

Tulemuse määrab valimistevaheline töö

RiTo vestlusring

Riigikogu Toimetised kutsus 21. mail ühe laua ümber poliitikud ja poliitikavaatlejad arutama tänavust Riigikogu uue koosseisu valimist ja sellele eelnenud valimiskampaaniat ning meedia rolli debattide kujundajana.

Vestlusringis osalesid poliitikud Meelis Atonen (Reformierakond), Mart Laar (Isamaa ja Res Publica Liit), Eiki Nestor (Sotsiaaldemokraatlik Erakond) ja Ain Seppik (Keskerakond), politoloog Anu Toots (Tallinna Ülikool) ning meediaekspert Tarmu Tammerk (*Agence France-Presse*'i Eesti korrespondent). Küsimusi esitas Riigikogu Kantselei pressitalituse juhataja Aivar Jarne. Valiku vestlusest tegi RiTo peatoimetaja Helle Ruusing.

Kommertslikkus tungib peale

Aivar Jarne: Alustame valimiseelsest ajast ja valimiskampaaniast. Milliseks kampaania kujunes? Oodati räpast kampaaniat, aga oli hoopis kommertslik ja võib-olla seda küünilisem. Milline võib olla järgmiste valimiste kampaania?

Eiki Nestor: Et kampaania tuleb kommertslik, oli ette teada. See mõjutas ka valimistulemust, aidates erakondadel, kellel oli rohkem raha, viia oma mõtteid nende valijateni, kes muidu on poliitikast vähem huvitatud. Kui ennustatakse räpast valimiskampaaniat, kehtan mina selle koha peal alati õlgu. Mul endal pole kombeks räpast kampaaniat teha, seetõttu ei oska ma seda kunagi oodata, alati loodan, et ka teised ei tee seda. Varasemate Riigikogu valimistega võrreldes oli siin kaks uut momenti. Esiteks said inimesed neli aastat tagasi kampaania käigus ja sellele järgnenud poliitikas rikkamaks ühe kogemuse võrra – selle nimi oli Res Publica. Nad said aru, et pelgalt sellest, et keegi uus on, ei pruugi aidata poliitikas jätkusuutlik olla, nii et valijad võiksid sinu peale loota. Teisalt mõjutas minu meelest lõpptulemust väga palju see, et need valijad, kes tegid oma valiku viimase nädala jooksul, ei hääletanud enam erakondi, vaid selgelt peaministrit.

Ain Seppik: Põhimõtteliselt võib Eiki Nestoriga paljudes asjades nõus olla. Aga kui rääkida kampaania erisustest, siis seekordne valimiskampaania läks eelmistest palju pikemaks, sest Riigikogu eiras jäärpäiselt välireklaami keelu lubamatust. Keelu eesmärk oli lühendada valimiskampaaniat ning vähendada reklaami, mis teeks kampaania odavamaks jne. Kõik need eesmärgid jäid täitmata, tegelikult läks kampaania veel kallimaks, sest see algas minu arvates täie hooga juba kusagil novembris ja kestis märtsi alguseni välja. Ma ei ole Eiki Nestoriga päris nõus selles, et need erakonnad, kellel oli rohkem võimalusi reklaami osta, said rohkem hääli ja võitsid. See võib nii olla, aga võib ka mitte olla. Meie kogemus ütleb, et kampaanias omandab üha rohkem tähtsust nii-öelda uksest ukseni käimine, vähemalt maal ja nüüd juba ka linnas. Kandidaat peab inimestega vahetult suhtlema, piltlikult öeldes oma hääle ise ära tooma, seetõttu suurtest plakatitest ja televisioonireklaamist enam ei piisa. Kolmandaks: kuigi ajakirjandus rääkis räpasest kampaaniast tõepoolest väga palju, seda tegelikkuses ei olnud. Kampaania oli väga materiaalne, kuid mulle tundus, vähemalt valimistulemusi vaadates, et rahvas toetas seda, nii et midagi ei ole teha. Ilmselt läheb meie

praeguses olukorras, kus majandus kasvab ja elu on mitut aega paremaks läinud, materiaalsus valijatele peale. Siit ilmselt ka valimisaktiivsus, mis tuli paljuski noorte inimeste arvel, kes nüüd välja ilmusid ja valima tulid.

Vilja kannab järjekindel poliitika

Aivar Jarne: Aga kampaaniate tulevik, milline võiks see välja näha järgmistel Riigikogu valimistel?

Ain Seppik: Kampaaniad lähevad palju professionaalsemaks. Juba seekord oli näha, et suuremad erakonnad kasutasid poliititehnoloogilisi võtteid, näiteks kogu välireklaami kujundus. Ning hääle kättesaamiseks tuleb üha rohkem tööd teha, nagu ma juba ütlesin.

