaatleb väljaannete sisus just ühetaoliselt ja kvantitatiivselt kandidaatide ja/või erakondade mainimist.

H-HI kasulikkus analüütilises vaatepunktis väljendub selles, et seda kasutades saab arvutustest välja jätta antud uurimuse puhul täpse mainimiste arvu ja on võimalik taandada see ühele skaalale kõikides omavalitsustes, ehk käesoleva töö mudelis valimiste perioodil 2017. aasta jaanuarist kuni oktoobrini absoluutskaalal 0-1, võrrelduna teiste sama piirkonna (maakonna) kohalike omavalitsustega (Golosov, 2010: 173). Kallutatus hindab teatud tasakaalu puudumist, kontsentreeritus aga mõõdab tasakaalu tegurite vahel. Kontsentreerituse põhjal saame vaadelda valijate valimiskäitumist lähtuvalt kandidaatide mainimiste kontsentreeritusest. Kontsentreeritus võimaldab hinnata ühel standardiseeritud kujul erinevaid valimispiirkondi samal tahul, mis annab hea tausta edaspidiseks uuringuks.

1.3 Valimiste võistluslikkus

Kohalike omavalitsuste volikogu valimistel on antud töö jaoks tähtis muutuja valimiste võistluslikkus. Valimiste võistluslikkuse kontseptsioonil on mitu olulist tahku. Kõrge võistluslikkusega valimised on rohkem fragmenteeritud, polariseeritud ja toimuvad eelkõige proportsionaalsetes valimissüsteemides (Lachat, 2011: 646).

Sellistel valimistel on valijad silmitsi rikkaliku valikuga erinevate kandidaatide ja erakondade hulgast, kes võitlevad erinevate poliitiliste vaadete eest (Lachat, 2011: 646). See tähendab, et mida võistluslikumad on valimised, seda rohkem on esindatud erinevaid vaateid, mis omakorda muudab valimised demokraatlikumaks.

Kuivõrd Euroopa riikides on valimiste võistluslikkust vähe uuritud, saame tuua valimiste võistluslikkuse paralleele Eesti ja Ameerika Ühendriikide vahel. Ameerika Ühendriikides on vaadeldud valimiste võistluslikkust näiteks sealse esindajatekoja valimistel erinevates

osariikides. Valimiste võistluslikkust mõõdetakse vaadeldes, millisel määral on valimistulemused võistluslikud, ehk kui väike tulemuste vahe on hääli saanud kandidaatide vahel. Valimiste võistluslikkuse mõõtmiseks on oluline vaadelda valimisringkonna suurust. Tavapärase arvamuse on, et mida suurem on valimisringkond, seda suurem on ka valimiste võistluslikkus (Niemi, Jackman ja Winsky, 1991: 96).

Ameerika Ühendriike esindajatekoja valimiste valimiste võistluslikkust mõjutava tegurina on välja toodud näiteks valijate mitmekesisus. Mitmekesisuse all vaadeldakse erinevaid sotsiaal-demograafilisi erisusi, mis valijad üksteisest eraldab. Mitmed antud teemaga seotud teooriad toovad välja valijate mitmekesisuse empiirilisel tajutava olulisuse poliitika ja seda teostavate inimeste jaoks. Teatud sotsiaalsed, majanduslikud ja demograafilised erinevused on seotud teatud ideoloogiate toetamisega. Kui tegemist on homogeense demograafilise piirkonnaga, võib seal olla poliitiliste arusaamade kogum üsna sarnane, mis omakorda mõjutab valimiste võistluslikkust antud valimisringkonnas (Koetzle, 1998: 561). Võib oletada, et valimisringkonnas olevate valijate sotsiaal-demograafiline homogeensus vähendab valimiste võistluslikkust antud piirkonnas ja vastupidiselt suurendab valimiste võistluslikkust mitmekesisemate valijatega valimisringkondades (Koetzle, 1998: 562). Sellest järeldades võib pidada loogiliseks, et valijate sotsiaal-demograafiline mitmekesisus valimisringkondades mõjutab valimiste võistluslikkust (Koetzle, 1998: 571).

Autor vaatleb Eesti kohalike omavalitsuste 2017. aasta valimiste tulemusi, mille põhjal saab regionaalselt välja tuua piirkondliku võitja erakonna ja häälte poolest teiseks jäänud erakonna vahelist hääletesaaki. Kuna kohalikud omavalitsused on suuruselt erinevad, võtab autor arvesse kohalike omavalitsuste inimeste hulka ning sellest lähtuvalt on võimalik regionaalsed tulemused kanda ühtsele protsentuaalsele skaalale. Valimiste võistluslikkust saab hinnata valimisliitude/erakondade häälte vahena. Juhul, kui kogutud häälte vahe on suur, on võistluslikkus väike ning juhul, kui kogutud häälte vahe on väike, on võistluslikkus suur.

