

Tartu Ülikool  
Sotsiaal- ja haridusteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

# **RAADIO 2 UUTE EESTI ARTISTIDE TUTVUSTAJANA**

Bakalaureusetöö

Indrek Ups  
Juhendaja: Ragne Kõuts (MA)

Tartu  
2012

# SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b> .....	4
<b>1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad</b> .....	7
1.1 Ülevaade Eesti raadiomaastikust tänapäeval.....	7
1.2 Avalik-õigusliku ringhäälingu funktsioonid .....	8
1.3 Saatejuht kui valikute tegija ja väravavaht.....	10
1.4 Raadio 2 taust ja muutumine .....	12
1.5 Raadio 2 ja uus muusika.....	13
1.6 Pierre Bourdieu väljade teooria.....	14
1.7 Väljade teooria Raadio 2 ja uute Eesti artistide kontekstis .....	16
1.8 Töö eesmärk ja uurimisküsimused.....	17
<b>2. Metoodika ja valim</b> .....	17
2.1 Intervjuud ja intervjuu kava .....	17
2.2 Saadete valim ja programmianalüüs .....	20
2.2.1 Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete analüüs.....	22
2.2.2 Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete kodeerimise põhimõtted .....	24
2.3 Meetodikriitika .....	26
2.4 Raadio 2 ja Sky Plus <i>playlist</i> 'ide võrdlus.....	27
<b>3. Analüüsi tulemused</b> .....	29
3.1 Playlist.....	29
3.2 Kui suur osa Raadio 2 uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete eetriaajast kulutatakse uute Eesti artistide tutvustamisele? .....	31
3.3 Milline on uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete sisu?.....	33
3.4 Kuidas uute artistideni jõutakse ja kuidas uute artistide muusika Raadio 2 eetrisse jõuab? .....	36
3.5 Mille põhjal enam kajastatavad uued artistid valitakse?.....	39
3.6 Kuidas aitab Raadio 2 kaasa uute Eesti artistide karjääri ehitamisele?.....	40
<b>4. Järeldused, diskussioon</b> .....	43
4.1 Järeldused.....	43
4.2 Diskussioon .....	47

<b>Kokkuvõte</b> .....	50
<b>Summary</b> .....	52
<b>Kasutatud kirjandus</b> .....	55

# SISSEJUHATUS

Raadio 2 on 1993. aastal tööd alustanud Eesti raadiojaam. Raadio 2 eeskujuks on BBC Radio 1, mis sarnaselt Raadio 2-ga pakub meelelahutuslikku kuid samas informatiivset programmi, mis suunatud pigem nooremale kuulajale. Programmis on olulisel kohal muusikavalik, mis keskendub suures osas uutele artistidele erinevatest žanritest (Lõhmus & Johanson 2009).

Viimastel aastatel on meedias esinenud debatte Rahvusringhäälingu raadiojaama Raadio 2 funktsioonide ja eesmärkide üle. Eriti teravalt kerkis teema päevakorda 2010. aasta sügisel, kui Hans H. Luik esines emotsionaalse sõnavõtuga TV3 saates “Kolmeraudne” ning nimetas Raadio 2-te maksumaksja rahast elatuvaks diskojaamaks. Luige seisukohtadele avaldas Äripäeva vahendusel toetust ka tollane Kuku raadio peatoimetaja Janek Luts. Tema väitis, et „Keegi ei suuda ära põhjendada, milleks Raadio 2-te vaja on. Mis on tema eesmärk ja millist ideed ta kannab, mille eest riik maksab talle aastas miljon eurot.” (Krjutškova 2010).

ERRi juhatuse esimees Margus Allikmaa väitis vastu, et Raadio 2 hoiab au sees Eesti Rahvusringhäälingu seadusega sätestatud väärtusi (Krjutškova 2010). Erinevad Raadio 2 saatejuhid ja ka peatoimetaja Heidy Purga tõid välja, et raadiojaama muusikavalik on kommertsraadiojaamadega võrreldes alternatiivne ning loob võimalusi ka alustavatele Eesti artistidele, kes teistes kohalikes raadiojaamades eetriaega ei saaks. Purga tõi veel välja, et tõenäoliselt tegeleb Raadio 2 erinevatest kanalitest kõige laiemalt Eesti popkultuuri arendamisega, lisades, et popkultuur on meie laiema kultuuriruumi osa, nagu on Raadio 2 osa laiemast rahvusringhäälingust (Stadnik 2010).

Rahvusringhäälingu seadus kohustab Rahvusringhäälingu meediakanaleid muuhulgas hea seisma eesti keele ja kultuuri arengu eest, eesti kultuuri jäädvustamise eest ning kaasa aitama Eesti konkurentsivõime ja majandusliku heaolu kasvule (riigiteataja.ee 2011). Käesolev bakalaureusetöö vaatlleb neid punkte kultuurivälja toimimise seisukohast, toetudes Pierre Bourdieu väljade teooriale. Kuna Raadio 2 nimetab end alustavatele artistidele võimalusi loovaks hüppeplatvormiks, keskendub töö autor oma uurimuses Raadio 2 funktsioonidele uute Eesti artistide ja nende muusika tutvustamisel.

Teema valik on motiveeritud aeg ajalt kerkivatest ja vaibuvatest debattidest Raadio 2 rolli üle ning töö autori isiklikest kogemustest Raadio 2-ga kodumaise muusika promotsiooni vallas. Kuna mitmete meediajuhtide ülikriitilised seisukohad Raadio 2 vastu tundusid nõrgalt argumenteerituna, pidas töö autor vajalikuks ja huvitavaks uurida lähemalt Raadio 2 tegevust uute Eesti artistide muusika tutvustamisel ning uurida raadiojaama valikute, otsuste ja tegevuse motiive.

Töö eesmärk ei ole kuulutada absoluutset tõe selles üsna kontekstist välja rebitud konfliktis või vaielda avalik-õigusliku raadiojaama funktsioonide üle, vaid näidata tendentse Raadio 2 programmis uute Eesti artistide muusika tutvustamisel ja selle seosel toimetuse eelistustega.

Töö koosneb neljast suuremast peatükist. Esimeses peatükis annab töö autor ülevaate Eesti raadiomaastikust tänapäeval, kirjeldab Raadio 2 muutumist ning avalik-õigusliku programmi aluspõhimõtteid. Raadio 2 funktsioonide mõtestamiseks kasutab autor Pierre Bourdieu väljade teooriat. Samuti tuleb juttu saatejuhist kui otsuste langetajast ja väravavahist. Esimese peatüki lõpus on eraldi selgitatud ka töö eesmärgid ja välja toodud uurimisküsimused.

Teises peatükis on juttu meetodikast ja valimist. Uurimismeetodina on kasutatud kontentanalüüsi. Töö empiirilise materjali esimese osa moodustab Raadio 2 programmianalüüs, teise osa moodustavad neli ekspertintervjuud. Et analüüsida Raadio 2 funktsioone uute Eesti artistide tutvustamisel, on töö autor valinud programmianalüüsis vaadeldavateks saadeteks Raadio 2 uut muusikat tutvustavad saated („Kuulderaadius“, „Pleier“, „Pleier Extra“ ja „Muusikanõukogu“). Et saada ülevaade Raadio 2 tegevusest uute Eesti artistide tutvustamisel, on intervjuueeritud Raadio 2 (töö valmimise hetkeks) endist peatoimetajat Heidy Purgat ja „Kuulderaadiuse“ saatejuhti Sten Teppanit, keda võib pidada Raadio 2 uue Eesti muusika eksperdiks. Eesti muusikatööstuse poolelt on intervjuueeritud muusikamanager'i ja Baltikumi suurima, Tallinn Music Week festivali eestvedajat Helen Sildnat. Sildna on aastaid erasektoris muusikaäri tegelenud ning toonud Eestisse teiste hulgas maailmakuulsad artistid nagu Morrissey, AIR, Sigur Ros, White Stripes ja Tricky (Mettsar 2009). Muusikute seisukohta on töö autor valinud esindama läbi erinevate bändide Raadio 2-ga palju kokku puutunud noore muusiku Fredy Schmidt'i. Nende inimeste kaasamine peaks andma mitmekülgse pildi Raadio 2 tegevusest – nii muusikatööstuse, muusikute, kui Raadio 2 enda vaatepunktist.

Kolmas peatükk tutvustab kolme saatenädalat hõlmava programmianalüüsi ja ekspertintervjuude tulemusi. Neljandas peatükis teeb töö autor järeldsued ja annab vastused uurimisküsimustele. Samuti seotakse tulemused teoreetilise materjaliga.

Töö autori teada ei ole keegi Eestis varem Raadio 2 ega ühegi teise raadiojaama funktsioone uute Eesti artistide tutvustamisel uurinud. Küll on tehtud mitmeid töid Raadio 2 kohta teiste fookustega. Annika Kase kaitses 2006. aastal oma bakalaureusetöö teemal Gümnaasiumiõpilaste ootused raadioprogrammile, Raadio 2 näitel. Samuti on uuritud mitmetes töödes avalikõiguslikku meediaprogrammi ja selle auditooriumit.

Töö autor soovib tänada oma juhendajat Ragne Kõutsi pühendatud aja ja antud soovitude eest. Samuti oma retsensenti Karit Kaasikut ja kõiki intervjueeritavaid, kes oma tiheda päevakava kõrvalt leidsid aega vestelda.

# 1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Käesolev peatükk annab lühiülevaate Raadio 2 muutumisest ja selle praegusest positsioonist Eesti muusikamaastikul. Vaatluse alla tulevad ka avalik-õigusliku programmi põhimõtted, millest Raadio 2 oma tegevuses peab lähtuma. Edaspidi tuleb töös juttu Raadio 2 programmipoliitikast, mis annab saatejuhtidele suhteliselt suured õigused saadete muusikalise poole kujundamisel. Seetõttu räägib töö autor käesolevas peatükis ka saatejuhust kui valikute tegijast.

## 1.1 Ülevaade Eesti raadiomaastikust tänapäeval

Inimkonna infoedastuses ja maailmatajumises tohutuid muutusi esile kutsunud raadio, on tänastes tingimustes vaid üks lugematutest elektroonilise kommunikatsiooni vahenditest. Eestis alustas Rahvusringhääling tööd 1926. aastal. Esimeste erajaamade teke sai võimalikuks alles Eesti taasiseseisvumise järel 1990ndate esimeses pooles (Lõhmus & Vihalemm 2004).

Eesti taasiseseisvumisest alates on raadiokanalite arv drastiliselt kasvanud. Kui 1990. aastal tegutses Eestis vaid üks ringhäälinguorganisatsioon kahe raadioprogrammiga, siis 2003. aastal oli ringhäälinguorganisatsioone Eestis 18 kokku 31 raadioprogrammiga (Lõhmus & Vihalemm 2004). Edaspidi on järsk kasv küll stabiliseerunud kuid 2009. aasta 31. detsembri seisuga tegutses Kultuuriministeeriumi väljaantud ringhäälingulubade põhjal Eestis 34 raadiojaama. Nendest viis olid avalik-õiguslikud, 24 eraõiguslikud ja viis kasumit mittetaotlevad (Luts 2011).

Ülevaateartiklis „Eesti raadiomaastik 2009“ kirjeldab Janek Luts Eesti ringhäälingus toimuvat mitmete parameetrite alusel. Üheks olulisemaks raadiojaamade iseloomustajaks on Lutsu hinnangul raadiojaamade leviulatus, mis Eesti väikese territooriumi kiuste on äärmiselt ebahühtlane. Luts märgib, et 100% või enam suudavad territooriumi oma levialaga katta Eestis vaid avalik-õiguslikud raadiojaamad, mille hulka kuulub ka käesoleva töö keskmes olev Raadio 2. Siinkohal tasub meeles pidada, et 100%-line leviulatus annab raadiojaamale kuulatavuse osas olulise konkurentsieelise raadiojaamade vastu, kelle leviulatus on väiksem. Käesolevas bakalaureusetöös põgusalt Raadio 2-ga võrreldud erajaam Sky Plus katab oma leviulatusega vaid 80% Eesti pindalast. Ometi on tegemist Eestis enamkuulatava eraõigusliku raadiojaamaga.

Teine oluline komponent raadiomaastikul on raha. Lutsu kasutaud uuringuandmed pärinevad 2009. aastast, mis mäletatavasti oli majanduslanguse tõttu paljudele kommertsettevõtetele keeruline. Raskustest ei jäänud kõrvale ka kommertsraadiojaamad, sest nende põhilise tulubaasi moodustab reklaami müük. Majanduslanguse aegne reklaamituru kokkukuivamine mõjutas seeläbi olulisel määral ka eraõiguslikku ringhäälingut. Aastaseks käbie languseks 2009. aastal oli tervelt -36% (Luts 2011).

Kuigi avalik-õiguslik ringhääling reklaamitulude ja reitingute pärast rahalises mõttes muretsema ei pea, võiks seda teha kuulajanumbrite osas. Kui 2009. aasta lõpu seisuga oli Vikerradio Eesti enamkuulataav raadiojaam ja käesoleva töö fookuses seisev Raadio 2 kuulatavuselt viies, siis TNS Emori 2010. aasta suvekuude uuringu põhjal, oli Raadio 2 loovutanud kuulatavuse tabelis kaks kohta nii Raadio Uunole kui Kukule.<sup>1</sup> Samal ajal püsis kuulatavuse edetabeli tipp muutumatuna. Kuku ja Uuno on mõlemad eraõiguslikud raadiojaamad ning kuuluvad raadiogruppi AS Trio LSL. Kuna edaspidi tuleb töös juttu Raadio 2 funktsioonidest uute Eesti artistide tutvustajana, on töö autori hinnangul siiski oluline, et raadiojaamal oleks lai kuulajaskond, kellele uut muusikat tutvustada.

## **1.2 Avalik-õigusliku ringhäälingu funktsioonid**

### **Avalik-õiguslik ringhääling**

Meediateoreetik Denis McQuail kirjeldab avalik-õiguslikku ringhäälingut kui sellist, mis seab oma töös tähtsaimale kohale ühiskonna vajadused, jättes kõrvale ärihuvid ja turujõu (McQuail 2003: 140). Tartu Ülikooli doktor Aune Unt jagab McQuali seisukohti ning märgib, et avalik-õiguslik ringhääling on selline, mis võimaldab kodanikel saada eluks vajalikku informatsiooni, end harida, saada osa kultuurist, olla kursis ühiskonna oluliste probleemide ja ideedega, osaleda mõttevahetuses, laiendada teadmisi ja lahutada meelt. Ajaloolises arengus vastab avalik ringhääling rohkem nendele standarditele, mis on kehtestatud kultuuri, hariduse ja poliitiliste sätestuste poolt. Populaarne maitse on teisejärguline (Unt 2001).

---

<sup>1</sup>Raadioauditooriumi ülevaade Suvekuudel 2010. [www.emor.ee/raadioauditooriumi-ulevaade-suvekuudel-2010](http://www.emor.ee/raadioauditooriumi-ulevaade-suvekuudel-2010)



Avalik-õigusliku programmi koostamise üks aluspõhimõtetest on see, et saate- ja muusikavalik ei tohiks lähtuda turuloogikast. See tähendab, et saatevalik peab katma võimalikult laia segmenti huvigruppidest, mitte pakkuma vaid seda, mille järele kõige suurem nõudlus on; pakkuma seesuguseid saateid, mis muidu turul ellu ei jääks, kuid mis on ühiskonna ja kultuuri seisukohast olulised (Unt 2001: 11).

### **Eesti Rahvusringhäälingu funktsioonid**

Avalik-õigusliku ringhäälingu tegevust Eestis reguleerib Eesti Rahvusringhäälingu seadus, mis neljanda ning viienda paragraafiga sätestab rahvusringhäälingu eesmärkide ja ülesannetena muuhulgas:

- Toetada eesti keele ja kultuuri arengut.
- Väärtustada Eesti riigi ja eesti rahvuse kestmise tagatise ning osutavad asjaoludele, mis võivad ohustada Eesti riigi ja eesti rahvuse püsimist.
- Aidata kaasa Eesti majandusliku heaolu ja konkurentsivõime kasvule.
- Aidata kaasa Eesti ajaloo ja kultuuri audiovisuaalsele jäädvustamisele.
- Vahendada maailmakultuuri parimaid saavutusi.

Avalik-õigusliku ringhäälingu idee on tugevalt seotud ühiskonna teenimise väärtustega. Seadus rõhutab, et programmi ja meediateenuste loomisel, peavad need vastama Rahvusringhäälingu eesmärkidele ja teenima avalikkuse huve. Programm peab olema mitmekülgne ning tasakaalustatud. Kuna Rahvusringhääling on rahastatav riigieelarvest, peab see täitma avalikkuse huve teenivaid funktsioone. Avalik-õigusliku ringhäälingu peamiste funktsioonidena Eestis võib käsitleda kultuurilise järjepidavuse tagamist, mis on otseselt seotud ka demokraatia järjepidevuse tagamisega. On ju avalik-õiguslik meediaruum üks väljendusvabaduse sümbolitest. Läbi ajakirjandusliku kvaliteedi peaks avalik-õiguslik ringhääling tagama kajastatavate ideede rohkuse ning seeläbi toetama demokraatiat. Tänapäevaste demokraatlike praktikate järgi peaks avalik-õiguslik ringhääling olema ühiskondlikkuse kui kodanik-riik suhte oluline väärtustaja (Splichal 2006).

### 1.3 Saatejuht kui valikute tegija ja väravavaht

Programmiline mitmekesisus ja avalik-õiguslike funktsioonide toimimine sõltub suures osas saadete sisu tootjatest. Läbi kajastatava materjali valiku lasub avalik-õiguslikul programmil oluline vastutus kultuuri ja ühiskonna kujundamisel (Splichal 2006). Siinkohal tõuseb esile kajastatava materjali osas valikute tegija olulisus. Et selgitada saatejuhi kui valikute tegija kaalukust, viitab töö autor siinkohal Kurt Lewini väljatöötatud ning Pamela J. Shoemakeri edasiarendatud väravavahi (*gatekeeping*) teooriale.

