

# Meedia ärimudeli muutumine

Priit Hõbemägi,  
Tallinna Ülikooli Balti Filmi, Meedia, Kunstide ja Kommunikatsiooni Instituut,  
2017

# GUTENBERGI UNIVERSUM

One-to-many  
kommunikatsioonimudel

Info edastaja on alati  
autoriteet

Tagasiside puudub

Ajakirjanduse hariv  
funktsioon kahaneb

Ajakirjanduse väärtused?

Ajakirjandus kui neljas  
võim või seisus



Kes andis ajakirjandusele  
voli sekkuda?

Ajakirjandus kui  
ühiskonna valvekoer

Ajakirjandus kui kasumi  
teenimise allikas

Lihhtne ärimudel, palju  
raha

Sisu - lugejad - reklaam -  
raha

Külastage meie boksi!

Massiteabevahendite ilus  
elu

INTERNETI UNIVERSUM



Ajakirjandus kohtub  
internetiga

Üks erakordselt  
lühinägelik mõte

Tegelikkuse külm dušš

Tasuta sisu enam  
tasuliseks muuta ei saa

Katkestav tehnoloogia -  
disruptive technology

Veel üks maha magatud  
võimalus äri teha

# Many-to-many kommunikatsioonimudel

Interneti palavik



Internetimulli lõhkemine

E-Eesti kui eriline maa

Tsirkust Delfi  
kommentaaridest!

Mõõdetavuse kasu ja  
kahju

Väike kõrvalepõige  
media telgitagustesse

Uudisväärtused

# Uudisväärtused

- mõjukus
- ebatavalisus (ootamatus, ülivõrdelisus)
- prominendid
- konflikt
- lähedus (nii füüsiline kui psüühiline)
- värskus
- aktuaalsus.

Mis on oluline, mis mitte?



Netiajakirjanik on  
teistsugune

Emotsioonid on üha  
tähtsamad

Kuidas inimesi internetis  
kommenteerima panna

Mis on  
kommenteerimisväärtused?

# Kommenteerimisväärtused

- Tugevalt tunnetele mõjuvad nähtused või kindlad inimesed
- Isiklik emotsionaalne suhe asjaga
- Ärritav sündmus või inimene
- Sündmuse tugev vastuolu või tugev kooskõla minu või grupi eelarvamuste või arusaamadega.
- Suure hulgaga samastumist võimaldav sündmus
- Üleoleku näitamist võimaldav sündmus
- Parastamist võimaldav sündmus või tegelane
- Lahterdamist võimaldav sündmus (Allikas: T. Hennoste)

Mida ärritavam, seda  
parem!

Anonüümsete  
kommentaaride palavik

Anonüümsed  
kommentaarid on ohtlikud



Üks häda ajab teist taga:  
kolm mõjurit

1. Majandus -raha enam  
pole.

2. Tehnoloogia areng -  
palju uusi vidinaid

3. Kasutajad - jagunesid  
väikesteks rühmadeks

Integrated newsroom ehk  
ühendtoimetus

Kuidas televisioonilt  
reklaamiraha ära võtta

FACEBOOKI  
UNIVERSUM

Facebook on maailma  
suurim meediakanal



Reklaam jääb sotsiaalmeedia  
tõttu märkamata

Facebook pakub oma  
lahendust - Instant Articles

Sotsiaalmeeedia tingimused  
toovad tundmatu tuleviku

Hirm ajakirjanduse  
sõltumatuse pärast

Areenile saabuvad  
valeuudised

Meedia usaldusväärsus  
saab uue hoobi

Milline on meedia tulevik?  
Või tuleviku meedia?