

Kohtunikuameti maine kujundamine
– kas ainult PR pingutus või
õigusemõistmise edendamine?

Mart Soonik

MSMedia

- ▶ **Kommunikatsiooniteooriast:**
 - ▶ Kommunikatsioonivoog pole mitte kunagi tühi
 - ▶ Kommunikatsiooniprotsessi tulemuseks on alati suhted ja tähendusruum
 - ▶ Saba liputab koera? Propaganda piiratus.
 - ▶ „Head halvad sõnumid“ Tampere, Lehtonen (2009)
 - ▶ Usaldusväärsus sõnumites vs kuuldused
 - ▶ Sotsiaalne, majanduslik, kultuuriline ja poliitiline kontekst
- ▶ PhD Kaja Tampere ainetel

Müksav kommunikatsioon

- Teadmiste, hoiakute ja käitumise vaheline seos ei ole lineaarne.
- Mida tähendab praktikakeskne lähenemine?
 - Nihet mõtlemises – inimene ei planeeri ega kontrolli pidevalt oma rutiinset käitumist, pigem teatud praktikad justkui „värbavad“ endale kandjaid. (Vihalemm, Keller ja Kiisel 2013)
- Emotsioonile suunatud klipp:

<https://www.youtube.com/watch?v=vnVuqfXohxc>

Väärtused (ideoloogia), identiteet ja meie enesekeskne maailmavaade

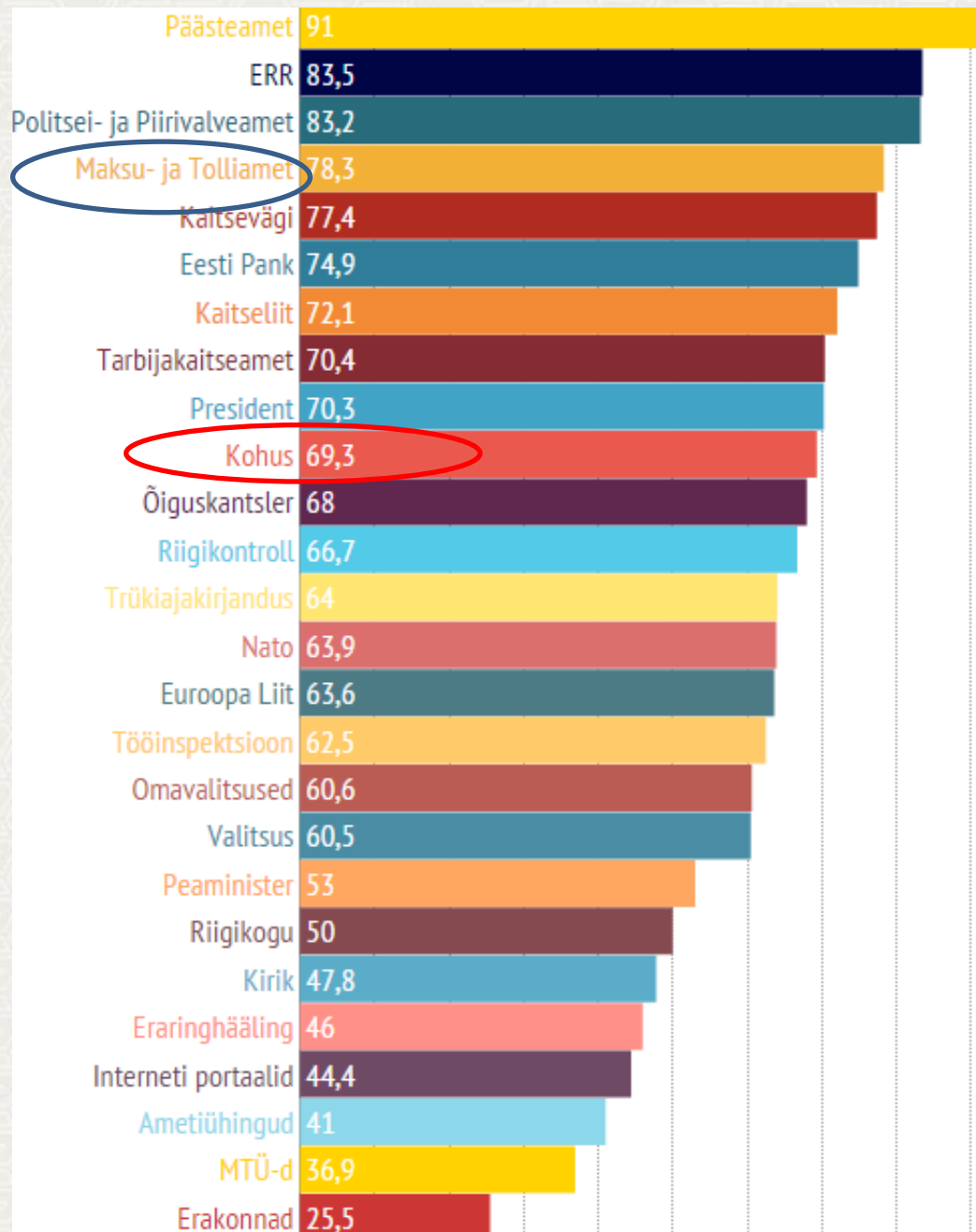
- ▶ Olulised küsimused:
 - ▶ Kes kontrollib teie kommunikatsiooni?
 - ▶ Kui ma ise ei räägi, siis mida teised minust räägivad?
 - ▶ Miks teised meist nii mõtlevad?
 - ▶ Kustkohast tulevad arvamused?
 - ▶ Mida saab ise teha selleks, et arvamus oleks hea ja meile sobiv?
 - ▶ Kuidas teiste arvamus meid mõjutab?
- ▶ NB! Meediasuhete roll on ajalooliselt üle tähtsustatud