Meelis Atonen: Mind paneb ikkagi pisut imestama, et kampaania nii rahumeelselt ja viisakalt möödus. Aasta tagasi prognoosi tehes oleksin kindlasti teisiti arvanud. Kui käitutakse teisiti, kui oled ennustanud, väärib see äramärkimist. Need kolm erakonda, kes nüüd koalitsiooni moodustasid, kindlasti sellest võitsid, sest muidu oleksime ilmselt väga palju omavahel madistanud ja selle sopa sees olles üksteiselt hääli ära söönud. Mis puutub kampaania pikkusesse, siis selle hindamisel on Eesti poliitikas minu arvates juba pikemat aega tehtud viga. Arvatakse, et valimistulemusi mõjutab kampaania, mis tööpoolest käib reklaamifirmade kaudu. Tegelikult on Keskerakond ja Reformierakond juba pikka aega tõestanud, et kui pidevalt aetakse järjekindlat poliitikat, siis see poliitika kannab iseenesest vilja, meeldigu see oponentidele või mitte. Tänapäeval enam ei piisa, et teed kolm aastat mingit muud tööd, siis paned ilusad plakatid üles ja saad palju hääli. Ma ei ole nõus ka sellega, et kellel on rohkem raha, see saab rohkem hääli. Olen veendunud, et kui näiteks mõnel kümme kohta saanud erakonnal oleks olnud kaks korda rohkem raha, ei oleks see talle kaks korda rohkem kohti andnud. Otsustab ikkagi pikaajaline tegevus, tegevuse planeerimine pika aja peale. Näiteks konkreetselt meie erakonnas oli valimistele suunatud tegevus rohkem kui aasta pikk, oma valimisprogrammi materjalide väljapaiskamist alustasime umbes aasta enne valimisi. Kahju ainult, et need materjalid ei pakkunud avalikkusele nii palju huvi, kui me ise lootsime. Tulevikust rääkides on minu hinnangul tegelikult kõigil erakondadel piltlikult öeldes nelja aasta plaan olemas ja juba praegu valmistatakse vaikselt järgmisteks valimisteks.

Mart Laar: Peamised asjad on juba ära öeldud, kaasa arvatud see, et kampaania või Eesti poliitika on muutunud professionaalsemaks. Iseküsimus on, kas see on hea või halb, kuid ma nõustun kindlasti sellega, et edu saatis erakondi, kellel oli pikem kampaania. Kommertstegevust esineb võib-olla mitte otseselt reklaami mõttes, vaid oma ideid või märke tutvustatakse varakult, ideid käiakse välja juba pikka aega, see muudab ka kampaania sisulisemaks. Isamaa ja Res Publica Liidul seda võimalust ei olnud, meie üks suurim probleem kampaania ajal oli kindlasti see, et meil lihtsalt polnud aega. Teine asi, millele tasub tähelepanu juhtida, on see, et need olid esimesed Riigikogu valimised *online*'i või Internetti kasutades. See on uus asi valimistel mitte ainult Eestis, vaid kogu maailmas. Ma ei tea, kui palju on analüüsitud, kuid enamiku kõrvaltvaatajate meelest tuli nendel valimistel välja natuke rohkem noori. Need viimased protsendid mõjutasid oluliselt ka valimistulemust. Interneti kasutamine saavutas kindlasti oma eesmärgi – tuua valima rohkem inimesi. Seda ka olukorras, kui ei olnud tegemist mingisuguse musta-puhta kampaaniaga. Inimesed võivad

tulla välja siis, kui üks või teine konflikt on väga teravalt püsti. Seekord olid selged vastandumised, kuid mitte mingit musta kampaaniat, seetõttu seda positiivsem, et tegelikult ikkagi välja tuldi.

Eiki Nestor: Paar märkust. Olen samuti nõus kriitikaga kampaania pikkuse kohta, mida reklaamipiirang mõjutas. Võib-olla võiks ka ennast natuke kritiseerida. Näiteks üks asi, kus meil viltu läks. Me millegipärast arvasime, et ühe loosungiga ei püsi pikk kampaania värske, peab olema mitu sõnumit. Panime need mingisse loogilisse järjekorda, selle JOKK-poliitika ja seejärel inimeste Eestisse tagasitoomise. Pärast nägime, et teine loosung ei hakanudki elama. Kampaania pikaajalisuse kohta julgen öelda, et minu meelest kuuest praegu Riigikogus esindatud erakonnast tegelevad viis täiesti selgelt juba 2011. aasta valimistega. Kuuenda suhtes ma kindel pole, aga viis tegeleb kindlasti. Rohelistest pole ma aru saanud. Võib-olla on seegi mingi märk, et nad on praegu mõistlikult wait, ei ütle midagi. Kuigi see, mis nende meelest on mõistlik, võib anda ka teise tulemuse. Võib-olla nad ei tea, et valimised tulevad. Ülejäänud viis tegelevad nende küsimustega.

Teemadest, mis jäid kõrvale

Aivar Jarne: Kas teil erakondade esindajatena oli kahju mingist teemast, mille kohta te mõtlesite, et see võiks valimiskampaania ajal väga jõuliselt esile tulla, aga ometi ei tulnud.

Eiki Nestor: Minu meelest oli väga keeruline eeldada, et sellise majanduskasvu peal, nagu Eestis on, oleks olnud väga palju teisi teemasid. Kuni valimiseni läks Eesti majandusel kogu aeg väga hästi, aga kui valimised olid läbi, siis selgus, et võib minna ka halvasti. Enne valimisi sellist võimalust, et majandusel võiks halvasti minna, üleüldse ei arvestatud, mitte üheski debatis.

Ain Seppik: See on hea küsimus, mis tõepoolest jäi käsitlemata, aga ma tulen oma leivanumbri juurde. Enne valimisi ei olnud mingit sisulist debatti siseturvalisuse üle, kõik oli kuidagi korras, rahulik ja vaikne ning läks justkui lepase reega. Huvitav on see, et Eesti Televisioon keevitas ühte plokki sotsiaalküsimused ja turvalisuse. Oli tõsine küsimus, keda sinna esinema saata. Mõni esineja keerutas seal osavalt välja, tegelikult teemat ei arutatud. Samas pean ütleva, et kõigil minu kohtumistel Lääne-Eestis ja saartel oli turvalisus probleemiks. Nüüd on turvalisusega täpselt nii nagu majandusega, pärast valimisi peame hakkama sellega kohe tegelema. Järelikult oleks pidanud sellel teemal ka natuke rohkem rääkima. Minul on isiklikult kahju, et ei räägitud.

