

Tartu Ülikool

Sotsiaalteaduste valdkond

Infoühiskonna ja sotsiaalse heaolu õppekava

Sotsioloogia ja infoteaduste eriala

Sigrit Alunurm

ÜLEVAADE EESTI NOORTE KANGELASTEST NING AVALIKU MEEDIA  
KANGELASKUVANDITEST UKRAINA-VENEMAA SÕJA ARTIKLITE NÄITEL

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Kairi Kasearu

Tartu 2023

Kinnitan, et olen töö koostanud iseseisvalt. Kõik töös kasutatud teiste autorite tööd, põhimõtted, seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Sigrit Alunurm

28.05.2023

## **ABSTRACT**

An overview of Estonian youth heroes and the portrayal of heroism in the public media based on articles about the Ukraine-Russia war.

The objective of this thesis is to delve deeper into the concept of heroism, focusing specifically on its change over time, the reflection of heroism in the Estonian public media (focusing on the articles about Ukraine-Russia war), and the Estonian youths identification of heroes.

This thesis utilizes both qualitative and quantitative methods. For the qualitative approach, I conducted 10 individual semi-structured interviews, which were subsequently analyzed using qualitative content analysis. For the quantitative method, I employed content analysis to evaluate the heroism articles and examined the frequency of occurrences in the change of heroism over a certain period of time.

The main results are:

- The meaning of heroism and its frequency of use in public media increases every year. The concept of heroism is closely related to vital topics and the main application of heroism in society is conveying people's achievements in crisis situations.
- In the public media, over the past five years, cultural heroes have become war heroes. The presentation of the heroism of a specific nation, group, or individual has strengthened according to the aforementioned crisis situation. The same conclusion can be drawn regarding the Ukraine-Russia war as well.
- In the study, the interviewed ten young individuals addressed the image of heroism in two ways: fictional heroes and role models. The more detailed the portrayal, the more the definition of heroism shifted towards being an example of a role model.
- There were limited similarities between the heroism of the interviewed individuals and the heroism portrayed in the public media. One possible reason could be the limited consumption of Estonian media (with more focus on international social media platforms) or a restricted awareness of the Ukraine-Russia conflict.

- The positive and negative aspects of heroism are connected to an individual's own beliefs and moral considerations. There is a thin line between an anti-hero and a hero, which inevitably leads to the presence of negativity alongside positivity.

**Keywords:** heroism, social heroism, hero, Estonian youth, Estonian public media, Ukraine-Russia war.

## **SISUKORD**

ABSTRACT	2
SISUKORD	4
SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILINE KÄSITLUS	6
1.1 KANGELANE KUI SOTSIAALNE NÄHTUS	6
1.2 MIS TÄHENDUSES MÕISTETAKSE KANGELASLIKKUST?	8
1.3 KANGELASLIKKUSE POSITIIVSED JOONED	11
1.4 KANGELASLIKKUSE NEGATIIVSED JOONED	12
1.5 KUIDAS ON KANGELASE TÄHENDUSE AJA JOOKSUL MUUTUNUD	14
2. METOODIKA	19
2.1 UURIMISPROBLEEM	19
2.2 UURIMIS- NING ANALÜÜSIMEETODID	20
2.2.1 AVALIKU MEEDIA ANALÜÜS	20
2.2.2 INTERVJUUDE ANALÜÜS	21
2.3 ENESEREFLEKTSIOON	24
3. ANALÜÜS	25
3.1 NOORTE KANGELASKUVAD	25
3.2 KUIDAS ON KANGELASKUVAND AVALIKUS MEEDIAS AJA JOOKSUL MUUTUNUD	28
3.3 KANGELASKUVAND AVALIKUS MEEDIAS UKRAINA-VENEMAA SÕJA NÄITEL	31
3.3.1 KANGELANE	31
3.3.2 PEATEGELANE	34
3.3.3 KANGELASLIKKUS	35
3.3.4 SANGAR	37
3.3.5 VÄGILANE	38
4. JÄRELDUS	40
KOKKUVÕTE	42
KIRJANDUSE LOETELU	44
LISA 1. INTERVJUU KAVA	48
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	50

## SISSEJUHATUS

Kristian Frisk (2019) toob esile, et kuigi kangelaslikkuse uurimine on olnud tihedalt seotud sotsioloogia tekke ja arenguga, on tehtud üllatavalt vähe uuringuid, et mõista kangelast kui sotsiaalset nähtust. Puudub eneseteadlik kangelaslikkuse uurimise traditsioon, mis tähendab, et kangelaslikkusest huvitatud sotsioloogid seisavad silmitsi killustatud kirjandusega, mis hõlmab endas erinevaid teemavaldkondi, ühiskondi ja teadusharusid (Frisk, 2019). Seetõttu tundub, et kangelaskuvand on jäänud tahaplaanile ning selle mõjuvõimet ühiskonnale ei teata ega tunta piisavalt.

Valisin oma bakalaureusetöö eesmärgiks uurida kangelaslikkuse tähendust ning selle muutumist avalikus meedias ja Eesti noorte seas. Sihi kitsendamiseks analüüsin kahte väljundit: avaliku meedia väljaandeid ning Eesti noorte arusaama kangelaskuvanditest.

Töös püstitatud uurimisküsimused on järgmised:

- Mis tähenduses mõistavad Eesti noored kangelaslikkust?
- Millised on kangelaslikkuse positiivsed ning negatiivsed pooled?
- Kes on Eesti avaliku meedia peamisteks kangelaskuvanditeks?
- Kes on Eesti noorte peamisteks kangelaskuvanditeks?
- Kas ning kuivõrd sarnastuvad Eesti noorte ning avaliku meedia kangelaskuvandid?
- Kas ning kuivõrd on kangelaskuvand Eesti meedias viimase viia aasta jooksul muutunud?
- Kas ning kuivõrd on Eesti meedia kangelaskuvand 2022. aasta Ukraina-Venemaa sõjalise surve tõttu muutunud?

Oma bakalaureusetöös käsitlen peamiselt sotsiaalse kangelaslikkuse portreeterimist, tuues välja erinevaid definitsioone, nõrkuseid ning tugevusi. Samuti käsitlen teooriaid, mis puudutavad kangelaslikkust kui sotsiaalset nähtust. Noorte kangelaskuvandi väljaselgitamiseks kasutasin individuaalintervjuusid ning meediakuvandi analüüsiks kasutasin Delfi andmebaasi. Konkreetsema kangelaskuvandi näidetena võtsin fookusesse Ukraina-Venemaa sõjaperioodi alguse ning analüüsisin kangelaskuvandi ilmumist kolm kuud enne ning pärast sõja algust.

# 1. TEOREETILINE KÄSITLUS

## 1.1 KANGELANE KUI SOTSIAALNE NÄHTUS

Lugedes erinevaid uurimisartikleid tekib tunne, et kangelaslikkus ei tundu olevat niivõrd oluline sotsioloogiline teema. Võimalik, et antud definitsiooni mõistest saadakse erinevalt aru. Näitena toob Trotsuk (2021) oma uuringuartiklis, kuidas ajaloolises perspektiivis arenes "kangelase" kontseptsioon müütide, muinasjuttude ja eeposte mõjul. Seetõttu on erinevates maailma piirkondades leitud analooge kangelaste olemustest, süžeede struktuuridest, tegelaste psühholoogilistest selgitustest ning kangelaste tegevustest.

Campbell (1968) usub, et kangelaslikud müüdid põhinevad kahel süžeepunktil – maailma loomisel ja isiksuse kujunemisel. Need on kas kosmogoonilised müüdid või kirjeldused kangelaste sünnist. Campbelli (1968) sõnul näitavad kõik müüdid ja legendid sarnast kangelase eluteed. See hõlmab tavalist inimest, kes tahtlikult või tahtmata võtab ette mingit tüüpi rännaku. Tema kangelaslikud teod lõppevad pärast seda, kui isik naaseb koju ja saab oma kogukonna tunnustuse (Campbell, 1968). Temast saab keegi, kes seisab kahe maailma vahel, taastades ühiskonna tasakaalu (Campbell, 1968). Seikluse lõppedes on kangelasest saanud midagi enam kui tema ise, ta on maha jätnud igasuguse igatsuse ning isekuse (Campbell, 1968). Ta on jõudnud punkti, kus ta on "rahulik ja vaba oma tegevustes" (Campbell, 1968).

Kuigi elutee on müütidel sama, siis kangelase lõpu üle vaieldakse. Näiteks võib kangelase olemus olla liialdatud ning kangelast võidakse esitada hoopis vaimse energia kandjana, kes on saavutanud midagi, läbinud eneseohverduse või saanud uusi teadmisi (Trotsuk, 2021). See võib olla nii teadlik kui ka alateadlik, kuid võimaldab kangelasel mõjutada positiivselt ühiskonna arengut ja algatada muutusi inimkonna mõtlemises ja teadvuses.

Müütidest ning muinasjuttudest edasi reaalsust uurides on kangelase algusteel küllaltki erinevad. Näiteks väidavad Igou, Coughlan, van Tilburg, Kinsella ja Ritchie (2017), et "igavus, ehk seisund, mis on seotud mõttetuse tundega, viib otsinguni elu mõtte järele, mis omakorda võib tõsta kangelaste väärtust, kuna kangelased toimivad osaliselt elu mõtte allikana". See toetab ideed, et kangelaslik juhtimine tasakaalustab igavuse ja laiskuse negatiivseid mõjusid.

Sissejuhatus kangelaslikkuse ja kangelasliku juhtimise käsiraamatusse (2017) autorid väidavad, et üks kangelaslikkuse uurimise küsimusi on, kas kangelaslik tegevus eelneb või on tagajärg sotsiaalsetele mõtetele ja tunnetele. Allison, Goethals ja Kramer (2017) esialgne vastus on, et põhjuslikkus on kahepoolne: kangelaslik käitumine aktiveerib konkreetseid tähendusrikkaid mõttemustreid, mis omakorda mõjutavad tegevust, olenevalt kontekstuaalsetest teguritest. Seega esineb väga erinevaid variatsioone ja arusaame kangelaslikkuse olemusest.

Frisk (2019) on jaganud kangelaskuvandi nelja kategooriasse, pakkudes välja raamistiku kangelaskuvandi analüüsimiseks (Tabel 1). Ta mainib, et oluliste inimeste ning kangelasteo kategooriad keskenduvad kangelaslikele indiviididele, samas kui kangelaslugude ja kangelasasutuste kategooriad keskenduvad sise- ja/või välisdiskursuste struktuuridele (Frisk, 2019)

Tabel 1. Kristian Friski (2019) kangelaste uurimise ideaalne lähenemine, jaotatud analüütilise fookuse ja kontseptuaalse lähenemise järgi.

Analüütiline fookus/ kontseptuaalne lähenemine	Eksklusiivne	Inklusiiivne
Individuaalne	Olulised inimesed (Great men)  Eesmärk: Ajalooliselt oluliste isikute elu ja omadused.	Kangelasteod (Acts of heroism)  Eesmärk: Faktorid, mis määravad, miks mõned inimesed käituvad kangelaslikult.
Struktuuriline	Kangelasllood (Hero stories)  Eesmärk: Jutustavad struktuurid mütoloogias ja ilukirjanduses.	Kangelasasutused (Hero institutions)  Eesmärk: Kangelasüsteemide funktsioon ja kangelaslikkuse sotsiaalne konstrueerimine.

Autori koostatud tabel Friski (2019) artikli põhjal.

Antud bakalaureusetöö raames on võimalik kohata kõiki nelja perspektiivi, milles struktuursed lähenemised annavad ülevaate rohkem teoreetilisele poolele ning individuaalsed lähenemised avalduvad analüüsidest.

## 1.2 MIS TÄHENDUSES MÕISTETAKSE KANGELASLIKKUST?

Kangelaslikkus on mõiste, mis pinnapealselt vaadates tundub üsna lihtne (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011). Alguses rahuldustpakkuv ja otsekohene definitsioon kangelaslikkusele on "käitumine prosotsiaalsel viisil hoolimata isiklikust ohust" (Kafashan, Sparks, Rotella ja Barclay, 2016). Siiski varjab see esmapilgul lihtne aspekt mitmeid keerulisi ja omavahel seotud paradokse, mis teevad kangelaslikkusest ilmselt ühe keerulisema inimkäitumise uurimisobjekti (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011).

Käitumiskategooriast tulenev prosotsiaalsus rõhutab teise inimese heaolu edendamist peamiselt füüsiliste riskide kaudu (Kafashan, Sparks, Rotella ja Barclay, 2016). Seetõttu vaadeldakse sageli kangelaslikkust inimkäitumisena, mis sõna otseses mõttes püüab meie tähelepanu positiivsete käitumismustrite poole (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011).

Kuigi uurijad käsitlevad kangelaslikkust erinevate nurkade alt, viitab enamik neist sellele, et kangelaslikkus hõlmab prosotsiaalseid, altruistlikke tegusid, mis kaasnevad isikliku riski või ohverdusega. Uurijad Franco, Blau ja Zimbardo (2011) jätkavad sarnase mõttega ning toovad oma definitsioonis esile, et kangelaslik inimene on keegi, kes vabatahtlikult tegutseb teiste hädasolijate teenimiseks. Nad teevad neid tegusid ilma ootuseta saada tasu või välist kasu ning tunnistavad ja aktsepteerivad kangelaslike tegudega kaasnevaid võimalikke riske ja/või ohverdusi (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011).

Kangelaskuvand on aga üks alaliik suuremale kuvandile. Selleks, et mõista töös analüüsitavaid tulemusi, on oluline välja tuua kuvandi enda definitsioon. Sarnaselt kangelaskuvandi määratlemisega on ka kuvandi enda defineerimine keeruline ülesanne.