1.4 Töö hüpotees

Lähtudes esimeses peatükis kirjeldatust, on võimalik püstitada antud töö hüpotees. Teoreetilises osas selgus, et inimesed võivad olla mõjutatud erinevatest teguritest, sealhulgas avalikust meediast. Seetõttu keskendutakse antud töös ühele kallutatuse viisile - nähtavuse kallutatusele. Nähtavuse kallutatuse vaatlemine kontsentratsioonina annab mõtte kallutatuse

suurusele. Mida suurem on KOVis kallutatus, seda suurem on kontsentratsioon ja seda väiksem on valimiste võistluslikkus.

H1: Mida suurem on meedia kontsentreeritus kohalike omavalitsuse üksuste meedia väljaannetes, seda väiksem on lõplike häälte põhjal vaadeldud valimiste võistluslikkus.

2. Analüüs

Töö empiiriline osa koosneb eelnevalt mainitud meediamonitooringu lahkamisest, vaadeldes väljaannetes mainitud kandidaate piirkondade kaupa. Autor vaatleb ka kallutatuse mõju valimistulemuste võistluslikkusele. Peale uuringu läbitöötamist ja kallutatuse hindamist töötab autor läbi kohalike omavalitsuse valimiste tulemused, mille põhjal saab teha järeldused nii väljaannete kallutatuses kui ka seoses kandidaatide mainimisega meedias ja selle kajastumisel valimistulemustes.

2.1 Operatsionaliseerimine (kasutatavad tunnused)

Töö vaatleb sõltuva muutujana valimiste võistluslikkuse tunnust. Valimiste võistluslikkust vaatlev andmestik on pärit Vabariigi Valimiskomisjoni andmebaasist (Vabariigi Valimiskomisjoni kodulehekülg, 2017). Autor võttis uurimuses arvesse kõik 79 KOVi valimistulemustel esimese koha saanud erakonda/valimisliitu ning teise koha saanud erakonda/valimisliitu. Andmestiku põhjal oli võimalik välja arvutada valimiste võistluslikkuse maht, jagades teise koha saanud erakonna/valimisliidu tulemus esimese koha saanud erakonna/valimisliidu tulemusega.

Töös kasutatav info valimistulemuste ja nende võistluslikkuse kohta pärineb Vabariigi Valimiskomisjonilt. Töös vaatleb autor 79 KOVi valimiste tulemusi ja hindab nende võistluslikkust, vaadeldes valimisi võitnud erakonna või valimisliidu tulemust ja valimistel teiseks jäänud erakonna või valimisliidu tulemust. Tulemuste vahena on arvatud valimiste võistluslikkuse protsent, mis jääb skaalale 0-100%. Lisaks kasutab autor Maa-ameti andmestikku elanikkonna suuruse kohta KOVides (Maa-ameti Geoportaal, 2018), et kõrvutada võistluslikkus ka piirkonna elanikkonna suurusega.

Käesolevas töös kasutatavatest tunnustest on oluline mõõtühik kallutatust mõõtev kontsentreeritus. Uurimuses kasutusel olev meediamonitooring kajastas KOVidest pärinevate erakondade ja valimisliitude kandidaatide mainimisi avalikult rahastatud KOVi piirkonna ajalehtedes. Monitooringu andmed põhinesid aga 2016. aasta maakondade ja KOVide

haldusstruktuuril, mille järgi oli Eestis 213 KOVi. 2017. aasta KOVi valimised toimusid aga haldusreformi järgsel süsteemil, mil Eestis KOVide arv kärbiti 79le.

Selline muudatus nõudis ka andmete agregeerimist, mille järgselt pidi autor piirkondade H-HI kontsentreerituse arvutused viima vastavusse haldusreformi järgse haldusstruktuuriga. Selle jaoks vaatles autor Maa-ameti haldusreformi eelseid ja järgseid muutusi kirjeldanud tabelit (Maa-ameti Geoportaal, 2018). Selle järgi vormistas autor tabeli, liites monitooringu kontsentratsiooni tulemused vastavalt KOVide liitumisele ja arvutas programmis Microsoft Excel kontsentratsioonide keskmise kuude kaupa valimiste eelsel perioodil jaanuarist oktoobrini. Kontsentratsiooni arvutamisel kasutatakse töös 76 KOVi meedia kontsentreerituse andmeid, kuivõrd kolme KOVi puhul puuduvad kontsentreerituse andmed avalikult rahastatud ajalehtede puudumise tõttu. Andmed puuduvad järgnevate KOVide kohta: Haapsalu linn, Kohtla-Järve linn ja Ruhnu vald.

2.2 Mudel

Antud mudeli jaoks vaatleb autor KOV piirkondade kontsentreeritust läbi aja, tuues sisse kausaalse seose valimiste võistluslikkusega. Mudeli vastavust hüpoteesis püstitatuga kontrollib autor lineaarse regressiooniga. Valem hüpoteesi testimiseks on järgnev:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x,$$

kus,

y – valimiste võistluslikkus;

x – Keskmise kontsentreeritus KOVides kuude kaupa H-HI järgi.