Väravavahi (*gatekeeping*) teooria kohaselt, kujuneb otsus läbi erinevate valikute ja otsustuskriteeriumite. Saatejuhi või toimetaja rolli raadios saab võrrelda väravavahi omaga. Shoemaker (1991) kirjeldab väravavahtidena reportereid, toimetajaid, ajakirjanikke ning meediaettevõtetes ja meediaorganisatsioonides olulistel ametikohtadel töötavaid inimesi. Kõiki neid, kelle otsused määravad, milline informatsioon jõuab avalikkuse ette ja milline mitte. Kuna ühendavaks jooneks on võim valida kajastatavat materjali, sobib siin loetelus mainida ka saatejuhte raadios.

Saatejuhtidel ja toimetajatel on saadete koostamisel oluline roll. Tulenevalt Raadio 2 programmi ülesehituse eripärast, millest töös edaspidi juttu tuleb, on raadiojaama saatejuhtidel suhteliselt suur vabadus otsustada saadetes mängitava muusika ja tutvustatavate artistide üle. Võrdeliselt otsustusvabadusega, kasvab ka saatejuhtide vastutus, et kajastatav materjal töötaks avalikkuse huvides ja oleks kooskõlas Rahvusringhäälingu seadusega.

Shoemaker (1991) leiab, et väravavahi teooria puhul on kõige olulisemaks kriteeriumiks uudislugude uudisväärtuslikkus. Sarnase paralleeli saab tuua ka raadiotöös, kus erinevatel saatejuhtidel on oma subjektiivsed kriteeriumid, mille põhjal nad oma valikuid teevad. Nõu uudisväärtustena toimivad siinkohal uute muusikakollektiivide puhul nt uudsus, maine, omanäolisus, kunstiline ning tehniline kvaliteet jms. Erinevalt kommertsjaamade põhimõtetest, ei pea antud töös uuritav avalik-õiguslik raadiojaam Raadio 2 lähtuma sellest, kas saatejuhtide poolt esitlemiseks valitud materjali vastu on auditooriumi poolne nõudlus või mitte.

Seejuures ei tohi unustada, et sellisel lävepakul nagu *eetrisse pääsemine*, toimub otsustusmoment, kes saab edasi ja kes mitte. Võimekuse eristamisel võib edasipääsenute ja uksetaha jääjate vahel olla õhkõrn piir, kuid otsusest tulenev resultaat on vägagi erinev. Bourdieu

(1994) märgib valikust tulenevat olemuslikku erinevust nõ *tiitli* kandmise õiguses. Kuigi paralleel on laenatud Bourdieu haridusvaldkonna näitest diplomi omistamisel, toimub säärane eristamine ka muusikamaastikul nõ uksetaha jäänute ja uudiskünnise ületajate vahel. Viimastel on nimelt võimalik ennast ja oma loomingut nii kitsama kui laiemal avalikkuse ees legitimeerima hakata.

Nagu kirjutab ka Vello Lään raamatus „Kuidas tehakse raadiot“, on raadiol muusikapala sageda esitamisega võimalik see hitiks mängida, ning seeläbi raadiokuulajate eelistusi mõjutada (Lään 1995). Kuigi tänapäeval on auditooriumi maitse muusika osas lisaks raadiole suuresti mõjutatav ka Interneti poolt, on raadio kui legitimeerija roll praegugi oluline. Hendy (2000) kirjeldab avalik-õigusliku raadiojaama funktsioonina muuhulgas mõjutada kultuuri kulgu. Nt oli 1990ndatel raadiojaamadel sh BBC Radio 1-1 oluline roll bändi ja selle albumite edu kujundamisel. Avalik-õigusliku jaama puhul oli taas tegemist suurel määral toimetajate otsustega.

Raadiojaama programmiline suunitlus ja saatejuhtidele antav vabandus võib viia muusikalises mõttes maailmamuutvate sündmusteni. Hendy (2000) toob näitena 1990ndatel nii Inglismaal kui terves maailmas tuntuks saanud bände Blur ja Oasis, kelle eduloos oli oluline roll just avalik-õiguslikul raadiojaamal. Olulisus peitus selles, et BBC Radio 1 oli suuteline häälestama piire peavoolu ja alternatiivi vahel, mängides nõ raadiopopi vahele alternatiivmuusikat, ning tootma seeläbi vajaduse millegi uue järele, mida auditoorium varem tahta ei osanud. Teisisõnu raadio legitimeeris alternatiivartiste – ilma igasuguse sisulise või kunstilise muutuseta sai alternatiivsest nišimuusikast kümnete miljonite inimesteni jõudev popkultuuri sensatsioon. Saavutati seis, kus tööstus tootis kultuuri, ning kultuur tootis tööstust.

Et mõista potentsiaalselt avalikku arvamust mõjutava toimetajatöö köögipoolt täna, tuleks esmalt tausta loomise mõttes vaadata aastate taha. Toimetaja, kui raadiosaate tegija mõiste Eestis sai valitsevaks alles 1980ndatel. Enne seda olid reporteri ja toimetaja rollid selgelt eristatavad, kus reporter vastutas saate loomingulise poole eest ja toimetaja formaalse poole eest. Tollane raadiosaate tootjate rollide lahushoidmine andis kontrollorganitele võimaluse saadete sisu efektiivsemaks jälgimiseks ja ideoloogiliselt vajalikus suunas mõjutamiseks. Töötajate suure hulga ja paljude formaalsete ametite eesmärgiks oligi lisa kontrolltasandite loomine. Saadete

koostamisel oli oluline roll valitseva ideoloogia väljanäitamisel. Kogu saate valmimise protsessi saatsid erinevad kooskõlastused, tsenseerimine ja mahukas bürokraatia (Lõhmus 1999).

Seoses Eesti taasiseseisvumise ja demokraatliku ühiskonnakorralduse saabumisega, muutus ka toimetajatöö. Kui nõukogude ajal oli toimetajatele seos „materjali“ ja „teema“ vahel ette ära määratud, siis demokraatlikus ajakirjanduses on toimetajal vabadus otsustada, kuidas ta üldse kajastatavasse materjali suhtub (Lõhmus 1999: 108). Käesolevas bakalaureusetöös on muuhulgas vaatluse alla võetud toimetaja roll uut muusikat tutvustavate saadete puhul.

## 1.4 Raadio 2 taust ja muutumine

Selleks, et hakata uurima tänase Raadio 2 funktsioone uute Eesti artistide kajastamisel, tuleb esmalt heita pilk raadiojaama ajaloole ja varasematele suunitlustele. 2001. aastal välja antud raamatus “Avalikõiguslik ringhääling Eestis” kirjeldab Sergo Selder Raadio 2 programmi kui väga meelelahutuslikku ja avalikõiguslikke funktsioone nõrgalt täitvat. Vaid 53% uuritud saateajast täideti avalik-õiguslikke funktsioone, kusjuures umbes sellest täitis avalik-õiguslikke funktsioone osaliselt.

Peamised puudused väljenduvad Selderi hinnangul informatsiooni väheses mahus ja saadete sisu üheülbalisuses. Oma kuulamispraktikale toetudes väidab Selder (2001), et peamiselt piirdub saadete sisu muusika mängimise ja paari sõnaga lugude saateks. Samas nendib Selder, et muusikavalik on Eesti raadiotest kõige mitmekesisem just Raadio 2-s. Samas leiab Selder (2001), et sealgi tutvustatakse muuhulgas maailmas enamüünud muusikat. Selder (2001) märgib ka seda, et saadete kuulajaskond ei olnud 2001. aasta seisuga kuigi intelligentne. “Enamik raadiosse helistajaid on noored inimesed, kes täpselt ei teagi miks nad helistavad. Näiteks kui etteantud vastusevariantidega raadioküsimuse puhul on pakkumata veel üksainuke variant neljast, oskab paar inimest alati pakkuda veel kord juba läbivõetud variante, mis näitab, et saadet ei kuulatagi eriti põhjalikult” (Selder 2001: 91). Samas võib sellise käitumise põhjuseks olla raadiotehniline iseärasus, et raadiosse sisse helistades ja samal ajal telefoni kõrval raadiot kuulates tekkib *feedback* ehk eetris kostub vile sarnane toon. Samuti peab raadioeetrisse liinile saamiseks tihtilugu mitu korda proovima või kõnejärjekorras ootama, mis ei võimalda vahetult enne helistamist või helistamise ajal raadiot väga põhjalikult kuulata. Sellest vastuolust

tulenevalt leiab töö autor, et raadiokuulajate vaimse võimekuse hindamiseks ei pruugi raadiomängude analüüsist piisata.

1990-ndate lõpu ja 2000-te alguse märksõnadeks Raadio 2-s võib Selder (2001) andmetel pidada reklaamirohkust, pealiskaudsust ja meelelahutusliku suunitlusega informatsiooni. Positiivselt paistis Raadio 2 ka siis silma laia muusikavaliku ja õhtuse vööndi saadete poolest.

2004. aastal asus Raadio 2 peatoimetaja kohale Heidy Purga ning töötas sellel ametikohal 2012. aasta märtsi lõpuni, mil siirdus lapsepuhkusele. Töö autori kuulumispraktikast ajendatud hinnangul on Heidy Purga peatoimetaja kohale asumisest alates, eriti aga viimastel aastatel oluliselt suurenenud Raadio 2 roll kohaliku muusika ja (pop)kultuuri edendamisel.

Tunnustatud muusikakriitik Tõnis Kahu on seisukohal, et kultuuril ja äril tuleb selgelt vahet teha. Sergio Selderile antud intervjuus ütles ta, et “kultuur on midagi, mis meil on ühiselt olemas. Mis on meil ühises minevikus. Midagi, mis läheb hinge ja on kahtlemata tähtsam kui ostu-müügi suhe” (Selder 2001: 96). Antud töö autor nõustub küll Tõnis Kahu seisukohaga, kuid jätab oma uurimuse koostamisel kultuuri olemuse arutelud pigem tagaplaanile ning keskendub ennekõike uute artistide promotsiooniprotsessile. Töö autor soovib näidata, mil viisil üritab Raadio 2 uutele Eesti artistidele kasulik olla, ning mis on alustavatel artistidel Raadio 2 tööst kasu.

## **1.5 Raadio 2 ja uus muusika**

Analüüsimeks Raadio 2 tegevust uute Eesti artistide tutvustamisel, tasub esmalt heita pilk uute bändide esilekerkimise moodustele nõukogude ajal. Ojakäär (1983) järgi olid peamiseks võimalusteks erinevad ansambelite konkursid ja nn kunstilsied ülevaatused. Vähemolulised ei olnud ka suuremad kontserdid, kuhu pääsemiseks pidid olema täidetud mitmed nõuded nii loomingulises kui vormilises plaanis. Kuigi nõukogude ajal oli Eesti ja teiste sotsialismimaade ansambelite looming lääne kolleegide omaga võrreldes temaatiliselt piiratum, kasvas tollastest bändidest välja terve generatsioon tuntud muusikuid, kellest paljud on aktiivsed veel tänapäevalgi.

Aastate möödudes on bändide esilekerkimise võimalused avardunud. Oma panust selles vallas on üritanud anda ka Raadio 2. 2004. aastal sai Urmas Leinfeldi asemel Raadio 2 programmijuhuks Heidy Purga ning programmireformiga keeras raadiojaam ideelises plaanis

uue lehekülje. Raadio 2 nõ uue ajastu programmi põhimõtete kirjeldamisel on Annika Kase oma 2006. aastal kaitstud bakalaureusetöös kasutanud Kersti Raumani (Eesti Raadio meedianõunik 2006) isiklikke materjale Eesti Raadio programmide kohta. Muuhulgas olid dokumendis välja toodud järgmised näitajad:

- Raadio 2 programm on suunatud eelkõige noortele vanuses 15 - 29 eluaastat.
- Programmi märksõnadeks on patriotism ning eesti noorte tegijate toetamine ja noortepärasusega põimitud tõsiseltvõetavus.
- Homseid hitte mängitakse juba täna, suur osa alternatiivmuusikal.

Raadio 2 eeskujuks oleva BBC Radio 1 näitel kirjutas David Hendy (2000) oma artiklis *Pop music radio in the public service: BBC Radio 1 and new music in the 1990s* avalik-õigusliku raadiojaama rollist uue muusika esiletõstmisel. Töö autori hinnangul, saab sarnaseid paralleele artistide tutvustamisel tõmmata ka Raadio 2 puhul. Erinevad Raadio 2 tegevust kajastavad dokumendid ja raadiojaama tegijate sõnavõttud rõhutavad uue kodumaise muusika edendamise olulisust. Uue muusika toetuseks kõnelevad ka Raadio 2 kaks tunnuslauset “Homsed hitid juba täna” ja “Meie usume uude muusikasse”.

Kuigi Raadio 2 paneb oma eesmärgipüstitusel rõhu alternatiivmuusikale, võib Valter Ojakäär (1983) järgi selle klassifitseerida laiemas mõistes popmuusikaks (st, et ei ole jazz või klassikaline muusika). On ju tegemist meelelahutuslikku laadi kunstivormiga, mis mõeldud laiale auditooriumile. Selline üldistus tuleneb ka meediumitest, mida selle edastamiseks kasutatakse – raadiost ja internetist.

## **1.6 Pierre Bourdieu väljade teooria**

Käesolev töö uurib meediakanali rolli uute Eesti artistide karjääri edendamisel. Kuna see tegevus on seotud ka auditooriumi ning kultuurilise kapitali kujundamisega, on siinkohal vajalik teoreetiliselt mõista ja mõtestada kanali ja auditooriumi suhteid. Antud töös toetub autor Prantsuse sotsioloogi Pierre Bourdieu väljade teooriale. Bourdieu teoreetilise mudeli kohaselt on sotsiaalne ruum üles ehitatud hierarhiliselt paiknevatest väljadest. Nendeks on majandusväli, haridusväli, poliitilikkaväli, kultuuriväli. Iga-üks nendest on oma enda seaduspärasuste ja toimimispõhimõtetega küllaltki iseseisev, kuid teistega võrreldes struktuuriliselt sarnane. Need

väljale omased seaduspärasused ja toimimispõhimõtted koordineerivad väljal tegutsevate inimeste käitumist. Seejuures on väljad ise dünaamilised ja pidevas muutumises. Väljade muutlik ja konfliktne olemus tuleneb sellest, et iga väli koos seal tegutsevate inimeste ehk agentidega, proovib saavutada maksimaalset kasu ehk omandada kontrolli võimalikult suure kapitali üle (Bourdieu 1999: 2).

### **Kultuuriväli**

Bourdieu rõhutab, et kapitaliga kauplemine ei pea olema alati kalkuleeritud ja materiaalne. Siinkohal toob Bourdieu välja kultuurivälja eripära. Kultuuriväljal on eriti olulised kaks kapitali liiki, sümboliline kapital ja kultuuriline kapital. Sümbolilise kapitali all peab Bourdieu silmas prestiiži, kuulsust, pühendumust ja austusväarsust, mida jagatakse väljal tegutsejatele tunnustuse ja tuntuse näol (Bourdieu 1999: 75). Kultuuriline kapital puudutab aga kultuurilist teadlikkust. Bourdieu defineerib seda kui sotsiaalse agendi võimekust kultuurilisi suhteid mõtestada. Või teisisõnu – kultuurilisi koode luua ja neid lugeda ehk dekodeerida. Bourdieu rõhutab, et kunstiteosel on tähendus vaid selle agendi jaoks, kes omab kultuurilist kompetentsi; kes suudab kunstiteosesse kätkevad sõnumit lahti kodeerida. Koodi mõistmist võib käsitleda Bourdieu hinnangul ka empaatiana (Bourdieu 1999: 7).

Bourdieu märgib, et mistahes väljale sisenemiseks on tarvis vähemalt hädapärasel minimaalsel hulgal teadmisi, oskusi või talenti. Seda kõike selleks, et väljal ees ootavate agentide silmis legitiimsus saavutada; et uut üritajat võetaks võrdväärse partnerina. Seejuures tuleb osalejale oma olemasolevat sümbolilist, akadeemilist ja kultuurilist kapitali investeerida sel viisil, et väljal võimalikult palju kapitali koguda. Näiteks kui Eestis tegutsemist alustav uus bänd tuleb esimest korda avalikkusse ette, saab ta seda teha üldistatult kahte moodi. Olles originaalne ja pakkudes kvaliteetset teostust, on tõenäoliselt suurem lootus väljal ees ootavate sotsiaalsete agentide poolehoidu pälvida, kui vaimuvaese materjali ja kehva esitusega.

Bourdieu järgi käib kõige aktiivsem võitlus piiratud tootmise väljal ehk kõrgkultuuriväljal. Tegemist on valdkonnaga, kus legitiimsuse pärast võistlevad vähesed kitsa eluala esindajad, kes on ühteaegu nii konkurendid kui partnerid. Kuigi töö autori arvates Raadio 2 klassikalises mõttes kõrgkultuurivälja ei puuduta, võib Eesti pisikese ja arenemisjärgus muusikamaastiku toimimise põhimõtetes leida kõrgkultuuriväljale omaseid jooni. Kui kõrgkultuuriväljal on tegemist nt

teadlaste või kirjanikega, kes teevad teadust ja kirjutavad teistele oma eriala esindajatele - neile kes üldse on võimelised nende tööd mõistma, siis siinkohal saab paralleele tõmmata muusikaväljal toimuvaga. Selleks, et uued bändid saaksid esinemispakkumisi, lavakogemust ja austust, peavad nad ennast tõestama väljal juba tegusevatele agentidele. Sama kehtib koostöö osas teiste väljal tegutsevate ja end juba legitimeerinud artistidega. Samas, vastupidiselt kõrgkultuurivälja spetsiifikale on ka laiem avalikkus võimeline nende tehtavat mõistma, kuid ilmselt mitte viimse detailini (nt kompositsioonilised eripärad, leidlikud turundusvõtted ja muu spetsiifiline).