Aune Past (1999) sõnas, et kuvandi teaduslikuks mõõtmiseks puudub mõõtmistehnika, mis kirjeldaks kuvandi erinevaid tähendusi. Seega leidub erinevatel uurijatel erinevaid tähendusi. Näiteks defineerib Palmaru (2003) kuvandit kui „publiku teadvuses loodud kujutluspilti objektist (sh isikut)”. Seda kinnitab Grunig (1993), kelle arvates on kuvand peegeldus tõelisuse jäljendamiseks. Seega on kuvand miski, mida saab kahjustada ning manipuleerida (Grunig, 1993). Antud väide käsitleb minu arvates kuvandit kui mainet, mida on võimalik nii rikkuda kui

hoida. Kuvandil on ühtlasi oma roll stereotüüpide loomisel – tekivad kinnistunud hoiakud, eelarvamised ning kogemused, mis mõjutavad meie maailmatõlgendust (Past, 1999).

Korra läbi käinud sõna “maine” ehk imago, on kuvandi üheks tõlgendusvormiks. Leerssen (2016) sõnas, et imagoloogia on töömeetod mitte sotsioloogias, vaid humanitaarteadustes, mille eesmärk on mõista mitte ühiskonda ega sotsiaaldünaamikat, vaid diskursiivset loogikat ja kultuuriliste ning poeetiliste konventsioonide esinduslikku kogumit. Seetõttu, kui otsida sõna "kuvand" nii eesti kui ka inglise keeles ("image"), saadakse tulemuseks sageli pildikuvandi, mis seostub peamiselt fotograafia ning kunstiga.

Töö teemat arvestades võetakse tähenduse fookuseks kolm kangelaskuvandi kategooriat: militaristlik, tsiviil- ja sotsiaalne kangelaslikkus. Militaarkangelased töötavad sõjalistes ja siseturvalisusega seotud ametites, nagu politsei ja tuletõrje, mis hõlmavad peamiselt kohustusest tulenevat füüsilist riski (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011). Tsiviilkangelased riskivad vabatahtlikult füüsilise ohuga, reageerides kiiresti ohtlikele olukordadele, mis nõuavad kohest tegutsemist (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011). Sotsiaalsed kangelased võivad pärit olla erinevatelt elualadelt, erinevate kogemustega. Oluline on see, et nad on valmis riskima oma isikliku heaoluga, et kaitsta teiste inimeste põhimõtteid, väärtusi ja eluolu (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011).

Kangelaskuvandi muutust on märgata kõige paremini sotsiaalse kangelaslikkuse näidete abil. Sotsiaalset kangelaslikkust on defineeritud kui "kangelaslikku tegevust ideaalide teenistuses, mille tagajärjel võib kangelane kogeda sotsiaalse staatuse langust, usaldusväärse kaotust, finantsilist ebastabiilsust ja sotsiaalset väljatõrjumist, vahistamist, piinamist, ohtu nii endale kui pereliikmetele ja surmahirmu ning seda sageli pikaajalises perspektiivis" (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011). Sotsiaalsed kangelased tegutsevad peamiselt selleks, et kaitsta olemasolevaid kogukonna väärtusi ja põhimõtteid, mis on kas ohus või ignoreeritud; et vaidlustada kehtestatud kultuurilisi tavasid ja/või kaitsta kogukonna väärtuste ja põhimõtete aluseid (Franco, Blau ja Zimbardo, 2011). See tähendab, et sotsiaalsete muutuste algatamine eeldab sageli normide (tavaliselt poliitiliste, usuliste, sotsiaalsete ning kultuuriliste) ja neid toetavate institutsioonide ning huvigruppide kaasamist.

Mõeldes kohaliku keskkonna organisatsioonidele võimalustele, on Tartu puhul võimalik välja tuua mitmeid tudengiorganisatsioone, kelle eesmärkideks on muuta tudengielu kvaliteeti. Selleks, et tudengid saaksid areneda ohutus keskkonnas on loodud erinevad ühingud, kus üksteist toetatakse ning tegutsetakse ühise eesmärgi nimel. Olemas on tugevad liitumisprotsessid, stabiilne juurdekasv ning värbamine. Kuna tegemist on vabatahtliku tööga, nende tegevused on altruistlikud ja suunatud kogukonna arendamisele, siis saab vastava grupi liigitada sotsiaalseteks kangelasteks.

Csikszentmihalyi, Condren ning Lebuda (2016) uuring on näidanud, et sotsiaalsete kangelaste nägemine avalikus ruumis on suurendanud inimeste kujutlusvõimet kangelaslikkusest ning tugevdanud nende eneseefektiivsust, muutes kangelased eeskujudeks ja pakkudes inspireerivat kogemust. Need kogemused on motiveerinud inimesi liituma organisatsioonidega, mis omakorda viitab sellele, et inimesed, kes on arendanud kangelaslikku kujutlusvõimet ja kangelaslikku eneseefektiivsust, on tõenäolisemalt valmis ületama eelnevalt välja toodud takistused ja reageerima kangelaslikele olukordadele kodanikuühiskonnas (Csikszentmihalyi, Condren ja Lebuda).

Avaliku ruumi näitena saab tuua kliimaprotesti algataja Greta Thunbergi, kelle tegevused inspireerisid teiste riikide inimesi looma oma ühinguid ning liituma antud protestiga. Eesti kontekstis on selleks "Fridays for Future", kelle liikmed kogunesid igal reedel kohaliku omavalitsuse hoone ette ühist sõnumit edastama.

Kokkuvõtteks võib öelda, et kangelaslikkus on tegevus, kus prioritseeritakse teiste heaolu. Seda rolli täidab peamiselt inimene (või grupp, kogukond), kes tegutseb vabatahtlikult, sageli ilma tasu või välist kasu saamata, ning ühtlasi mõistab võimalikke riske ja ohverdusi, mida heaolu jaoks saavutada tuleb. Kõige enim levinud võtmesõna kangelaslikkuse kirjeldamiseks on vaprus, mida omakorda seostatakse juhtimisoskuste ning vastupidavusega.

### 1.3 KANGELASLIKKUSE POSITIIVSED JOONED

Kangelaslikkusega käivad kaasas väga palju ning erinevaid iseloomuomadusi, mida igapäevastes tegevustes võiks paralleelselt välja tuua juhi omadustena. Max Weber (1978) arendas välja ideaalse kangelase, ühendades kangelaslikkuse ning võimu legitimeerimise ning kutsus seda "karismaatiliseks autoriteediks". Kinsella, Ritchie ja Igou (2015) on välja toonud mitmeid omadusi, millest olen valinud viis silmapaistvamat, mis minu arvates kõnetavad kangelaslikkust kõige paremini. Lisasin juurde oma kommentaarid, kuidas mina antud tunnuseid mõistan ning kuidas võivad kangelaslikud omadused ilmneda juhi positsioonis.

1. Terviklikkus – Terviklikkus on oluline eetikapõhimõtete integreerimiseks. Kangelaslikud juhid on oma järgijate poolt usaldusväärsed, sest nad ei muuda kunagi oma sisemisi väärtusi, isegi kui see võib olla raske.
2. Julgus – Kangelaslikud juhid omavad kindlameelsust eesmärkide saavutamisel, olenemata väljakutsetest, mis nende teele satuvad. Nad näitavad stressiolukorras enesekindlust ning on piisavalt julged, et riskida ka siis, kui teised püüavad end peita.
3. Enesekindlus – Enesekindluse arendamine on kangelaslikele juhtidele edu võtmeks. Juht hakkab enesekindlust arendama saavutades väiksemaid eesmärke. Nad meelitavad enda ümber kaaslasi, kasutavad mõjutusvahendeid enesekindluse arendamiseks ning kujundavad, koolitavad ja motiveerivad meeskonda.
4. Ausus – Nad on alati ausad kõigi enda ümber olevate inimeste suhtes; nad räägivad tõtt ning ei pruugi rääkida seda, mida inimesed kuulda tahavad. Tegevuste lõpus ootavad juhid indiviididelt ausust ning üldjuhul ei karistata neid selle eest.
5. Isetu suhtumine – Juhid on rohkem mures enda grupi edu kui iseenda eesmärkide pärast, mistõttu soovitakse tihti sekkuda ning sageli võetakse mingid ülesanded ka enda peale. Arvan, et sellised inimesed inspireerivad teisi raskustes ning tunnetavad teiste austust.

Eraldi sooviks välja tuua kangelaslikkuse ühe tugevaima omaduse, milleks on valmisolek ennast ohverdada. Peamiselt, et teisi aidata või seista selle eest, mis on õige, isegi kui antud otsus pole nii populaarne või lihtne (Kinsella, Ritchie ja Igou, 2015). See nõuab julgust, isetust ja vastutustunnet suurema hüve nimel. Kangelastel on sageli tugev moraalne kompass ja sügav empaatia teiste suhtes, mis võimaldab neil tegutseda kaastundlikult ning osata teha ohverdusi

teiste heaolu nimel (Kohen, Langdon ja Riches, 2017). Lisaks ilmutavad kangelased sageli raskuste ees vastupidavust ja sihikindlust, ning suudavad oma eesmärkide saavutamiseks püsida rajal ja ületada raskusi (Kinsella, Ritchie ja Igou, 2017)

Lõpetuseks, „Kangelaslik kujutlusvõime” on termin, mille pakkusid välja Franco ja Zimbardo (2006), mis tähistab „isikliku kangelasliku ideaali kujunemist. See kangelaslik ideaal võib aidata suunata inimese käitumist raskuste või moraalse ebakindluse ajal” (Franco ja Zimbardo, 2006) Näiteks võib Eesti kontekstis välja tuua laulva revolutsiooni, mis oli vägivallatu liikumine 1980. aastate lõpus ning 1990. aastate alguses. Võttes ajendiks välja toodud raske perioodi ning ebakindluse, suutsid vähesed inividid mõjutada suurt rahvamassi Nõukogude võimu vastu protestimiseks ja oma iseseisvuse pooldamiseks.

#### **1.4 KANGELASLIKKUSE NEGATIIVSED JOONED**

Paljud kangelased määratletakse selle järgi, et nad teevad kriitilisel hetkel raske valiku, kõik suurema eesmärgi nimel, isegi kui nende elu enne seda polnud kangelaslik. Pahalased on moraalses mõttes kangelaste vastandid, kuid nad on sarnased kangelastele oma oskuste ja kompetentsi poolest. Kangelaste ja pahalaste vahel on õhuke piir – mõned tegevused esindavad sageli mõlemat, mitte ainult headust või kurjust. Mis teeb kellestki pahalase, kas tema kannatused ja/või kogemused on moraalselt õigustatud, ei ole antud töö teemaks, aga, kui uurime kangelaslikkuse tunnuseid, näeme, et kangelased on alati kuidagi seotud mingisuguse kurjategijaga.

Pahalsed esindavad kurjust ning on peamiselt välja toodud, et anda kangelasele eesmärk või takistus, mida nad peavad ületama, et areneda. "Mõnele pahalane, teisele kangelane" on ütlus, mis tuleb pähe, kui proovida mõista mingite pahalaste motiive. Arthur Flecki karakter filmist Jokker (2019) on hea näide sellest, kuidas keegi võib muutuda kaastundlikkust ja kaasahaaravast peategelasest hirmuäratavaks pahalaseks, ning kuidas kangelase ja pahalase piirid võivad teatud olukordades hägustuda. Ta muutus kurjategijaks erinevate sündmuste ja olukordade tõttu, mis ajasid ta murdepunktini. Ta kannatas vaimuhaiguse all, koges ühiskonna tagasilükkamist ja julmust ning tal puudusid tugi ja ressursid oma seisundiga toimetulekuks. Need tegurid, koos

tema enda langusega vägivalda ja kaose poole, viisid teda looma tegelaskuju Jokker, et kätte maksta neile, kes kohtlesid teda halvasti.

Üldiselt on küsimus moraalil ja inimese tegudes olukorra lahendamisel, kuid me ei saa eitada, et on olemas erinevaid moraalinorme. Seega, kes saab määrata, mis on õige ja mis vale, kui mitte indiviid ning kultuur ja inimesed tema ümber. Ajaloo jooksul oleme näinud mitmeid näiteid moraalinormide muutustest, alates julmadest hukkamistest rahu ja reegliteni, vandalismist seaduse ja karistuseni, homoseksuaalsetest suhetest heteroseksuaalseteks ja tagasi... Seetõttu võib avaliku meedia vaidlustes sageli leida ütluse "Jokker ei teinud midagi valesti".

Eelnevad lõigud tekitavad arusaama, et peamise negatiivse poolena suhestatakse tihti heroismi vastasena pahalast. Küll aga saame negatiivsete poolte all analüüsida ka kangelaslikkuse enda omadusi. Üheks tugevaks karakteristikuks on näiteks kahetsus. Kahetsus on negatiivne kogemus, mis puudutab põhjust ja soovi pöörata olevik tagasi minevikku (Gilovich ja Medvec, 1995). Seega võiks öelda, et see on minevikku suunatud emotsioon, mis mõtiskleb minevikus tehtud valikute üle. Kahetsuslikud kogemused hõlmavad näilisi mõtteid, st "mis oleks võinud juhtuda" selle asemel, et keskenduda sellele, "mis on" (Connolly ja Zeelenberg, 2002). Tulevad esile mõtted sellest, kuidas asjad oleksid olnud erinevad, kui oleksime teisiti käitunud.