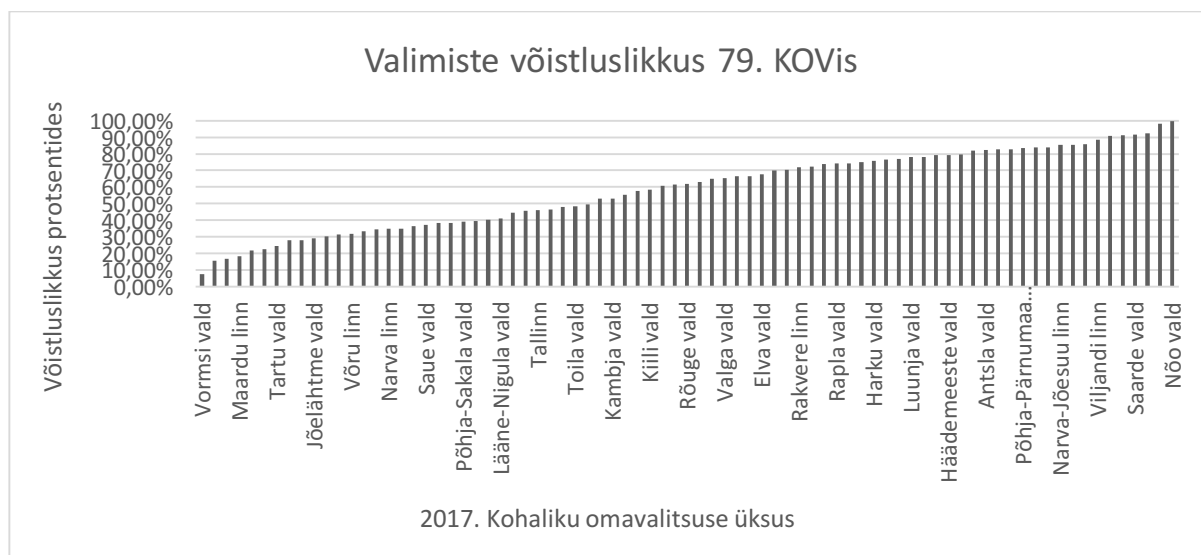
Kui mudel on vastavuses töös püstitatud hüpoteesile, siis võimaldab mudel määrata millisel määral mõjutas KOVide volikogude valimistel meedia kontsentreeritus valimiste võistluslikkust.

2.3 Andmestik

2.3.1 Valimiste võistluslikkus

Võistluslikkuse hindamiseks valimistel kasutas autor kõikide KOVide valimistulemuste andmeid, kus vaatles protsentuaalselt enim hääli saanud ja samuti protsentuaalselt valimistel teise koha saanud erakondade ja valimisliitude tulemusi. Tulemused KOVides jäävad ühest küljest teatud valdades ja linnades spektrumi alumisse osasse, olles väga väikse võistluslikkuse protsendiga (vt. joonis 1.). Madala võistluslikkusega piirkondades on näha väga palju erinevate suuruste ja sotsiaal-demograafiliste eripäradega KOVe. Madalaima võistluslikkusega KOVi esindab Lääne maakonda kuuluv Vormsi vald, kus elanike arvuks on vaid 419 (Rahvastikuregister, 2018) ja valimiste võistluslikkus oli märgatavalt madalam kui mujal (7,3%), kui võistluslikkuse nõrkuselt järgmine KOV, Võru linn, on võistluslikkuse osakaalult 15,4%. Skaala ülemises osas valimiste võistluslikkuse poolel näeme aga kõrgeima võistluslikkusega KOVi, kus valimised võitnud valimisliitu ja teiseks jäänud erakonda eraldas üks hääl. Võitnud valimisliit sai häältesaagiks 875 häält ja teiseks jäänud erakond 874 häält (Vabariigi Valimiskomisjoni kodulehekül, 2017). Selline valimistulemus on võistluslikkuse poolt märkimisväärne, kuivõrd võistluslikkus oli ühe hääle kaugusel, saavutades 99,78% osakaalu võistluslikkusest.