## **1.7 Väljade teooria Raadio 2 ja uute Eesti artistide kontekstis**

Pierre Bourdieu väljade teooria üks olulisemaid märksõnu kultuurivälja osas on kultuuriline kapital. Kultuuriline kapital võimaldab sotsiaalsetel agentidel väljal tegutseda ja kultuurisõnumeid mõista. Väljal levivad tõekspidamised mõjutavad väljal toimetavaid sotsiaalseid agente, kes on muuhulgas meediatarbijad. Iga kultuuriprodukt, eriti aga piiratud tootmises (*restricted production*), pretendeerib legitiimsusele ja tunnustusele väljal tegutsevate agentide poolt. Antud töö kontekstis on kultuuriproduktina vaatluse all eeskätt uute Eesti artistide (pop)muusika. Töö autori arvates on Raadio 2-l oluline funktsioon artistide legitimeerimise protsessil. Et kultuuriväljal ning eri viisidel sellega seotud väljadel inimesed toimetada saaksid, on neil kõige üldisemalt öeldes tarvis teada, mis väljal toimub. End eripalgelise uue muusika tutvustajana reklaamivat Raadio 2-e võib käsitleda kui kultuurilise kapitali ümberjagajat. Institutsiooni, kes kujundab läbi jagatava kapitali auditooriumi väärtushinnanguid ning hoiab auditooriumit kursis väljal valitsevate trendide ja hoiakutega. Seejuures on Raadio 2 puhul uue muusika tutvustamise protsess kultuuriväljale omaselt majanduslikus mõttes ebaratsionaalne, sest sellest tulenevalt kannatab kommertsjaamadega võrreldes kuulatavus (Purga 2012). Teisalt toimib raadiojaam kultuuriväljale pürgijate jaoks ka legitiimsuse ehk osalemisvõimaluste jagajana.



## 1.8 Töö eesmärk ja uurimisküsimused

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks on selgitada välja, milline on Raadio 2 roll kohaliku muusikamaastiku kujundamisel ning millised on raadiojaama sammud alustavate artistide tutvustamisel ja polulariseerimisel.

Töös lähtutakse eeldusest, et uute Eesti artistide tutvustamine avalikkusele on kultuuri seisukohast oluline. Läbi Eesti artistide loomingu tutvustamise on võimalik jäädvustada Eesti kultuurilugu, mille osaks siin tegutsevad bändid ja nende looming on. Samuti on võimalik bändide edulugude korral tutvustada Eestit välisriikides või lennukamalt fantaseerides koguni kujundada maailma (pop)muusika ajalugu. Raadio 2 tegevuse analüüsimisel on keskmes uue muusika tutvustamise võtete valik.

Uurimisküsimused:

- Kui suur osa Raadio 2 uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete eetriajast kulutatakse uute Eesti artistide tutvustamisele?
- Milline on uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete sisu?
- Kuidas uute artistideni jõutakse?
- Mille põhjal enam kajastatavad uued artistid valitakse?
- Kuidas aitab Raadio 2 kaasa uute Eesti artistide karjääri ehitamisele?

## 2. Metoodika ja valim

Uurimistöö koosneb kahest blokist, mis üksteist täiendades annavad mitmekülgse ülevaate Raadio 2 tegevusest uute Eesti artistide ja nende muusika tutvustamisel. Ühelt poolt annab töö autor ekspertintervjuude kaudu ülevaate toimetajate valikutest uue Eesti muusika tutvustamisel, millele lisanduvad muusikamanageri ja muusiku hinnangud Raadio 2 tegevusele. Teiselt poolt annab Raadio 2 programmianalüüs ülevaate uue eesti muusika ja uute Eesti artistide tutvustamise osakaalust ning positsioonist uue muusika tutvustamise saadetes.

### 2.1 Intervjuud ja intervjuu kava

Käesoleva bakalaureusetöö empiiriline materjal on kogutud ekspertintervjuude ja Raadio 2 programmi kaardistamise teel. Ekspertintervjuud viidi läbi muusikapromootor Helen Sildnaga,

Raadio 2 endise peatoimetaja Heidy Purgaga, noore muusiku Fredy Schmidtiga ja Raadio 2 staažika saatejuhi Sten Teppaniga. Lisaks on läbiviidud Raadio 2 programmianalüüs kolme suvaliselt valitud saatenädala ulatuses.

Intervjueeritavate just selline valik on tingitud sellest, et anda Raadio 2 tegevusest uute Eesti artistide tutvustamisel võimalikult mitmeplaaniline, kuid temast mitte liige kaugele kanduv kajastus. Heidy Purga on pikaajaline Raadio 2 saatejuht. Intervjuu läbiviimise hetkel töötas Purga viimaseid kuid Raadio 2 peatoimetajana.

Kuulderaadiuse saatejuhti Sten Teppanit peetakse Raadio 2 uue Eesti muusika eksperdiks. Töö autori hinnangul, oskab Teppan hästi kirjeldada ja kriitiliselt analüüsida toimetuse ja artistide vahelist tööd, mis puudutab uute Eesti artistide avalikkuse ette pürgimist.

Muusikamanager ja Tallinn Music Week festivali eestvedaja Helen Sildna on aastaid töötanud muusikavaldkonnas erasektoris. Tema arvamused ja hinnangud aitavad mõista Raadio 2 tegevust muusikaäri ja uute Eesti artistide karjääriplaneerimise seisukohast.

Muusik Fredy Schmidt esindab käesolevas töös muusiku arvamust Raadio 2 tegevuse osas. Fredy Schmidt on intervjueeritavaks valitud seetõttu, et tema kokkupuuted läbi erinevate bändide Raadio 2-ga on olnud suhteliselt tihedad. 2010. aastal võitis Schmidt oma bändiga Animal Drama Noortebändi konkursil Raadio 2 toimetuse lemmiku auhinna. 2011. aasta alguses esines Schmit Raadio 2 Aastahiti auhinnagalal ETV otse-eeetris tervelt kahe bändiga – Laika Virgin ja Animal Drama.<sup>2</sup> Lisaks võitis Schmidt sama ürituse raames Animal Dramaga Raadio 2 „Aasta demo“ auhinna. Kuna Schmidti kokkupuuted Raadio 2 uusi artiste toetavate ettevõtmistega on tihedad, usub töö autor, et Schmidtilt saadav informatsioon aitab kaasa Raadio 2 uusi Eesti artiste tutvustavate funktsioonide ja tegevuste mõistmisel.

---

<sup>2</sup><http://r2.err.ee/uudised?uudis=944>

## Intervjuud

Raadio 2 siseste mehhanismide kohta käivatele ja muusikapromotsiooni puudutavatele uurimisküsimustele vastuste saamiseks intervjueris töö autor Raadio 2 endist peatoimetajat (intervjuerimise hetkel ametis) Heidy Purgat, saatejuht Sten Teppanit, promootor Helen Sildnat ja muusik Fredy Schmidti. Intervjuud aitavad vastata kolmandale, neljandale ja viiendale uurimisküsimusele:

- Kuidas uute artistideni jõutakse?

Intervjueritavad selgitavad erinevaid võimalusi, kuidas Raadio 2 uute artistideni jõuab või kuidas uued Eesti artistid ise Raadio 2-ni jõuavad. Küsimus aitab selgitada, kelle poolt initsiatiiv tuleb.

- Mille põhjal enam kajastatavad uued artistid valitakse?

Intervjueritavad (Purga ja Teppan) toovad välja põhilised kriteeriumid, mida Raadio 2 uutelt Eesti artistidelt ootab. Vastustest tulenevalt on võimalik kokku panna soovitude nimekiri alustavale artistile, kes soovib Raadio 2 tähelepanu pälvida. Sellele küsimusele vastamisel toetub töö autor ka muusikapromootor Helen Sildnaga tehtud intervjuule, mis kajastab Tallinn Music Week'ile artistide valimise kriteeriumeid.

- Kuidas aitab Raadio 2 kaasa uute Eesti artistide karjääri ehitamisele?

Kõikide intervjueritavate ütlusi arvesse võttes üritab töö autor kirjeldada Raadio 2 tegevust uute Eesti artistide karjääri edendamisel. Sten Teppan ja Heidy Purga esindavad siinkohal Raadio 2 nägemust, Fredy Schmidt muusiku nägemust. Helen Sildna ütlusi saab käsitleda kõrvalseisva muusikapromotsiooni eksperdi hinnanguna.

Kombinatsioon ekspertintervjuudest ja programmianalüüsist on üks võimalus leidmaks vastuseid küsimustele, mis puudutavad Raadio 2 funktsioone ja tegevusi uute Eesti artistide avalikkusele tutvustamisel. Intervjuud Helen Sildna, Heidy Purga, Sten Teppani ja Fredy Schmidtiga võimaldavad Raadio 2 tegevust näha ja analüüsida nii tegijate endi, muusikaäri kui ka muusikute seisukohast.

## 2.2 Saadete valim ja programmianalüüs

### Valimisse kuuluvad saated

Uurimuse empiirilise osa jaoks on töö autor vaatluse alla võtnud Raadio 2 programmist need saated, kus kõige suurema tõenäosusega uuele muusikale tähelepanu pööratakse. See tähendab, et vaadeldavate saadete valikust on välja jäetud jutusaated. Töö seisukohast huvipakkuvateks saadeteks on:

**Kuulderaadius**<sup>3</sup> - Sten Teppani juhitud ennelõunane muusika ja meelelahutussaade. Saates on lisaks igal täistunnil eetrisse minevatele Eesti rahvusringhäälingu uudistele ka värskemad muusikauudised Eestist ja kaugemalt. Muusikavalik varieerub uutest ja tundmatutest bändidest kuni vanemate ja tundmatuteni.

Erirubriigid:

- **Päeva bänd.** Igal argipäeval kell 11.30 tutvustab saatejuht Sten Teppan mõnda vähetuntud bändi, mis tõenäoliselt ei ole varem Raadio 2 eetris kõlanud. Uut muusikat vahendatakse nii Eestist kui mujalt maailmast.
- **Nädala laul.** Saatejuht Sten Teppan igal nädalal esile ühe endale meelepärase loo, mis saab Kuulderaadiuse nädala lauluks. See tähendab igal tööpäeval vähemalt üht mängukorda kuulderaadiuse saate ajal.

Eetris: E-R 10.00 - 13.00

**Pleier**<sup>4</sup> - Koit Raudsepa ja Heidy Purga juhitud ning tööpäeva lõppu kuulutatav muusika ja meelelahutussaade, kus sekka uudiseid populaarteaduse, spordi ja värsket muusika vallast.

Erirubriigid:

- **Nädala plaat.** Teistest artistides enam esile tõstetud uus album. Saates mängitakse enam muusikat tähelepanu keskmes olevalt albumilt, intervjuueeritakse autoreid, loositakse plaate välja (r2.err.ee 2012).

---

<sup>3</sup> <http://r2.err.ee/saated?saade=255>

<sup>4</sup> <http://r2.err.ee/saated?saade=27>

- **Nädala demo.** Uutele ja tundmatutele Eesti artistidele pühendatud saateosa, kus mängitakse jooksvalt iga päev samal kellaajal nädala demo staatusesse valitud artisti ning tutvustatakse tema tegemisi. Tavaliselt on nädala jooksul eetris ka intervjuu alustava artistiga.
- **Nädala *powerplayer*.** Saatejuhi poolt valitud lugu, mida ta peab oluliseks ja soovib kuulajatele enam tutvustada. Nädala *powerplayer*'iks valitud lugu saab vähemalt ühe mängukorra igal tööpäeval. Raadio 2 kodulehel kirjeldatakse nädala *powerplayer*'it kui nädala "kõige ässamat lugu".

Eetris: E-R 16.00 - 18.00

**Pleier Extra<sup>5</sup>** - Koit Raudsepa juhitud spetsiaalsaade uue muusika tutvustamiseks. Nagu ütleb ka saate tunnuslause "Tuliuutmussi 360 kraadi pörandalt ja pörandalt," siis eetriaega saab ainult kõige värskem (pop- ja *rock*)muusika žanrimääratlusest hoolimata.

Eerubriigid:

- **Kõige kuumem lugu maailmas täna.** Lugu, mida saatejuht soovib esile tõsta, sest see on uus. Tavaliselt nimetab saatejuht kõiki lugusid, mis saates esmakordselt kõlavad kõige kuumemateks lugudeks.
- **Nädala album.** Tutvustatakse läbi nädala üht uut heliplaati, mida saatejuht oluliseks peab.
- **Valner Valme plaadikomm.** Igal kolmapäeval lahkab muusikakriitik Valner Valme Pleier Extra saates ühte uut ja tema arvates olulist plaati. Kriitik räägib albumi taustast, mängib muusikat, kommenteerib ja annab hinnanguid.
- **Legend.** Igas saates mängitakse ette üks vana ja legendaarne lugu muusikaajaloost.

Eetris: E-R 19.00 - 20.00

---

<sup>5</sup> <http://r2.err.ee/saated?saade=29>

**Muusikanõukogu**<sup>6</sup> - Raul Saaremetsa juhitud saade, kus tuntumad Eesti muusikakriitikud Siim Nestor, Valner Valme ja vahel ka Tõnis Kahu hindavad uuemaid lugusid nii Eesti kui välismaa esitajatelt.

Eetris: R 15.00 - 16.00

Raadio 2 programmianalüüs on läbi viidud selleks, et vaadelda raadiojaama tegevust uute Eesti artistide tutvustamisel. Programmianalüüs anab vastuse kahele uurimisküsimusele:

- Kui suur osa Raadio 2 uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete eetriajast kulutatakse uute Eesti artistide tutvustamisele?

Läbi programmi kaardistamise ja analüüsi on võimalik leida kui suur osa vaatlusaluste saadete mahust kulutatakse uute Eesti artistide kajastamisele. Siit saadavad tulemused pakuvad võimalusi ka edasiseks uurimistööks. Juhul kui Raadio 2 peaks edaspidi oma programmipoliitikat muutma, on samasuguse uurimuse läbiviimisel võimalik võrrelda Raadio 2 eetriaaja kasutust uute Eesti artistide seisukohast vaadatuna.

- Milline on uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete sisu?

Programmi kaardistamise käigus tegi töö autor märkmeid saateaja kasutuse kohta nii muusika kui sõnalise poole osas. Programmianalüüs võimaldab vaatlusaluste saadete sisu kirjeldamist ning aitab näidata erinevaid võimalusi, kuidas Raadio 2 uusi Eesti artiste tutvustab. Lisaks programmianalüüsile kasutab töö autor sellele küsimusele vastuse andmiseks ekspertintervjuudest saadud informatsiooni.

### **2.2.1 Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete analüüs**

Et leida kui suure osa (mitu protsenti) uue muusika saadetest pühendab Raadio 2 uutele Eesti artistidele, viis töö autor läbi Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete analüüsi. Isiklikku kuulamispraktikat ja Raadio 2 kodulehel toodud saatekirjeldusi arvesse võttes valis töö autor vaatlusalusteks saadeteks „Kuulderaadiuse“, „Pleieri“, „Pleier Extra“, ja „Muusikanõukogu“.

---

<sup>6</sup> <http://r2.err.ee/saated?saade=16>

## Ülevaade töös analüüsitud raadiosadetest

Saade	Kellaeg	Päev	Saatejuht	Sisu	Eriubriigid
Kuulderaadius	10.00- 13.00	E-R	Sten Teppan	Muusika ja meelelahutus	Päeva bänd, nädala laul
Pleier	16.00- 18.00	E-R	Koit Raudsepp, Heidy Purga	Muusika ja meelelahutus	Nädala plaat, nädala demon nädala <i>powerplayer</i>
Pleier Extra	19.00- 20.00	E-R	Koit Raudsepp	Uus muusika ja meelelahutus	Kõige kuumem lugu maailmas, nädala album, Valner Valme plaadikomm
Muusikanõukogu	15.00- 16.00	R	Raul Saaremets	Muusikakriitika	

**Tabel 1.**

Kui samal teemal kirjutatud seminaritöös oli programmianalüüsi osas vaatluse all vaid üks saatenädal (5. detsember 2011 - 11. detsember 2011), siis bakalaureusetöös on vaatluse alla võetud kaks saatenädalat lisaks (27. veebruar 2012 - 2. märts 2012 ja 26. märts 2012 - 30. märts 2012), et valimist tulenev statistika oleks vähem periooditundlik. Võrreldes seminaritöoga on uuritavate saadete valikust välja jäetud Eesti Pops, mis on küll uut muusikat tutvustav saade, kuid oma spetsiifikalt teistest vaatlusalustest oluliselt erinev. Nimelt on Eesti Pops Raadio 2 õhtuse vööndi autorisaade ja selle koostamisel kehtivad teised põhimõtted kui teistele valimis olevatele saadetele.

## 2.2.2 Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete kodeerimise põhimõtted

**Analüüsiühik:** üks saade

Saadete kodeerimisel kasutas töö autor kahteteist kategooriat. Iga saate puhul märgiti ära statistilised tunnused: pealkiri, kuupäev, nädalapäev, alguse- ja lõpu kellaaeg, saatejuhi nimi ja saate kestvus sekundites. Siinkohal on saate eetriaegast välja arvatud täistunni uudised, mis jooksid saatetundi sisse 4-16 minutit. Saateaja sisse on arvestatud vahepealsed kultuuriteated ja kontsertide reklaam. Põhjuseks teadete lühike esitusaeg, mis tulemusi ei mõjuta.

Eraldi on ära näidatud ka uutele artistidele kulutatud eetriaeg saadete kaupa. Selle kategooria puhul tekitas palju küsimusi “uue” määratlemine. Töö autor on piiritletud alustava artisti ja tema muusika kolme kriteeriumiga, millest valimisse kvalifitseerumiseks peavad korraga olema täidetud vähemalt kaks. Antud töö kontekstis peab autor nooreks või alustavaks artistiks muusikalist koosseisu, või esitajat kes:

1. Ei ole välja andnud enam kui ühe ametliku (registreeritud) albumi.
2. Ei ole omanud kehtivat plaadilepingut või teinud juriidiliselt fikseerimata koostööd mõne plaadifirmaga üle kahe aasta.
3. Ei ole laiema avalikkuse ees olnud enam kui kaks aastat.