Kahetsemisel võivad olla mitmesugused tagajärjed, näiteks nagu enesesüüdistus, ootuste muutumine, kaotatud võimaluste üle mõtlemine, aga ka kohanemine ja käitumise muutused. Ühelt poolt võib kahetsus muutuda inspiratsiooniks ja näidata valmisolekut tegutseda kangelaslikult. Teiselt poolt, kui inimene kinnistub liigselt minevikku jäänud kahetsustesse ja on mõjutatud negatiivsetest emotsioonidest, võib ta ühiskonna suhtes muutuda kibestunuks. Cooley (1902) pakkus välja, et enamikud inimesed ei ole huvitatud kangelasest endast, vaid sellest, kuidas kangelane neid tundma paneb. Lõppkokkuvõttes saab inimene käituda ainult oma iseloomu ning väärtuste ajendil.

Viimaseks, kui me räägime kangelaslikest tegudest, siis paratamatult on sellega seotud erinevad ohud. Kõige sagedamini suhestatakse ohtu liigse enesekindluse ning füüsilise ohuga. Sõjalises kontekstis võib füüsilise riski kangelaslikkus tuleneda sellest, et sõdurid tunnevad end liiga

enesekindlalt ning võtavad tarbetuid riske (Swank ja Marchand, 1946), kaotades oma elu ja/või sõja. Puudutades sotsiaalset kangelaslikkust, siis Franco ja Zimbardo (2006) viitavad sellele, et kuigi sotsiaalne kangelaslikkus ei ole sageli nii dramaatiline kui füüsilise riski kangelaslikkus, võib see kanda palju riske: finantsstabiilsuse kaotus, sotsiaalse staatuse langus, vahistamine, piinamine, oht pereliikmetele ja mõnikord ka surm.

## **1.5 KUIDAS ON KANGELASE TÄHENDUSE AJA JOOKSUL MUUTUNUD**

Kõige konkreetsema seose kangelaslikkusega Eestis saab välja tuua läbi Friedrich Reinhold Kreutzwaldi teose “Kalevipoeg”, mida paljud suudavad seostada kangelase ning kangelaslikkusega. Kalevipoeg ilmutab läbi oma tegude kangelaslikkust, olles võimeline ületama suuri takistusi ja vastaseid oma rahva ja kodumaa nimel. Ta võitleb erinevate vastastega, sh kurjusega, loomadega ja vaenlastega, et kaitsta oma rahva õigusi ja võita tagasi oma isa maa. Kalevipoeg jälgib eetilisi põhimõtteid ja seisab õigluse, aususe ja au eest, näidates üles vaprust ja julgust ka keerulistel hetkedel. Lisaks ilmutab Kalevipoeg ka isiklikku kangelaslikkust, kuna ta läbib mitmeid väljakutseid ja katsumusi oma isikliku kasvu ja enesearengu teekonnal. Ta kasvab ja õpib läbi erinevate kogemuste, ning omandab tarkust ja jõudu, muutudes tugevamaks ja küpsemaks kangelaseks.

Liikudes fiktsionaalsest kangelaslikkusest igapäevaellu, saame kangelaslikkust käsitleda inimeste käitumise ning mõtteviisiga. Näiteks võivad vabatahtlikud, tervishoiutöötajad, päästetöötajad ja teised abistajad teha kangelaslikke tegusid katastroofide, õnnetuste või kriisiolukordade ajal. Samuti rääkides päästetöötajatest, siis nende kangelaslikkus peegeldub nende tegevustes, kus keerulistes olukordades peavad nad kiiresti reageerima.

Kui me puudutame sotsiaalset ja poliitilist aktivismi, siis erinevad liikumised võivad võidelda ebaõigluse, diskrimineerimise ja teiste sotsiaalsete või poliitiliste probleemide vastu, tehes kangelaslikke jõupingutusi muutuste saavutamiseks ühiskonnas. Selle alla käivad näiteks protestid, petitsioonid, info levitamine ning ühiskondlik aktiivsus.

Lõpuks võib sotsiaalmeedia ja veebikeskkond olla platvormiks, kus inimesed saavad väljendada kangelaslikkust, isegi kui see võib kaasneda vihakõnega. Selle tõlgendus sõltub lugeja

arusaamast ja väärtustest. Näiteks võib see hõlmata sõna võtmist sotsiaalsetes, poliitilistes või keskkonnaküsimustes, teabe jagamist ja probleemide teadvustamist ning kampaaniate ja heategevuslike algatuste loomist.

Kangelase staatus saavutatakse sageli isikliku ohverdamisega mõne suurema eesmärgi nimel. Läbi aastate on invidiidid algatanud kas proteste või sõnavõtmisi ning tänu sellele on nad saanud endale kangelaslikkuse tiitli. Näitena ajaloost olen välja toonud järgnevad invidiidid, kes näitasid üles julgust, sihikindlust ja tugevat moraalset kompassi, seistes rahumeelsete protestide ja kodanikuallumatuse kaudu selle eest, millesse nad uskusid.

1. Martin Luther King Jr oli 1960. aastatel kodanikuõiguste aktivist Ameerika Ühendriikides, kes kasutas vägivallatut protesti, et võidelda rassilise segregatsiooni ja diskrimineerimise vastu.
2. 1970. aastatel loobus poksija Muhammad Ali oma karjääri parimatest aastatest ja riskis vanglasse sattumisega, võideldes oma poliitiliste ja usuliste tõekspidamiste eest.
3. Malala Yousafzai aktiivsus sai alguse 2008. aastal, kui ta oli kõigest 11-aastane, võttes sõna tüdrukute haridusõiguste eest Pakistanis. 2012. aastal elas ta üle mõrvakatse Talibanis. Sellest ajast peale on ta jätkanud tüdrukute hariduse ja naiste õiguste propageerimist ülemaailmsel tasandil.
4. Greta Thunbergi protest sai alguse 2018. aastal ja selle keskmes on kliimamuutused ja tungiv vajadus vähendada süsinikdioksiidi heitkoguseid. Ta pälvis rahvusvahelist tähelepanu oma koolistreikide ja aktivismiga, mis on inspireerinud noori üle maailma tegutsema kliimamuutuste vastu.

Eesti kontekstis oleks võimalik ära märkida näiteks Lennart Meri, kes oli Eesti president aastatel 1992–2001. Tuntud isikuna mängis ta tähtsat rolli Eesti iseseisva riigi taastamisel pärast Nõukogude Liidu lagunemist, proovides tutvustada Eesti kultuuri ja ajalugu maailmale.

Kuigi iga idee ning protesti taga on kindel inimene, siis pärast erinevate uuringute lugemist on võimalik kangelaslikkust liigitada ka organisatsioonidele. Müüt, et kangelased tegutsevad üksi viitab sellele, et nad ei vaja teiste abi. Tegelikuses sisaldab enamik kangelaslikke tegusid

koostööd ja teiste toetust. Müüt ühtlasi viitab sellele, et kangelastel on alati õiged vastused ja nad teavad täpselt, mida igas olukorras teha. Tegelikult teevad kangelased sageli vigu ja seisavad silmitsi raskete otsustega. Järgnevalt on näitena toodud grupilised liikumised kangelaslikkuse väljendamisel.

1. #MeToo: selle liikumise, mille 2006. aastal algatas Tarana Burke ja mille 2017. aastal populariseeris Alyssa Milano, eesmärk on tõsta teadlikkust seksuaalsest ahistamisest ja rünnakutest ning anda ellujääjatele võimalus oma lugusid jagada. Antud liikumine on toonud kaasa muudatusi seaduses, poliitikas ja töökultuuris. Eestis on sotsiaalmeedias levinud sama eesmärgiga loodud “Seepoleokei” liikumine.
2. Black Lives Matter: selle sotsiaalse õigluse liikumise eesmärk on võidelda süsteemse rassismi ja politsei mustanahaliste väärkohtlemise vastu. Liikumine on inspireerinud muutma proteste, propageerimist ja poliitikat.
3. Üle maailma on palju organisatsioone, mis tegelevad LGBTQ+ inimeste õiguste ja heaolu edendamisega, sealhulgas Human Rights Campaign, Trevor Project ja GLAAD.

Liikudes kangelaslikkuse muutustega lähiajalukku, on võimalik tuua näiteid nii SARS-CoV-2 pandeemia ehk COVID-19 kui ka Ukraina-Vene sõja kohta. 2022. aastal alanud Ukraina-Vene sõja osas tuleb pikemalt juttu töö teises pooles. Järgnevalt käsitlen COVID-19 ning tervishoiutöötajate kangelaslikkuse juhtumit.

Hopkins (2021) defineeris oma uuringus COVID-19 kangelaslikkust kui inimest, kes seab end teiste abistamiseks ohtu nakatuda COVID-19-sse. Hopkins (2021) jätkab, et antud tähenduses tähistab termin kedagi utilitaarse kangelasena – kedagi, kes on erakordselt hooliv, kes seab teiste heaolu kõrgemale kui enda oma, samal ajal kui tal ei ole selleks ametlikku kohustust. Mitmed uuringud on toonud küsimuse alla, mis on täpsemalt tervishoiutöötajate tööülesanded ning kas COVID-19 ravimine on:

1. vabatahtlik;
2. tuleb kohusetundest;
3. käitutakse vastavalt professionaalsele eetikale või protokollile;

4. neilt oodatakse vastavat tegutsemist või
5. ükskõik, mis haigusega tegemist, terviseiga seotud teemad on kõik tööülesannete all.

COVID-19 pandeemia ajal kiitis meedia korduvalt tervishoiutöötajaid nende kangelasliku töö eest ning kutsus tihti üles vabatahtlikuid lihtsamate töödega aitama. Kuigi antud tänulikkus oli kahtlemata vajalik, küsitles Cox (2020) oma uuringus termini “kangelaslikkuse” liigkasutamist. Cox (2020) tõi välja, et kangelaslikkuse narratiiv võib olla kahjulik, kuna see mõjutab arutelu töötajate kohustuste ning nende piiride osas. Arutelu tekitab raamid, kus kõik tervishoiutöötajad peavad olema kangelaslikud ning tänu sellele võib tagajärjeks olla negatiivne psühholoogiline mõju töötajatele, näiteks nagu läbipõlemine, kaastundeväsimus, ärevus, depressioon, posttraumaatiline stressihäire (PTSD), moraalne vigastus (Greenberg, Docherty, Gnanapragasam ja Wessely, 2020). Seega järeldas Cox (2020), et tervishoiutöötajate kangelaslikkuse ülistamisel tuleks hoopis ühiskonnana uurida, millised on tervishoiutöötajate kohustused ja kuidas oleks võimalik nende kohustuste täitmist toetada. Antud lähenemine aitas tervisetöötajatelt suunata ära kohustust olla ainukesed kangelasel meediapildis.

Ühtlasi vaidleksin, et kui COVID patsientidega töötamine on tervisetöötajate kohustus, siis teevad nad oma tööd ning nende tegusid oleks raske kategoriseerida kangelaslikeks. See on sarnane näiteks politseiga, kes üritab röövimist peatada, või tuletõrjajaga, kes päästab inimesi tulest. Kuigi inimesed kalduvad politseinikke ja tuletõrjajaid oma tööd tehes nimetama kangelaslikeks, on see suuresti seetõttu, et sellist ohtu on nende töö juures tavaliselt oodata, mistõttu on nad juba oma töö valiku pärast kangelasel.

Küll aga ei riski tervishoiutöötajad regulaarselt oma tervise ja eluga nagu teevad seda politsei ning tuletõrje, isegi siis kui nende kutse-eeetika kohustab seda katastroofide ning epideemiade ajal tegema. Kuna selline käitumine on kohustus, mida nõutakse neilt väga harva, siis paistab selliste riskide võtmine inimestele kangelaslikkusena. Kuna erinevad uuringud arutlesid tervishoiutöötajate ametitegevuste üle, siis tuleks igal riigil konkreetselt käituda vastavalt aktidele või seadustele.

Jõudes tänapäeva konteksti, märkame sotsiaalset kangelaslikkust läbi meedia, tegevuste ning tunnustuste. Näiteks esineb meedias erinevaid arvamused ja tunnustusartikleid, mis tõmbavad tähelepanu kangelaslikkusele. Arvamuslood võivad olla nii positiivse kui ka negatiivse alatooniga. Näiteks ilmus 2020. aastal Tuuli Jõesaare poolt kirjutatud artikkel, kus Eesti Päevaleht küsis suurkaupluste klienditeenindajatelt, kas nad tunnevad end kangelastena. Reaalsuses tunti end orjadena ning toodi välja austamatus teenindussektoris töötavate inimeste vastu. Tunnustusartiklite all pean silmas erinevaid riiklike (kui ka ettevõtete ning vabäühenduste poolt väljastatud) nomineerimiskonkursse, nagu näiteks Aasta õpetaja, Aasta noorsootöötaja jne, mida edastatakse ka uudistena.

## 2. METOODIKA

### 2.1 UURIMISPROBLEEM

Friski (2019) sõnul on tehtud üllatavalt vähe uuringuid, et mõista kangelast kui sotsiaalset nähtust. Kinsella, Ritchie ja Igou (2015) väidavad, et kangelaslikkusele on mõistlik keskenduda, kuna kangelasomaduste mõistmine pakub teadmisi, kuidas kangelased suudavad mõjutada üksikisikuid. See väide jätab mulje, et kangelaslikkusel on mingit sorti positiivne mõju inimestele, mille tõttu tunnevad nad ennast rohkem motiveerituna, inspireerituna ja kaitstud.

Seetõttu valisin oma bakalaureusetöö eesmärgiks uurida kangelaslikkuse tähendust ja selle muutumist avalikus meedias ning Eesti noorte seas. Antud teemat on sotsiaalvaldkonnas minule teadaolevalt käsitletud suhteliselt vähe. Tutvudes varasemate tudengite uurimistöödega, ei jäänud mulle silma ühtegi eestikeelset tööd. Peamiselt on uuritud kangelaslikkust kirjandusteadlaste ja ajaloolaste kaudu. Ingliskeelsete uuringutena on kangelaslikkust käsitletud näiteks militaristlikust vaatepunktist, nende tööde peamiseks (kaas)autoriteks töö juhendaja Kairi Kasearu.