Kas ka kommunikatsiooniprobleem?

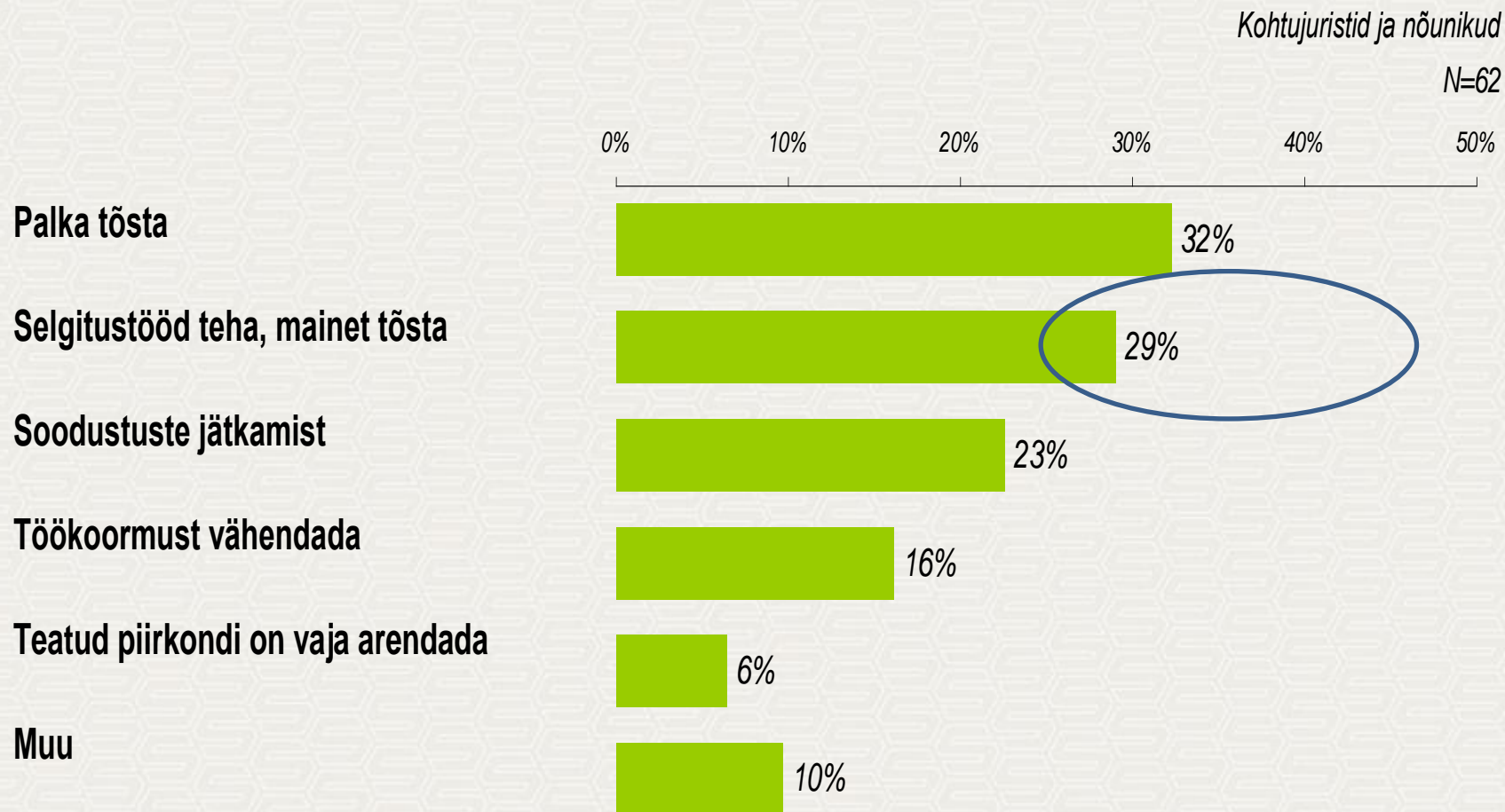
- Eesti Advokatuuri liikmete arv ületas esmakordselt juba 900 liikme piiri; Advokatuuri andmetel soovib aastas advokatuurieksameid teha üle 150 inimese;
- Ühele abiprokuröri ametikohale on kandideerinud korraga ka 186 inimest;
- Üle 50% kohtunikukonkurssidest on ebaõnnestunud (2010–2014);
- Viru Maakohtus on alates 2010. a algusest kuni tänaseni välja kuulutatud ühtekokku 15 konkurssi, millest osaliselt või täielikult on nurjunud 11;
- Parim kiitus kohtunikule on tema töö kohta suunatud kriitika puudumine???
- Kohtunikuamet ei ole atraktiivne juba mõnes teise õiguselukutse raames tegutsevate juristide jaoks.