Mart Laar: Meie oleksime samuti tahtnud, et mõnel teemal, mida me ka ise üritasime välja pakkuda, oleks rohkem räägitud. Ju see oli oma viga, sest kui ei suuda valimisteemasid tõstatada, oled ise süüdi ja ära kedagi teist süüdistada. Meile oleksid olnud kindlasti olulised teemad, mis puudutavad Eesti ühiskonna laiemat suundumust, oleksime tahtnud sellekohast debatti. Teised seda debatti ei toetanud ja ju me siis ise ka ei suutnud teemat niimoodi tõstatada.

Meelis Atonen: Meil läks üldiselt hästi. Me ei saa kurta, et oleks olnud mingi teema, mida me ise oleksime tahtnud üleval hoida, kuid mis ei jäänud kõlama. Tagantjärele võib öelda, et üks

meie endi ülestõstetud teema, mille pärast me väga muretsesime, oli pronkssõdur. Kõik arvavad, et me olime väga enesekindlad, et see toodab plusse. Tegelikult arvasin ise kolm-neli kuud enne valimisi, et kampaania ajal hakatakse meilt küsima, miks see kuju seal ikka veel seisab, miks Andrus Ansip on ainult sõnade mees. Seega oli meie kõige suurem hirm, et teema läheb kontrolli alt välja ja pöördub meie vastu. Teine teema, mille puhul peame partneritele väga tänulikud olema, on nn peaministri teema. Üritasime ise Ansipit kui peaministrit jõulise ja hea liidrina välja pakkuda. Ka teised erakonnad hakkasid seda teemat omakorda tootma, reklaamis välja tooma. Seega oli meil teemadega pigem nii, et mõnega läks paremini, kui ise lootsime.

Anu Toots: Väljastpoolt vaadates eristaksin vormi ja sisu poolt. Vormi poole pealt – ja sellest on siin praegu rohkem räägitud – on see professionaliseerumine ja politoloogide jaoks tähendab see ühtlasi amerikaniseerumist. See on suuna võtmine sisseostetud reklaamiteenusele, suhtekorraldajate palkamine, pidev kampaania. Kõiki neid jooni seostatakse postmodernse, Ameerikast pärit kampaaniaga. Mulle tundub, et see kampaania on osa poliitilisest kultuurist, kus kujunevad välja traditsioonid, ja ma väidan, et Eestis nad ongi enam-vähem välja kujunenud. Ma ei usu, et järgmine kampaania tuleb eriti teistsugune kui seekord. Kampaaniad lähevad kindlasti üha kallimaks, aga ma ei näe selles iseenesest midagi halba. Demokraatia ongi kallid ja selle eest tuleb maksta. Kui ostad professionaalset teenust, on see ka kallid. Kuivõrd tegu on paljus traditsioonidega, siis peab mõtlema, mida annab ja mida ei anna reguleerida. Välireklaami keelamist pean kruvide ülepingsutamiseks, minu meelest oli see üks ebaõnnestunud seadusi. Omaette küsimus on, et kui kampaania läheb professionaalseks, siis kes selle professionaalsuse üles korjab, kas reklaamiinimesed ja suhtekorraldajad või ajakirjanikud. Mina väidaksin, et Eestis on selle kõie otsa saanud PR-inimesed ja ma oleksin üpris kriitiline Eesti ajakirjanike suhtes. Tõsi, parteiinimesed peavad ka ise teemasid tõstatama ja debatti hoidma, aga ajakirjanikest ei suutnud keegi neid Eesti Televisiooni saateid kujundada. See ei ole ainult ühe kampaania küsimus, minu meelest on Eesti ajakirjanike ettevalmistus poliitilisteks debattideks väga kõhn. Seetõttu ei saagi me oodata Briti või Soome stiilis valimiskampaaniat. Kui hinnata kampaaniat sisu poole pealt, siis ma ei ütleks, et see oli küüniline. Minu meelest oli see hoopis primitiivne, primitiivsus tuleneski selle vormijatest. Teine avalikkuse joon oli üldine loidus, miski ei tekitanud erilist elevust. Võib-olla oligi põhjuseks, miks pronkssõdur kampaaniaperioodil ei tõusetunud, see, et keegi ei tahtnud või ei viitsinud teravaid asju tõstatada. Mind isiklikult hämmastas ideede laenu suur osakaal valimisplatvormides. Kui lugeda erinevate parteide programme või valimisplatvorme, on need nagu tudengitööde *copy paste*'id, ja see mind ausalt öeldes üllatas.

Meedia roll valimiskampanias

Aivar Jarne: Miks meedia ei suutnud vajalikke või sisulisi teemasid üles tõsta, kas ta läks kaasa erakondade pakutuga?

Tarmu Tammerk: Arvan, et kriitika selle kohta, et meedia roll valimiskampanias oleks pidanud olema aktiivsem, on põhjendatud. Eesti meedia ongi olnud reaktiivne, ei võta teemasid väga julgelt ette. Meedia tõstatab valimisteemasid selles mõttes üha