Väga kõrge, üle 90% võistluslikkusega, hiilgasid veel viis KOVi – Hiiumaa vald 98,08%, Haljala vald 92,49%, Saarde vald 91,55%, Põlva vald 91,18% ja Jõhvi vald 90,78%. Kusjuures kõrgemate tulemuste valdade elanike arv jäi vahemikku 4274 elanikku Nõo puhul kuni 14273 elanikku Põlva puhul. Kuivõrd KOVide elanikkonna suuruse mediaan on 7739 elanikku (Rahvastikuregister, 2018), võib öelda, et kõrgema võistluslikkuse seas oli rohkem keskmise suurusega KOVe. Eesti suuremates linnades jäi aga valimiste võistluslikkus tagasihoidlikule tasemele. Kolmes suuremas linnas oli võistluslikkus järgnev: Tallinnas 46,17%, Narvas 34,88% ja Tartus vaid 24,32%. Keskmise võistluslikkus oli kõiki KOVe vaadeldes 58,63%, mis tähendab, et enamikes valdades ja linnades olid valimised pigem võistlusliku suunitlusega. Teoreetilises osas kirjeldatu tõi välja Ameerika Ühendriikide valimiste puhul seose valimiste võistluslikkuse ja piirkonna elanikkonna suuruse vahel (Niemi, Jackman ja Winsky, 1991: 96). Eelnevalt väljatoodud statsitika puhul võime öelda, et Eesti puhul statistiliselt märgatav seos puudub.



Joonis 1. Valimiste võistluslikkus KOV valimiste tulemuste põhjal (Vabariigi Valimiskomisjon, 2017).

2.3.2 Kotsentreeritus

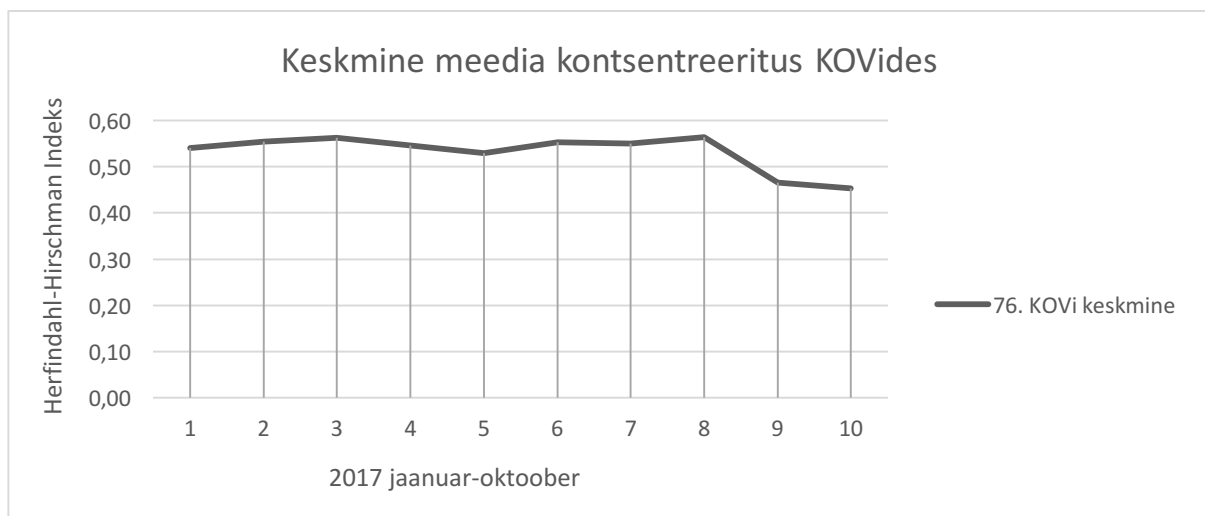
Käesolevas töös kasutatav andmestik kontsentratsiooni kohta pärineb Riigikontrolli ja Erakondade Rahastamise Järelevalve poolt tellitud 2017. aasta meediamonitooringust. Meediamonitooringu andmed pärinevad 2017. aasta jaanuarist oktoobrini, mille vahemikus on välja toodud valimistel osalevate kandidaatide mainimised avalikult rahastatud ajalehtedes KOVi piirkonnas. H-HI on arvutatud iga väljaande kohta artikli sõnade arvu põhised ja järgnevalt agregeeritud kuu tasemele (Märten Veskimäe arvutused),

Kotsentreerituse arvutamine toimub liites kokku iga erakonna meediakajastuse osakaal kogu meediakajastusest. Kui aga artiklis mainitakse mitut erakonda, jaotatakse see sõnade maht kõikide osapoolte vahel võrdselt (Märten Veskimäe arvutused).

Kuivõrd meediamonitooringu andmed olid teostatud eelneva haldusstruktuuri järgi, oli vaja viia monitooringu andmed, sh kotsentreerituse andmed, vastavusse uue haldusstruktuuriga. See tähendab, et 213 KOVi H-HI keskmised tulemused tuli vastavusse viia haldusreformi järgse struktuuriga. Selle põhjal oli võimalik kuude kaupa saada meedia kotsentreerituse keskmine tulemus kõigis 76 vallas, mille kohta monitooring infot andis. Kotsentreeritust kasutab mudelis autor vaadeldes kotsentreerituse keskmisi väärtusi kõigi 76. KOVi lõikes perioodil jaanuar-oktoober 2017 (vt. joonis 2.).