Kaasaegne lähenemine

- Siht- ja sidusrühmade keskne kommunikatsioon:
- **NB! Kohtunikud** ise, lisaks (uuringu näitel):
 - Noorkohtunikud
 - Kohtunikukandidaadid
 - Riigikohtu nõunikud
 - Kohtujuristid
 - Advokatuuri liikmed
 - Prokurörid ja abiprokurörid
 - Õigusteaduse magistriõppe üliõpilased



Mida peaks Teie hinnangul tegema, et suurendada huvi kohtunikuameti vastu?



Mis ajendas Teid otsustama kohtunikuameti kasuks?

Kohtunikud ja kohtunikukandidaadid

0% 10% 20% 30% 40% 50% *N=25*

Meeldib, huvitab

40%

Eelnev töökogemus, karjäär

36%

Õiguse mõistmine, poolte kuulamine

36%

Töölane iseseisvus

24%

Palk

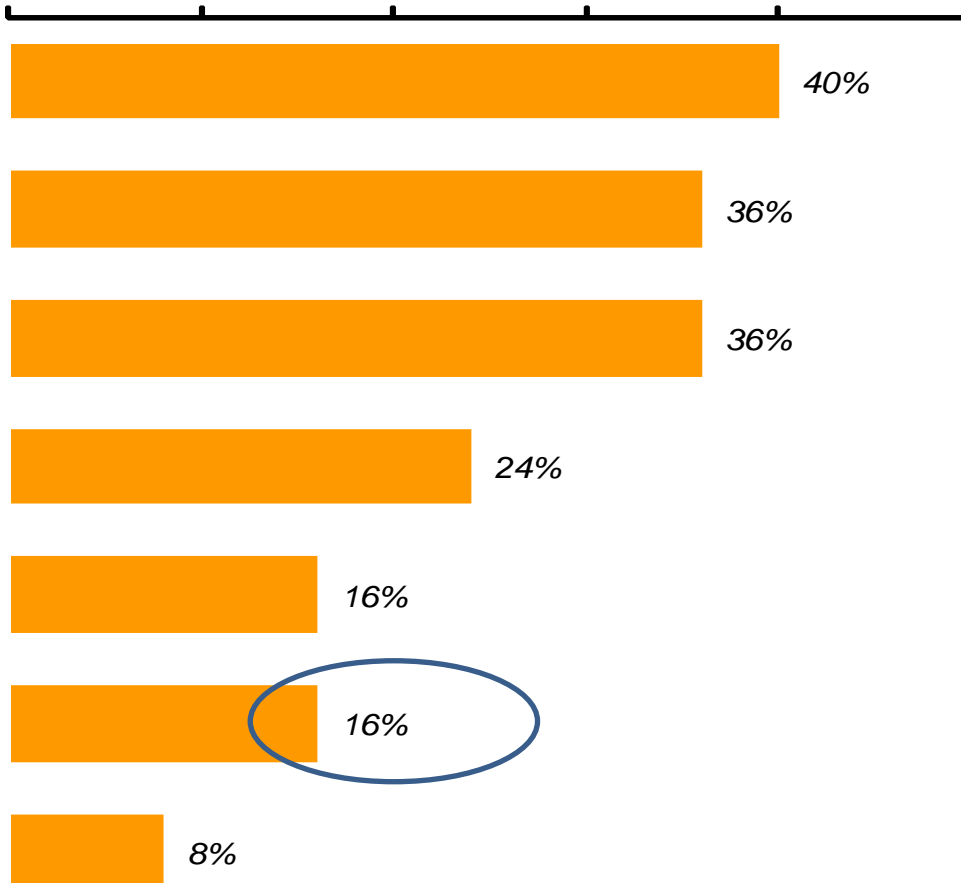
16%

Ametikoha väärikus

16%

Stabiilsus

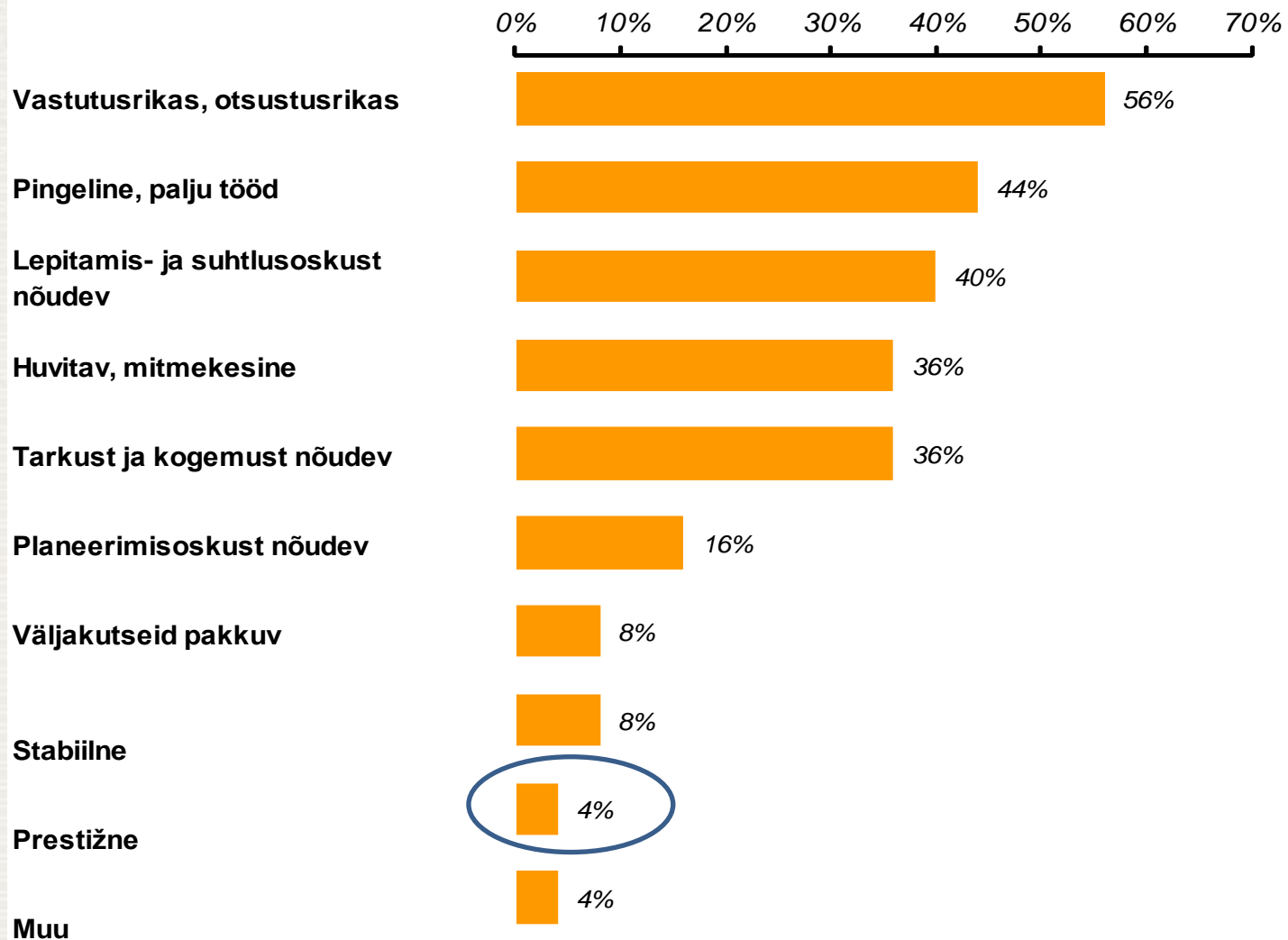
8%



Kuidas Te iseloomustaksite kohtunikutööd?