Töö autor nimetab vaatlusaluseid saateid **uut muusikat tutvustavateks saadeteks**. Koondnimetus tuleb Raadio 2 kodulehel olevatest saatetutvustustest. Ometi tuleb siinkohal silmas pidada, et nende saadete ainueesmärk ei ole tutvustada uut muusikat vaid pakkuda ka informatsiooni ja meelelahutust. Samuti ei välista saadete eesmärk vanema muusika mängimist.

Töö autor kasutas määratlemisel oma taustateadmisi ja internetist kättesaadavat infot artistide kohta. Piiripealsete juhtumite korral on määratlemisel arvestatud ka seda, kuidas saatejuhid artisti on käsitlenud. Töö autoril oli keeruline otsustada näiteks Iirise staatuse üle. Tegelikult on Iiris sooloartistina tegutsenud juba mitmeid aastaid, kuid ansambel Iiris, mille näoks lauljatar ise on, on küllaltki uus nähtus. Kuna tänu plaadilepingule firmaga EMI Finland avaldas artist esimesel vaatlusalusel saatenädalal (5. detsember 2011 - 9. detsember 2011) oma esimese ametliku singli, otsustas töö autor paigutada Iirise uute artistide alla. Sama probleem tekkis Ingrid Lukase, Mord Fustangi ja Mantra Goraga. Kõik on juba aastaid tegutenud artistid. Ingrid



Lukas ja Mord Fustang olid siimaani Eestis täiesti tundmatud. Lukas tegutses Šveitsis ja Mord Fustang USA-s. Mantra Gora on samuti tegutsenud juba aastaid, kuid seni kõlapinda saavutanud väga pisikestes ringkondades ja pigem folgi skenes. Töö autor otsustas kõik kolm artisti liigitada uuteks, kuna nad on Eestis laiemat kõlapinda saavutanud alles viimasel ajal. Probleeme tekitas ka Oleg Kosjugini liigitamine. Pseudonüümi taga peitub üks staažikamaid Eesti räppareid, Genka. Siinkohal lähtus töö autor loogikast, mida kasutatakse Eestis ka Aastahiti hääletusel ja muusikaauhinnade jagamisel. Kui ka varem tuntud artist esineb uues koosseisus või alustab uut projekti uue pseudonüümi all, liigitub ta automaatselt uueks. Nt hääletati Raadio 2 Aastahiti 2010. aastal Eesti parimaks uueks tulijaks Marilyn Uusküla, kes aastaid enne soolokarjääri alustamist oli laulnud tüdrukutebändis Nexus.<sup>7</sup>

Lihtsam oli liigitada päris uusi bände, millest ei töö autor ega ka saatejuhid polnud varem kuulnud (nt Legshaker).

Uutele Eesti artistidele kulutatud aja arvestamisel võttis töö autor arvesse kõik artistid, kes vastasid eelpool toodud "alustava artisti" tingimustele. Uue Eesti artistile kulutatud eetriaaja sisse kuulub nii uute Eesti artistide muusika esitamine, intervjuud artistidega, osa kuulajamängudest, kus auhinnaks uue artisti muusika ning saatejuhtide tutvustused ja taustainfo uue bändi kohta.

Programmianalüüs kajastab kõiki erinevates saadetes kõlanud Eesti artiste. Arvesse on võetud uued ja vanad läbiseegi, kuid ära on märgitud, milliste artistide puhul on tegemist uue või vanaga. Samuti on märgistatud looming (lugu, mis saate kodeerimise ajal on avaldatud vähem kui kuus kuud tagasi, on uus).

Eraldi kategooria määratleb saates kõlanud muusikapalade stiililise kuuluvuse. Stiililise kuuluvuse määramisel lähtus töö autor saatejuhi kommentaaridest loo stiilile või artisti enda antud määratlusest (eelnenu või järgnenud intervjuu puhul). Tegemist oli lahtise kategooriaga, kus töö autor märkis saatejuhi või artisti nimetatud stiililise määratluse üles võimalikult tekstilähedaselt. Juhul kui saatejuht või artist ei määratlenud muusikapala stiilist kuuluvust, määratles töö autor selle järgmise loetelu põhjal:

---

<sup>7</sup>[http://et.wikipedia.org/wiki/Merlyn\\_Uusk%C3%BCla](http://et.wikipedia.org/wiki/Merlyn_Uusk%C3%BCla)

- Instrumentide valik ja muud žanrile iseloomulikud tunnused - nt elektrooniliste instrumentide kasutamine, tüüpilised rütmimustrid ja tempo vastavalt alastiilile viitavad mõnele elektroonilise või *dance* muusika suunale.
- Taustateadmised sellest, mis žanrisse artist end ise paigutab.

Eraldi kategoorias toob töö autor välja saatejuhtide olulisemad tsitaadid. Tähelepanu pälvisid tsitaadid, kus saatejuht väljendas oma meelestatust uue artisti osas või tema väljaütlemisest võis saada informatsiooni raadiojaama tegevuse kohta uute artistide tutvustamisel. Samuti pälvisid tähelepanu kommentaarid, kus tõsteti tugevalt esile mõnda artistile või raadiojaamale omast joont. Kui saatejuht midagi olulist uute artistide või Raadio 2 kohta ei öelnud, jäi lahter tühjaks. Ühtlasi võttis programmianalüüs arvesse ka saatejuhi hinnangut uuele artistile või tema muusikale (positiivne - artisti/muusikat kiitev; negatiivne - kriitika artisti aadressil; neutraalne - ei öeldud midagi/kommentaari ei väljendanud suhtumist).

Töö autor lisas programmianalüüsil iga saate juurde ka kuulamisest ajendatud emotsionaalsust kajastavaid, selgitavaid ja kokkuvõtvaid kommentaare, mida tulemustest ülevaate tegemisel kasutada. Kui saates midagi töö autori arvates tähelepanuväärset ei toimunud, jäi lahter tühjaks.

## 2.3 Meetodikriitika

Programmianalüüs on hea vahend Raadio 2 uue muusika saadete kohta informatsiooni kogumiseks. Samas jääb siinkohal suur osa töö autori subjektiivsetele otsustele nt selles osas, et milline artist kvalifitseerub alustavaks ja milline mitte. Kuigi saadete kaardistamisel on töö autor üritanud saavutada võimalikult suurt täpsust, võib kaardistamisel esineda uutele artistidele pühendatud saateaja märkimisel vigu kuni viie sekundi ulatuses. Võimalike vigade põhjuseks on see, et kohati oli keeruline määratleda uuest artistist rääkima hakkamise või tema tutvustamise täpset alguskohta saates. Võis juhtuda, et saadete kaardistamisel jäi mõni Eesti artisti lugu märkamata. Kõige tõenäolisemalt võis vigu sisse tulla instrumentaalpaladega, mida saatejuht eraldi ei tutvustanud.

Intervjueeritavad inimesed on kõik muusikaga seotud ning tunnevad üksteist rohkemal või vähemal määral. Samuti on kaks intervjueeritavat (Heidy Purga ja Sten Teppan) intervjuude läbiviimise ajal tööl Raadio 2-s ning üks (Helen Sildna) varem Raadio 2-s saatejuhina töötanud.

Kolme intervjueeritava seotus Raadio 2-ga võib tulemusi mõjutada, kuid intervjueeritavate ametikohtadest ja ametialastest teadmistest tulenevalt, võib nende intervjuerimisel saada kasulikku informatsiooni Raadio 2 Eesti muusika promotsiooni põhimõtete mõistmiseks. Siinkohal on tasakaalustatuse huvides oluline jälgida intervjueeritavate argumentatsiooni.

Olgu mainitud, et töö autor on kõigi intervjueeritavatega tuttav, kuna töötab samuti muusikavaldkonnas. Eestis sel alal tegutsevate inimeste ringkond on suhteliselt väike. Töö seisukohast sama oluliste kuid töö autori jaoks tutvusringkonda mittekuuluvate informantide leidmine oleks osutunud äärmiselt keeruliseks, kui mitte võimatuks.

## 2.4 Raadio 2 ja Sky Plus *playlist*'ide võrdlus

Lisaks saateanalüüside perioodi pikendamisele ja intervjueeritavate ringi laiendamisele on bakalaureusetöö lisades eraldi välja toodud Raadio 2 ja Sky Plus 2012. aasta üheksanda nädala *playlist*'ide võrdlus. Võrdlus on vajalik selleks, et mõista Raadio 2 muusikavaliku erinevust teiste raadiojaamade suhtes. Võrreldavaks raadiojaamaks sai valitud Sky Plus seetõttu, et tegemist on Eesti kõige kuulatavamaga eraõigusliku raadiojaamaga.

Lähtudes Raadio 2 muusikalisest suunitlusest ja intervjuude käigus kogutud informatsioonist, võib väita, et Raadio 2 ja Sky Plus on muusikalise suunitluse poolest küllaltki erinevad. Kuigi raadiojaamade *playlist*'ide koostamise põimõtted võivad olla äärmiselt erinevad, annab *playlist*'i ja enam mängitud lugude edetabeli võrdlus aimu üldistest tendentsidest populaarsema muusikavaliku kohta. Eesmärk on võrrelda Eesti muusika osakaalu ja töö kontekstis uute Eesti artistide esindatust kahe erineva raadiojaama *playlist*'ides

Raadio 2 *playlist*'is<sup>8</sup> on esindatud 38 esitajat ja laulu, Sky Plus enam mängitud palade nimekirjas<sup>9</sup> on esindatud 40 esitajat ja laulu. Kuna töö autor leiab kummastki valimist esindatuse protsenti ja mõlema raadiojaama ühisosa, ei mõjuta esindatud esitajate ja laulude hulga erinevus tulemust.

---

<sup>8</sup> <http://r2.err.ee/playlist>

<sup>9</sup> <http://www.skyplus.fm/?cmd=top40&id=61>

Raadio 2 ja Sky Plus *playlist*'ide võrdlus ei aita otseselt vastata ühelegi uurimisküsimusele, kuid loob taustsüsteemi, et mõista Raadio 2 muusikapoliitika erinevust võrdluses kõrge kuulatavusega kommertsraadioga.

2012. aasta üheksanda nädala Sky Plus TOP40 ja Raadio 2 *playlist*'i võrdlusest selgus, et Eesti artiste oli Sky Plus tabelis esindatud 11, Raadio 2 puhul aga 16. Kui arvestada tabelites esindatud Eesti artistide maht, on see Sky Plus puhul 28% ja Raadio 2 puhul 42%. Uusi Eesti artiste on *playlist*'is esindatud Sky Plus puhul 3% Raadio 2 8% vastu. Kusjuures uusi artiste tabelites esindatud Eesti artistide seas on Raadio 2 puhul 10% rohkem kui raadiojaamas Sky Plus (vt Lisa 1). Kuigi tegemist on pisut meelevaldse võrdlusega, räägib see *playlist*'ide võrdlus selget keelt raadiojaamade muusikavalikute suunitluse kohta.

### 3. Analüüsi tulemused

Analüüsi tulemused esitatakse uurimisküsimuste esitamise järjekorras. Eelnevalt selgitatakse lahti töös tihedalt kasutatav mõiste *playlist* ning selle koostamise põhimõtted Raadio 2-s.

#### 3.1 Playlist

Peatükis tihedalt esinev termin *playlist* tähendab raadioprogrammi mängukava. Raadio 2 saatejuhid ise nimetasid *playlist*’i eesti keeles ametlikuks mängukavaks, põhiliseks mängukavaks või inglise-eesti sõnaühendiga “listitud mängukavaks”. *Playlist* kehtib Raadio 2-s kl 7.00-19.00 (Purga 2012).

*Playlist*’i koostamise põhimõtted on raadiojaamade lõikes erinevad. Raadio 2-s saab mingi loo tehnilises mõttes *playlist*’i sisestada vaid raadiojaama muusikajuht, kuid *playlist*’i kujundamine on kogu raadiojaama toimetuse ühine töö.

Raadio 2 endine peatoimetaja (intervjuu läbiviimise ajal ametis) Heidy Purga selgitas, et Raadio 2 põhimõtted *playlist*’i koostamisel on kommertsraadiojaamadega võrreldes pisut erinevad: “*No meil on kategooriaid rohkem kui tavalistel pop-raadiojaamadel. Neil on neid tavaaliselt kolm kategooriat: A, B, C. Meil... Kuna muusikapoliitika on ka natukene nihkunud viimase pooleteist või kahe aasta jooksul, kus me keskendume rohkem albumiartistidele ja ühekordsete hittide mängimise asemel saadame oma kuulaja jutumärkides plaadipoodi või kontsertile, ehk siis keskendume albumiartistidele. Mängime rohkem kindlaid esitajaid ja neilt erinevaid nimetusi. Sõltuvalt sellest ei ole meil ainult A, B, C kategooriad vaid on “uued”, mis on siis täiesti värske muusika, on ka “hiljutised”, on “kullafond”, on “Eesti retro” ja kõik sellised alaliigid. Meie playlist on suhteliselt suurearvuline kokkuvõttes* (Purga 2012).

Heidy Purga märkis, et *playlist*’i koostamiseks ja muusikapoliitika arutamiseks toimuvad regulaarselt *playlist*’i koosolekud, kus vaadatakse üle nii hetkel *playlist*’is olev muusika kui uus muusika. Sten Teppan aga väitis, et viimasel ajal on *playlist*’i koosolekuid harvemaks jäänud ja neid asju on isegi lihtsam ajada saatejuhtidel ja muusikajuhil omavahel arutades.

Kuulderaadiuse saatejuht Sten Teppan rõhutas, et kuigi *playlist* on nõ etteantud muusika nimekiri, mida peaks ajavahemikus 7.00 - 19.00 mängima, on Raadio 2 saatejuhtidel suhteliselt

suur vabadus mängukavas oma eelistustest ja äranägemisest lähtuda. “Mõnikord ma mängin ette 95% playlistist, mõnikord 65%, oleneb tujust, inspiratsioonist ja teemadest. /.../ Muusikajuht teeb seejuures oma märkmeid ja vaatab, et mida sa mängisid, mida ei mänginud. Kui ta on pannud playlisti mingi uue loo ja ta näeb, et sa oled viis saadet nädalas selle regulaarselt ära deliitunud, siis saab ta sellega teada sinu suhtumise sellesse asja. Et sellega ei ole mõtet nagu võib-olla sõita väga kaugele.” (Teppan 2012)

Teppan rõhutab ka seda, et uutel artistidel on *playlist*’i pääseda suhteliselt keeruline: “Ükski lugu ei lähe kohe A-listi, et hakata saama kolm korda päevas mängukordi... Seda ei juhtu naljalt tundmatute Eesti esitajatega.”<sup>10</sup>

Sten Teppani hinnangul annab Raadio 2 *playlist*’i koostamise poliitika potentsiaalselt huvitavamaid tulemusi kui range struktuuriga ja nõ autoritaarne *playlist*’i poliitika: “muusikajuht võib ju proovida kõike enda kätte haarata ja kontrollida, aga ta ei jõua mitte kunagi kõikide heade asjadega kursis olla ja kõike kuulda. Ses’ mõttes on ikka tore kui mesilased külapealt igasugu asju kokku tassivad ja siis proovitakse üht ja teist. Et kas tuleb sellest välja midagi või ei tule. Paremad, tugevamad ja huvitavamad jäävad pinnale ja nõrgemad kukuvad kõrvale.”

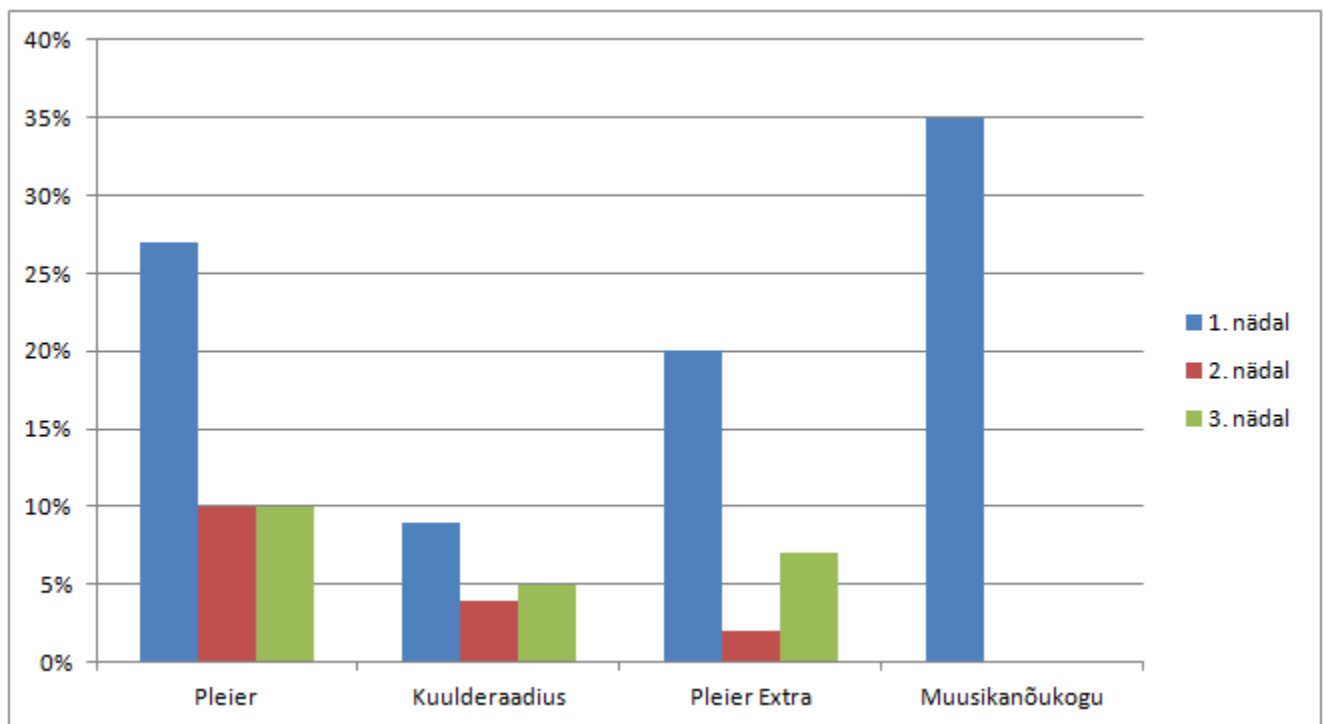
---

<sup>10</sup>**A-list** - kõige enam mängitavate lugude nimekiri. Mängitakse päevas vähemalt kolm korda.