Heroism ehk kangelaskuvand on minu jaoks intrigeeriv teema. Olen kasvanud üles keskkonnas, kus fantaasiavõimalused nagu mängud, raamatud ja filmid, olid kergesti kättesaadavad. Olen märganud ka enda fiktsionaalse kangelaskuvandi muutumist igapäevaelu eeskujude mõjul. Seetõttu tekkis mul huvi uurida eelkõige oma generatsiooni (Z) kangelaskuvandit ning kuidas võib nende vastus olla mõjutatud erinevatest teguritest nagu avalik meedia, kriisiolukorrad jt.

Töös püstitatud uurimisküsimused on järgmised:

- Mis tähenduses mõistavad Eesti noored kangelaslikkust?
- Millised on kangelaslikkuse positiivsed ning negatiivsed pooled?
- Kes on Eesti avaliku meedia peamiseks kangelaskuvanditeks?
- Kes on Eesti noorte peamiseks kangelaskuvanditeks?
- Kas ning kuidas sarnastuvad Eesti noorte ning avaliku meedia kangelaskuvandid?
- Kas ning kuidas on kangelaskuvand Eesti meedias viimase viia aasta jooksul muutunud?

- Kas ning kuidas on Eesti meedia kangelaskuvand 2022. aasta Ukraina-Venemaa sõjalise surve tõttu muutunud?

Uurimisküsimuste ja eesmärgi täitmiseks analüüsisin kahte erinevat väljundit: konkreetsete avaliku meedia väljaannete uurimist ning Eesti noorte intervjuerimist kangelaskuvandite kaardistamiseks.

## **2.2 UURIMIS- NING ANALÜÜSIMEETODID**

Bakalaureusetöö uurimismeetoditeks valisin kvalitatiivse sisuanalüüsi ning kontentanalüüsi. Kvalitatiivne sisuanalüüs on teksti süstematiseerimine (Kalmus, Masso ja Linno, 2015), mida kasutatakse siis, kui uurime tekstide sisu või kontekstilist tähendust (Laherand, 2008). Selline analüüsivorm aitab keskenduda eesmärgile ning analüüsida latentset sisu, milleks võivad olla näiteks varjatud vihjed, kavatsused ja tõlgendused (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Antud analüüsi on kasutatud intervjuude analüüsis. Kontentanalüüs on uurimistehnika kommunikatsiooni eksplitsiitse sisu objektiivseks, süstemaatiliseks ja kvantitatiivseks kirjeldamiseks (Berelson, 1954). Analüüsi tulemiks on teksti omaduste esinemissagedused (Kalmus, 2015), andes hea ülevaate kodeerimisprotsessist ning võimaldades hilisemat analüüsitulemuste üldistamist. Kontentanalüüsi on kasutatud avaliku meedia analüüsiks.

### **2.2.1 AVALIKU MEEDIA ANALÜÜS**

Eesti avaliku meedia sotsiaalse kangelaslikkuse ja kangelaskuvandi analüüsimiseks on kasutatud Delfi uudisartiklite kogumit, kuna Delfi andmebaas hõlmab erinevaid väljaandeid. Avaliku meedia analüüsil on kasutatud kontentanalüüsi.

Esimese avaliku meedia artiklite analüüsi jaoks on uuritud kangelaskuvandi muutust viimase viie aasta jooksul. Uuringu ajaperioodiks valiti 30.04.2018 kuni 30.04.2023, et hinnata Eesti meedia kangelaskuvandi muutust sellel ajavahemikul. Artiklite otsimisel kasutati märksõna "kangelaslikkus", kuna see seostub otseselt kangelaskuvandiga. Otsingutulemuste põhjal on koostatud ülevaatlik tabel koos esinemissagedusega.

Peamiseks töö analüüsiks on avaliku meedia kangelaskuvand Ukraina-Venemaa sõja näitel. Uuringu ajaperioodiks valiti kolm kuud enne ja pärast Ukraina-Venemaa sõja algust, st 24.11.2021 kuni 24.05.2022, et näha, kas ja kuidas on Eesti meedia kangelaskuvand 2022. aasta Ukraina-Venemaa sõjalise surve tõttu muutunud. Artiklite otsimisel kasutati viit erinevat märksõna: "kangelane", "peategelane", "kangelaslikkus", "sangar" ja "vägilane". Valitud märksõnad on sünonüümid kangelasele, mis aitasid laiendada otsingubaasi artiklite kogumiseks.

Iga märksõna kohta on koostatud otsingutulemuste tabel, kus on välja toodud perioodiline esinemissagedus. Kvantitatiivsete andmete kõrvale on lisatud näidetena vastava märksõnaga seostuvad artiklid, et anda ülevaade märksõna kontekstist. Tabeli eesmärgiks on anda ülevaade artiklite kodeerimisest, mis on seotud konkreetse märksõnaga. Võimalus on minna detailsemaks konkreetsete artiklite valikute osas, kuid antud töö maht ei võimalda seda täiel määral rakendada.

Antud kategooria analüüs annab järeldusmaterjali järgnevalt püstitatud uurimisküsimustele:

- Kes on Eesti avaliku meedia peamiseks kangelaskuvanditeks?
- Kas ning kuidas sarnastuvad Eesti noorte ning avaliku meedia kangelaskuvandid?
- Kas ning kuidas on kangelaskuvand Eesti meedias viimase viia aasta jooksul muutunud?
- Kas ning kuidas on Eesti meedia kangelaskuvand 2022. aasta Ukraina-Venemaa sõjalise surve tõttu muutunud?

## **2.2.2 INTERVJUUDE ANALÜÜS**

Antud bakalaureusetöö raames on andmete kogumiseks kasutatud poolstruktureeritud individuaalintervjuusid. Individuaalintervjuu on selline intervjuu, mida viiakse läbi ühe intervjuueeritavaga, kellel on võimalik antud teemale omas tempos vastata (Lepik, Harro-Loit, Kello, Linno, Selg ja Strömpl, 2014). Küsimuste küsimisel lähtusin intervjuukavast (Lisa 1).

Intervjuueeritavate otsing on tehtud lumepallivalimiga ning nende intervjuueerimine toimus hübriidselt - pooled toimusid läbi veebi ning pooled kohtumise teel. Intervjuudeks valiti kümme noort vanuses 20–30 aastat. Selle vanusevahemiku valimine võimaldab saada ülevaate eakaaslaste kangelaskuvanditest ning peegeldada sarnasusi minu vaadetega.

Tabelis 2 on välja toodud intervjueeritavate andmed. Tulemuste esitamisel on intervjueeritavate nimed muudetud.

Tabel 2. Intervjueeritavate ülevaade.

<b>Nimi</b>	<b>Sugu</b>	<b>Vanus</b>	<b>Amet</b>
Kelli	Naine	20	Töötu
Anne	Naine	26	Arhivaar
Kristiina	Naine	24	Kutsekooli õpilane
Jüri	Mees	25	Üliõpilane
Jaan	Mees	30	Vabakutseline
Raul	Mees	23	Üliõpilane
Tiina	Naine	26	IT-valdkonna töötaja
Maarja	Naine	26	Konsultant
Margit	Naine	24	Üliõpilane
Raivo	Mees	22	Kutsekooli õpilane

Intervjuude analüüsimiseks kasutasin kodeerimismeetodit, mille käigus jaotasin intervjueeritavate tekstid osadeks ning seejärel koondasin sarnased koodid kategooriate järgi. Kategooriate eesmärk oli organiseerida ning selgendada intervjueeritavate öeldut, tehes arvamuste võrdlemise lihtsamaks.

Noorte kangelaskuvandi väljaselgitamiseks alustasin intervjuud küsimusega: "Kui keegi ütleb sõna "kangelane", siis mis on esimene asi, mis sulle pähe tuleb?" Valisin selle küsimuse soojendusküsimuseks, kuna see paneb intervjueeritavad olukorda, kus nad peavad kiiresti reageerima ja selgitama oma esmast mõtet kangelastest. Selline lähenemine välistab ülemõtlamise ja võimaldab saada autentseid esmaseid arvamusi kangelaste kohta.

Selleks, et täpsemalt kaardistada intervjueeritavate kangelaskuvandit, järgnesid soojendusküsimustele küsimused: "Kes on Teie jaoks "kangelane"?" ning "Millised oskused või

omadused peaksid "kangelasel" olema?" Need täiendavad küsimused koostati selleks, et saada rohkem sisendit ja selgitada, kas ning kuidas noorte vastused kattuvad teoorias esitatud väidetega.

Poolstruktureeritud intervjuu käigus juhtus, et intervjuueeritavad defineerisid ise kangelaslikkuse tähendust, mis andis huvitava sisendi nende kangelaskuvandi kohta. Selleks, et täpsemalt kaardistada noorte kangelaskuvandit, järgnesid omadusküsimustele huvi küsimused nagu "Mis paneb Sind huvituma oma "kangelasest"?" ning "Kuidas väljendad oma huvi "kangelase" vastu?" Need küsimused aitasid avastada, millised tegurid ja tegevused paeluvad noorte tähelepanu kangelaskuvandiga seoses ning kuidas nad oma huve väljendavad.

Lõpetuseks uurisin intervjuueeritavatelt sotsiaalse kangelaslikkuse kohta küsimusega: "Mis on Sinu arvamus sotsiaalsest kangelaslikkusest?", et saada tagasisidet avaliku meedia passiivse mõju kohta.

Antud kategooria analüüs annab järeldusmaterjali järgnevalt püstitatud uurimisküsimustele:

- Mis tähenduses mõistavad Eesti noored kangelaslikkust?
- Millised on kangelaslikkuse positiivsed ning negatiivsed pooled?
- Kes on Eesti noorte peamisteks kangelaskuvanditeks?
- Kas ning kuidas sarnastuvad Eesti noorte ning avaliku meedia kangelaskuvandid?

### 2.3 ENESEREFLEKTSIOON

Tunnen, et eneserefleksioon on oluline, et mõista minu, kui analüüsija mõju intervjuude läbiviijana kui ka analüüsijana. Ühtlasi kinnitab Willig (2001), et uurija eneserefleksioon on kvalitatiivse uurimuse üks osadest.

Üheks suurimaks väljakutseks oli enda eraldamine teemast, eriti kodeerimise ja analüüsi kirjutamise käigus. Arvan, et objektiivseks jäämise kõrvalkaldumus on paratamatu. Eriti juhul, kui inimesed väljendavad ennast umbkaudselt või metafoorides. Õppejõu Merle Linno aines "Infoühiskond ja sotsiaalne heaolu" kommenteeris õppejõud, et täieliku subjektiivse hinnangu vältimine on võimatu. Seega loodan, et selged uurimisküsimused, eesmärgid, kodeerimised ning teadlikkus, aitasid mul analüüsi edukalt sooritada.

Reflekteerides esimesi intervjuusid, meenub, et vaikuste hetkedel tuli ette olukordi, kus sekkusin intervjuusse, et lisada kas omapoolne kommentaar või jagada intervjuueeritavaga teoreetilist teksti, mis toetas minu küsimuse ülesehitust. Küll aga mõistsin, et antud lähenemine võis olla kohati suunav, mistõttu proovisin järgnevatel intervjuudes oma küsimusi probleemi tekkimisel ümbersõnastada. Ühtlasi meenub, et osade intervjuueeritavatega tekkis mul vestluse ajal lisaküsimusi. Mõnede puhul hoidsin end tagasi, et intervjuud mitte liiga pikaks venitada. Teistega, kellel, oli rohkem aega ning soovisid, saime suhelda pikemalt.

Avaliku meedia artiklite süvaanalüüs oli miski, mida tegin esimest korda. Positiivses võtmes oli see huvitavam kui ma arvasin ning mõistsin, et mulle meeldib tabelite koostamine ning andmete analüüsimine. Raskusi eriliselt ei tekkinud, pigem oli antud artiklite analüüs väga ajamahukas ning vajab konkreetseid teemaploki kriteeriumeid artiklite jagamise osas.

### 3. ANALÜÜS

Analüüs on jagatud kaheks peamiseks peatükiks: noorte kangelaskuvandid ning avaliku meedia kangelaskuvandid. Noorte kangelaskuvandi vastused on saadud läbi intervjuude, mis kas kinnitavad või eristuvad eelnevast teooriapeatükist. Avaliku meedia kangelaskuandi analüüs toimub Ukraina-Venemaa artiklite põhjal.

#### 3.1 NOORTE KANGELASKUVAD

Üheks töö uurimisküsimuseks oli uurida, mis tähenduses mõistavad Eesti noored kangelaskuvandit. Selleks otsustasin intervjuuerida kümmet erinevat Eesti noort ning küsida neilt kuus küsimust (Lisa 1), mis annaksid ülevaate nende kangelaskuvanditest. Tulemuste esitamisel on intervjuueritavate nimed kodeeritud (Tabel 2), millega oli võimalik tutvuda peatükis 2.2.2.

Üldiselt tuleb esile, et kangelase kuvandit mõtestavad noored sarnaselt. Noorte jaoks seostub sõna kangelane Marveli koomiksiga, kuna kangelase märksõna on miski, mida on lihtne suhestada fantaasia ning väljamõeldisega. Peale kangelaste meenub ka muusikalised palad, mille pealkirjades on tavaliselt sees sõna "Hero" (inglise keeles "kangelane"). Mõneks näiteks toodi lood nimega "Hero", esitatud Hispaani päritolu laulja Enrique Iglesiase poolt ning Shreki filmist tuntuks saanud teose "Holding out for a hero". Igapäevaelu näidetena osati välja tuua päästeteenistuses töötavad isikud, kes seavad oma elu teiste päästmiseks ohtu.

