

Puutusin naistevastase vägivalla meediakajastusega esimest korda kokku 1998. aasta sügisel. Olin siis 27-aastane reporter-toimetaja ja asusin just tööle Tallinna kunagises sõpruslinnas Kotkas ilmuvast piirkondlikus päevalehes Kymen Sanomat. Mõned nädalad hiljem käisin pressikonverentsil, kus esitleti plaani rajada linna turvakodu, mis poolteist aastat hiljem ka tõepoolest avati.

Samas ei jäänud kohaliku omavalitsuse plaanide esitlus viimaseks kokkupuuteks ei selle teema ega turvakoduga, mis Kotka linnas kannab oma seinte vahele peituvate karmide saatuste kiuste isegi peenevõitu nime Villa Jensen. Meie ajalehe toimetusse laekus pidevalt uusi kutseid, küll tutvuma turvakodu argipäevaga, küll võtma osa perevägivalla teemalistest seminaridest või loengutest.

Jah, ka meie olime erameedia, erakapitalil põhinev ajakirjandusettevõte, mis müüdi hiljem suure meediakontserni Sanoma osaks. Ses mõttes ei saa üle ega ümber faktist, et ka pere- ja naistevastase vägivallaga seotud lood aitasid meil teatud mõttes äri ajada ehk siis lehte müüa. Vähemalt avaldati nad lehes, mida ei andnud välja riik ega omavalitsus ega MTÜ, vaid reaalne kasumit taotlev ettevõte. Lehe eesmärgiks oli saavutada võimalikult palju lugejaid ja tellijaid.

Sellest hoolimata lasti meid turvakodu siseruumidesse ning aeg-ajalt leiti meile ka mõni maja elanikest intervjuueeritavaks. Iial ei olnud see sunduslik ning tihti varjasime me lugejate eest intervjuueeritava nägu ja päris nime. Samas ei olnud avaldatud lood ka haledad nutulaulud, vaid keskendusid sellele, kuidas tekkinud olukorrast edasi minna. Jõhkraid lugusid, mida igal turvakodu konkreetse hetke elanikul rääkida oli, kasutasime me ainult illustreerivate fragmentidena, põhjendamaks turvakodusse sattumist. Kui aga mõelda lugude üldise suunitluse peale, siis aitasid reporterid-toimetajad sotsiaaltöötajate ning turvakodu personalil pakkuda kõigile vägivalla all kannatavatele naistele väljapääsutee, leida vastuse küsimusele "Kuidas ma sellest välja saan?" ning hetkem hiljem tekkivale küsimusele "Kuidas edasi?"

Meie piirkond, Kagu-Soome, oli naistevastase, pere- ja avaliku vägivalla käsitlemisel omamoodi eesrindlane. Kireva eluga sadamalinnana oli Kotka traditsiooniliselt olnud aken maailma, samas tõi kaasa ka sügavama ning süngema põhjahoovuse. Tänavatel kakeldi, kodudes löödi ja alati mitte ainult rusikaga.

1998. aastal oli linnavalitsus otsustanud teha omapärase liigutuse. Linn töötas toona välja säästva arengu programmi ning kirjutas ühe punktina sellesse programmi ka sotsiaalse heaolu, mille ühe osana sai kirja ka vägivalla ning kuritegude vähendamine.

Kumbagi ei ole aga võimalik vähendada karmide repressiivmeetoditega, mis tegelevad rohkem tagajärje, kui põhjusega, see oli Kotkas juba tolleks ajaks selgeks õpitud. Seetõttu nägi Kotka säästva arengu programm ette hulga meetmeid, mida meie oludes kutsutaks kindlasti pehmeteks - vabatahtlike öised patrullid probleemsetes piirkondades, kohalike kordnike võrgu taaselustamine, kojameeste palkamine pärast aastakümnete pikkust pausi, töö noortega jne.

Reklaamitööstuses on üks oluline ütlemine: äri ilma reklaamita on nagu meeldivale vastassoo esindajale pimedas toas silma pilgutamine: sina tead, mida sa teed, aga keegi teine ei tea.

Seda lauset meeles pidades sai Kotka linn päris kiiresti aru, et massimeedia on siiski ainuke reaalne vahend oma sõnumi suurte rahvahulkadeni viimiseks. Jah, viimase kümne aasta jooksul on ajad muutunud ning internet on omandanud hoopis uue rolli, kuid ka seal on olemas niši- ja massimeedia. Kotka otsustas, et linna oma kodulehekülgede, spetsiaalsete veebilehtede ja muude piiratud leviga meediate kaudu ei saavutata iial seda tulemust, mille annab laia leviga ajaleht või - nagu nüüdisajal võib ka öelda - agaralt külastatav võrguväljaanne või portaal.

Miks siis meie ajaleht, samamoodi nagu meie ettevõttele kuuluvad sõsarlehed naaberpiirkondades ei maiustanud vägivalda veriste üksikasjadega ega avaldanud pilte sinise silmaga kohalikest naistest, matkides üldriiklike tabloide? Sellepärast, et me lähtusime klassikalisest ajakirjanduseetikast. Ja klassikalise ajakirjanduseetika kohaselt on ajakirjanduse eesmärk mitte ainult omanikele kasumit teenida, vaid samal ajal ka midagi ära teha. Natuke maailma parandada - mis siis, et sellele tegevusele kiputakse nüüdisajal... ning valikuliselt skeptilises Eesti riigis eriti (ütlen valikuliselt selle pärast, et igasuguse selgeltnägemise ja muu müstika jaoks jagub eestlasel usku rohkem kui küll, mitte aga solidaarsuse ning hea tegemise jaoks), banaalsuse silti külge kleepima.