professionaalsemalt, et valitakse mingid küsimused, võetakse kampa kõik suuremad erakonnad, üritatakse pakkuda sellist platvormi, kus kõik saavad tõesti esineda. Seejärel kaob tihti kõik ära formaalsuse taha. Kui keegi vastajatest ei võta vedu, jääb teema sinnapaika. Linnuke on kirjas, tabel olemas, kõigi seisukohad kirjas. Näiteks on minu meelest täiesti mõttetud suurtes lehtedes sellised seeriad nagu erakonnad julgeoleku- ja kaitsepoliitikast. Seal on kõigil kuuel erakonnal peaaegu üks ja sama tekst. Pakkuda lehekülgede kaupa selliseid materjale oli formaalne käitumine, mis valimiskampaania tegeliku sisuga ei haakunud. Miks kampaania jäi mõnes mõttes loiuks? Minu meelest oligi üks põhjus, et see oli välja venitatud. Mitu korda tundus, et nüüd jõuab kätte mingi oluline hetk, aga siis vajus jälle kõik ära. Kampaania oli liiga pikk ja välireklaami keeld täiesti mõttetu, see tuleks ära kaotada ja sätestada reklaamikulutuste piirang. Tegelikult tappis debatti ka reklaamikampaania massiivsus, ennekõike Reformierakonna ja Keskerakonna poolt. Paar nädalat enne valimisi tõesti teised teemad juba vaibusid, aga siis panid need kaks oma signaali kommertskanalite kaudu käima ja ülejäänud üritasid natuke laveerida. Kui veel kampaania väljavenitatust puudutada, siis see on kindlasti laiem küsimus, mida me praegu ei pea arutama, aga mille üle peab mõtlema küll. Kui eelhääletamine ja elektrooniline hääletamine muutuvad üha aktiivsemaks, siis tähendab ettehääletamine seda, et valimiskampaania kui selline kaotab tegelikult oma praeguse kuju. Kui inimesed saavad kaks nädalat enne valimisi näiteks Interneti teel hääletada või üha rohkem inimesi hakkab kasutama eelhääletust, siis mismoodi sa pead peaministri debatti kolm päeva enne valimisi, kui üha rohkem inimesi on selleks ajaks juba hääletanud. Järelikult praegune, valimispäevale keskendunud kampaania kaotab edaspidi oma tähenduse. See aga tähendab, et ühiskond kaotab võimaluse tulla valimiseelsel reedel ühel hetkel kokku ja rääkida, mis seisab Eesti ees, sest pooled inimesed on selleks ajaks puhkusele sõitnud ja neid valimised enam ei huvita. See on klassikalise valimiskampaania üks positiivne külg, mis hakkab käest ära minema.

Meelis Atonen: Analüüsisides sisu poole pealt, mis ajakirjanduses kampaaniat tapab, olen asjad võtnud kokku nii: ülipüüdlikkus ja poliitilise korrektsuse otsimine. Tegelikult sellist korrektsust või tasakaalu, mida seal otsitakse, ei ole olemas ja seda ei ole kellelgi vaja, sest see ei anna midagi. Minu arvates tuleb debatte korraldada nii, et kutsutakse kohale ainult nende esindajad, kellel on erinevad arvamused. Mõnda debatti kutsuda näiteks ainult kolm parteid ja lasta neil julmalt vaielda, järgmisse valida teised. Kellel ei ole midagi öelda, see ei saa eetrisse. Ja teine, kohtumiste teema. Ma ei ole Tallinnas kunagi poliitikat peaaegu teinud, ühe korra kohalikel valimistel siiski kandideerisin. Maakohtades öeldakse väga lihtsalt: kolm kuud enne valimisi põhimõtteliselt üritustele ei lähe.

Millest tuleneb põlastav suhtumine?

Anu Toots: Tooksin nendele juttudele lisaks välja veel sellise aspekti, et Eestis on kujunenud või teadlikult kujundatud põlastav suhtumine valimiskampaaniasse. Vaatan seda kuidagi veidra pilguga. Igaüks, kes teeb kampaaniat, saab sõimata, igaüks, kes teeb kihutuskoosolekuid, on samuti paha poiss. Ometi on kampaania valimiste normaalne komponent. Aga rahvas leiab, et on väga häbiväärne minna partei kampaaniakoosolekule. Selles mõttes erineb Eesti poliitiline kultuur Prantsusmaa omast. Nädalaid tagasi nägime, kuidas seal on tohtud saalid rahvast täis ning kihutuskoosolekutel käiakse hoolega, sest

see ongi viis, kuidas kodanik ka ennast näitab ja oma olemasolust teada annab. Seetõttu tundub, et põlastavale suhtumisele valimiskampaaniasse sekundeerib kuidagi ohtlikult e-hääletus ja Internet, muutes valimised väga individualistlikuks: mul on oma veebileht, oma PIN-koodid ja muud värgid ning ma hääletan täiesti üksi, mul ei ole mingit kogukonda. Siin näen ma sellist põhimõttelist ohtu, mis ei ole minu välja mõeldud. See on politoloogilistes tekstides ka mujal ühe ohuna välja toodud: valimised on kogukonna loomise mehhanism ja kui see hävitatakse, teiseneb kogu valimiste mõte.

Meelis Atonen: Põlastusväärne ei ole mitte ainult kampaania tegemine. Siin tuleb üldistada. Mina arvan, et see, millest me rääkisime, on tulemus. Kõik saab alguse sellest, et poliitika on tehtud põlastusväärseks. See on palju laiem probleem. Tegelik probleem, mis seal salata, on ikkagi see, et aktiivse diskussiooni asemel on ajakirjanduses palju lihtsam lahendus öelda, et poliitika on tervikuna räpane ja must.

Eiki Nestor: Mul tuli ka üks väike asi meelde. Ajalehed saadavad rea küsimusi ja küsivad vastust. Minu meelest on see valijale mugavam moodus, võtta ette tabel ja vaadata seal küsimusi-vastuseid. Seekord tuli esimest korda vastata ka amerikaniseerunud küsimustele. Kümnele küsimusele nõuti "jah" või "ei" vastust ning kümnest küsimusest pooltele ei olnud võimalik nii vastata, mõlemad olid valed. Tekib küsimus, mida sa vastad, kui ei saa vastata ei "jah" ega "ei". Kui sel teemal püüdsid juttu üles võtta, et pooltele küsimustele ei ole nii võimalik vastata, siis öeldi, et see on teie oma asi, kuidas vastate.