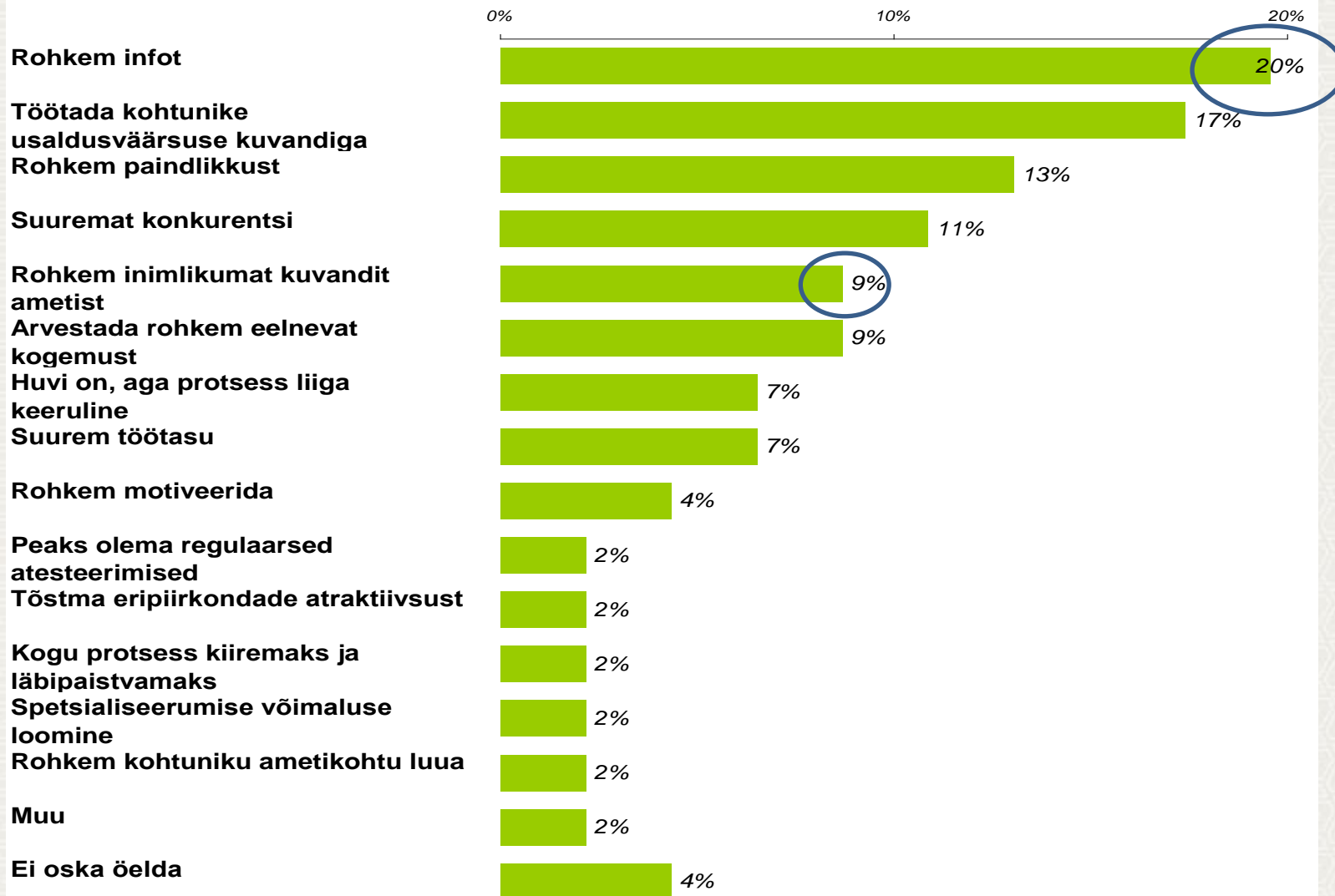
Kohtunikud ja kohtunikukandidaadid

N=25



Mida peaks Teie hinnangul tegema, et suurendada huvi kohtunikuameti vastu?

Vandeadvokaadid ja prokurörid
N=101

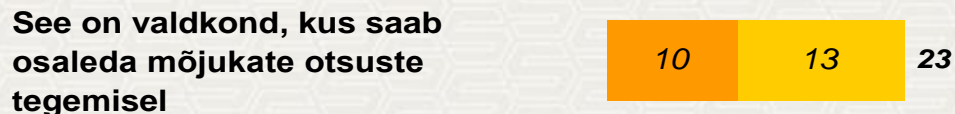


Millised on Teie motiivid õiguseriala omandamiseks?

Õiguseriala magistritudengid

Üldjaotus

% valimist, N=110



■ Esimesena mainitud

■ Teisena mainitud

Kokku

Uuringust

- „Selleks, et suurendada huvi kohtunikuameti vastu:
 - tuleks eelkõige tõsta palka, aga ka teha rohkem **teavitustööd** ning selle käigus kohtunikuameti **mainet** tõsta“
 - soovitavad vandeadvokaadid ja prokurörid suurendada kohtunikuameti kohta käiva **info** hulka ja selle kättesaadavust. Samuti soovitati tegeleda kohtunikuameti **maine** ja usaldusväärse kuvandiga.“

Sisemine vs väline

- Kohtute kuvand ei vasta praegu sisemistele ootustele olla õiguste kaitsja (ootused tehti kindlaks strateegia koostamise töörühmades, kus osalesid erinevad kohtute töötajad).
- Märksõnadena domineerivad kuvandis (avaliku arvamuse uuringu järgi) „õiguste kaitsja“ tunnuse kõrval „karistaja“, „korrupsioon“, „kallis“, „keeruline“ ja „aeglane“.

Probleem meediasuhetes

- Üldiselt ei kommenteeri kohtunik enda lahendatud asju avalikkuse ees, et taandada otsuse tegemisest inimene kui indiviid ja esindada institutsiooni.
- <http://www.reporter.ee/2013/11/19/morvas-ja-vagistamises-suudistatud-sarivagistaja-guntars-kaziks-moisteti-oigeks/>

Müüdid

- Miks meil üleüldse on vaja avalikkuse toetust?
- Kohus ei pea olema populaarne koht ja kohtuniku ametit pole vaja reklaamida, see pole massidele?
- Me ei peaks tegelema kuvandiga, see pole väärikas ja ei sobi kohtu olemusega kokku?
- Kohtute töö on mõista õigust ja selleks pole mingit kommunikatsiooni vaja?