Ja see ongi oluline aspekt, mille peale turva- ja kriisikodud, ohvriabid ning kõikvõimalikud muud vastavad MTÜd peaksid mõtlema, kui meediast partnereid valivad. Unustage ära see, mis vormis meedia end välja annab. Paber ei ole meediaformaadina automaatselt õilsam ja puhtam, kui võrgukeskkond - ma olen veendunud, et paberil ilmuv Õhtuleht on näiteks oma olemuselt väga väga palju kollasem kui Sirbi veebiversioon ja Kuku raadio palju akadeemilisem kui ajakiri Kroonika. Unustage vorm ning mõelge rohkem sisu peale - milline meedia pakub teile sellist profiili, mis teie sõnumi edastamise jaoks vajalik on.

Inga Mikiver mainis mulle enne seda konverentsi, et kriisikodu on olnud seni meedia suhtes väga valikuline ning ainuke, kes reaalselt informatsiooni on saanud, on Kadri Ibrus Eesti Päevalehest, mis on minu hinnangul tõeliselt hea valik. Nii palju kui mina tean, teeb ta oma tööd väga suure pühendumusega ning professionaalselt ja see töö ei ole jäänud ka pärgamata.

Kui kriisikodul, ohvriabil või teistel naistevastase vägivalda vastase võitluse tegelejal on plaanis meediakajastust laiendada, siis olete te silmitsi ühe olemusliku probleemiga.

Põhjus, miks Soome vägivaldavastastel liikumistel ja sotsiaaltöötajatel on olnud siiski suhteliselt lihtne sealse meediaga suhelda, on fakt, et vähemalt trükimeedia puhul on vähegi suuremates väljaannetes spetsiaalsed sotsiaal- ja tervishoiutoimetajad, kes ongi spetsialiseerunud kogu sellele valdkonnale. Nii palju kui mina tean, et Kadri Eestis selles mõttes haruldus, et teisi nendele teemadele nii konkreetselt spetsialiseerunud toimetajaid Eestist ei leidugi. Kui me vaatame teiste väljaannete kontakte, siis leiame küll majandus- ja poliitilisi analüütikuid, meelelahutus- ja krimireportereid, stiliste ja dieedinõunikke, aga mitte sotsiaal- ja tervishoiutoimetajaid.

Otsides koostööpartnereid Eesti ajakirjandusmaastikul peate te tegema täppistööd: raalima täpsustatud otsinguga välja need inimesed, kelle puhul te olete kindlad, et nad mõistavad teie eesmärgi ning vajadusi. Samas ei saa ajakirjanikku kunagi kohelda kui enda käepikendust - professionaalne ajakirjanik saab ja peab võtma teie sõnumi ning muutma selle oma publikule arusaadavasse vormi.

Mida aga teie ise saate ajakirjanikele pakkuda?

Üks asi, mille puudumist ma täheldasin enam-vähem esimesel tööpäeval Eesti ajakirjanduses, oli korraliku statistika puudumine. Ilma statistika on aga väga raske teha võrdlusi, esitada väiteid ning panna mõistma, kui tõsine probleem naiste- ja lastevastane vägivald on, need, kelle mõjutamine oleks vajalik.

1998. aastal õpiti Kotkas kiiresti ära üks lihtne tõde - nii kaua, kui vägivald on lihtsalt mingi laialivalgub üldine vägivald, ei ole sellega võimalik esiteks samastuda ning teiseks ei ole seda võimalik fookuserida - ilma fookuseta aga valgub vägivald laiali, muutub "kellegi mingiks toimetamiseks kusagil".

Kui mul aga oleks olemas statistika, mille põhjal ma võib väita, et viiendik siin ruumis viibijatest on kunagi elanud vägivaldses suhtes või et iga kaheksas riigikogu liige on olnud perevägivalda domineeriv või allaheitev osapool, siis oleks mul palju lihtsam teie missioonile õlga alla panna. Publik vajab näitlikustamist, samastumist ja selgeid ning arusaadavaid mõtmeid - ilmakorraliku statistikata ei ole see võimalik.

Selge aga ei pea olema ainult taust, vaid ka sõnum. Sõnumi selgeks saamiseks oleks aga vaja inimesi, kes oleksid selgesõnalised, enesekindlad ning teaksid, mida nad räägivad. Ehk siis - teil läheb vaja õppinud retoorikuid ja lobitöö tegijaid. Kõik teie valdkonna inimesed nendeks kindlasti ei saa, kuid seda enam on vaja kinni haarata nendest üksikutest, kes selleks võimelised on.

Mida aga oleks vaja teha ühiselt?

On üks asi, mis aitas kaasa naistevastase vägivalla vastase meediakajastuse tekkele ja ulatuslikkuse kasvule Soomes. Kõik osapooled tunnistasid, et see on probleem.

See nõuab isegi teatud ajakirjanduslikku tsensuuri ning arvamusevabaduse piiramist, aga naistevastase vägivalla problemaatikast ei ole võimalik enne usutavalt kirjutada, kui Eesti ajakirjanduses ei valitse konsensuslik suhtumine. Pole võimalik kirjutada problemlugusid vägivallast, kui samas väljaandes ilmub arvamislugusid või uudiseid, kus viljeldakse kulunud klišeed "naine on ikka ise süüdi ka".

Kui me tahame, et naistevastase vägivalla koha pealt Eestis midagi muutuks, siis peame me võimalikult laialdaselt ning üksmeelselt välja ütlema, et naistevastane, pere- või lähisuhtevägivald on selgelt ja lihtsalt vale ning lubamatu. Punkt.