Tarmu Tammerk: Meelis Atonen ütles, et erameedia peaks olema aktiivsem ja mitte taotlema sellist igavat poliitilist korrektsust, et kõigile võrdselt sõna ning täpselt tuhat tähemärki, kolm minutit jne. Ma leian siiski, et võrdse ligipääsu taotlus peab meedial kindlasti olema. Tuleb taotleda võrdse ligipääsu võimaldamist kandidaatidele ja erakondadele. Teine asi, kuidas seda praktikas rakendada. Missuguseid vorme kasutada, et see ei muutuks tööpoolest igavaks ja mõttetuks, nagu teatud teemade puhul, kus on selge, et kõigi vastused ongi üks ja seesama. Aga kui seda taotlust ei ole, siis läheme Eesti oludes tagasi 1990. aastate algusse, kui ajakirjanikud otsustasid väga palju sümpaatiat järgi, keda uudistesse lasta ja kellelt arvamust küsida. Ma ise koostas inimestele kümme aastat tagasi valimiste kajastamise soovituslikku meediat. Põhimõte on ikka jäänud samaks, seal ongi need üldtunnustatud printsiibid sees. Tuleb võrdset tähelepanu anda. Aeg-ajalt tõesti mõni poliitik võtab sellest kinni ja ütleb, et me oleme võrdsed, aga näete, tema sai ikkagi pool sekundit rohkem kui mina. See ei ole juuksekarva lõhkiajamine, aga võrdsuse taotluseta jääks liiga palju ajakirjanike subjektiivsuse kätte ja üldprintsiip kaoks silme eest ära. Ilmselt olete tähele pannud, et väikeparteid, keda praegu siin laua taga ei ole ja kes pole üldse Riigikogus esindatud, on viimaste valimiste ajal korduvalt avaldanud protesti erinevate meediakanalite tegevuse suhtes. Ennekõike avalik-õigusliku suhtes, kellele inimestel on kõige rohkem õigust pretensioone esitada, aga ka erakanalite suhtes, pahandades selle üle, miks neid ei ole kaasatud nendessesamadesse tabelitesse või miks neid ei kutsuta Foorumi ümarlauda, kus on suurparteid. Ma leian, et nende väikepartei pretensioonid ei ole harilikult põhjendatud, sest neile on siiski samuti piisavalt tähelepanu pööratud. Vähemalt minule kui meediainimesele tundub, et hoolimata vähendatud tähelepanust nendele väikeparteiidele, ei

ole Eesti ajakirjandus mitte kedagi poliitiliselt maastikult välja tõrjunud või sealt eemal hoidnud.

Rahastamine ja läbipaistvus

Aivar Jarne: Ilma rahata ei saa valimiskampaaniat teha. On välja arvestatud, et parlamendikoht maksis üle miljoni. Piirangud kampaaniale on küll peal, aga raisatakse järjest rohkem. On ka süüdistused, et kogu rahastamine on läbipaistmatu. Kas need süüdistused on õiged ja millised oleksid lahendused kampaania maksumuse läbipaistvuse suurendamiseks?

Eiki Nestor: Mina olin ja olen siamaani seda meelt, et välireklaami absoluutne keeld ei olnud adekvaatne meede. Meie esialgne idee oli üldse ühesugused plakatid kõigile, mis tundus loogiline. Samuti arvan, et kui korralikult pingutada, õnnestub ka valimiskulud kindlasti mingit pidi kontrolli alla saada. Aruandeid lugedes tundub, et kõik erakonnad on isegi võrdses seisus. Lõppkokkuvõttes saavad ju kõik nii lehepinna kui ka aja televisioonis enam-vähem ühe ja sama hinnaga, kus ei saa viltu panna. Lihtsalt ühtedel on rohkem raha kui teistel.

Meelis Atonen: On lootusetu piirata valimiskulutusi, nii et see korra majja toob, selles suhtes olen väga skeptiline. Tulevad uued kohused ja muud uued asjad ning tekib täpselt seesama efekt, mis meil oli paar aastat tagasi. Need, kes otsustavad olla seaduskuulekad, avastavad, et see oli rumalus. Neid, kes piiri ära proovisid ja sellest üle astusid, saadab selles asjas õnn või edu. Alati on võimalik kõik asjad läbi mitme reklaamifirma ja PR-firma nii joonistada ja arved nii teha, et lõpptulemusena on kõik korrektne. Seetõttu ma pigem väärtustaksin seda, et kõik tõepoolest esitavad arved, nii et see on arusaadav ja läbinähtav.

Anu Toots: Vaataks seda rahastamist natuke laiemas kontekstis, sest jutt ei käi tegelikult ainult kampaania rahastamisest, vaid erakondade rahastamisest üldse. Olen Meelis Atoneniga ühte meelt, et vajadusel leitakse alati võimalus seadusest mööda minna. Seetõttu ei ole otstarbekas väga palju pingutada ja püüda kõike reguleerida, sest see ei too oodatud efekti. Mina keskenduksin selle kontrollimisele, kuidas kulutatakse maksumaksja raha, aga selle, kui palju erakonnad suudavad kaasata oma kampaaniasse erasektori raha, jätaaksin suhteliselt vabaks. Praegu on Eestis kord sedasi, et need, kellel on Riigikogus suurem esindatus, saavad ka rahva rahakattast suurema kopika. Seetõttu arvan, et siin tuleks midagi ümber vaadata, kuni selle põhimõtteeni välja, et ei saa korraga kasutada mõlemat raha, riigi ja eraannetajate oma. Kui tahad teha kampaaniat eradoonorite abiga, siis riigi rahakotist ei saa. Muidugi võiks luua ka selliseid valemeid või põhimõtteid, et väiksemad parteid saaksid oma kampaania läbiviimiseks just riigilt rohkem rahalist tuge.