*"Mind on viimasel ajal mõjutanud väga vabatahtliku töö teemad ning ringkond, kellega me koos vestleme. Hetkel, kõige esimese asjana, mis pähe tuleb on vestluse emotikonid, kus mingi mees/naine hoiab keepi, käed on puusade peal rusikas ja vaatab kangelasliku pilguga kuhugi kaugusesse ja näeb vinge välja." (Raul, 23)*

Kui soojendusküsimus tõi intervjuueritavad teemasse sisse, siis otsustasin rõhu tagasi tuua uurimisküsimuse "Kes on noorte peamiseks kangelaskuvanditeks" juurde. Tuleb välja, et noored peavad kangelasteks eelkõige oma eeskujusid, kes on varasemalt neid elus aidanud või on silma paistnud oma saavutustega. Suureks mõjuteguriks on nende jaoks positiivse emotsiooni ning motivatsiooni tekitamine. Uurides noorte konkreetset eeskuju nime või isikut, toodi vastusena

kas välismaa suunamudijaid, teenindus- ning päästesektoris töötavad isikuid või kodanikuühiskonna algatajaid.

*“Minu jaoks on kangelane eeskujuteda vaadates tekib sul soe tunne. Et sul ei ole mitte ühtegi negatiivset emotsiooni tema vastu ja sa oled nõus tema jaoks peaaegu kõike tegema. Teise nurga alt vaadates, ehk tahad olla väga sarnane "Temaga". Tahad olla sama tugev või sama armas.”*  
(Kristiina, 24)

Kuid isegi siis, kui kangelased on inimestel samad või sarnased, ei pruugi nende eeskujul jälgimise põhjus olla sama. Nagu varasemalt mainitud Jokkeri näidet saab samastuda ka siin. Seetõttu on vaja teada kangelaslikkuse positiivseid ja negatiivseid pooli ning kuidas noored neid piire tunnetavad. Intervjueeritavad peamiselt väljendasid, et igal kangelasel on erinevad omadused, olgu need nii halvad kui head. Nimelt mõni omadus, mida definitsioonilt võiks nimetada heaks või reaalsusel teha teistele haiget. Empaatilisus ning altruism on miski, mis on kangelasfilmidest kõlama jäänud ning mida oodatakse, et leidub ka igapäeva kangelastes. Omadused nagu enesekindlus ning vale suhtumine võivad kontekstipõhiselt olla just negatiivse tagajärjega. Seega tunni, et oskus olla kahe jalaga maa peal ning omada analüüsivõimet, aitab kangelasel hoida oma põhimõtteid ning tegutseda missioonipõhiselt.

*"Aina rohkem tundub, et see raha annetamine pole enda soovist vaid sellest, et soovitakse lihtsalt et kõik neid nõ kangelasena näeks või annetatakse et saada mingist draamast lahti. Kui teha suur kangelastegu ja sinu eesmärk positades seda ükskõik kuhu on see, et inimesed paneks sulle "like" ja sa saaksid rohkem jälgijaid ja kuulsust, siis see pole mingi kangelaslikkus vaid lihtsalt iga teine inimene sotsiaalmeedias. Kui postitada eesmärgil, et inimesi harida, kutsuda protestima, üritada kuidagi kellegi jaoks mingit toitu või raha kokku korjata, vot see on kangelaslik." (Kelli, 20)*

Rääkides positiivsetest külgedest ning tugevusest, siis mainisin varasemas teooria plokis Weberi (1978) “karismaatilist autoriteeti”, kus ta sõnas, et erinevalt ratsionaalsest ja traditsioonilisest legitiimse domineerimise tüüpidest, põhineb karisma jõud usul kangelastesse ja ilmutustesse. Seega võiks öelda, et karisma on miski, mida võiks pidada üleloomulikuks jõuks, mida enamikel

inimestel ei ole. Selle tulemusel karismaatilised inimesed saavad rohkem tunnustust ning jälgimist. Intervjueeritavad tundsid, et kangelase tugevuseks peaks olema oskus juhtida, olgu see füüsiline või verbaalne lähenemine. Igapäeva kangelastel ei pea olema üleloomulikke võimet, vaid piisa ka silmapaistvast oskusest, olgu see kas avalik või inspireeriv rääkimine.

*"Kangelane ei ole kohustatud olema alati füüsiliselt ja vaimselt tugev, vaid peab olema visa ja suuteline kriitilistes olukordades tegema õigeid otsuseid ja käituma vastavalt. Kangelane on mingis mõttes kui juhtivas positsioonis. Tugev füüsiline vorm ja mentaliteet tulevad kangelasele ainult kasuks. Kangelane võib olla ebakindel oma võimetes ja tunda hirmu olukorra või vaenlase ees, aga sellest hoolimata, peab tal olema julgus tegutsemiseks ning oskused olukorra lahendamiseks." (Jüri, 25)*

Omadustega käib kaasas ka huvi ning kes on millele ligi tõmbuv. Huvi võib omaduste asemel peegledada ka kangelase käitumist või tegusid. Näiteks viitasin teemaplokis hetkeks ka Cooley'le (1902), kes pakkus välja, kuidas enamik inimesi ei ole huvitatud kangelasest endast, vaid sellest, kuidas kangelane neid tundma paneb. Intervjueeritavad nõustusid antud väitega ning peegeldasid, kuidas nad on mõjutatud oma kangelaste tegevustest ning kuidas inspiratsiooni ja motivatsiooni saamine on oluline. Ühtlasi otsitakse samastumise efekti, kus isikul tekib tahe olla kas kangelase sugune või soovib ennast ära tunda kangelases. Samuti kinnitati, et tuntakse tugevat tõmmet missioonitunnetuse vastu, seda näiteks maailmapäästmise kontekstis.

*"Kangelasel peaks olema seos asjadega mida mina oluliseks pean. Ta on inspireeritud kehastus, kes ma tahaks olla, kelleks ma tahaks saada. Kuigi.. teades igasuguseid meediakujusid, siis tihti inimene selle persooni taga on ilmselt keegi teine kui see, keda avalikkuse eest ideaalkujuna teistele kujutatakse. Kuid see kehastus teeb oma töö, sest see on miski, mis toob mulle selle inspiratsiooni." (Raivo, 22)*

Lõpetuseks fokuseeriks antud kangelase terminit ning käsitleks kangelaslikkust sotsiaalsest aspektist. Seega uurisin intervjueeritavatel spetsiifiliselt, mida nad arvavad igapäeva kangelastest ehk sotsiaalsest kangelaslikkusest lootes, et mõni omadus või varem mainitud kangelane sellega sarnastuvad. Tutvustasin neile sotsiaalse kangelaslikkuse terminit ning

vajadusel tõin näitena Gretha Thurnbergi protesti. Intervjueeritavad tõid esile, et ühiskonnas on sotsiaalse kangelaslikkuse positsioon oluline, kuna nende tegevused juhivad tähelepanu olulistele teemadele ning suureneb võimalus, et nendega tegeletakse aktiivsemalt.

*“Ma arvan, et kangelased ning sotsiaalne kangelaslikkus on n-ö meie ühiskonna poolt konstrueeritud mehhanism, kuidas inimesi rohkem inspireerida ning motiveerida tegutsema mingis soovitud suunas.” (Maarja, 26)*

Intervjueeritavad tundsid, et sotsiaalne kangelaslikkus peaks väljenduma organisatsioonitasandil. Sageli on indiviidide tegevuse taga suured organisatsioonid, kes toetavad nende jõupingutusi ja aidavad kaasa parema ühiskonna loomisele. Kuid kui organisatsioonid hakkavad inimestele ette kirjutama, kuidas käituda, jääb sageli puudu suhestumisvõimekusest. Kui aga võtta konkreetse isiku, kes organisatsiooni esindab (nagu näites toodud Gretha Thurnbergi), siis teda on võimalik kujutada isikuna, kes usub sellesse, mida ta teeb, tal on kindal lugu ning läbi tema on võimalik inimesi mõjutada ning inimestel ka suhestuda. Kui aga inimene tegutseb täiesti üksinda (ilma riigi või organisatsiooni toetuseta), siis on tal raske üksinda läbi lüüa ning antud vastutuse kandmine on koormav.

*“Päris tihti pole tegelikult aru saada, kas nad teevad seda päriselt teiste hüvanguks või hoopis tähelepanu jaoks, aga üldiselt on mul hea meel, kui selliseid asju tehakse, sest kuigi ma toetan neid algatusi, siis ühel inimesel ei jätku energiat, et kõige eest võidelda, nii et on hea näha, kui teised seda sinu eest teevad.” (Tiina, 26)*

### **3.2 KUIDAS ON KANGELASKUVAND AVALIKUS MEEDIAS AJA JOOKSUL MUUTUNUD**

Passiivse kangelaskuvandi äratundmine avalikus meedias on üsna raske, kuna pealkirjad tihti ei peegelda uudise sisu. Väljaanne Delfi Forte keskendub peamiselt tehnikale, autodele, kosmosele ja teadusele, kuid on kangelaslikkuse teemat vahendades lisanud oma kategooriate alla ka "Kohalikud kangelased". Seda uut lisandit on Delfi aktiivselt turundanud oma kodulehel. Antud kategoorias on artikleid kokku 11, nendest kõige vanem avaldatud 2.01.2023. Kategooria eesmärgiks on teha sisukatest eestlastest National Geographicu stiilis seiklusvideoid. Teistes

teemablokkides nagu haridus, sotsiaal, majandus jt eraldi sarnast teemablokki kahjuks ei leidnud. Küll aga arvan, et antud lisand oleks kasulik inimeste passiivseks tunnustamiseks ning vajalik aktuaalsetele teemadele tähelepanu pööramiseks.

Selleks, et leida konkreetseid uudiseid kangelasste või nende tegude kohta, tuleb kasutada otsingumootorit soovitud märksõnaga. Eraldi teemaplokki, mis oleks pühendatud kangelaslikkusele, analüüsitud uudisteportaal, ei leidu. Uurides viimase viie aasta jooksul, täpsemalt perioodil 30.04.2018 kuni 30.04.2023, avaliku meedia uudiseid, kasutasin märksõna "kangelaslikkus" selleks, et saada iga aastase ülevaate meediakajastustest. Otsingutulemusena leiti kokku 427 artiklit, mille sisse ei ole loetud kordunud artikleid (12). Järgnevalt on välja toodud aastate 2018 (32), 2019 (64), 2020 (77), 2021 (82), 2022 (134) ning 2023 (38) otsingutulemused ning esinemissagedus aasta kohta. Aastal 2018 on vaadeldud kaheksa kuud ning aastal 2023 neli kuud, mil teistel aastatel on sissevaade terve aasta kohta.

Tabel 3. Märksõna "kangelaslikkus" otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

Kangelaslikkus	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	5	15.6%	10	15.6%	9	11.7%	14	17.1%	67	50%	20	52.6%
Persoon ning kõmulood	5	15.6%	10	15.6%	16	20.7%	25	30.5%	13	9.7%	6	15.9%
Kultuur, filmi ning kirjandusmaailm	9	28.1%	21	32.8%	22	28.6%	17	20.7%	17	12.7%	4	10.5%
Sport ja võistlused	2	6.3%	4	6.3%	4	5.2%	8	9.8%	4	3.0%	0	0%
Tervis ning suhted	0	0%	4	6.3%	12	15.6%	4	4.8%	10	7.5%	1	2.6%
Krimi ning inimeste surmad	4	12.5%	5	7.8%	3	3.9%	6	7.3%	0	0%	3	7.9%
Majandus ning poliitika	7	21.9%	10	15.6%	11	14.3%	8	9.8%	23	17.1%	4	10.5%
<b>Kokku:</b>	32	100%	64	100%	77	100%	82	100%	134	100%	38	100%

Nii aastal 2022 kui ka 2023 oli peamine rõhuasetus avalikul meedial väljendada kangelaslikkust sõjaliste artiklitega, moodustades aastal 2022 50% esinemissagedusest ja aastal 2023 52,6%. Peamisteks teemadeks oli Ukraina-Venemaa sõjaliste tegevuste edastamine, millele detailsem sissevaade toimub peatükis 3.3.

Aastal 2022 avaldati viie aasta jooksul kõige rohkem poliitilisi ja majanduslikke artikleid (23), kus keskenduti peamiselt valimistele ning poliitikute omavahelistele konkureerimistele. Krimiuudised, mis käsitleksid kangelaslikkust väljaspool Ukraina-Venemaa sõda, esines antud aastal kõige vähem (0).

2021. aastal pandi suurimat rõhku arvamusslugudele (30.5%), mis käsitlesid peamiselt COVID-19 pandeemiat ja vaktsiine. Kuigi antud teema väljaanded esinesid ka tervise kategoorias ei sobinud arvamusslugusi ühendada antud kategooriaga, kuna tegemist oli subjektiivse teksti edastamisega. Sama probleem väljendus 2020. aastal, mil persoonilood (20.7%) ning terviselood (15.6%) on laiali valgunud. Küll aga oli 2020. aastal konkreetsemaid ja objektiivsemaid pandeemia uudiseid, mistõttu on tervise kategooria aastate esinemissageduse võrra ka kõige kõrgem (15.6%).

Aastatel 2020 ning 2021 anti sarnaselt välja nii majandusteemasid, mis käsitlesid eelkõige majandusanalüütiku sissevaateid Eesti majandusele, kui ka sõja ja Venemaa teemasid, mis keskendusid ajaloolistele tegevustele või välismaistele sõjapingetele. Sarnaselt 2022. aastale avaldati 2020 aastal kõige vähem artikleid krimi kategoorias (3.9%).