### 3.2 Kui suur osa Raadio 2 uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete eetriaajast kulutatakse uute Eesti artistide tutvustamisele?

Uuritud ajavahemikel (5. detsember 2011 - 9. detsember 2011, 27. veebruar 2012 - 2. märts 2012 ja 26. märts 2012 - 30. märts 2012) kodeeritud saadete kogumaht on ligikaudu 83 tundi, mis on töö autori hinnangul piisav, et kõnealuse perioodi ja vaatlusaluste saadete kohta teatavaid üldistusi saaks teha.

**Uutele Eesti artistidele kulutatud eetriaaja maht saadete lõikes vaatlusalustel nädalatel.**



**Joonis 1. Uutele Eesti artistidele kulutatud eetriaaja maht nädalas keskmiselt. 1. nädal - 5.12.11 - 9.12.11; 2. nädal - 27.02.12 - 2.03.12; 3. nädal - 26.03.12 - 30.03.12.**

Esimesel vaatlusalusel saatenädalal oli vaadeldava programmi maht ligikaudu 28 tundi. Valimisse kuuluvate saadete keskmine uutele artistidele eraldatud aeg moodustas ~18% saateajast. Kuigi enam aega pühendas uute Eesti artistide tutvustamisele „Muusikanõukogu“, ei saa artistide tutvustamise efektiivsuse hindamisel lähtuda vaid kasutatud eetriaaja mahust.

Programmianalüüsi esimene vaatlusalune töönaldal 5. detsember 2011 - 9. detsember 2011 pakkus teiste uuritud nädalatega võrreldes oluliselt suuremat uute Eesti artistide kajastamise mahtu. Kõrge uute Eesti artistide kajastuse anatoomia peitub selles, et mitmete vaatluse all olnud saadete erirubriikides olid esindatud uued Eesti artistid.

Programmianalüüsi teine vaatlusalune töönaldal 27. veebruar 2012 - 2. märts 2012 oli uute Eesti artistide esitlemise poolest hõredam kui esimene. Vaatlusaluste saadete maht oli ligikaudu 27 tundi, millest uutele Eesti artistidele pühendati kokku umbes poolteist tundi, ehk ~5%. Tagasihoidliku kajastuse tagamaid tuleb otsida taas erirubriikidest. Nimelt olid erirubriikides esindatud valdavas osas välismaa bändid. Käesoleva töö seisukohast ainuke huvipakkuv erirubriigis esindatud artist oli äsja avalikkuse ette jõudnud Eesti bänd Prägantne Brigaad looga "Stone Man".

Programmianalüüsi kolmas vaatlusalune saatenädal kestis 26. märts 2012. - 30. märts 2012. Vaatlusaluste saadete maht oli ligikaudu 27 tundi ja 15 minutit, mille jooksul uute Eesti artistide tutvustamiseks kasutati ligikaudu üks tund ja 50 minutit, ehk ~7% vaatlusaluste saadete mahust. Ka selle saatenädala uute Eesti artistide sisaldus programmis jäi esimese vaatlusaluse nädalaga võrreldes tagasihoidlikumaks. Suur erinevus tingitud taaskord sellest, et erirubriikides esitletud bändid olid küll esindatud uue materjaliga, kuid artistid ise olid pikemat aega tegutsenud. Erirubriikides esindatud artistidest uurimuse seisukohast uueks kvalifitseerus vaid Raadio 2 nädala demo rubriigis figureerinud bänd Les Diet looga "Vice Versa".

Kuigi esimesel vaatlusalusel nädalal domineeris uute artistide kajastamise osas saade „Muusikanõukogu“, ei kajastatud kahel järgneval nädalal seal uusi Eesti artiste üldse. Suur kajastuse erinevus on tingitud sellest, et saates võetakse vaatluse alla vähe lugusid, kuid nendega tegeletakse süvitsi.

Kõige stabiilsemalt ja kokkuvõttes ka mahukamalt kajastas uusi Eesti artiste saade „Pleier“. Põhjuseks see, et selles saates asuvad uute artistide kajastamise seisukohast kõige olulisemad erirubriigid, sealhulgas eetria ja mahukas nädala album.

Kokku kõigi vaatlusaluste nädalate peale kulutati antud töös sätestatud kriteeriumite järgi uuteks artistideks kvalifitseeruvatele esitajatele ligikaudu kaheksa tundi ja 16 minutit. Tulenevalt programmianalüüsist saab väita, et Raadio 2 kulutab uute artistide tutvustamisele ligikaudu 10%



päevaste muusikasaadete mahust. Siinkohal tuleb aga rõhutada, et suures osas sõltub uute artistide tutvustamise intensiivsus mitmetest teguritest nagu uute artistide materjali kättesaadavus, teiste juba kauem tegutsenud bändide tegevus, muusikamaailmas laiemalt toimuv (sündmsued, millele rohkem tähelepanu pööratakse, nt Eesti Laul) jms.

### **3.3 Milline on uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete sisu?**

#### **Muusika ja žanrid**

Programmianalüüsis oli märgitud ka uute Eesti artistide esitatud muusika žanriline kuuluvus. Töö autor märkis artisti žanrilise kuuluvuse tulenevalt saatejuhtide või artisti kommentaaridest. Kommentaaride puudumisel määras loo žanrilise kuuluvuse töö autor, tuginedes oma taustateadmistele artistidest ja muusikast.

Programmianalüüsist selgus, et uued Eesti artistid esindasid vaatlusaluste nädalate jooksul muusikastiile nagu: pop, indi, alternatiiv, hip-hop/rap, elektroonika/dance, rock, pop-rock, dream-pop, folk, folk-punk, folk-pop ja house. Kuigi osad nimetatud žanritest kattuvad osaliselt (näiteks võiks kõik pop'i alaligid ühe nimetaja alla panna), võib muusika stiililist amplituud küllaltki laiaks pidada. Siinkohal on võimalus uurimust edasi arendada ning võrrelda Raadio 2 muusikalist amplituud mõne teise raadiojaama omaga.

#### **Saatejuhtide kommentaarid**

Programmianalüüsis oli eraldi koht töö autori arvates saatejuhtide oluliste kommentaaride ülesmärkimiseks. Olulisuse kriteeriumiteks oli 1) uue artisti vastu meelestatuse väljendamine, 2) Raadio 2 muusikapoliitika rõhutamine 3) oluliste muusikaürituste mainimine.

Valdavalt oli uute Eesti artistide kajastus tonaalsuselt neutraalne või positiivne. Erandiks oli vaid saade Muusikanõukogu, kus uusi artiste ka kritiseeriti.

Järgnevalt on välja toodud tsitaadid, mis väljendavad töö autori arvates Raadio 2 väärtusi ja vastavad ka eelpool toodud kriteeriumitele:

- "Tegemist on tänavuse aasta ühe põnevama ja laiema avalikkuse jaoks tundmatu talendiga." (Raudsepp 2011)

- "Raadio 2 mängib iga õhtu uut muusikat!" (Raudsepp 2012)
- "Võimalik, et tegemist on Eesti uue parima live bändiga." (Raudsepp 2011)
- "Väga olulisele positsioonile Eesti, Šveitsi ja Euroopa muusikas on jõudnud Ingrid Lukas." (Raudsepp 2012)
- "Lausa erakordne, sest nii ei ole *rock*'i, folki ja punki varem keegi defineerinud nagu teeb seda see kuueliikmeline ülikõva *live*bänd Legshaker!" (Raudsepp 2011)
- "Ja nüüd meie selle nädala kõige kuumem lugu - nädala *powerplayer*"; "Uut Eesti muusikat, sest me usume uude Eesti muusikasse! 24 tundi, 7 päeva nädalas mängib Raadio 2 värsket kodumaist loomingut." (Raudsepp 2012)
- "/.../Raadio 2 kuulajad selliseid küsimusi [mis või kes on Tenfold Rabbit ja August Hunt] ei esita. Raadio 2 mängib nii Tenfold Rabbitit kui August Hunti ja ka kõiki ülejäänud kaheksat Eesti Laulu finalisti." (Raudsepp 2012)
- "Kuulderaadius mängib nädala lauluna alati uusi Eesti lugusid." (Teppan 2012)

Valdavas osas Koit Raudsepa saadetest pärinevad laused väljendavad poolehoidu kajastatavate artistide suhtes. Avalik tunnustus mõjub suure tõenäosusega artistidele motiveerivalt. Seda seisukohta väljendasid intervjuudes ka Raadio 2 saatejuht Sten Teppan kui muusik Fredy Schmidt.

Kuulderaadiuse saatejuht Sten Teppan (2012): *“Ma tahaks, et see oleks pigem niipidi, et kui R2-s on mängitud, siis see nagu tähendab midagi. Et see on nagu...mingi näitaja. Ma ei taha öelda kvaliteedimärk, aga hea žest. Et variant on, et...tehke edasi! Et siit võib midagi tulla!”*

Muusik Fredy Schmidt (2012): *“Tunnustus on jah minu jaoks see võtmesõna vist mis seal on. Kui keegi mängib ja huvi tunneb, siis on ikka põhjust ilmselt edasi kütta.”*

Kõik programmianalüüsis vaatluse all olnud saated on oma ülesehituselt sarnased, koosnedes mängitavast muusikast ja saatejuhi või saatejuhtide vahetekstidest. Vaatlusalustest saadetest omakorda eristub „Muusikanõukogu“, kus tegeletakse muusika arvustamise ja tutvustamisega kontsentreeritumalt. See tähendab, et saates tuleb esitlusele tavalsielt viis lugu, millega tegeletakse süvitsi. Tavaliselt on tegemist uue muusikaga, kuid esineb ka erandeid.

„Kuulderaadius“, „Pleier“ ja „Pleier Extra“ mängivad „Muusikanõukoguga“ võrreldes oluliselt rohkem muusikat ja sisaldavad erirubriike, kus on võimalik erinevaid artiste ka ametliku

mängukava väliselt esile tõsta. Näiteks Sten Teppani juhitas „Kuulderaadiuses“ on erirubriigiks Kuulderaadiuse nädala laul, ning „Pleieris“ Raadio 2 nädala album ja Nädala demo.

„Kuulderaadiuse“ saatejuht Sten Teppan kommenteeris erirubriikide ja antud uurimuse kvantitatiivsest osast välja jäänud õhtuse võõndi saadete tähtsust järgmiselt:

*/.../Jumal tänatud, meil on ka nõ erialasaateid, kus saab mängida mingeid asju, mis kunagi playlisti ei tule/.../Aga selle eest on meil kohti kus me saame seda teha, kasvõi nende erirubriikide näol. Noh, nädala demo, nädala laul, pluss õhtused erisaated. See ongi meie trump. Suure tõenäosusega me enamusele asjadele leiame koha, kus see saab kõlada, kui tal on kvaliteeti piisavalt.*

Küsimusele uue muusika tutvustamise ja Raadio 2 laia muusikaampluaa kohta, tõi Teppan välja alternatiivsuse ja laiema maailmanägemise.

*!Kes olid tegijad, neid me mängisime [Radio 2 aastatel 2000 - 2002]. Aga kes jäid juba niimoodi... nurgelisematesse tsoonidesse, neid ei kannatand mängida. Eristabki see, et mängime endiselt palju muusikat. Võib-olla tõesti Eesti muusikat natuke rohkem kui varem, aga see haare on kindlasti kõvasti laiem. Noh, meie missioon ei saagi olla tutvustada, ma ei tea... Smilersit või The Sun'i. Mängime neid ka ja ei ole probleemi, see on okei, aga... Point ongi ju see, et...silmavaade oleks palju avaram kui ta mujal saaks olla.“ (Teppan 2012).*

Teppan selgitas, et tänu Raadio 2 muusikapoliitikale saavad saatejuhid mängida äärmiselt erinevat muusikat. Kuigi Raadio 2-l on olemas ametlik *playlist*, millest ajavahemikus 7.00-19.00 eetris olevate saadete saatejuhid juhinduvad, ei ole see kuigi jäik ning kõrvalekalded *playlist*'is kirjutatust võivad olla küllaltki suured. Seega võib Raadio 2 *playlist*'i ja kogu muusikalist sisu pidada suurel määral saatejuhtide ja toimetajate subjektiivsete arvamuste kompromissiks, mille koostamisel on silmas peetud ka nõ kuulaja muusikalise harimise aspekti.

Sarnaseid mõtteid kuulaja harimise ja tema silmaringi laiendamise osas tõi välja ka praeguseks endine Raadio 2 peatoimetaja ja saatejuht Heidy Purga. Ta pidas kõige olulisemaks just teavitustööd muusika alal ja rõhutas, et seda enam, et tegemist on avalik-õigusliku raadiojaamaga, on maksumaksjal õigus teada, mis tema kodumaa muusikas toimub.

*„/.../võib-olla rahvas aktiviselt ei teadvustagi, kui oluline see info võib olla /.../ Et noh, põhimõtteliselt on see su enda probleem, et sa ei võta uut infot või sul ei ole uudishimu uute asjade vastu. /.../ Et sa lihtsalt teaksid, mis su ümber toimub, et sa oleksid osa ühiskonnast või sellest, mis maailmas toimub. Mitte outsider. Et sa oleksid informeeritud, et su meeled oleksid rikastatumad tänu sellele, et sa saad uusi elamusi või kogemusi, et sa leiaksid... avastaksid mingisuguse uue asja, mille läbi sinu maailmavaade muutub avaramaks, mille läbi sa ise muutud paremaks inimeseks. See kõik on omavahel seotud. See ei ole mingi eraldi asi kogu ülejäänud ühiskonna elust, see kõik on omavahel seotud.“ (Purga 2012)*

Saadete sisu ja muusikavaliku rõhuasetused on mõjutatavad ka kultuurielu sündmustest. Nt oli “Eesti Laul 2012” perioodil küllaltki palju saateaga kulutatud seal esinevate artistide tutvustamisele. Valdavas osas piirdus tutvustamine artistide muusika mängimise ja sündmuse rõhutamisega (ürituste toimumise ajad, osalejad, piletimüük jms).

Kogu muusikapromotsiooni alla kuuluva kõrval eksisteerivad saadetes ka tavapärased meelelahutusliku raadioprogrammi osad nagu kuulajamängud ja auhindade jagamised. Saadete juurde kuuluvad ka uudised, nii Eestist kui välismaalt, mis tihti seotud popkultuuriga.

### **3.4 Kuidas uute artistideni jõutakse ja kuidas uute artistide muusika Raado 2 eetrisse jõuab?**

#### **Muusika Raadio 2 jõudmine**

Raadio 2 endine peatoimetaja Heidy Purga toob välja mitmeid erinevaid võimalusi uute Eesti artistide muusika raadiosse jõudmiseks. Purga jutust selgub, et oluline on artisti poolne ambitsioon, ettevõtlikkus ja teadmine oma muusika tutvustamise võimaluste olemasolust Raadio 2-s. Uut muusikat saab edastatada nii füüsilisel kandjal kui digitaalselt. Purga selgitab, et kellele iganes Raadio 2-st see uus muusika ei saadetak, jõuab see lõpuks sinna, kuhu vaja.

*„/.../ me kogume kogu selle info kokku, tuleb ta siis füüsilisel või elektroonilisel kujul ning kuulame iganädasesel playlisti nõukogul need asjad üle. Algul kõik endamisi ja kui keegi arvab, et tegemist on hea asjaga /.../ siis nõ lähed oma väljavalitud palaga ja kaitsed seda muusikanõukogus. See kas ta edasi pääseb või pääseb põhi mängukavasse, mis on listitud või*

*pääseb nädala demoks või kuskile saatesse nädala lauluks või pääseb üldse eetrisse, seda arutatakse playlisti koosolekul.“ (Purga 2012)*

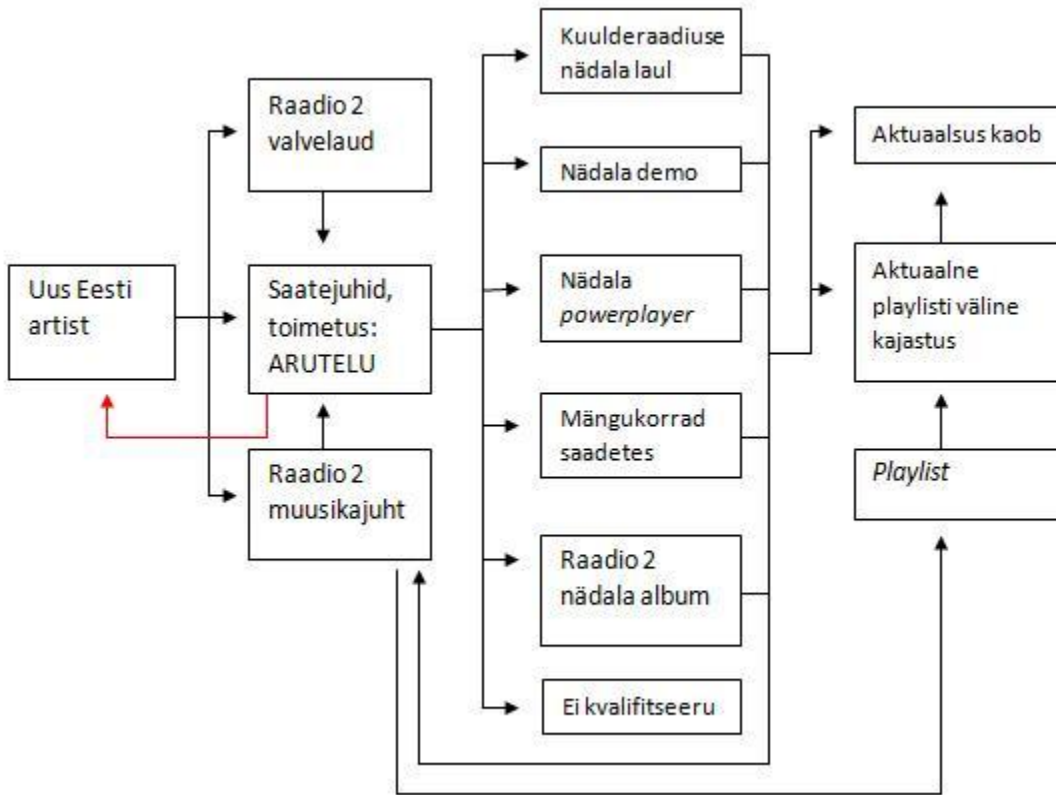
Purga rõhutab ka seda, et Raadio 2 eetrisse jõudev uute bändide muusika ei ole alati ainult bändide oma initsiatiiv. Ta selgitab, et palju muusikat jõuab Raadio 2-te ka saatejuhtide algatusel. Palju muusikat korjatakse üles artistide kodulehtedelt, *MySpace* või *SoundCloud* keskkondadest, *Youtube*’st ja kontsertidelt.