Valijad üle ootuste aktiivsed

Aivar Jarne: Räägime veel valimistest osavõtu kohta. Algselt ennustati üsna kesist osavõttu, aga tuli ligi 62%. Mis te arvate, miks inimesed läksid valima?

Mart Laar: Kui tulla tagasi Interneti-hääletamise juurde, siis see aitas kindlasti kaasa, et rohkem inimesi osales. Teiseks luges ka see, et asi viimastel nädalatel põnevaks läks. Ja

kolmandaks oli oma osa sellel, et kõik erakonnad tegid lõpuks üleskutseid valima tulla. Tegelikult oli inimeste valima kutsumine kõigi erakondade viimaste nädalate valimisreklaami sõnum ja sellel oli suur mõju. Kõik see mõjutas kindlasti valimistulemust. Valimistel osalemise protsent, mida algselt ennustati eelmiste valimistega võrreldes paari protsendi võrra madalamaks, osutus tegelikult paar protsenti kõrgemaks ning need kokku umbkaudu viis lisaprotsenti mõjutasid tugevasti valimistulemust.

Ain Seppik: Mulle tundub, et seekord saadi nooremad inimesed tõepoolest valima, mitte ainult Interneti-hääletusega, aga saadi. Mis olid motiivid, vajab sotsioloogilisi uuringuid, võib-olla on neid ka tehtud. Aga kahtlemata saadi rohkem noori valima. Meil on lausa konkreetseid näited, et noorte valimisaktiivsus oli seekord suurem, kui on olnud tavaliselt. Kolmas tegur oli kahtlemata see, et erakonnad esitasid mitte ainult üleskutseid, vaid tegid ka tegelikku tööd, et inimestel oleks võimalik oma valimisõigust realiseerida. Mulle tundub, et kohalikud omavalitsused organiseerisid paremini, et inimesed saaksid ikka valimisjaoskonda minna.

Eiki Nestor: Mina arvan, et siin on kaks momenti. Ühest on juba juttu olnud. Kindlasti aitas kaasa see, et vähe oli musta kampaaniat, see ei peletanud inimesi valimistest kõrvale. Võib-olla tekitas huvi ka septembrikuine presidendivalimine, mis pani teatud osa valijatest uuesti poliitikale mõtlema ja tõi nad ka valima. Kui sul lõpuks on kaks väga selget konkurenti, kes mõlemad võitlevad peaministri koha eest, siis on valida kindlasti lihtsam kui nuputada, millisel erakonnal on parem majanduspoliitika, kaitsepoliitika või keskkonnaprogramm.

Anu Toots: Neid barjääre, miks inimesed ei käi valimas, on päris mitmeid. Olen põhimõtteliselt nõus sellega, et Interneti-hääletus vähendab mehaanilisi barjääre, aga rõhutaksin, et see vähendab täpselt ja ainult seda mehaanilist barjääri teatud osa inimeste jaoks, ei vähenda aga teisi barjääre, sest valimissüsteem selle taga jääb muutumatuks ja see, kuidas valitsus formeerub, jääb ikka sama etteaimamatuks. Optimismi, et e-hääletuse võimalus tõstis oluliselt valimisaktiivsust, ma paraku ei jaga, sest Interneti-hääli oli kolm protsenti. Kohalikel valimistel isegi ainult kaks protsenti, milles ma väga suurt revolutsiooni ei näe, see on oluliselt väiksem tõus kui üldises Interneti-kasutuses. Nii et andke andeks, nii kaua, kui me ei ole näinud ühte väga head uuringut, et e-värk toob noored poliitikasse, ma seda ei usu. Ma ei ole ka näinud ühtegi sotsioloogilist uuringut või tegelike valimistulemuste analüüsi, mis ütleks, et noored tõesti käisid rohkem valimas. Visuaalselt, jah, olen nõus, et pilt muutus, sest esimest korda kõigi valimisaastate jooksul oli Tallinna Ülikoolis saba, pikk saba, üliõpilased seisisid 50-60 meetrit selleks, et eelhääletada. See on kindlasti üks meie aja trende, et inimesed tahavad eelhääletada. Nad tahavad olla vabad oma aja planeerimises. Kui Eesti tahab hääletusaktiivsust tõsta, tuleb eelhääletamise võimaluste avardamisega kindlasti tegelda. Tervikuna ma siiski ei ole optimistlik, et aktiivsus tõusis paar-kolm protsenti. Pigem võiks öelda, et hea, et halvemaks ei läinud. Kokkuvõttes on kõik need mehaanilise juurdepääsu küsimused ja ei näita rahva suhtumise muutumist valimistesse.

E-hääletajaid järjest rohkem

Aivar Jarne: Kas e-hääletajate protsent tõuseb?

Meelis Atonen: Ei ole üldse kahtlust, et tõuseb. Minu arvates ei pea riik ennast kodanikule ebameeldivaks tegema. Kui kodanikul on väga tähtsad ülesanded, millest üks on valimas käimine, siis ei saa olla, et see peab igal juhul toimuma teatud kindlal päeval, ja siis läheb pühapäev hukka.