Aastate 2018 (28.1%), 2019 (32.8%) ning 2020 (28.6%) kogus kõige enam populaarsust kultuurikategooria, mis edastasid peamiselt filmide arvustusi ning soovitusi. Aastate 2018 ning 2019 tulemused võivad tuleneda rahulikumast ajaperioodist. Mõlemal oli esinemissagedus kategooriatel persoon ning sõda ja Venemaa samad (15.6%). Kõige vähem esinesid mõlemal aastal artikleid spordist (6.3%) ning tervisest (6.3%) erinevusega, et aasta 2018 tervise kategoorias ei esinenud ühtegi kangelaslikkusega seotud artiklit.

### 3.3 KANGELASKUVAND AVALIKUS MEEDIAS UKRAINA-VENEMAA SÕJA NÄITEL

Ukraina-Venemaa sõda algas 24. veebruaril 2022. aastal, mil Venemaa väed sisenesid Ukraina piirile. Delfi on kajastanud 24. veebruaril alanud Venemaa sissetungi väga mahukalt, nimelt 2023. aprilli kolmekümnenda seisuga on väljastatud 5188 artiklit. Küll aga käib antud artiklite mahu alla ka varasemad konfliktid Venemaa ning Ukraina vahel, mis ametlikult algas üheksa aastat tagasi. Kõige varasem artikkel on välja antud aastal 2014, 4. märtsil, mis peegeldab 20. veebruari 2014. aastal Venemaa poolt teostatud Krimmi annekteerimist. 24. veebruaril 2022. aastal postitati sõja algusartikkel sisuga, et Kiievis ja Harkivis on kuulda õhuhäiret ning käimas on lahing Tšernobõli üle.

Järgnevalt võtsin uuringu vahemikuks kolm kuud enne ning pärast sõja algust, 24.11.2021 kuni 24.05.2022, et näha kas ja kuidas on Eesti meedia kangelaskuvand 2022 aasta Ukraina-Venemaa sõjalise surve tõttu muutunud. Peamisteks märksõnadeks kasutasin artiklite otsimisel kangelaslikkust ning kangelast, kuid rohkemate tulemuste saamiseks võtsin juurde kolm kangelase sünonüümi: peategelane, sangar ning vägilane. Kvantitatiivseks analüüsiks on kasutatud kontentanalüüsi, kodeerides artikleid kontekstiliste ühikute ajendil. Järgnevalt olen välja toonud otsingu tulemused.

#### 3.3.1 KANGELANE

Märksõna "kangelane" otsingul leiti 384 vastet, millest suur osa oli seotud kultuuri, filmi ning kirjandusmaailmaga (128), sellele järgnes Ukraina-Venemaa sõjaartiklid (109), persooni ning kõmulood (63), sport (45), tervis (22), krimi (10) ning majandusteemad (7).

Tabel 4. Märksõna "kangelane" otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

Kangelane	Perioodil 24.11.2021 kuni 23.02.2022		Perioodil 24.02.2022 kuni 24.05.2022	
Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	9	5.9%	100	43.1%
Persoon ning kõmulood	44	29.0%	19	8.2%
Kultuur, filmi ning	50	32.9%	78	33.6%

kirjandusmaailm				
Sport ja võistlused	28	18.4%	17	7.3%
Tervis ning suhted	13	8.6%	9	3.9%
Krimi ning inimeste surmad	4	2.6%	6	2.6%
Majandus ning poliitika	4	2.6%	3	1.3%
<b>Kokku:</b>	152	100%	232	100%

Järgnevalt on eesmärk mõista, kas ning kuivõrd on Eesti meedias muutunud kangelase mõiste kasutamine pärast Ukraina-Venemaa sõja algust. Nagu varasemalt märgitud on pooltevaheline konflikt kestnud juba aastast 2014, mistõttu on sõja ning Venemaa kategoorias enne ametliku sõja algust märgata üheksa erinevat artikliväljaannet. Seitse artiklit üheksast, käsitlevad Venemaa ajaloolist tagatausta ja NSV Liidu tegevusi ning peegeldavad kangelast läbi propagandade NSV Liidu sõjalise tegevuse vastu. Ülejäänud kaks keskenduvad konkreetselt Ukraina-Venemaa sõjalisele konfliktile, mis vihjavad tagasi 2014. aasta Kremli rünnakule, kus tuuakse välja sanktsioonide ajendil sündinud kangelaskujud.

Pärast ametliku sõja algust on antud kategooriate kangelase uudised aga kümnekordistunud, mil kategooriad nagu persoon (20.8%), sport (11.1%), tervis (4.7%) ning majandus (1.3%) on vähenenud. Sõjajärgsed artiklid edastasid peamiselt Ukraina-Venemaa sõjalist seisut, tõid tähelepanu Ukraina linnade ja ressursside seisule ning edastas uudiseid Ukraina kangelastest ehk hukkunutest. Seega, kui enne sõja algust keskenduti peamiselt individuaalsetele isikutele ja spordikangelastele, siis pärast sõda on kangelase mõistet laiendatud. Individuaalsete inimeste (20,8%) ja spordigruppide (11,1%) kangelaskuvandit vähendati ning tähelepanu suunati rahvuse ja nende tegude hindamisele. Erandiks on Ukraina presidendi mainimine artiklites, kus nii Ukraina rahvas kui Eesti avalik meedia on nimetanud president Zelenskõit legendiks ja kangelaseks.

Kui aga eelnevad uudisartiklid on peamiselt käsitletud kangelast ühe ja sama definitsiooni alusel, siis sõja ja Venemaa kategooriasse kuulub Tiksi (2022) artikkel, mis esitab kangelase mõiste vastavalt seisukohale, olgu see siis kangelane või antikangelane, lähtudes lugeja

seisukohast. Artikli sisuks oli Delfis avaldatud 46. päeva sõjapäeviku tutvustus, kus oli juttu Venemaa kangelasest Kindral Aleksandr Dvornikovist, kellele anti orden Süüria sõja juhtimise eest, kuid kes oma sõjakuritegude eest kannab hüüdnime "lihunik".

Suuresti on koos sõja kategooriaga tõusnud ka kultuur, kus peale sõja algust ilmus 78 artiklit, mille esinemissagedus antud perioodil oli 33.6%. Sageduse poolest artiklite maht eriliselt muutunud ei ole (0.7%). Peamisteks teemadeks kultuurikategoorias olid muusikalid ja näitemängud, näitlejate ettevõtmised, raamatute ning tekstide soovitusel, filmide analüüsid ja ülevaated, kangelaste ja väljamõeldud tegelaste lood.

Kuna intervjueritavatega suheldes selgus, et nende kangelaskuvand on seotud mitmete väljamõeldud kangelastega, siis analüüsin eraldi kultuuriploki tulemusi filmi- ja kirjandusmaailma kategooriates. See on oluline Eesti noorte kangelaskuvandi ning avaliku meedia sarnasuste ja erinevuste väljaselgitamiseks. Kultuuriplokil on võimalik esitada "kangelase" märksõna väljamõeldud tegelase kontekstis, kes on kangelane kas oma olemuse või konkreetse ettevõtmise tulemusel. Kultuuri kategoorias esindatud filmi- ja kirjandusmaailmas tutvustati peamiselt Eesti autorite poolt välja antud teoseid (9) või nende teoste saavutusi nii Eesti kui rahvusvahelistel platvormidel (5). Näiteks kuulub Kroonika (2022a) artikkel "Apteeker Melchiorist" eestimaiste filmikangelaste kujutamise kategooriasse. Sisu peegeldas filmi ajaloolisust, unikaalsust ning kangelase kujutust, mis tõi kaasa ühe parima küllastajate arvu tulemuse Eesti filmiajaloo.

Kontrastiks Eestimaistele filmidele on avalik meedia esitanud ka välismaiste filmide uudiseid (15), mille sisuks võis olla nii filmianalüüs (12) kui konkreetse tegelase kõmulugu (3). Filmianalüüsi keskmeks on tavaliselt kangelane ning tema olemuse, kaaslaste ning eesmärkide tutvustamine. Uudustutvustuses käsitletakse teemat tavaliselt pinnapealselt, et vältida lugejaskonna rõõmu ära rikkumist, selgitades filmi sisu enneaegselt ära. Antud väidet toetab Kroonika (2021) artikkel "Matrixi" videotreileri analüüsist. Kui asi puudutab konkreetse tegelase kõmulugu, siis tavaliselt toimub kas kangelase enda või tema kehastava isiku kritiseerimine, nagu peegeldab seda Kroonika (2022b) artikkel Robert Pattinsonist, kes kehastas peategelast filmis "The Batman".

### 3.3.2 PEATEGELANE

Liikudes edasi järgmise märksõna juurde, andis "peategelane" otsingus 302 vastet, mille sisse ei ole loetud kordunud artikleid (8). Antud sõna on meedias seotud tugevalt kultuuri, filmi ning kirjandusmaailmaga (184). Sellele järgnesid persoon ning kõmulood (58), Ukraina-Venemaa sõda (18), tervis ja suhted (14), krimi (12), majandus (10) ning sport (6).

Tabel 5. Märksõna "peategelane" otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

Peategelane	Perioodil 24.11.2021 kuni 23.02.2022		Perioodil 24.02.2022 kuni 24.05.2022	
	Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	4	2.4%	14
Persoon ning kõmulood	35	20.8%	23	17.2%
Kultuur, filmi ning kirjandusmaailm	99	58.9%	85	63.4%
Sport ja võistlused	3	1.8%	3	2.2%
Tervis ning suhted	12	7.1%	2	1.5%
Krimi ning inimeste surmad	6	3.6%	6	4.5%
Majandus ning poliitika	9	5.4%	1	0.7%
<b>Kokku:</b>	168	100%	134	100%

Kui varasema märksõna "kangelase" "sõda ning Venemaa" kategooria andis ülevaate Ukraina-Venemaa sõja olukorrast ning ressurssidest, siis "peategelase" mõiste keskendub antud kategoorias rohkem persoonilugudele. See on tingitud sellest, et märksõna "peategelane" on spetsiifiliselt seotud kirjandusliku narratiiviga. Esinenud persoonilood keskendusid nii sõjale (3), individuaalsetele kogemustele (6) kui sõjapoolte minevikule (6). Kultuuri alla kategoriseerisin eraldi artiklid Ukraina filmide soovistest ning president Zelenskõi komöödiasarja "Rahva teeneri" teated (3), kuna antud teemad ei kvalifitseeru kategooria kriteeriumite alla.

Peamisteks kultuuriteemadega seotud sisuks olid kuulsad tsitaadid, soovitused ja arvustused filmide, teatrietenduste ja näidendite kohta. Samuti jagati erinevaid raamatusoovitusi ja blogipostitusi. Antud teemakategooria oli kõige sagedasema esinemisega nii enne (58,9%) kui ka pärast (63,4%) sõja algust. Kuigi sõjateemalisi artikleid oli pärast sõja algust 8,1% võrra rohkem, ei ole nende artiklite arv (14) võrreldav kultuurikategooriaga (85). Küll aga leidsin artikleid, mis olid nii sõja kui kultuuri segu. Jätkates eestimaise filmi näitega "Apteeker Melchiorist", ilmus Kroonika (2022c) uudis, kus filmi stsenaarist tutvustas filmi ülesehitust ja tagamõtet ning rõhutas peategelase olulisust. Samas käsitleti ka Ukraina-Venemaa sõda, kus väljendus eelnevas kategoorias kasutatud märksõna "kangelane" järgmise lause kaudu: "Ukraina sõdurid on kangelased, kuid vene sõdurid Ukrainas on surnud hinged juba elavana.", mis minu arvates peegeldab noorte Vene sõdurite ajupesu ja sunnitud osalemist rindel, kust nad ei pruugi tagasi tulla.

Pärast sõja algust vähenes artiklite esinemissagedus majanduse (4,7%), tervise (5,6%) ja isikulugude (3,6%) kategooriates. Krimi ja spordi kategooriates jäi artiklite arv samaks, kuid esinemissagedus erines sõltuvalt välja antud artiklite arvust. Ainult sõja ja Venemaa kategooria koos kultuuriga suurenes, edastades kümme artiklit rohkem kui varem. Küll aga oli mõnigi käsitletud artikkel kas häiriv või üsna tõsise alatooniga. Näiteks väljendus peategelase märksõna Forte (2022a) artiklis, kus jagati videot kahest sõjaväevormis mehest ja mannekeenist, mis kujutas Venemaa sõdurite väärkohtlemist Ukraina inimeste vastu. Hiljem selgus, et tegemist oli võltsitud lavastusega, kuid selleks ajaks oli video tekitanud paljudes inimestes paanikat ja tugevat viha Venemaa vastu. Kuigi antud video ei olnud filmitud Ukrainas ning tegemist oli lavastusega, ei ole antud akt minu arust põhjendatud. Valeinformatsiooni levik sõjalisel perioodil on riskantne ja võib kaasa tuua tõsiseid tagajärgi.

### **3.3.3 KANGELASLIKKUS**

Järgnevalt otsisin märksõna "kangelaslikkus" Delfi uudisteportaalist ning leidsin sellele 80 vastet, millest 49 olid seotud Ukraina-Venemaa sõjaga. Ülejäänud käsitletud artiklid jaotusid kategooriatesse nagu majandus ja poliitika (10), kultuur (7), tervis (5), isik (4), sport (4) ning krimi (1).