*“Õnneks Raadio 2 saatejuhid on hästi aktiivsed ka oma töö väliselt. Nad ongi melomaanid ja nad käivad kontsertidel nagu päriselt ka.” (Purga 2012)*

Uute artistide muusika Raadio 2 eetrisse jõudmiseks on mitmeid erinevaid võimalusi. Siinkohal on oluline vahet teha, mil moel uue artisti muusika eetrisse jõuab. Variante on alates sellest, et lugu mängitakse üks kord ja unustatakse kuni selleni, et see saab *playlist*’i osaks. Samuti on oluline vahe, kas lugu lihtsalt mängitakse maha, või võtab keegi saatejuhtidest konkreetse loo või bändi toetamise oma südameasjaks.

*„/.../ Kui ma mängin teda viis korda ja pärast seda ta enam ei kõla. Eetrisse ta jõudis. See on üks viis lihtsalt. Meil on saadetes sellised rubriigid või saateosad... saatejuhtidele on seda võimaldatud. Kes tahavad kedagi toetada või mingit liini ajada, neile on seda võimaldatud. Praegu tõsti teeme seda vist ainult mina ja Koit. Pleier teeb seda nädala demoni ja mina Kuulderaadiuses nädala lauluna.“ (Teppan 2012)*

## Uute Eesti artistide muusika liikumine Raadio 2-s.



**Joonis 2. Uute Eesti artistide muusika liikumise kõige tõenäolisemad variandid Raadio 2-s. Punane nool tähistab toimetuse poolset survet, kui initsiatiiv tuleb toimetuse, mitte artisti poolt.**

Sten Teppan rõhutab siinkohal, et erinevate muusika liikumiste ja artistide avastamise võimaluste taga on Raadio 2 muusikapoliitika eripära. Suurem osa uue muusika mängimise otsustest on individuaalsed ja sõltuvad palju saatejuhtide enda tõekspidamistest. *Playlist* koostatakse kollektiivse töö tulemusel, kus saatejuhid ja toimetajad põhjendavad, miks nende pakutud lood peaksid ametliku *playlist*'i osaks saama. Otsuse, kas lugu läheb või ei lähe ametlikku *playlist*'i, saab täide viia vaid muusikajuht. Samas on saatejuhtidel suhteliselt suur vabadus ka juba ametlikku *playlist*'i kujundada ja mängida *playlist*'i väliseid lugusid küllaltki palju.

*„/.../kõige lihtsam viis siin asju ajada on silmast silma muusikajuhiga või teiste saatejuhtidega. /.../ Üldiselt ei istu kolleegium maha ja ei hakka kuulama selle ja selle tundmatu esitaja lugu, et*

*mis me sellega teeme. /.../ Saatejuhtidele lähenetakse pigem individuaalselt. /.../saatejuhtide võim on õnneks või õnnetuseks päris suur siin jaamas. Muusika üle otsustamsiel.“ (Teppan 2012)*

### **3.5 Mille põhjal enam kajastatavad uued artistid valitakse?**

Kuulderaadiuse saatejuht Sten Teppan rõhutas, et muu kõrval on kõige elementaarsem ja fundamentaalsem kriteerium uute artistide kajastamise otsuse langemisel salvestise tehniline kvaliteet. Lisaks peab materjal olema mingilgi moel uudne, omapärane ja tähelepanu äratav.

*„Kui sealt failist või plaadi pealt tuleb asi, mis esiteks on piisavalt kvaliteetne puht tehnilises mõttes, et seda kannatab mängida ja teiseks ta peab äratama tähelepanu. /.../ Kui nagu eriti hästi läheb ja kogu toimetus taha tuleb, siis läheb lugu ilmselt ka playlisti ja saab mängukavasse.“ (Teppan 2012)*

Heidy Purga selgitas, et Raadio 2 muusikapoliitika on viimastel aastatel muutunud albumipõhisemaks. See tähendab, et ka uutest artistidest on lihtsam pildile pääseda nendel, kel on rohkem ette näidata.

*„/.../me keskendume rohkem albumiartistidele ja ühekordsete hittide mängimise asemel saadame oma kuulaja jutumärkides plaadipoodi või kontsertile, ehk siis keskendume albumiartistidele.“ (Purga 2012)*

Sten Teppan rõhutab, et vähetuntud või kommertsjaamade mõistes ebapopulaarse muusika mängimine ei ole eesmärk omaette. Samas tõdes Teppan, et alternatiivmuusika osakaal on väga suur.

*„/.../Ei no see ei ole ses mõttes eesmärk omaette, et hakkame nüüd nurgelisi asju esile tõstma. Et...siin töötavatel inimestel on huvitav nii./.../ no, bändide ring kellega meie toimetame ja kellest teised jaamad midagi kuulda ei taha on ...98% ma arvan. 2% on selliseid, kellega teised jaamad oleks ka valmis mõtlema veel /.../“ (Teppan 2012)*

Võrreldes Baltikumi suurima muusika *show-case* festivaliga Tallinn Music Week hinnatakse ka Raadio 2-s kajastatavate bändide puhul sarnaseid asju kuid pisut leebemalt. Tallinn Music Week'i peakorraldaja Helen Sildna tõi oluliste kriteeriumitena välja kunstilise kvaliteedi (lavaolek, muusika) ja selle kui tõsiselt artist oma tegevust võtab. Kas ta ehitab karjääri? (Sildna

2012). Omad kriteeriumid on ka Raadio 2-s. Kuigi Sten Teppan nendib, et alustatavate artistide puhul ei saagi esimeselt salvestuselt super klvaiteeti nõuda, on oluline asja omapärasus ja artisti enda poolne ambitsioon. Tõsi viimane neist avaldub pigem Raadio 2 tegevuse järel. Tegemist on selle momendiga, kus Purga, Sildna ja Teppan rõhutavad artisti omapoolset valmisolekut edasi tegutseda ja saadud kajastust ära kasutada.

### **3.6 Kuidas aitab Raadio 2 kaasa uute Eesti artistide karjääri ehitamisele?**

Muusikaringkondades on Raadio 2 tuntud kui Eesti muusikat ja alternatiivmuusikat laiemalt propageeriv jaam. Heidy Purga sõnul on viimastel aastatel Raadio 2 programmipoliitika küll pisut muutunud, kuid Eesti muusika toetamist on Raadio 2-s kogu aeg oluliseks peetud.

*„No me oleme seda Eesti muusika aitamise vankrit vedanud juba üsna mitu aastat. Tegelikult sellest niinimetatud uue Raadio 2 tekkimise algusest peale. Kus Raadio 2 formuleeriti ümber ja Eesti muusika aitamine ja propageerimine sai selle raadiojaama eesmärgiks ja missiooniks. Eestis ei ole teist raadiojaama, kes oleks nii julgeid riske võtnud ja ausalt öeldes pole neil ka vajadust olnud.“* (Purga 2012)

Purga selgitab, et raadiojaama põhieesmärk on artistidele võimaluste loomine. Põhiliseks võimaluste loomise vahendiks on eetriaeg, et artiste avalikkusele tutvustada (muusika mängimine, intervjuud). /.../ *“võimaluste loomise kohti peale selle, et mängime muusikat tundmatult bändilt ja kutsume tundmatu bändi liikmed stuudiosse intervjuud andma, on tegelikult veelgi.“* (Purga 2012)

Purga toob siinkohal näiteks Eurosonic Noorderslag festivali, kuhu Raadio 2 (tõsi, mitte ainult oma otsusega) saab igal aastal ühe bändi saata. Purga hinnangul on tegemist ühe olulisema *show-case* festivaliga Euroopas. Sellele festivalile pääsemiseks peab bänd küll juba kodumaal edukas olema, seega alustavaid artiste see ei puuduta.

*“Loomulikult ei lähe sellest sõelast läbi 100% kõik bändid. Seal on oma konsiilium kes otsustab ja kuulab üle ja on kriteeriumid, millele bänd peab vastama.“* (Purga 2012)



Siiski eksisteerib Raadio 2-ga seotud eetriaaja välist promotsiooni ja nõ toetuspakette, millest ka noortel ja alustavatel artistidel on lootust osa saada. Edu tuleb aga artistidel endil loomulikult välja teenida.

*“Korraldame Eesti bändidele sessioone, teeme koostööd Noortebändiga, kus R2 valib oma toimetuse lemmiku ja annab talle auhinnaks stuudioaega, et artist saaks minna ja lindistada korralikult ühe loo, millega siis kuskile edasi minna.”* (Purga 2012)

Noortebändi konkursilt 2010. aastal Raadio 2 toimetuse lemmiku auhinnaga (stuudioaeg ja Calvin Harrise soojendamine Õllesummeril) lahkunud ja Raadio 2 Aastahiti galal lausa kahe koosseisuga otse-eetrisse pääsenud muusik Fredy Schmidt peab selliseid auhindu oluliseks motivaatoriks.

*“No auhindu on ikka tore saada. Ja saime salvestada Raadiomajas ühe loo tasuta. /.../ Seal on asi tasemel.”* (Schmidt 2012)

Schmidt peab raadiokajastuse puhul oluliseks just seda, et tegemist on esimese enesetõestamise võimalusega. Schmidt selgitab, et olles juba raadios mängitud artist on selles ringkonnas lihtsam tegutseda. Artist näeb, et tema tehtava asja vastu on huvi.

*“No sa saad oma esimesed märgid maha pandud ja vaadata edasi. Nagu igasugused konkursid ja mõned võidavad mingeid auhindu ja /.../see motiveerimise küsimus. Kui bändid näevad, et neid mängitakse, jõuavad nad albumiteni ja sealt hakkab see asi omakorda edasi minema.”* (Schmidt 2012)

Lisaks eetriaaja või Raadio 2-ga seotud üritustele toob Purga välja ka Raadio 2-e kajastuse majandusliku poole. Nimelt maksab Raadio 2 Eesti Autorite Ühingule raha, mis omakorda maksab registreeritud artistidele iga mängukorra pealt raha. Kommertsjaamad on Purga sõnade kohaselt otsinud seaduseauke, et autoritasusid mitte maksta. Rahvusringhääling sellise asjaga ei tegele, sest autoriõiguste järgimise eesmärk on artistide õiguste tagamine ja nende motiveerimine.

*„/.../noored bändid, kellel on väga tõsised ambitsioonid, saavad ennast registreerida Autorite Ühingu /.../ Fonogrammitootjate Ühingu liikmeks, sest rahvusringhäälingust vähemalt saab*

*tasu selle eest, et nende muusikat on mängitud. Seda ei saa öelda teiste kommertsjaamade kohta /.../“ (Purga 2012)*

Ka Sten Teppan märgib, et peamine funktsioon on artistidele võimaluste andmine kajastuse näol. Samas suhtub ta Raadio 2 rolli skeptiliselt, sest internetiajastul on olemas ka palju muid alternatiivseid kanaleid, millega võimalik ka oluliselt rohkemate inimesteni jõuda.

*„/.../ internetiajastul on need asjad kõik nagu koefitsendiga. Ma ei oska võib-olla seespool olijana pärsi täpselt seda hinnata, kas Raadio 2 on kellegi jaoks võti. Et kui pääsed meie mängukavva või meie üritusele, et siis... mingisugune garantiid... Ma ei usu /.../“ (Teppan 2012)*

Teppan lisab, et kuigi artistide motiveerimine, väljundite pakkumine ja toetamine on igati positiivne ning muusikaelu hoogustav, ei anna see tegevus tema hinnangul mingit garantiid, et artistil peaks edaspidigi hästi minema.

*“Ma ei julge nagu võtta suud vett täis, et R2 on mingisugune ülitähtis asi. Sest mingite bändidega on ikka nii, et... Me võime neid mängida kasvõi A-listis. Me võime nende laulu sada korda mängida /.../ see ei anna ometi mingit garantiid, et laul saab näiteks aastahiti tabelis kõrgele kohale.” (Teppan 2012)*

Teppani seisukoha mõte seisneb selles, et alati tegutsevad muusikaväljal inimesed, kes hangivad informatsiooni ise, mõtleavad ise ja leiavad endale meelepärased artistid ise. Samuti sõltub Teppani hinnangul päeva lõpuks kõik artistist enesest. Raadio 2 on artistidel enda tutvustamiseks lihtsalt üks võimalus paljudest.

## 4. Järeldused, diskussioon

Järeldused on esitatud uurimisküsimuste kaupa. Diskussiooni osas seob töö autor tulemused teooriaga ning arutleb tulemustest tõstatunud probleemide ja vastuolude üle.

### 4.1 Järeldused

**Kui suur osa Raadio 2 uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete eetriaegast kulutatakse uute Eesti artistide tutvustamisele?**

Kolme vaatlusaluse nädala jooksul kõikus uutele Eesti artistidele kulutatud eetriaaja maht valimisse kuuluvates saadetes nädalate lõikes keskmisest viiest protsendist kuni 18%-ni. Kolme nädala jooksul kulutati vaatlusalustes saadetes uute Eesti artistide kajastamisele kokku ligikaudu 10% saateajast.

Suhteliselt suur varieeruvus uute Eesti artistide esindatuse osas saadete kaupa, tulenes mitmetest asjaoludest. Saade „Muusikanõukogu“, pühendas esimesel vaatlusalusel nädalal (5.12.11 - 9.12.11) kõige enam aega uutele Eesti artistidele, teisel (27.02.12 - 2.03.12) ja kolmandal (26.03.2012. - 30.03.12) vaatlusalusel nädalal ei esindanud uusi Eesti artiste aga üldse. Erinevus tuleneb sellest, et „Muusikanõukogu“ on tunniajane saade, kus jõutakse kuulata küll vähe muusikat, kuid sellest räägitakse palju. Samas pole saade artisti vaatekohast promotsioonisubjektina eriti ahvatlev, sest saates on oht ka korraliku kriitika alla sattuda. Tegemist oli ainukese saatega programmianalüüsis, kus uutesse Eesti artistidesse ka kriitiliselt või negatiivselt suhtuti.

Programmianalüüs näitas ka seda, et uute Eesti artistide kajastus on mahukam ja saatenädalate lõikes stabiilsem nendes saadetes, kus on uute artistide tutvustamiseks erirubriigid. Siinkohal on edukas „Pleier“, kuhu kuuluvad alustavatele artistidele mõeldud nädala demo rubriik, nädala plaat ja nädala *powerplayer*. Kuna „Pleieri“ saates oli uuritud perioodil uute Eesti artistide kajastus kõige stabiilsem, saab väita, et erirubriigid toimivad ja täidavad oma eesmärgi.

**Milline on uue muusika tutvustamisega tegelevate saadete sisu?**

Vaatlusalused saated on ülesehituselt sarnased. Kõikides saadetes on esindatud nii muusikaline kui sõnaline pool.

Vaatlusalusel perioodil kõlas uute Eesti artistide esituses pop, indi, alternatiiv, hip-hop/rap, elektroonika/dance, rock, pop-rock, dream-pop, folk, folk-punk, house ja folk-pop. Kuigi osad liigitused on võimalik panna ühisnimetaja alla, võib muusikavalikut pidada laiahaardeliseks.

Oluline on ka saatejuhtide esitatav sõnaline pool, kus tutvustatakse uusi artiste või antakse neile endile sõna. Artistide jaoks kasulikuks võib pidada ka nende ürituste tutvustusi, kus kõnealused alustavad artistid esinevad. Tänu raadiosaates räägitule võib nii mõnigi kuulaja leida tee kontserdile.

### **Kuidas uute artistideni jõutakse?**

Uute artistide jõudmine Raadio 2-te on kahepoolne protsess. Ühelt poolt tuleb initsiatiiv artistidelt, kes soovivad end Raadio 2 vahendusel avalikkusele tutvustada. Teiselt poolt otsib ka Raadio 2 ise uusi ja huvitavaid artiste läbi erinevate kanalite. Kui artistid ise edastavad erinevatele Raadio 2 töötajatele oma materjale nii füüsiliselt (CD) kui digitaalselt (failivahetus), siis Raadio 2 hangib lisaks internetis keiduvatele bändide kodulehtedele ja *YouTube*'le uut materjali ka kontsertidelt.

### **Mille põhjal enam kajastatavad uued artistid valitakse?**

Heidy Purga ja Sten Teppaniga läbiviidud ekspertintervjuudest ilmnes, et kuigi raadiojaamas kehtib *playlist*, on saatejuhtidel suhteliselt suur vabadus endale meelepärast *playlist*'i välist muusikat mängida. Saadete erirubriigid on ettenähtud selleks, et saatejuhid saaksid endale sümpaatseid või nende arvates tähelepanu välja teeninud artiste esile tõsta.

Uute Raadio 2-s kajastatavate Eesti artistide valimisel on kõige esimeseks kriteeriumiks tehniline kvaliteet. Nii Sten Teppan kui Heidy Purga rõhutasid, et esmalt peab salvestis olema piisavalt kvaliteetne, et seda saaks raadios mängida (siinkohal peavad artistid arvestama ka raadiotehnika eripärast tuleneva kvaliteedikaoga). Samas tõi Sten Teppan lagedale ka nõuet pehmendava väite – uutelt üritajatelt ei saagi oodata kohe alguses väga head tehnilist kvaliteeti, kuid lugu peab olema kuulatav.