Andmestikku vaadeldes paistab silma kontsentreerituse andmete puudumine 2017. aasta juuli kohta 27 KOVis. Seda võib põhjustada KOVide soov hoida avalikult rahastatud ajalehtede pealt raha kokku suvekuul, kus uudiste maht ei ole kõrge (Link, 2009). Andmestik on küll mõneti puudulik, kuid KOVide rohkuse tõttu on piisavalt andmeid kontsentreerituse kohta, et keskmiste väärtuste põhjal oleks võimalik teha kirjeldava analüüs.

Huvitava trendina on keskmiseid kontsentreeritusi jaanuarist oktoobrini vaadeldes näha, kuidas valimiste eelsel kuul septembris ja valimiste kuul oktoobris on meedia keskmine kontsentreeritus madalam kui aasta vältel (vt. joonis 2.). Kuude lõikes anomaaliana esinevate septembri ja oktoobri kontsentreerituse langusele ei leia autor kindlat selgitust. Autor spekulereib, et tegemist võib-olla avalikult rahastatud ajalehtede teadliku tegevusega, kajastades valimistega seotud teemasid vähem lähenedes valimistele oktoobris, viidates võimalikule vähesele temaatilisele kallutatusele ja meedia väljaannete apoliitilisusele. Samas võib olla tõenäoline ka asjaolu, et valimiste jaoks valmiv info, näiteks valimisnimekirjad, on esitatud väljannetes juba varem. Seega langeb kontsentreeritus tänu sellele, et väljaanded on valimiste jaoks olulise info juba varem lugejateni edastanud.



Joonis 2. Keskmine meedia kontsentreeritus Herfindahl-Hirschmani indeksi kohaselt 76. KOVis.

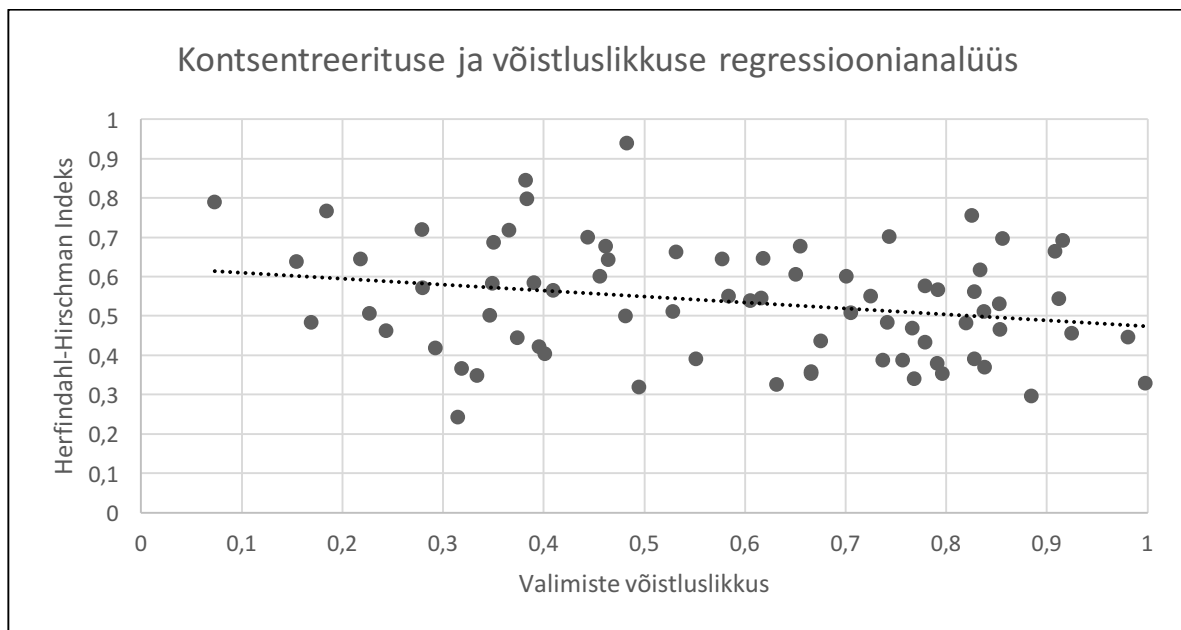
2.3 Analüüsi tulemused

Autor teostas vastavalt töö mudelile regressioonianalüüsi, hindamaks võistluslikkuse seost meedia kontsentreeritusega. Regressiooniga soovis autor seletada, kuidas sõltuv muutuja (võistluslikkus) on statistiliselt seotud sõltumatu muutujaga (meedia kontsentreeritus). Analüüs

on teostatud programmis Microsoft Excel. Regressioonanalüüsi võimaldab hinnata, kas sõltumatu ja sõltuva muutujate andmeid võib pidada seotuteks. Mudel, mida regressioonanalüüsiga uuritakse on järgnev:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x.$$

Mudeli põhjal koostatud visualiseeritud regressioonanalüüsi kaudu näeme muutujate omavahelist seost (vt. joonis 3.). Joonises on esitatud punktidenähtena skaalal 76 KOVi, mille seotust kahe muutuja vahel joonis kirjeldab. Võime näha, et muutujate vahel on seos nõrk, mida ilmestab ka trendijoone vähene kõikumine. Trendijoone järgi võime öelda, et mudel ei võimalda hinnata piisavalt täpselt kontsentreerituse mõju valimiste võistluslikkusele.