Tabel 6. Märksõna “kangelaslikkus” otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

<b>Kangelaslikkus</b>	<b>Perioodil 24.11.2021 kuni 23.02.2022</b>		<b>Perioodil 24.02.2022 kuni 24.05.2022</b>	
Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	5	22.7%	44	75.9%
Persoon ning kõmulood	2	9.1%	2	3.5%
Kultuur, filmi ning kirjandusmaailm	6	27.3%	1	1.7%
Sport ja võistlused	2	9.1%	2	3.5%
Tervis ning tervisenipid	2	9.1%	3	5.1%
Krimi ning inimeste surmad	1	4.5%	0	0%
Majandus ning poliitika	4	18.2%	6	10.3%
<b>Kokku:</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Antud kategooria märksõna on üks sobilikumaid, mis võimaldab saada ülevaadet kangelaskuvandi muutusest Eesti avalikus meedias. Nimelt oli sõja ning Venemaa kategooria üks populaarsematest nii enne sõja algust (22.7%), kui populaarne pärast sõja algust (75.9%). Esinemissagedus kinnitab, et nii kangelane kui kangelaslikkus on tugevalt seotud Ukraina-Venemaa sõjauudiste edastamisega. Esinenud 44 artiklit peegeldasid nii sõda ja hukkunuid (18), Venemaa tegemisi (7), persoonilugusid (14) kui ka ajalugu (5).

Venemaa tegemiste kontekstis kajastati kangelaslikkust näiteks Forte (2022b) artiklis, kus Venemaa andis oma 64. maaväe üksusele kaardiväe aunimetuse tunnustuseks nende näidatud kangelaslikkuse ja julguse eest. Siiski tuleb märkida, et see üksus oli seotud Ukraina linnas toimunud massihauade ja tänavatel toimunud hukkamistega. Ajalooliste sündmuste käsitlese raames rõhutati kangelaslikkust artiklite (näiteks Minnik, 2022) kaudu, mis käsitlesid Võidupüha või mineviku diktaatoreid nagu Stalin, kelle olemust saab võrrelda praeguse Venemaa presidendiga.

Pärast sõja algust ilmus kangelaslikkuse teemal 36 artiklit rohkem kui enne, ning enamused neist olid seotud eelmainitud sõjaga. Teise kategooriana esines majanduse ja poliitika kategoorias pärast sõja algust kaks artiklit rohkem. Samas tuleb märkida, et antud kategooria hõlmas ka Ukraina-Venemaa sõjaliste uudiste teemasid, mis ei sobinud otse sõja ja Venemaa kategooriasse. Näiteks teemad nagu Ukraina tänavanimede muutused või töökohtade pakkumine Ukraina inimestele ei kvalifitseeru otseselt sõja raportite või agressioonide alla.

Kultuurikategooria esinemissagedus langes 25,6% võrra, mis kinnitab, et märksõna "kangelaslikkus" oli eelkõige seotud sõjaliste tegevuste kajastamisega, kuivõrd kultuuriliste saavutuste edastamisega. Persooni (2) ning spordi (2) artiklite arv jäi samaks, mil tervise kategoorias tuli pärast sõja algust üks artikkel juurde (3).

### 3.3.4 SANGAR

Märksõna "sangar" otsingul leiti 53 vastet. Peamiselt olid need seotud spordilugudega (28). Järgnesid artiklid filmide ja lavastuste kohta (9) ning üldisemalt kultuuriteemadega seotud artiklid (5). Neljas artiklis käsitleti Ukraina-Venemaa sõda, kolmes krimiteemasid, kahes majandust ning ühes persooni ja tervist.

Tabel 7. Märksõna "sangar" otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

Sangar	Perioodil 24.11.2021 kuni 23.02.2022		Perioodil 24.02.2022 kuni 24.05.2022	
	Arv	Protsent	Arv	Protsent
Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	0	0%	4	11.8%
Persoon ning kõmulood	0	0%	1	2.9%
Kultuur, filmi ning kirjandusmaailm	6	31.6%	8	23.5%
Sport ja võistlused	10	52.6%	18	53.0%
Tervis ning tervisenipid	0	0%	1	2.9%
Krimi ning inimeste surmad	2	10.5%	1	2.9%
Majandus ning poliitika	1	5.3%	1	2.9%

<b>Kokku:</b>	19	100%	34	100%
---------------	----	------	----	------

Enne Ukraina-Venemaa sõja algust sangari märksõnaga sõjategevusi avalikus meediakanalis ei edastatud. Pärast sõja algust esines artikleid aga 11.8%, spetsiifiliselt anti välja 4 artiklit. Antud artiklid käsitlesid sangari märksõna ajaloolises (2) ning sõjalises (2) kontekstis. Sõjalistes artiklites toodi välja sõja Ukraina poolsed sangarid, mil ajaloolistes uudistes võrreldi filmilisi sangareid sõjaliste tegevustega.

Sangari märksõna seostub meediale kõige rohkem spordiuudistega, nii enne sõja algust (52,6%) kui ka pärast (53,0%), kus jagatakse teavet võistluste toimumise ning võitjate kohta. Juurde lisandus artikleid persooni (2.9%), kultuuri (8.1%) ning tervise (2.9%) kategooriates, mil majanduses jäi artiklite arv samaks ning krimi osas langes ühe võrra.

### 3.3.5 VÄGILANE

Viimaseks märksõnaks valisin "vägilase", mis andis kõigest 6 vastet. Enne sõjaperioodi avaldati kolm artiklit kategooriates persoon, sport ning krimi ning pärast sõjaperioodi avaldati ülejäänud kolm kategooriates sõda, kultuur ning tervis.

Ükski kategooria ei jäänud üleminekul samaks. Küll aga sarnanevad antud artiklid temaatiliselt üksteisega. Sõjaeelsel perioodil oli üks artikkel, kus vägilase mõiste seostus spordisurma juhtumiga. Kuigi see artikkel võiks temaatiliselt sobida spordi kategooriasse, paigutati see teise kategooriasse isiku surma tõttu. Sõjajärgsel perioodil esines sarnaselt terviseartikkel sõjahirmu nippide ajendil, mille sisu peegeldab tehniliselt sõjaolukorda.

Tabel 8. Märksõna "vägilane" otsingutulemused koos perioodilise esinemissagedusega.

<b>Vägilane</b>	<b>Perioodil 24.11.2021 kuni 23.02.2022</b>		<b>Perioodil 24.02.2022 kuni 24.05.2022</b>	
Sõda ning Venemaa (nii agressioonid kui sõjaline tagataust)	0	0%	1	33.3%
Persoon ning kõmulood	1	33.3%	0	0%

Kultuur, filmi ning kirjandusmaailm	0	0%	1	33.3%
Sport ja võistlused	1	33.3%	0	0%
Tervis ning tervisenipid	0	0%	1	33.3%
Krimi ning inimeste surmad	1	33.3%	0	0%
Majandus ning poliitika	0	0%	0	0%
<b>Kokku:</b>	3	99.9%	3	99.9%

#### 4. JÄRELDUS

Toetudes viimase viie aasta kangelaskuvandi sisule, võib öelda, et avaliku meedia väljaanded on mõjutatud aktuaalsetest teemadest ühiskonnas. Viimase viie aasta jooksul on kangelaslikkuse märksõnaga artiklid peamiselt keskendunud kultuurikategoriale, samas kui sport, krimi ja tervis on olnud vähem populaarsed teemad. Küll aga sai kangelaslikkus populaarsust 2021. aastal arvamusaluste teemadega, kus väljendati oma subjektiivseid arvamusi COVID-19 pandeemia osas ning aastatel 2022 ja 2023 on peamiseks kangelaslikkuse kandjateks Ukraina-Venemaa sõjategevuste artiklid. Seega on viimase kolme aasta jooksul tugevnenud kindla rahvuse, grupeeringu või indiviidi kangelaslikkuse esitamine. Olgu selleks COVID-19 pandeemia ning nendega seotud tervishoiutöötajad, Greta Thunberg ning kliimastreik või Ukraina-Venemaa sõja eesrindel tegutsev Ukraina president Volodõmõr Zelenskõi. Saab väita, et meedia siht muutub sageli aktuaalsete teemade suunas, sh kangelaslikkuse kasutamine kriisiolukordades.

Uurides konkreetselt kangelaskuvandit avalikus meedias kuue kuu vältel, täpsemalt Ukraina-Venemaa sõja näitel saab väita, et märksõnad kangelane (43.1%) ning kangelaslikkus (75.9%) keskendusid kõige enam sõjaliste tegevuste edastamisele. Kolm kuud enne sõja algust olid antud märksõnad suuresti kultuurililised, peamiselt fiktsionaalsete maailmade kirjeldamiseks, mille sisu kinnitab märksõna peategelane (184 artiklit). Seega on viimaste aastate jooksul muutunud kultuuriline kangelaskuvand sõjaliseks. Olles lugenud erinevaid artikleid Ukraina-Venemaa sõja kohta on minu jaoks peamiseks sõnumiks Ukraina noored, kes võitlevad oma riigi vabaduse ja iseseisvuse eest ning kasutavad igat võimalust riigi päästmiseks. Mis puudutab Venemaad ning nende noori, siis peamiseks sõnumiks tundus mulle, et Putinit peetakse vanema põlvkonna presidendiks ning Venemaa enda noorte jaoks ei ole ta niivõrd kangelane, kuna nende arust hävitab Putin nende tulevikku.

Töös intervjuueeritavad kümme noort käsitlesid kangelaskuvandit kahel viisil. Intervjuu alguses kujutati peamiselt kangelast kui fiktsionaalse superkangelasena, kui tegemist oli mõiste definitsiooni ning seostumise kaardistamisega. Antud kangelaskuvandi väljendamine ühtib üksnes avaliku meedia väljaannete tulemustega, mida kajastati enne kriisiolukordi. Kangelasküsimustes edasi liikudes muutsid intervjuueeritavad oma kangelaskuvandit rohkem eeskujudeks, keda jälgida ning kelle käitumist jäljendada. Nad soovisid suhestuda selliste

isikutega, kes oleksid neile eeskujuks. Seega tõid intervjuueeritavad välja hoopis teistsuguseid omadusi, proovides näiteid tuua igapäevaelust. Intervjuueeritavad peegeldasid oma vastustes sotsiaalset kangelaslikkust ning rollimudeleid, kellega on lihtne suhestuda, kellelt on lihtne õppida ning keda on võimalik toetada. Analüüsid intervjuueeritavate eeskujusid, võib välja tuua, et avaliku meedia sõjategevused ei ole oluliselt mõjutanud noorte kangelaskuvandit, kuna nende väljatoodud kangelased ei ühti meedias kajastatud kangelastega. Üheks võimalikuks põhjuseks võib olla vähene Eesti meedia jälgimine või piiratud teadlikkus Ukraina-Venemaa sõjategevusest. On võimalik, et minu generatsiooni noortele on prioriteediks rahvusvahelised mõjutuskanalid, mis võib selgitada käesoleva töö piiratud informatsiooni ulatust ning raskust jõuda lõpliku järelduseni. Seetõttu vajab teema süvitsi uurimist ja laiemat ulatuslikku analüüsi.

Teoorias käsitleti kangelaslikkuse positiivseid ja negatiivseid külgi, keskendudes teatud omadustele ja moraalsetele küsimustele, sealhulgas piiri tõmbamisele kangelase ja anti-kangelaste vahel. Analüüsid Ukraina-Venemaa sõjaga seotud artikleid, ilmnesid sarnased küsimused, eriti seoses Venemaa kindralite ja pataljonidega, kus ühelt poolt peeti neid kangelasteks, kuid kannatanute silmis olid nad anti-kangelased. Intervjuude käigus ilmnes, et kangelaskuvandi hoidjate seas esineb nii positiivseid kui ka negatiivseid omadusi. Noored kirjeldasid oma eeskujusid ja nende maine positiivset mõju, kuid toodi ka välja eeskujudega kaasnevaid negatiivseid mõjutusi. Eeskujuomadusi on võimalik kategoriseerida nii positiivseteks kui ka negatiivseteks, sõltuvalt tarbija eeskujudesse kinnistumise tasemest. Näiteks peegeldus intervjuudes, et suureks mõjutusprobleemiks võib olla kangelase enda või tema kehastava isiku kriitika ning selle mõju jälgijatele, kes tarbivad teavet antud isiku elust ja tegemistest. Seega leidub paratamatult positiivsuse taustal ka negatiivsust, mistõttu tuleks kontrollida suhestumistaset oma kangelaskuvanditega.

## KOKKUVÕTE

Antud bakalaureusetöö eesmärk oli uurida kangelaslikkuse tähendust ning selle muutumist avalikus meedias ja Eesti noorte seas. Töö jaoks viisin läbi kümme individuaalintervjuud, kus uurisin eakaaslaste kangelaskuvandi mõistet, arusaama ning vaateid. Teiseks uurisin avaliku meedia kangelaskuvandit ning selle muutust viie aasta ning Ukraina-Venemaa sõja vältel. Kokku soovisin leida vastuseid kuuele uurimisküsimusele. Intervjuude uurimiseks kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi (poolstruktureeritud intervjuu) ning avaliku meedia artiklite uurimiseks kvantitatiivset kontentanalüüsi.

Kangelaslikkuse tähendus ja selle kasutamise sagedus avalikus meedias suureneb iga aastaga. Kangelaslikkuse kontseptsioon on tihedalt seotud aktuaalsete temadega ning selle peamine kasutus on kriisiolukorras inimeste saavutuste edastamine.

Viimase viie aasta jooksul on avalikus meedias saanud kultuurikangelastest sõjakangelased. Kriisiolukordade kontekstis on tugevnenud kalduvus esitada kindlat rahvust, grupeeringut või indiviidi kangelaslikul moel. Sama on täheldatav ka Ukraina-Venemaa sõjaga seotud artiklite puhul.