Kui tehnilise poole pealt on kõik korras, vaadatakse artisti omanäolisust ja kunstilist taset. Midagi, mis teeb ta eriliseks või tähelepanuväärseks. See kriteerium on sarnane Tallinn Music Week festivalil artistidele esitatava nõudega. Kui Tallinn Music Week festivalil hinnatakse artisti

kajääriehitamise oskust enne kavasse valimist, siis Raadio 2 puhul saab seda hinnata tagantjärele. Nii Helen Sildna, Sten Teppan kui Heidy Purga kinnitasid, et Raadio 2 funktsioon on pakkuda võimalusi. See, mida nende antud võimaluste ja pisikeste saavutustega oma kajääri edendamisel peale hakata ja kuidas neid enda kasuks tööle panna, on iga artisti enda asi. Kedagi ei ole intervjueeritavate arvates võimalik Raadio 2 poolt käekõrval haljale oksale juhatada. Initsiatiiv ja sisemine põlemine peab tulema artisti poolt.

Tulenevalt intervjueeritavate väljatoodud nõudmistest ja ootustest uuele artistile, koostas töö autor nimekirja põhiliste soovitudetega, mida Raadio 2 tähelepanu sooviv alustav artist peaks meeles pidama:

- Helisalvestise tehniline kvaliteet ja teostus (elementaarne, et oleks võimalik üldse raadios esitada).
- Kunstiline tase – artist või tema muusika peab millegi poolest huvipakkuv ja eriline olema. Tuleb pälvida saatejuhi ja toimetuse tähelepanu.
- Artist peab oskama end mingilgi määral tutvustada ja promoda. See näitab, et ta võtab oma tegevust tõsiselt ja pikema perspektiiviga (sama kehtib Tallinn Music Week festivaliga).
- Mida rohkem on alustaval artistil ette näidata, seda suurema tõenäosusega saab ta parema kajastuse (on välja tulnud muusikavideo, album valmimas või väljas).

### **Kuidas aitab Raadio 2 kaasa uute Eesti artistide karjääri ehitamisele?**

Raadio 2 meetmed uute Eesti artistide karjääri arendamisel ja pildile toomisel, saab jagada kaheks: programmisisesed ja programmivälised. Programmisisesed on need meetmed, mida Raadio 2 saab rakendada otseselt enda programmis. Tegemist on ühtlasi ka igapäevasemate praktikatega. Sinna alla kuuluvad:

- Uutele artistidele eetriaja andmine (muusika mängimine, intervjuud, kuulajamängud)
- Saatejuhtide ja toimetuse liikmete lobitöö artistide töötamisel *playlist*'i või muudesse mängukava elementidesse.

Lisaks on Raadio 2-l mitmeid erinevaid võimalusi uute Eesti artistide karjääri edendamiseks, mis ei ole kasutusel igapäevaselt, kuid mis võimaldavad uutel artistidel kajastust saada.

Programmivälised meetmed tähendavad seda, et need ei ole otseselt seotud konkreetsete saatetega, küll Raadio 2-ga laiemalt.

- Koostöö Noortebändi konkursiga – eriauhinnad Raadio 2 lemmikutele (studioaeg).
- Koostöö erinevate organisatsioonidega, et saata Eesti artiste suurtele välisfestivalidele + kajastus.
- Eesti Autorite Ühingule makstavad tasud, millest laekuvad omakorda summad autoritele mängitud muusika loomise eest.
- Artistide kutsumine Raadio 2 üritustele esinema (nt Raadio 2 Aastahitt)

Raadio 2-l on intervjuueeritavate kinnitusele oma programmipoliitikast ja missioonist tulenevalt kindel ja oluline roll Eesti muusika edendamisel. Samas ei ole Raadio 2 tegevuses midagi imetabast. Muusikamanager ja promootor Helen Sildna leiab, et Raadio 2 kui avalik-õiguslik kanal peabki avama ukse uuele ja tundmatule, sest tegemist on riigi rahastatava raadiojaamaga. Seega puudub otsene vajadus lähtuda turuloogikast. Siin näeb Sildna aga ka kõige suuremat probleemi Raadio 2 puhul.

*“Jah, ma usun, et see [reiting] on murekoht ja seda annaks kindlasti ka parandada. Parandada just selle funktsiooni juures mida nad teevad - toetada uut muusikat. See konkreetselt ongi selle raadiojaama sisuline tugevus. Aga nagu ka bändide karjääri puhul, ei saa loota ja eeldada, et teeme huvitavat programmi ja inimesed selle üles leiavad. Ka seda raadioprogrammi tuleb tutvustada, turundada /.../” (Sildna 2012)*

Programmipoliitikast tulenevaid reitinguprobleeme näeb ka Sten Teppan: *“...eks see on meil siin valus teema. See reiting on meil siinsete tõekspidamiste järgi piiripealne, et kus tasub Raadio 2-te töös hoida ja kus ei tasu. Et selle üle on ikka aegajalt vaieldud ja vaieldakse praegu ka ja otsustatakse mis teha, mis suunas liikuda.”*

Kuna raadiojaama reitingud on nõ piiripealsed, muutub küsitavaks ka raadiojaama kasutegur uute artistide karjääri edendamisel. Olgugi, et internetiajastul on alati bändidel võimalik kasutada muid teid ja kanaleid, on Raadio 2 Eesti muusikute toetamise oma missioonina välja hõiganud. Siinkohal saaks seda missiooni efektiivsemalt täita siis, kui raadiojaamal oleks ka suurem hulk kuulajaid.

## 4.2 Diskussioon

Käesolev bakalaureusetöö üritab kirjeldada Raadio 2 rolli uute Eesti artistide avalikkuse ette toomisel ja nende karjääri edendamisel. Raadio 2 tegevuse mõtestamiseks kultuurilises kontekstis, kasutab töö autor Prantsuse sotsioloogi Pierre Bourdieu väljade teooriat.

Bourdieu kirjeldab sotsiaalset ruumi kui erinevatest väljadest koosnevat. Käesolevas bakalaureusetöös vaatleb töö autor nii Raadio 2-e kui auditooriumit ja esitletavaid artiste ennekõike kui kultuuriväljal tegutsejaid. Bourdieu (1999) kohaselt on kultuurilise taastootmise puhul olulisteks kapitali liikideks sümboliline kapital (prestiiž, kuulsus, au) ja tunnustus. Kultuuriväljale sisenemise teebki keeruliseks see, et uuel üritajal puudub tunnustus väljal ees ootavate agentide silmis. Tal puuduvad kaks väljal tegutsemiseks hädavajalikku kapitali – sümboliline kapital ja tunnustus.

Tulenevalt programmianalüüsist ja ekspertintervjuudega kogutud informatsioonist, näeb töö autor, et üks Raadio 2 olulisi funktsioone uute Eesti artistide puhul on nende nõ legitemeerimine. Uute tulijatena kultuuriväljale siirduvad artistid saavad seeläbi enda kohalolekust märku anda ja läbi Raadio 2 varustada end teatava sümbolilise kapitali ja tunnustusega. Sümbolilise kapitali omandamisest rääkis argisema sõnastusega ka Kuulderaadiuse saatejuht Sten Teppan:

*“Mulle meeldib mõelda, et siin on natuke ärksamad inimesed vaata kes...nii mõnedki neist on sellised... stiiliikoonid, /.../ legendaarsed tüübid. Ja neile korda minemine... olla toimetuse jaoks tähtis ja toimetuses on sellised inimesed.. sellised elulaadid... See võiks nagu kuidagi cool olla sellele ringile kordaminev...”* (Teppan 2012)

Teppan andis mõista, et selline sümbolilise kapitali ja tunnustuse jagamise süsteem toimib ning avalikkus ning muusikaringkonnad arvestavad sellega.

*“/.../ma arvan, et selle üle ei hakka keegi vaidlema, et... isegi need kes ei ole Raadio 2 kuulajad, et meie rolli teatud grupi liidrina tunnustatakse ikka päris selgelt. Kui öelda mingeid märksõnu, seostub see inimestele Raadio 2-ga.* (Teppan 2012)

Raadio 2 tegevuse puhul uute Eesti artistide tutvustamisel saab välja tuua ka teise kultuurilise kapitali ümberjagamise aspekti. Nii Heidy Purga, Helen Sildna kui Sten Teppan selgitasid intervjuudes, et Raadio 2 üritab näidata muusikamaastikku võimalikult laiahaardeliselt. Töö

autor leiab, et raadiojaama töö auditooriumile uue ja tundmatu tutvustamisel toimib ka neile kultuurilise kapitali jagamisena. Raadio 2 annab väljal toimetavatele sotsiaalsetele agentidele teadmisi, mis aitavad sotsiaalsetel agentidel (pop)kultuuris orienteeruda ja oma kultuuritarbimisotsustes teadlikke valikuid teha (Bourdieu 1999).

Nii Teppan kui Purga märkisid, et kogu Raadio 2 peamise muusikapoliitika üks tugevusi ja eesmärke ongi see, et jääks võimalus uuteks leidudeks ja avastusteks. Purga (2012) rõhutas, et ühiskondlik aktiivsus, maailma asjadega kursis olemine ja avatud meeltega ringikäimine on kõik omavahel seotud, ka kultuuri või muusikatarbimise harjumused ei ole siinkohal midagi ebaolulist. Ta lisas, et kuna tegemist on maksumaksja rahast toimiva raadiojaamaga, on maksumaksjal õigus teada, mida tema kodumaa muusikamaastikul toimub. *“/.../ see teadvustamistöö on meie jaoks hästi oluline. Kogu Eesti muusika ei ole ainult kolm artisti. No tõesti ei ole. See on väga palju rohkemat,”* viitab Purga (2012) muusikakajastuse erinevusele Raadio 2 ja kommertsjaamade vahel.

Kuigi Raadio 2 programmipoliitika on kohandatud uute artistide tutvustamiseks ja reitingutulemused ei ole nii olulised kui kommertsjaamadel, tasub Raadio 2-l oma kuulajanumbrite pärast siiski muret tunda. Kuigi kultuuriväljal ei tegutsetagi tavaliselt ratsionaalsusest lähtuvalt, tekkivad mingil momendil küsimused raadioprogrammi vajalikkuse osas, kui eriti keegi seda ei kuula. Mida väiksem on raadiojaama kuulajaskond, seda väiksem on inimgrupp, kelle jaoks raadiojaam uusi artiste legitimeerib või kellele ta kultuurilist kapitali jagab. Võib öelda, et see on inimeste oma probleem, kui nad avatud silmadega ringi ei vaata, kuid kuna kuulajanumbritest sõltub ka alustavate bändide käekäik, mille edendamise on Raadio 2 oma südameasjaks võtnud, siis võib Raadio 2 roll uute artistide tutvustamisel kuulajanumbrite langedes muutuda marginaalseks. Kui Raadio 2 hakkab funktsioneerima sarnaselt Bourdieu (1999) kirjeldatud kõrgkultuurivälja põhimõtetele popmuusika kontekstis (mis peaks olema suunatud massidele), võib kogu ressursimahukas protsess osutada ebaefektiivseks ja sealt edasi ebaratsionaalseks, et seda riigi toel üleval pidada.

Suuremate kuulajanumbrite puhul oleks Raadio 2 tegevus oma missiooni täitmisel oluliselt mõjuvam. Nagu arvas Helen Sildna, leiab ka töö autor, et Raadio 2 võiks reitingunumbrite parandamiseks kasutada just oma sisulist tugevust ja alternatiivset lähenemist uute Eesti artistide



tutvustamisel. See aitaks arendada ka kodumaist muusikatööstust, mis nt soomlaste ja roostlastega võrreldes oma arengus kümneid aastaid tagapool on.

## Kokkuvõte

Käesolev bakalaureusetöö on kirjutatud teemal „Raadio 2 uute Eesti artistide tutvustajana“. Töö eesmärgiks on välja selgitada, kuidas avalik-õiguslik raadiojaam Raadio 2 täidab kultuurivälja uuendamise funktsiooni uute Eesti artistide ja nende muusika tutvustamisel.

Töö tugineb Pierre Bourdieu väljateooriale, mille kohaselt toimub kultuuriväljal kultuurilise kapitali ümberjagamine sotsiaalsete agentide vahel, ning mis kirjeldab sotsiaalsete agentide tegutsemisloogikat kultuuriväljal. Teooria on seotud Raadio 2 arengusuundadega uute Eesti artistide tutvustamisel. Kuna Raadio 2-s on esiletõstatavate uute Eesti artistide valimisel oluline roll saatejuhtidel, kirjeldab töö autor ka nn väravavahi (*gatekeeping*) teooriat.

Bakalaureusetöös kasutatakse ülevaate andmisel Raadio 2 tegevustest uute Eesti artistide tutvustamisel raadio programmi kontentanalüüsi ja ekspertintervjuusid. Programmianalüüs viidi läbi kolme nädala jooksul 2011. aasta detsembris ning 2012. aasta veebruaris ja märtsis. Programmianalüüsis olid vaatluse all Raadio 2 saated, mis tegelevad muuhulgas uute Eesti artistide tutvustamisega. Valimisse kuuluvateks saadeteks on „Kuulderaadius“, „Pleier“, „Pleier Extra“ ja „Muusikanõukogu“. Programmianalüüsi materjali maht on ligikaudu 83 tundi. Intervjueeritavateks olid Raadio 2 endine peatoimetaja Heidy Purga, muusikamanager ja promootor Helen Sildna, Raadio 2 saatejuht Sten Teppan ning erinevate ansamblite koosseisus Raadio 2-lt toetust saanud noor muusik Fredy Schmidt.

Kolme nädala jooksul (5.12.11 – 9.12.11; 27.02.12 – 2.03.12; 26.03.12 – 30.03.12) läbi viidud Raadio 2 uut muusikat tutvustavate saadete analüüsi põhjal saab väita, et Raadio 2 kulutab uue muusika saadete eetrijast ligikaudu 10% uute kodumaiste artistide tutvustamisele. Peamised uute Eesti artistide tutvustamiseks kasutatavad võtted on uute artistide intervjueerimine ja nende muusika mängimine. Väheolulised ei ole ka saatejuhtide kommentaarid. Kuna suur osa Raadio 2 saatejuhtidest on Eesti muusikamaastiku mõistes arvamusiidrid, mõjub avalik tunnustus alustavatele artistidele motiveerivalt.

Uute Eesti artistide muusika jõuab Raadio 2 toimetusse üldistatult kahel moel. Valdav osa uuest muusikast jõuab toimetuseeni noorte bändide omal initsiatiivil. See tähendab, et alustavad artistid võtavad ise toimetusega ühendust ja saadavad oma materjalid raadiojaamale. Samas otsivad

Raadio 2 saatejuhid uut muusikat ka ise. Kui saatejuhid leiavad mõnelt kontserdilt või internetist bändi, kes ei ole ise Raadio 2-le oma muusikat saatnud, kuid mis saatejuhtide arvates vääriks eetriaega ja tutvustamist laiemale avalikkusele, survestavad Raadio 2 saatejuhid artiste, et need oma muusika raadiojaamale saadaks.

Kajastatavate uute Eesti artistide valimisel on suur osa saatejuhtide ekspertarvamusel. Selleks, et eetrisse pääseda, peab ansambel või laulja saatejuhile või tervele toimetusele millegagi silma jääma. Neid mooduseid on palju. Kujundlikult võib saatejuhtide poolt hinnatavaid kriteeriumeid pidada muusikalisteks uudisväärtusteks (uudsus, omapärasus, veidrus, kaasahaaravus, kunstiline kvaliteet jms). Samas on kõige suuremaks määrajaks tehniline kvaliteet. Olgu muusikapala nii hea kui tahes, halva tehnilise kvaliteediga salvestist ei ole võimalik raadioeetris mängida.

Raadio 2 aitab uute Eesti artistide karjääri ehitamisele kaasa ennekõike läbi tutvustava funktsiooni. Raadio 2 on valmis eetriaega andma bändidele, kes on head kuid tundmatud ja kelle muusika mängimisest kommertsraadiojaamad tõenäoliselt huvitatud ei ole. Lisaks avalikkuse jaoks vähetuntud artistide muusika mängimisele ja nende sõnalisele tutvustamisele teeb Raadio 2 koostööd konkursiga Noortebänd, kus paneb välja eriauhinna endale meelepärase bändi karjääri edendamiseks. Samuti on raadiojaamal kaudne sõnaõigus artistide suunamisel välisfestivalidele. Eesti kontekstis on oluline tutvustav funktsioon ka Raadio 2 iga-aastaselt rahva ja raadiotoimetuse küsitlusel Aastahitt. Küsitluse tulemusel jagatakse välja mitmeid auhindu, millele saavad pretendeerida ka uued ja vähetuntud Eesti ansamblid. Samuti antakse nn „uutele tegijatele“ Aastahiti kokkuvõtval kontsertgalal esinemisvõimalus. Gala kantakse üle ETV-s. Lisaks maksab Raadio 2 mängitud lugude pealt autoritasusid, mis läbi Eesti Autorite Ühingu leiavad tee ühingu registreeritud artistide pangaarvele. Artistid ise peavad aga kõige olulisemaks Raadio 2 legitimeerivat ja tunnustavat funktsiooni. Sõbralik õlalepatsutus üle-Eestilise leviga raadiojaama poolt, kus töötavad muusikamaastiku kujundamisel arvestatava sõnaõigusega inimesed, annab alustavatele artistidele eneseusku oma asja edasi ajada.

# Summary

## **Analysis of Raadio 2 as a Media Presenter of New Estonian Acts**

The objective of this bachelor thesis is to determine how Raadio 2, being a part of Estonian Public Broadcasting (ERR), is serving the purpose of renewing the cultural field by presenting new Estonian acts and their music.