Müüdid (meedia)suhetes

- **“Kohtute töö on mõista õigust. Seda me ka teeme. Laske ometi inimesel tööd teha!”**
 - Ka ajakirjanik teeb oma tööd. Ta tahab saada head ja tasakaalustatud lugu, mis on tema töö. Kohtunike töös on kõneisikuteks protsessis osalejad, ajakirjanikel on üldpildi saamiseks ja edastamiseks vajalikud ka otsustajad ehk kohtunikud.
- **“Ajakirjanik tahab nagunii kirjutada ainult halba. See ju müüb.”**
 - Ajakirjaniku töö on osutada probleemidele, meedia on oma olemuselt kriitiline. Meie võimuses on selgitada tausta, et sünniks tasakaalustatud lugu. Konstrukttiivne ja põhjendatud kriitika on edasiviiv. Faktidest ajakirjanik mööda vaadata ei saa ja see pole tema eesmärk, sageli sünnivad negatiivsed lood teadmatusest, kuna osapool asub selgitama alles siis, kui lugu ilmunud.

Müüdid (meedia)suhetes

- **„Ma tean, et nad nagunii arvavad, et kohus teeb siin vale otsuse. Kas on mõtet tuuleveskitega võidelda!? Oma arvamust nad nagunii ei muuda!”**
 - Meie võimuses on harida nii ajakirjanikke kui avalikkust, et kohus töötab õiglaselt ja inimeste kaitseks. Püüame seda igal võimalusel öelda, siis on meil endil tulevikus lihtsam. Paraneb nii kohtunike kui õigusriigi maine ja lõpuks ka subjektiivne riskikäitumine.
- **“Siin ei ole mul neile kaamerasse enam midagi öelda. Kõik on otsuses kirjas ja täiendavalt ma ju midagi lisada ei saa.”**
 - Me saame rõhutada seda, mida otsuses ei ole kirjas – et kohus teeb oma tööd õiglaselt ja inimeste huvide kaitseks. See on hea võimalus rõhutada oma sõnumit, mis toodab usaldusväärset ja positiivset kuvandit. Pealegi, kui tegemist on eelmise astme lahendi tühistamisega, siis on meie kohus selgitada, et kohtunik ei teinud halba tööd, rääkida põhjustest ning tutvustada õigusemõistmise protsessi.

Järeldused

- Kohtunikuametit puudutav kommunikatsioon ja sellealased tegevused on juhuslikud, puuduvad läbimõeldud sõnumid ning nende järjepidevus;
- Kohtunikuamet ei ole õigusharidust omandavate tudengite seas atraktiivne valik;
- Info kohtunikuks kandideerimise protsessi ja kohtunikuameti olemuse kohta on vähene;
- Kohtunikuks kandideerimine on ajamahukas ja ettevalmistusaeg ebapiisav;
- Kohtunike valikuprotseduur on liialt jäik;
- Kohtunike vähene koostöövalmidus kohtunikuameti tutvustamisel – eetikakoodeksi järgi ei eksponeeri kohtunik ennast (st näiteid ja kõneisikuid on raske leida);
- Puudub süsteemne ja läbimõeldud koostöö sidusrühmadega (kõrgkoolid, kohtute esimehed, justiitsministeerium).

Ettepanek

- Riigikohus uuendab 2011. a koostatud **kommunikatsioonistrateegia**, mille eesmärgiks on:
 - Toetada Riigikohtu tegevust kohtunikuks saamise korralduse väljatöötamisel ja rakendamisel;
 - Tõsta sihtrühmade teadlikkust;
 - Kujundada avalikkuses positiivne eelhoiak kohtunikuametist.
 - Tänapäevane strateegiline eesmärk on toetada kommunikatsioonitööga kohtute tegevust inimeste õiguste ja õigusriigi kaitsmisel. Eesmärgi saavutamise meetodiks on püsiva mõistmise, usalduse ja koostöötahte loomine ühelt poolt kohtute ja teiselt poolt nii menetlusosaliste, avalikkuse kui ka meedia vahel, et osaliste huvid oleksid demokraatlikule ühiskonnale kohaselt parimal viisil kaitstud.
- NB! Maine paranemine ja parem teadlikkus ei ole ainult kommunikatsiooniosakonna tegevustes kinni

Kohtunikuameti maine
kujundamine ei ole ainult PR
pingutus vaid see edendab
õigusemõistmist tervikuna!

MSMEDIA

KOMMUNIKATSIOONILAHENDUSED TÄHELEPANUTÖÖSTUSEST