Joonis 3. Kontsentreerituse (H-HI) ja valimiste võistluslikkuse regressioonanalüüs.

Seda väidet kinnitab ka regressioonanalüüsi statistiline kokkuvõte (vt. tabel 1.). Tabelis väljatoodud mitmekordne R on korrelatsiooni koefitsient, mis hindab muutujate seose tugevust. Mitmekordse R-i madal väärtus korreleerub regressioonanalüüsi joonisega (vt. joonis 3.) – seos muutujate vahel on nõrk. R^2 väärtus läheneb väärtusele null ning näitab taaskordselt ära muutujate vahelise seose statistiliste olulisuse puudulikkust. Regressioonanalüüsi koefitsiendid näitavad nagu kogu eelmine statistika, et muutujate omavaheline seos on nõrk (vt. tabel 1.).

Tabel 1. Regressioonianalüüsi kokkuvõte vastavalt mudelile.

<i>Regressiooni statistika</i>	
Mitmekordne R	0.246
R ²	0.060
Kohandatud R ²	0.048
Standardviga	0.230
Vaatlusi	76
<i>Koefitsiendid</i>	
$\beta_0 =$	0.800
$\beta_1 =$	-0.400

2.4 Järeldused

Teoreetiline tagapõhi kirjeldas seotust demokraatia väärtuste, meedia apoliitilisuse ning valijate võimaliku kallutatuse üle valimisperiodidel. Sellele järgnevalt vaatles autor erinevate teadlaste uurimusi, mis on seotud meedia kallutatuse ning samuti valimiste võistluslikkusega. Teoreetilisel baasil püstitas autor hüpoteesi 1. Hüpotees 1 ei leidnud aga kinnitust. Valimiste võistluslikkus ei ole statistiliselt oluliselt seotud meedia kontsentreerituse tasemega. Hüpoteesi lükkas ümber regressioonianalüüs, mis kinnitas muutujate sobimatust käesolevas mudelis.

Kui töö teoreetilises osas vaatles autor varasemate uuringute põhjal tulemusi, mis kirjeldasid valijaskonna teadmatust poliitilises valdkonnas ning meedia võimalikku apoliitilisust, võime hüpoteesi ümberlükkamise järel spekuloida, et Eesti Vabariigi puhul ei ole tegemist meedia poolt poliitiliselt kallutatud riigiga. Sealhulgas näitab vähene seos võistluslikkuse ning kontsentreerituse vahel, et valimised toimusid ausalt ja kallutamata. Meedia kontsentreerituse keskmise langus 2017. aasta septembris ja oktoobris eelnevate kuude vältel stabiilsena püsinud näitaja puhul võib loota, et tegemist on ajakirjanike ja toimetajate süstemaatilise otsusega kaasata vähem poliitilise elu tegelasi avalikult rahastatud meedia väljaannetesse, vältides kallutatust valimiste eelsel perioodil.

Käesoleva mudeli puudulikkus seisnes aga andmestiku kohatises puudumises, näiteks kontsentreeritust KOVide kaupa vaadeldes oli puudu mitme kuu andmeid, mis kokkuvõttes võis mõjutada töös püstitatud mudeli sobivust.

Tulevastes uurimustes, mis hõlmavad valimiste võistluslikkust ja meedia kontsentreeritust, tasub võrrelda KOVide valimisi läbi aastate. Selline käsitlus lisab tööle juurde uue mõõde ning

annab põhjalikuma ülevaate võimalikust kallutatuse tasemest ajalooliselt, võrreldes tänapäevasega. Lisaks tasub lisada tööle ka rohkem sõltuvaid muutujaid, mis prooviksid kirjeldada valimiste võistluslikkuse taseme suurust erinevates KOVides, näiteks nagu sotsiaal-demograafilised näitajad, mis on välja toodud ka antud töö teoreetilises osas.

Kokkuvõte

Meedia on valijate jaoks tähtis platvorm, mille kaudu saada infot poliitikat kujundavate inimeste, erakondade ja valimisliitude kohta. Avaliku meedia roll selles ülesandes on edendada demokraatlike väärtusi, milleks on valijate objektiivne informeeritus neid valitsevate inimeste üle. Kallutatud avalik meedia ei ole demokraatlikust seisukohast mõistetav, kuivõrd see tähendaks olukorda, kus riik kallutab enda rahastatud meedia kaudu inimesi teatud erakondade ja ideoloogiate poole.

Töö probleemipüstitus põhines demokraatlikul põhimõttel, mis eeldab avalikult rahastatud meedialt kallutamatu ning apoliitilist infoedastust. Apoliitilisuse võimalikku puudumist soovis autor kontrollida vaadeldes võimalikku seost 2017. KOV valimiste võistluslikkuse ja meedia kontsentreerituse vahel.