This thesis is based on Pierre Bourdieu's theory of fields (more specifically, the theory of the cultural field), by which the social agents share and divide the cultural capital of the cultural field. The social agents will often acknowledge, legitimate and reproduce the social forms of domination and the common opinions that will allow them to constitute the field. This theory has been linked to the predicted trends of Raadio 2 and their work on presenting new domestic acts. As also the radio presenters themselves play a great role in choosing the acts to be presented, the author of this thesis includes the gatekeeping theory.

To give a better overview on how Raadio 2 is presenting new Estonian acts, the author has conducted a content-analysis of the radio's programme and additional expert-interviews. The analysis of the programme is based on three weeks of Raadio 2's programme (the weeks were divided between December 2011, February and March in 2012). The author analyzed mostly those broadcasts that share the purpose of presenting new (Estonian) acts. The chosen broadcasts are "Kuulderaadius", "Pleier", "Pleier Extra" and "Muusikanõukogu". The material analyzed consists in approximately 83 hours of broadcasting. The expert-interviews were conducted with Heidi Purga, the ex editor-in-chief of Raadio 2; Sten Teppan, one of the radio presenters in Raadio 2; Helen Sildna, a music manager and a promoter; and Fredy Schmidt, a young Estonian musician, whose several acts (groups such as Animal Drama, Kosmoseratsanikud and Laika Virgin) have been promoted by Raadio 2.

Based on the analysis of the broadcasts presenting new Estonian acts on Raadio 2, it can be said that about 10% of the time the shows are on air, is spent on presenting new domestic acts. The main means to introduce new acts are interviewing the artists and playing their music. Also the comments of the radio presenters are important: as many of the presenters working in Raadio 2

are opinion leaders when it comes to Estonian music, then giving credit to young musicians is a motivation of its own.

The music of new Estonian acts finds its way to Raadio 2 in two ways in general. Most of the music is brought or sent by the artists themselves. Some of the music is found by the radio presenters. If they discover a new band from a concert or from the Internet and find the music good or interesting enough to introduce to the public, they contact the artists to get their music to the radio station.

The opinion of the radio presenters plays a great part in choosing the acts to introduce. To find their way to be presented on air, the artists have to have that special something to catch the attention of the presenters. In a way, the criteria to be noticed by the radio presenters can be named the musical newsworthiness of the artists (being artistic, enthralling, fresh, weird, with character, etc.). Also the technical quality is important – the music can be good, but if the recording is bad in quality, it cannot be played on radio.

Raadio 2 helps the new Estonian acts to build their music career mainly by introduction. The radio station is willing to play the acts that are little known and have therefore little or no chance to be played on commercial radio stations. In addition, Raadio 2 is also working together with a band competition Noortebänd. In a competition where only little known young musicians can enter, Raadio 2 chooses their favourites and rewards them with a special prize to help to build their career. Raadio 2 can also suggest international music festivals to consider some little known Estonian artists to be invited to play there. In Estonia, the annual Gallup poll Aastahitt, organized by Raadio 2, plays a big role in introducing new acts to public. The results of the poll are announced on a special day that ends with a music gala where the main prizes are given to the best acts. The radio presenters also choose their favourites and give an opportunity to at least one new group to perform on the show that is also broadcasted by the national television. The lists of songs played on Raadio 2 are sent to the Estonian Authors' Society, a percentage of the broadcasting fee is paid to the authors of the songs if they are registered members of the society. The most important function of Raadio 2 for the artists themselves is nevertheless the opportunity to get played and talked of on the radio. A friendly pat-on-the-back by a radio station

that is a part of ERR and where opinion-leaders of domestic music work, gives a great deal of encouragement and self-confidence for the musicians to keep on making what they love.

## Kasutatud kirjandus

(2010). *Raadioauditooriumi ülevaade suvekuudel 2010*. URL (kasutatud mai 2012) [www.emor.ee/raadioauditooriumi-ulevaade-suvekuudel-2010](http://www.emor.ee/raadioauditooriumi-ulevaade-suvekuudel-2010)

(2011). Eesti Rahvusringhäälingu seadus. URL (kasutatud detsembris 2011) <https://www.riigiteataja.ee/akt/12786086?leiaKehtiv>

Bourdieu P. (2003). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press, 1999

Bourdieu, P. (1994). *Praktilised põhjused: teooriatest*. Tomasberg, L. (tõlk.). (2003). Tallinn: Tänapäev.

Hausman C. & Benoit, P. (1989) & Lään, V. (tõlk.). (1995). *Kuidas tehakse raadiot*. Levileht 1995, Tartu

Hendy, D. (2000). Pop music radio in public service: BBC Radio 1 and new music in the 1990s. Media Culture Society 2000. Sage

Kase, A. (2006). *Gümnaasiumiõpilaste ootused raadioprogrammile, Raadio 2 näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanuse ja kommunikatsiooni instituut.

Krjutškova, K. (2010). Diskoraadio vihastab meediajuhte. *Äripäev*, 11. oktoober. URL (kasutatud novembris 2011) <http://editor.ap3.ee/?PublicationId=5359a4b5-a44f-467e-ae6e-295e8e6bf7da>

Luts, J. (2011). Eesti Raadiomaastik 2009. Ude, I. & Vihalemm, P. (toim.). *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2009/2010*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus 66-72.

Lõhmus, M & Johanson, A. (2011). Kanalid, saated, programmid. Ude, I. & Vihalemm, P. (toim.). *Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2009/2010*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus 73-75.

Lõhmus, M. & E. Ehand, (2001). *Avalik-õiguslik ringhääling Eestis*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Lõhmus, M. & Vihalemm, P (toim.). (2004). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965 – 2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Lõhmus, M. (1999). *Toimetamine: kas looming või tsensuur*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

McQuail, D. (2000). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus

Mettsar, K. (2009). *Publiku aastalõpuintervjuu: Eesti muusika — kidub või õilmitseb?* URL (kasutatud mai 2012) <http://publik.delfi.ee/news/muusika/publiku-aastalopuintervjuu-eesti-muusika-kidub-voi-oilmitseb.d?id=28091197>

Ojakäär, V. (1983). *Popmuusikast*. Tallinn: Eesti Raamat

Shoemaker, P. J. (1991) *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage

Splichal, S. (2006). *Avalik-õiguslik ringhääling tsiviilühiskonna ja demokraatia teenistuses*. Nissen, C. S. (toim). *Muutuste kursil: Avalik-õiguslik ringhääling Euroopa meediamaastikul*. Tallinn, 2006.

Stadnik, A. (2010). *Heidy Purga: Luik pole Raadio 2 ammu kuulanud. Äripäev, 11. Oktoober*. URL (kasutatud novembris 2011) <http://www.ap3.ee/?PublicationId=51d28762-9ad1-436c-9e2e-8b279edce13d&siteDomain=ee&similarNewsLimit=20>



# Lisad

## Lisa 1. Raadio 2 ja Sky Plus playlist'ide võrdlus

Raadio 2 ja Sky Plus on oma tegevuspõhimõtetest väga erinevad jaamad lähtudes kasvõi sellest, et üks on avalik-õiguslik, teine kommertsjaam. Kahe erineva eesmärgiga jaama muusikavaliku võrdluse läbiviimiseks kõrvutas töö autor Raadio 2 ja Sky Plus *playlist*'id. Siinkohal tuleb tähelepanu pöörata sellele, et Raadio 2 puhul on vaatluse all *playlist* ja Sky Plus puhul tabel TOP40 (skyplus.fm 2012). Viimane nimetatutest tähendab populaarsemate ja mängitumate lugude edetabelit raadios Sky Plus. Kuigi tegemist ei ole erinevate raadiojaamade puhul üksüheselt võrreldavate asjadega, annab Raadio 2 *playlist*'i ja Sky Plus TOP40 tabeli kõrvutamine ülevaate raadiojaamade muusikapoliitikast.

Raadio 2 ja Sky Plus *playlist*'ide võrdluse puhul tuleb silmas pidada, et Raadio 2 puhul on tegemist tõesti *playlist*'iga, Sky Plus puhul on vaatluse all aga mängitavamate lugude edetabel Sky Plus TOP40. Kuna tegemist on erinevate asjadega, ei ole need üksüheselt võrreldavad. Samas annab tabelite kõrvutamine ikkagi ülevaate kahe erineva raadiojaama muusikapoliitikast ja on seeläbi töö seisukohast sobilik.

### 2012. aasta 9. saatenädala Raadio 2 *playlist*'i ja Sky Plus TOP40 edetabeli võrdlus.

Raadio 2		Sky Plus	
Esitaja	Laulu pealkiri	Esitaja	Laulu pealkiri
2 Quick Start	Midagi ammust ja midagi uut	Lenna	Mina jään
Allan Vainola ja Unenäopüüdjad	Õine tee	Gotye feat. Kimbra	Somebody That I Used To Know
Ans. Andur	Ookeanide aeg	David Guetta feat. Sia	Titanium
Artjom Savitski	Ainus soov	Jessie J	Domino
Birgit Öigemeel & Violina	You're Not Alone	Michel Teló	Ai Se Eu Te Pego!
Bruce Springsteen	We Take Care Of Our Own	Sean Paul	She Doesn't Mind
Buddy Holly	Slippin' And Slidin' (Jacques Renault remix)	Alyssa Reid feat. Jump Smokers	Alone Again
Dramamama	World Without Music	Laura	2020
Ed Sheeran	Drunk	Emeli Sande	Next To Me
Example	Midnight Run	Train	Drive By

Goldfrapp	Melancholy Sky	Jason Derulo	Fight For You
Jack White	Love Interruption	Kelly Clarkson	What Doesn't Kill You
Juan Zelada	What Do I Know	Madonna feat. Nicki Minaj & M.I.A	Give Me All Your Luvin
Laleh	Some Die Young	JLS	Do You Feel What I Feel
Lenna	Mina jään	Dev feat. Enrique Iglesias	Naked
Leonard Cohen	Darkness	Avicii	Levels
Madonna feat. Nicki Minaj & M.I.A.	Give Me All Your Luvin'	One Direction	One Thing
Malcolm Lincoln	Bye	Getter Jaani feat Mihkel Raud	Me kõik jääme vanaks
Mimicry	The Destination	Rihanna	You Da One
Mull Historical Society	The Lights	Flo Rida feat Sia	Wilnd Ones
Mustasch	The Challenger	Ott Lepland	Kuula
Orelipoiss	Zombi	All Time Low	Time Bomb
Oslo Skyline	Turn Off The Lights	August Hunt	Tantsulõvi
Ott Lepland	Kuula	Sunrise Avenue	Somebody Help Me
PNAU	Unite Us	Artjom Savitski	Ainus soov
Põhja-Tallinn	Lähen ja tulen	Katy Perry	Part Of Me
Red Hot Chili Peppers	Look Around	Lauri Pihlap	Tühjad pihud
Saint Etienne	Tonight	Shanon	Jäätunud jäljed
Selah Sue	Raggamuffin	Bob Sinclar feat. Sophie Ellis-Bextor	Rock With You
Smilers	Veebruar	LMFAO	Sexy and I Know It
Spector	Never Fade Away	2 Quick Start	Midagi ammust ja midagi uut
Sunrise Avenue	Somebody Help Me	K'Naan feat. Nelly Furtado	Is Anybody Out There
Tenfold Rabbit	Oblivion	Adele	Rumor Has It
The 2 Bears	Work	Hannah	Falling Away
The Black Keys	Gold On The Ceiling	Oslo Skyline	Turn Off The Lights
The Ting Tings	Hang It Up	Mike Posner	Looks Like Sexy
Traffic	NASA	Karmin	Brokenhearted
Triggerfinger	Love Lost In Love	Cher Lloyd feat. Astro	Want U Back
		Chris Brown	Turn Up The Music
		Nicki Minaj	Starships

	Raadio 2	Sky Plus
Eesti artiste:	16	11
Välismaa artiste:	22	29
Uusi Eesti artiste:	3	1
Nimetusi kokku:	38	40
Eesti artiste playlistis (%):	42%	28%
Uusi Eesti artiste playlistis (%):	8%	3%
Uusi artiste Eesti artistide seas (%):	19%	9%

## Lisa 2. Ekspertintervjuude kava

### Põhi- ja abiküsimused:

#### I blokk. Küsimused Eesti muusika hetkeseisu kohta

1.1 Kuidas Eesti muusika hetkeseisu hindate?

-millised on viimase aja tendentsid?

-mille poolest erineb tänane olukord nt viie aasta tagusest?

1.2 Millised faktorid kõige enam Eesti muusikat ja selle avalikkuse ette jõudmist mõjutavad?

-Milles võiks seisneda ERRi ja Raadio 2 vastutus Eesti popmuusika arendamisel?

-Mil määral Teie arvates Raadio 2 täidab Rahvusringhäälingu seadusega sätestatud kohustusi toimida kultuuri (sh popkultuuri) arendaja, kandja ja säilitajana?

#### II blokk. Küsimused muusikapromotsiooni kohta

2.1 Kus algab muusika ja lõppeb äri või vastupidi? On neid üldse võimalik lahutada kui räägime popmuusikast?

-On Teil kunagi tulnud ette juhtumisi, kus Te peate inimestele selgitama, et ka popkultuur on kultuur või õigustama nt ERRi või mõne muu muusikaalase ettevõtmisega seotud asja motiive?

-Rääkige lähemalt.

-Kas inimesed tihti kisuvad kommerts aspekti popmuusika puhul kontekstist välja?

-Mida sellisel puhul teha kui oled raadiojaam või kontserdikorraldaja? On sel üldse vahet?

2.2 Kuidas on lood Eestis uue muusika promomiseiga?

-Kes seda teevad?

-Kes peaksid tegema või võiksid teha? (ERR, Raadio 2?)

-Millised on alustava artisti jaoks esimesed sammud? Kuidas pildile pääseda? Mis kanaleid pidi see tegevus käib ja mis kanaleid pidi see peaks käima?

-Kelle poolt initsiatiiv peaks tulema? Alustav artist ei saa ju loota, et keegi talle hõbelusika suhu pistab?

-Oskate tuua võrdlusi välismaaga? (lähemad naabrid nt Soome, kaugemad Inglismaa-Rahvusringhäälingu roll seal?)

-Milline on Raadio 2 roll? Kuidas see promotsiooni osas välja paistab?

-Kui efektiivne on Raadio 2 uute Eesti artistide pildile aitamisel?

### **III blokk. Küsimused artistide ja nende muusika valimise kohta**

3.1 Bände on palju konkurents on tihe. Paljudel on unistus “läbi lüüa”, mida iganes see ka ei tähendaks kellegi jaoks. Mille alusel esimene sõel tehakse nii raadios kui muusikaäris laiemalt?

-on see ainult muusika või ka enese tutvustamise oskus, kogu pakett?

3.2 Kui palju uusi artiste on Teile läbi Raadio 2 tuttavaks saanud? Oskate äkki nimetada mõnda eredamat leidu?

3.3 Kuidas promotavaid bände valitakse?

*Bänd on oma materjaliga nii kaugele jõudnud, et on ostnud kas stuudioaja või tehnika, et kodus salvestada. Mixinud või ka selle teenuse sisse ostnud. Loonud midagi ja jõudnud oma loodud asjaga kas Raadio 2 valvelauda või Tallinn Music Week'i osalemissoovi ankeedini, kus saab lugusid üles laadida. Kes on need inimesed kes otsustavad selle üle, mis on ok ja mis ei ole?*

-Kes otsustavad ja valivad?

-Mille alusel valik langetatakse?

-Kas raadios mängitavuse ja TMW-le valimise vahel võib mingi ühendus olla? Milline kasu võiks selles võtmes alustavatel bändidel Raadio 2-st olla?

-Üldsuse maitse vs korraldajate maitse?

3.4 Kas ERR peaks üldse valima nii väga, mida ta aitab promoda

-Raadio 2 sai umbes pooltest aastat tagasi igasuguste avaliku elu tegelaste käest vastu päid ja jalgu, et tegemist on maksumaksja rahast elatava tükakaraadioga. Samas, Eesti on väike riik ja kohalik muusikatööstus sellisel kujul nagu suuremates riikides seda tuntakse, on alles lapsekingades. Kas ERR peab hinge kinni pidades arvet pidama, et ega mingi lugu nüüd liiga popp või liiga kommerts ei oleks? Eriti kui pidada silmas kultuuri ja sh popkultuuri taastootmise funktsiooni?

### **IV blokk. Avalikkuse muusikamaitse kujundamine**

4.1 Te ise kuulate ilmselt rohkem muusikat kui keskmine eestlane ja puutute muusikaga enam kokku. Kas vabal ajal ka enam muusika kuulamiseks jaksu jääb?

-mida Te vabal ajal kuulate?

-miks?

4.2 ERRi üks õilsatest ideedest võiks olla ka televaataja ja raadiokuulaja harimine. Kuidas Raadio 2 selle ülesandega hakkama saab?

4.3 Kas avalikkuse muusikamaitset peab kujundama. Kui jah, siis millised võimalused on rahvusringhäälingul selles osas kommertsjaamade vastu?  
-kes võidab?

### **V blokk. Lõpetuseks**

5.1 Milline on Eesti popmuusika tulevik ja eesmärk?

-mis rolli mängivad selles tänased värsked artistid?

-mis rolli mängib rahvusringhääling, täpsemalt Raadio 2 selles Eesti popmuusika missioonis?

*Eestis armastatakse pahatihti inimeste unistusi laiaks astuda. Võib see olla see, et Raadio 2 oma kajastusviisiga aitab unistada ja artistidele jõudu anda?*

5.2 Mitme aasta pärast me kuuleme ja näeme esimest tõsiselt suurt ja esmaklassilist bändi, mis on pärit Eestist? Sellist kes mängib maailma suurimatel lavadel ja kelle nimega auplaad ehib Rock and Roll Hall of Famei seinu?

-Näeme me seda kunagi?

5.3 Suur tänu vastamast. Laias laastus on see kõik. Kas Te sooviksite veel midagi lisada või täpsustada? Jätsin ma midagi olulist küsimata, millest Te sooviksite rääkida? Linti veel on.

Suur aitäh. Teie vastustest on töö koostamisel suur abi ja ehk on sellest tööst midagi ka Eesti muusikale kasu.