Mart Laar: Olen ka absoluutselt veendunud, et see tõuseb üsna tunduvalt. Kui kõik valitsuskoalitsiooni leppesse kirjutatud e-hääletuse ja e-riigi arendamise kavad ellu viia, on nelja aasta pärast ID-kaardi kasutamine inimestele suhteliselt tavapärane tegevus. Ja seda tavapärasemaks ta muutub, mida rohkem hääletajaid tuleb. Käesoleval ajal oli ja on siiski tegemist Eesti inimestele suhteliselt uue asjaga. Niipea kui see muutub normaalseks, ennustan ma selle märkimisväärset tõusu. Mina ei näe siin mingisugust traagikat demokraatialle. See inimene teab, keda ta hääletab. Ma arvan, et see on hea. Teatud suhtes on sellised valijad kõige väärtuslikumad valijad. Loomulikult on alati neid, kes lasevad ennast mõjutada viimaste nädalate kampaaniakomistustest. Ka need inimesed on igati väärtuslikud ja ka nende hääli tuleb püüda, ainult et nende hääled on poliitilistele erakondadele tunduvalt kallimad.

Tarmu Tammerk: Ma kardan, et e-hääletamine saab tagasilöögi nende küberrünnakutega, mis praegu on Eesti vastu suunatud. Mõelgem selle peale, mis oleks siis, kui meil praegu oleksid valimised tulekul, kui pronkssõdur oleks eemaldatud näiteks vahetult enne valimisi. Minu meelest on väga hea, et siin toodi sisse 2006. aasta presidendivalimiste teema. Presidendivalimised 2006 on väga tihedalt seotud Riigikogu 2007. aasta valimistega. Kui vaadata näiteks meedia tööd või meedia osa avaliku foorumina, siis Riigikogu valimiste kajastus 2007 oli minu meelest kindlasti professionaalsem, ausam ja õiglasem kui 2003. aasta Riigikogu valimistel. Vahepealne 2006. aasta presidendivalimiste meediakajastus oli aga väga probleemne. Need presidendivalimised jäävad Eesti poliitilise kommunikatsiooni ajalukku negatiivse märgina, just nimelt sellest aspektist, et meedia ei olnud võimeline käituma poliitiliste protsesside vahendamisel ja kajastamisel demokraatliku ja õiglase vahendina. Kui vaadata meedia enda ülestunnistusi, siis mitmed kolumnistid kirjutasid pärast presidendivalimiste kampaania lõppu ajalehtedes, et "ära tegime!". See oli enne, kui Savisaar hakkas kasutama oma 2007. aasta veebruari ja märtsi kampaanias seda "tehtud" – väljendit, et me suutsime ära teha, suutsime uudistevoogu nii palju subjektiivselt suunata, et asi läks nii, nagu meil tarvis on. Et 2007 märtsivalimiste meediakajastus ei pälvi erilist kriitikat, ei tähenda, et see valimiseelse meedia käitumise teema oli suletud. Meedia on jõudnud juba järje peale. Ma võrdleksin Eesti ajakirjandust selles küsimuses tubli töömehega, kes käib kuu aega korralikult töö ja tuleb õhtul ilusasti õigel ajal koju, aga palgapäeval joob nina täis ja laaberdab. Valimised ongi aeg-ajalt meediale nagu palgapäev. Enne peetakse standarditest kinni ja võimalused sõna saada on suhteliselt võrdsed, aga valimiskampaania lõpphetkel ei loe enam mingid reeglid. Uudised muutuvad subjektiivseks, siin-seal tehakse filtreid, rääkimata muudest asjadest.

Mida näitavad valimistulemused

Aivar Jarne: Räägime ka valimistulemustest. Kas see on tendents, et juba mitmel valimisel järjest on kaks suuremat erakonda võtnud ligikaudu 30% Riigikogu kohtadest? Kas Eesti on

suundumas kaheparteisüsteemi poole või on meil jätkuvalt mitmeparteiline, võrdsete erakondade süsteem?

Meelis Atonen: Mina arvan, et Eesti jääb Läti ja Soome sarnaseks, kus tegelikult ei tea iial, kes on esimene või teine või isegi kolmas. Tahaksin küll, et Reformierakond oleks alati esimene, aga olgem realistid. Ehkki tõele au andes on Rootsi süsteem parem, üks kahest suurest on alati peaministri moodustaja ja ülejäänud tulevad juurde, see sobiks meile rohkem.

Eiki Nestor: Ma ka ei usu, et Eesti liigub kahe partei süsteemi poole, ma ei näe selleks vajadust, põhjust ega võimalust. Kui loen erakondade valimisprogramme, siis näen palju rohkem erinevusi kui sarnasusi.

Aivar Jarne: Kas valimissüsteemi võiks muuta, et erakondade liidrid ei koguks niipalju kvoote nagu seekord Andrus Ansip ja Edgar Savisaar, üle kolme ja poole.

Eiki Nestor: Kardan, et valijad ei ole sellega nõus. Kui hakata siin mingeid peadpööritavaid muudatusi tegema, tahavad nad kindlasti käituda neile tuttavalt moel.

Anu Toots: Olen selle poolt, et valimissüsteem vajab stabiilsust ja selline loksutamine hävitaks kindlasti praeguse 60%-lise osaluse täiesti. Samal ajal toetan ka kompensatsioonimandaatide jagamist just teisel põhimõttel, mis soosiks väiksemaid parlamendiparteisid. Kaks suurt on nagunii hästi positsioneerunud ja neid see enam ei hävita, aga teised saaksid natuke kaalu juurde. Seetõttu arvan, et see on üks asi, mida võiks seadusemuudatusena arutada.

Eiki Nestor: Valimisseadus on täis üllatusi. Kui keegi oleks minu käest enne valimisi küsinud, kas on võimalik saada näiteks kümme kohta Riigikogus ja sealjuures kõik need kohad ringkondadest, siis oleksin öelnud, et teoreetiliselt on, aga praktiliselt ei ole. Nüüd pean tunnistama, et see on ka praktiliselt võimalik, nagu välja tuli.