Sellest tulenevalt oli käesoleva töö eesmärgiks välja tuua kausaalne seos 2017. aastal toimunud kohaliku omavalitsuse volikogu valimiste tulemuste ja erakondade ning valimisliitude avalikus meedias mainimiste kontsentreerituse vahel.

Töö teoreetilises osas kirjeldas autor eelkõige meedia kallutatuse erinevaid faktoreid, ning võttis kasutusele parimana kvantitatiivsele mudelisse sobinud kallutatust ilmestava variatsiooni. Sellele lisaks tõi autor töö uurimisprobleemi lahendamiseks sisse kontsentreerituse mõiste kallutatuse hindamiseks, ning seletas kontsentreerituse teoreetilist baasi.

Tulenevalt probleemipüstitusele ning toetutes teoreetilisele baasile ja kasutusel olevale andmestikule püstitas autor töö hüpoteesi. Töö hüpoteesi kohaselt peaks leiduma statistiliselt oluline seos valimiste võistluslikkuse 2017. aasta Eesti KOV valimistel ja meedia kontsentreerituse vahel. Selleks töötles autor kasutuses olevaid andmestikke (sh. taandades 2017 meediamonitooringu andmed uue haldussüsteemi järgi) ja koostas mudeli, mille statistilisel rakendumisel oleks näha seost võistluslikkuse ja meedia kontsentreerituse vahel.

Püstitatud hüpotees ei leidnud aga kinnitust. Regressioonianalüüs kahe muutuja vahel ei leidnud nende vahel statistiliselt olulist seost, mille tulemusena on hüpotees tõesús ümberlükatud.

Hüpoteesi ümberlukkamine tähendab aga seda, et meedia kallutus Eesti näitel ei ole piisavalt suure statistilise olulisusega. See tähendab Eesti avaliku meedia objektiivsust nii raporteerimisel kui ka väljaannete toimetamisel. Lisaks sellele võib loota, et ka Eesti valijad ei ole kallutusest niivõrd mõjutatavad.

Tulevastes uurimustes tasub lisada uurimistööle rohkem sõltuvaid muutujaid, mis prooviksid kirjeldada valimiste võistluslikkuse taseme suurust erinevates KOVIDes, näiteks nagu sotsiaal-demograafilised näitajad, mis on välja toodud ka antud töö teoreetilises osas.

Summary

Media is a crucial platform for voters to gain information about key policy-makers, political parties and electoral associations. The role of public media is to promote democratic values, one of which is to objectively inform voters about politics and policy-makers. Biased public media is not desirable from a democratic point of view. This is due to a possible conflict of interest that arises from biased public media – the electorate pays taxes to the government, from which the government funds the local media. Later, in this scenario, the local government-owned media presents the local electorate with biased media favoring a certain party.

The problematization of current research was based on a democratic principle, which implies an irrevocable and apolitical transmission of publicly funded media. Due to the alleged lack of apoliticality of publicly funded media, the author wanted to check the possible link between election competition and concentration of the media.

Consequently, the aim of this research is to highlight the possible statistical link between the results of local government council elections in 2017 in Estonia and the concentration of mentioning of political parties and election associations in the public media.

In the theoretical part of the work, the author first described three types of media bias, and introduced the type most applicable to quantitative model which was later utilized in the empirical part of the research.

The hypothesis of the research proposes a statistically significant link between electoral competition in the 2017 elections in Estonia and media concentration. For this, the author processed the data in use (including the media monitoring data of 2017, which had to be processed according to the new local government administration system in Estonia) and after that compiled a model that could show a link between competition and media concentration.

However, the hypothesis was not confirmed. Regression analysis between the two variables did not detect a statistically significant relationship between the variables. However, the rejection of the hypothesis could mean that media bias in Estonian government-owned newspapers is statistically not important. Furthermore, this could indicate transparency of the Estonian public media both in reporting and in editing publications.

In future studies, it is worthwhile to add more dependent variables to research, which would try to describe the size of the level of competition in different local governments, such as socio-demographic indicators, which are also outlined in the theoretical part of this work.

Kasutatud kirjandus

Bartels, L. (1996). „Uninformed votes: Information effects in presidential elections“. *American Journal of Political Science*, 40: 194–230.

Blais A., Gindengil, E., Fournier, P., Nevitte N. (2009). „Information, visibility and elections: Why electoral outcomes differ when voters are better informed“. *European Journal of Political Research*, 48, 256–280.

Chan, J., Suen, W.. (2009). „Media as watchdogs: The role of news media in electoral competition“. *European Economic Review*, 53(7), 799-814.

Djankov, S., McLiesh C., Nenova, T., Shleifer, A. (2003). „Who Owns the Media?“. *The Journal of Law & Economics*, 46 (2), 341-382.