Aivar Jarne: Valimisjärgsest ajast. Kahele senisele võimuerakonnale anti ülekaalukalt teistest enam hääli, aga ometi sellest valitsust ei sündinud. Mis oli põhjus, kas valija mitteusaldamine?

Mart Laar: Täpselt vastupidi. Kui oleks teistmoodi läinud, oleks see olnud valijate petmine. Valimiskampaaniat tehti ju tegelikult vastandlike märkidega ja see, kuhupoole valitsuse moodustamine kaldub, oli juba valimiskampaania käigus selge. Vastavalt sellele inimesed ka hääletasid ning oleksid ilmselt tundnud end üsna petetuna, kui oleksid teistsuguse pildi saanud. Seda viimasel nädalal tegelikult hääletati.

Ain Seppik: Valimised on üks asi, koalitsioonide moodustamine toimub pärast seda. Nii et need, kes selle moodustavad, peavad olema saanud rahva mandaadi. Siin on raske midagi öelda, see on parlamentaarne praktika. Muidugi, kui vaadata kohti Riigikogus ja häälte arvu, siis mul on tõsiselt hea meel, et valija toetas tegelikult eelmise valitsuse poliitikat. Siin on

vastu vaielda väga raske. Aga et uus koalitsioon moodustus selline nagu praegu, on poliitiliste kokkulepete küsimus, ja nii ta on. Keegi on alati opositsioonis.

Eiki Nestor: Minu meelest on lihtne, et ühtpidi president mõjutas oma presidendivalimiste eelse lubadusega anda Riigikogu valimise võitjale võimalus moodustada valitsus. Teisest küljest oli ka viimasel nädalal kaks selgelt vastandlikku kandidaati. Seetõttu oli loogiline Reformierakonna käitumine alustada läbirääkimisi nendega, kellega nad parasjagu ei olnud võimuliidus olnud ja kes olid valmis kõige suuremaks kokkuleppeks. Kõik oleksid nii teinud. Oleks Keskerakond valimised võitnud, oleks ta ilmselt käitunud samamoodi.

Lõpetuseks pronksmehe teemast

Aivar Jarne: Lõpetuseks ei saa minna mööda ka pronksmehe teemast. Kas nüüd on Eesti valijad lõõnud kahte leeri – venekeelsed ja eestikeelsed valijad?

Eiki Nestor: Anu Toots oskab vastata, kas ennegi ei olnud nii – rahvuse pinnal valijate vahel väga selge piir.

Anu Toots: Eks ikka oli. See, et Keskerakonna hääletajate hulgas on rohkem venelasi, oli ka eelmistel valimistel. Ma ei tea, pigem võib Keskerakond pronksmehe skandaali tõttu toetajaid kaotada. Aga laiemalt arvan, et vene valijaskond on üldse uue liidri ootel. See on praegu põhiküsimus, kelle taha nad koonduvad. Reformierakonna käitumine ei meeldinud kindlasti paljudele venekeelsetele valijatele, kes tegelikult hääletasid kas Isamaa ja Res Publica Liidu või Reformierakonna poolt. Kui statistikat vaadata, said need parteid Lasnamäel kahe peale kokku rohkem hääli kui Keskerakond. Nii et mina usun küll, et tegelikult on just vene noored need, kellest väga palju hääletab paremparteide poolt. Aga kui nad näevad, et Eesti paremparteid on eestluskesksed, siis loomulikult tekib neil küsimus, kus on nende erakond. Ma arvan, et järgmine kord on vene valija või vene kaart jälle väga kuum teema.

Aivar Jarne: Kas arvate ka, et venekeelne valija koondub ühe erakonna taha?

Mart Laar: Neli aastat on piisavalt pikk aeg, et see, mis praegu pronksõduriga juhtus, tagaplaanile tõrjuda. Ma arvan, et selleks ajaks on päevakorral uued teemad ja uued ülesanded. Väga palju sõltub sellest, mis eelseisva nelja aasta jooksul toimub. Siin seetõttu praegu mingeid ennustusi teha on liiga vara. Ma ei arva, et väga drastilisi muutusi toimub.

Meelis Atonen: Ma käisin vahepeal venekeelsetes töökollektiivides esinemas. Vene inimesed heitsid küll ette, mida tehti ja kuidas käituti, aga minu arust kõige olulisem signaal oli see, et kokkuvõttes on peaasi, et meil hästi läheb. Need venekeelsed inimesed mõtlesid nagu tavaline normaalne inimene: et oleks töökoht, et perel läheks hästi, et liisingud ja muud kohustused oleksid makstud. Ja ei midagi drastilist. Ma pigem arvan, et nende meelsus on ikka suhteliselt sama, lihtsalt äreval hetkel inimene võtab kõike natuke traagilisemalt kui mingil teisel ajal.

Ain Seppik: Seal on mitu momenti. Ma ka ei arva, et valijaskond hakkab jagunema eestlaste ja venelaste vahel lausa kaheks. Kuid meie vene diasporaa ei ole ühtne kogu, siin on väga

palju erinevaid voole. Nad tõesti ootavad oma messiast, aga ma arvan, et teda pole siit ühiskonnast tulemas. Lihtsalt siis ta peaks kuskil olemas olema. Üldine jagunemine on nii, nagu ta nähtavasti oli. Küsimus on pigem selles, missugune on nende meelsus, kes kohalikel valimistel valivad. See on omaette probleem, sest siin on igasuguseid inimesi. Kui me räägime Riigikogu valimistest nelja aasta pärast, siis seal valivad kodanikud, kellel on mingisugunegi side riigiga. Kohalikel valimistel valivad ka teised. Eks kahe ja poole aasta pärast selgub, kuidas läheb.