Eberl, J.-M. Boomgaarden, H. G., Wagner, M. (2017). „One Bias Fits All? Three Types of Media Bias and Their Effects on Party Preferences“. *Communication Research*, 44(8), 1125-1148.

Eberl, J.-M. Boomgaarden, H. G., Wagner, M. (2017b). „Are Perceptions of Candidate Traits Shaped by the Media? The Effects of Three Types of Media Bias“. *The International Journal of Press/Politics*, 22(1) 111–132.

Eesti Ajalehtede Liidu kodulehekülg (1998). kasutatud 07.05.2018
<http://www.eall.ee/eetikakoodeks.html>

Entman, R. M. (2007). „Framing Bias: Media in the Distribution of Power“. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.

Fowler, A., Margolis, M. (2014). „The political consequences of uninformed voters“. *Electoral Studies*, 34, 100-110.

Geiß, S., Schäfer, S. (2017). „Any Publicity or Good Publicity? A Competitive Test of Visibility- and Tonality-Based Media Effects on Voting Behavior“. *Political Communication*, 34(3), 444-467.

Golosov, G. (2010). „THE EFFECTIVE NUMBER OF PARTIES A New Approach“. *Party Politics*, 16(2), 171-192.

Grofman, B. & Feld, S.L. (1988). „Rousseau’s general will: A Condorcetian perspective“. *American Political Science Review*, 82(2): 567–576.

Hallin, D. C. ja Mancini, P. (2004). „Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics“. New York: Cambridge University Press.

Johansen, M. S., & Joslyn, M. R. (2008). „Political persuasion during times of crisis: The effects of education and news media on citizens’ factual information about Iraq“. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85, 591-608.

Koetzle, W. (1998). „The Impact of Constituency Diversity upon the Competitiveness of U. S. House Elections“. *Legislative Studies Quarterly*, 23(4), 561-573.

Kritzinger, S., Thomas, K., Glantschnigg, C., Aichholzer, J., Glinitzer, K., Johann, D., Wagner, M., Zeglovits, E., (2016). „AUTNES Comparative Study of Electoral Systems Post-Election Survey 2013“. GESIS Data Archive, Cologne.

Kwoka J.E. Jr. (1985). „The Herfindahl Index in Theory and Practice“. *Antitrust Bulletin*, 30, 915-947.

Lachat, R. (2011). „Electoral Competitiveness and Issue Voting“. *Political Behaviour*, 33(4), 645-663.

Lahda, K.K. (1992). „The Condorcet jury theorem, free speech and correlated votes“. *American Journal of Political Science*, 36: 617–634.

Link, E.-G. (2009). „Ajaleht Pärnu suvekuudel ei ilmu“. *Pärnu Postimees*, 20.03.2009. Kasutatud 10.05.2018, <https://parnu.postimees.ee/96847/ajaleht-parnu-suvekuudel-ei-ilmu>

Maa-ameti Geoportaal (2018). „Ülevaattetabel haldusreformiga seotud muudatustest“. kasutatud 5.05.2018
http://geoportaal.maaamet.ee/docs/aadress/HALDUSREFORMI_KANNETE_YLEVAATETABEL.xls

Miller, N.R. (1986). „Information, electorates and democracy: Some extensions and interpretations of the Condorcet jury theorem. In B. Grofman & G. Owen (eds), *Information pooling and group decision making*“. Greenwich, CT: JAI Press.

Niemi, R.G., Jackman, S., Winsky, L.R. (1991). „Candidacies and Competitiveness in Multimember Districts“. *Legislative Studies Quarterly*, 16(1), 91-109.

Page, B.I., Shapiro, R.Y. (1992). „The rational public: Fifty years of trends in American's policy preferences“. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Rahvastikuregister (2018). „Elanike demograafiline jaotus maakonniti“. kasutatud 5.05.2018 http://f.ell.ee/failid/kodukas/rahvastik/2018-01-01_rahvastik_netti_.htm

Riigikontrolli meediamonitooring 2017 (2017). Riigikontroll.

Strömbäck, J. (2008). „Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics“. *The International Journal of Press/Politics*, 13, 228-246.

Zajonc, R.B. (2001). „Mere Exposure: A Gateway to the Subliminal“. *Current Directions in Psychological Science*, 10(6), 224-228.

Vabariigi Valimiskomisjoni kodulehekülg (2017): „Kohalikud valimised 2017, valimistulemus“. Kasutatud 5.05.2018 <https://kov2017.valimised.ee/valimistulemus.html>

Veskimäe, Märten (2017). Herfindahli arvutused Riigikontrolli meediamonitooringu põhjal. Kasutatud 28.04.2018.

Mina, Karl Johan Pechter,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Avaliku meedia mõju valimiste võistluslikkusele, 2017 Eesti kohaliku omavalitsuse volikogu valimiste näitel“, mille juhendaja on Märten Veskimäe,
 - 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 21.05.2018 _____