Töös osalenud intervjuueeritavad käsitlesid kangelaskuvandit kahest vaatenurgast: väljamõeldud kangelased ja eeskujud. Mida detailsemaks kuvandiga lahtiseletamisel mindi, seda enam muutus kangelaskuvandi definitsioon eeskujuks. Sarnasusi noorte ning avaliku meedia kuvandi vahel oli piiratud, mis võis tuleneda kas teadmatusest või vähesest meedia jälgimisest.

Kangelaslikkuse positiivsed ja negatiivsed aspektid on seotud indiviidi enda uskumuste ja moraalsete kaalutlustega. Antikangelase ja kangelase vahel on õhuke piir, mis toob paratamatult kaasa negatiivsuse esinemise paralleelselt positiivsusega.

Töö lõpetamisel tekkis kaks soovitus tulevasele uurijale. Üheks analüüsisiosaks oli keskenduda kangelaskuvandi muutusele viimase viie aasta jooksul. Antud analüüsis kasutasin ülevaate tegemiseks märksõna "kangelaslikkus", mis andis 439 vastet. Minu soovitus on parema sisendi saamiseks tulevastel teemakäsitlejatel kasutada sünonüümi "kangelane", mis tõi valitud perioodi

otsingutulemusena 3477 artiklit. Antud maht oleks minu bakalaureusetöö analüüsimise raames aga olnud liiga suur, võttes arvesse teisi tehtud analüüsiplukke.

Teisena on võimalik uurida näiteks kangelaskuvandi normaliseerimist Eesti ühiskonnas. Analüüsides avaliku meedia artikleid tekkis tunne, et kangelaslikkust on vastavalt olukorrale hakatud paratamatult normaliseerima. Kui päästeameti töötajatega käib antud kuvand naturaalselt kaasas, siis avaliku meedia muutuseid nähes tundub, et kangelaslikkuse arusaama on laiendatud kriisiolukordadele. Sarnaselt Ukraina-Venemaa sõjale on võimalik võtta kuue kuune ülevaade pandeemia algusest 12.12.2019–12.06.2020, kus kangelase märksõnale tuli 352 vastet, ilma sügava analüüsita oli nendest vähemalt 52 artiklit COVID-19 teemadel.

## KIRJANDUSE LOETELU

Allison, S. T., Goethals, G. R. ja Kramer, R. M. (2017). *Handbook of Heroism and Heroic Leadership*. New York: Routledge

Berelson, B. (1954). Content Analysis. G. Lindzey (Toim), *Handbook of Social Psychology. Vol. 1: Theory and Method* (lk 488–522). Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

Campbell, J. (1968). *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press

Connolly, T., ja Zeelenberg, M. (2002). Regret in decision making. *Current Directions in Psychological Science*, 11(6), 212–216. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00203>

Cooley, C. H. (1902). *Human Nature and the Social Order*. New York: Charles Scribner's Sons

Cox, C. L. (2020). Healthcare Heroes': problems with media focus on heroism from healthcare workers during the COVID-19 pandemic. *Journal of Medical Ethics* 46(8), 510–513. <https://doi.org/10.1007/s10730-020-09434-4>

Csikszentmihalyi, M., Condren, M., ja Lebudá, I. (2016). Deviant heroes and social heroism in everyday life: Activists and artists. S. Allison, G. Goethals ja R. Kramer (toim), *The Handbook of Heroism and Heroic Leadership* (249–261). New York: Routledge

Csikszentmihalyi, M., Condren, M., ja Lebudá, I. (2017). *Deviant heroes and social heroism in everyday life: Activists and artists*. New York: Routledge

Forte. (2022). FOTO | Vene sõdurite julm "nali": väikese tüdruku klaverisse pandi kildgranaat. *Delfi Forte*, 13. mai. Kasutatud 30.04.2023, <https://forte.delfi.ee/artikkel/96622855/foto-vene-sodurite-julm-nali-vaikese-tudruku-klaverisse-pandi-kildgranaat>

Forte. (2022). Vene riigikanali võltsing: Ukrainas filmitud materjali pähe näidati Peterburis vändatava seriaali võtete kulissidetagust. *Delfi Forte*, 8. aprill. Kasutatud 30.04.2023, <https://forte.delfi.ee/artikkel/96364927/vene-riigikanali-voltsing-ukrainas-filmitud-materjali-pah-e-naidati-peterburis-vandatava-seriaali-votete-kulissidetagust>

Franco, Z. E., Blau, K. ja Zimbardo, P. G. (2011). Heroism: A Conceptual Analysis and Differentiation between Heroic Action and Altruism. *Review of General Psychology*, 15(2), 99–113. <https://doi.org/10.1037/a0022672>

Franco, Z. E., ja Zimbardo, P. G. (2006). The banality of heroism. *Greater Good*, 3(2), 30-35.

- Frisk, K. (2019). What Makes a Hero? Theorising the Social Structuring of Heroism. *Sociology*, 53(1), 87–103. <https://doi.org/10.1177/0038038518764568>
- Gilovich, T. ja Medvec, V. H. (1995). The experience of regret: What, when, and why. *Psychological Review*, 102(2), 379–395. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.102.2.379>
- Greenberg, N., Docherty, M., Gnanapragasam, S. ja Wessely, S. (2020). Managing mental health challenges faced by healthcare workers during covid-19 pandemic. *BMJ*, 368(1), 1–4. <https://doi.org/10.1136/bmj.m1211>
- Grunig, J. E. (1993). Image and substance: From symbolic to behavioral relationship. *Public Relations Review*, 19(2), 121–139. [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(93\)90003-U](https://doi.org/10.1016/0363-8111(93)90003-U)
- Hopkins, P.D. (2021). Viral Heroism: What the Rhetoric of Heroes in the COVID-19 Pandemic Tells Us About Medicine and Professional Identity. *HEC Forum* 33(1-2), 109–124. <https://doi.org/10.1007/s10730-020-09434-4>
- Igou, E. R., Coughlan, G., van Tilburg, W. A. P., Kinsella, E. L. ja Ritchie, T. D. (2017). On Boredom and Perceptions of Heroes: A Meaning-Regulation Approach to Heroism. *Journal of Humanistic Psychology*, 59(4), 455–473. <https://doi.org/10.1177/0022167817705281>
- Jõesaar, T. (2020). Supermarketite kassiirid: me pole kangelased, vaid orjad. *Eesti Päevaleht*, 5. mai. Kasutatud 30.04.2023, <https://epl.delfi.ee/artikkel/89757475/supermarketite-kassiirid-me-pole-kangelased-vaid-orjad>
- Kafashan, S., Sparks, A., Rotella, A. ja Barclay, P. (2016). *Why Heroism Exists: Evolutionary Perspectives on Extreme Helping*. New York: Routledge
- Kalmus, V. (2015). Standardiseeritud kontentanalüüs. *Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia Õpibaas*. Kasutatud 30.04.2023, <https://samm.ut.ee/kontentanalyyis>
- Kalmus, V., Masso, A., Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. *Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia Õpibaas*. Kasutatud 30.04.2023, <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- Kinsella, E. L., Ritchie, T. D. ja Igou, E. R. (2015). Lay perspectives on the social and psychological functions of heroes. *Frontiers in Psychology*, 6(130), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00130>
- Kinsella, E. L., Ritchie, T. D. ja Igou, E. R. (2017). On the Bravery and Courage of Heroes: Considering Gender. *Heroism Science*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.26736/hs.2017.01.04>

- Kohen, A., Langdon, M. ja Riches, B. R. (2017). The Making of a Hero: Cultivating Empathy, Altruism, and Heroic Imagination. *Journal of Humanistic Psychology*, 59(4), 617–633. <https://doi.org/10.1177/0022167817708064>
- Kreutzwald, F. R. (1953). Kalevipoeg. Eesti rahva eepos. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus
- Kroonika. (2021). VAATA| Neljanda "Matrixi" uus treiler annab vihjeid, mis võivad kinnitada fännide peadpööravat teooriat. *Delfi Kroonika*, 2. detsember. Kasutatud 30.04.2023, <https://kroonika.delfi.ee/artikkel/95294067/vaata-neljanda-matrixi-uus-treiler-annab-vihjeid-mis-voivad-kinnitada-fannide-peadpoorivat-teooriat>
- Kroonika. (2022). INTERVJUU | Elmo Nüganen: Ukraina sõdurid on kangelased, aga nende vastased on surnud hinged juba elavana . *Delfi Kroonika*, 15. aprill. Kasutatud 30.04.2023, <https://kroonika.delfi.ee/artikkel/96382079/intervjuu-elmo-nuganen-ukraina-sodurid-on-kangelased-aga-nende-vastased-on-surnud-hinged-juba-elavana>
- Kroonika. (2022). Suitsusilmne kangelane | Miks kannab Robert Pattinsoni Batman nii paksu silmameiki? *Delfi Kroonika*, 26. jaanuar. Kasutatud 30.04.2023, <https://kroonika.delfi.ee/artikkel/120000666/suitsusilmne-kangelane-miks-kannab-robert-pattinsoni-batman-nii-paksu-silmameiki>
- Kroonika. (2022). Üle pika aja liigub Eesti film 100 000 vaataja suunas. „Apteeker Melchior“ tõi kinodesse 30 000 inimest. *Delfi Kroonika*, 18. aprill. Kasutatud 30.04.2023, <https://kroonika.delfi.ee/artikkel/120003064/ule-pika-aja-liigub-estti-film-100-000-vaataja-suunas-apteeker-melchior-toi-kinodesse-30-000-inimest>
- Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.
- Leerssen, J. (2016). Imagology: On using ethnicity to make sense of the world. *Iberic@l*, 16(1), 13–31. <https://hal.science/hal-03815416>
- Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. *Sotsiaalse Analüüsi Meetodite ja Metodoloogia Õpibaas*. Kasutatud 30.04.2023, <https://samm.ut.ee/intervjuu>
- Minnik, T. (2022). Stalin ei pidanud 9. maid võiduks, tema arvates jäi õige võit sõjas saavutamata. *Eesti Päevaleht*, 8. mai. Kasutatud 30.04.2023, <https://epl.delfi.ee/artikkel/96573715/stalin-ei-pidanud-9-maid-voiduks-tema-arvates-jai-oi-ge-voi-t-so-ja-s-saavutamata>
- Palmaru, R. (2003). *Juhatus kommunikatsiooniteooriasse*. Tallinn: Akadeemia Nord.

- Past, A. (1999). *Eesti linnade imago linnaelanike silmis*. Käsikirjaline magistritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
- Phillips, T. (2019). Joker. Warner Bros.
- Swank, R. L. ja Marchand, W. E. (1946). Combat Neuroses: Development of Combat Exhaustion. *Arch NeurPsych*, 55(3), 236–247.  
<https://doi.org/10.1001/archneurpsyc.1946.02300140067004>
- Tiks, J. (2022). SÕJAPÄEVIK (46. päev) | Süüria lihunik, Kramatorski mõrtsukas – kes juhib Vene vägesid Ukrainas? *Eesti Ekspress*, 10. aprill. Kasutatud 30.04.2023, <https://ekspress.delfi.ee/artikkel/96375483/sojapaevik-46-paev-suuria-lihunik-kramatorski-mortsukas-kes-juhib-vene-vagesid-ukrainas>
- Trotsuk, I.V. ja Subbotina, M.V. (2021). Three questions to start the sociological study of heroism. *RUDN Journal of Sociology*, 21(1), 169–180.  
<https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-1-169-180>
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley, CA: University of California Press
- Willig, C. (2001). *Introducing qualitative research in psychology. Adventures in theory and method*. Buckingham, United Kingdom: Open University Press.

## LISA 1. INTERVJUU KAVA

Lühitutvustus endast ning uuringu taustast. Kommuniqueerimine, mille jaoks vastuseid kasutatakse, kuidas on tagatud konfidentsiaalsus jt.

Alljärgnevalt on toodud peamised küsimused koos alaküsimuste ja/või suunava sisuinformatsiooniga, mida kasutati intervjuude läbiviimisel, kui intervjuueeritaval oli raskusi vastata, soovis tagatausta või tahtis pikemalt antud teemal vestelda.

0. Kui keegi ütleb sõna "Kangelane", siis mis on esimene asi, mis sulle pähe tuleb?
1. Kes on Teie jaoks "Kangelane"?
  - Kas Teie kangelane on fiktsionaalne, personaalne või avaliku elu tegelane?
  - Miks just tema?
2. "Millised oskused või omadused peaksid "Kangelasel" olema?"
  - Mida peate kangelase jaoks oluliseks omaduseks?
  - Kas arvate, et kangelasel peaks olema üldine positiivne mõju ühiskonnale või piisab isiklikust inspiratsioonist?
  - Kas omadus peab tingimata olema positiivne?
3. Mis paneb Sind huvituma oma "Kangelasest"?
  - Kuidas paneb Teid tundma?
  - Mis köidab Teie tähelepanu?
  - Kas Teil on eesmärk või soov jäljendada/järgida oma kangelast?
4. Kuidas väljendad oma huvi "Kangelase" vastu?
  - Kuidas paneb Teid tundma?
  - Kuidas saate toeks olla?
  - Elaine L. Kinsellase (2015) uurimisartiklis peegeldus, kuidas inimesed väljendavad austust oma kangelaste ja eeskujude vastu, väljendades imetlust erinevate vihjete kaudu nagu komplimendid, kehakeel, sotsiaalmeedia postitused.
5. Mis on Sinu arvamus sotsiaalsest kangelaslikkusest?
  - Erinevad algatused, protestid, indiviid nagu Gretha Thurnberg. Keegi, kes loovutab isikliku heaolu mõne suurema grupi nimel.

- Sotsiaalsel kangelaslikkust on defineeritud kui "kangelaslikku tegevust ideaalide teenistuses, mille tagajärjel võib kangelane kogeda sotsiaalse staatuse langust, usaldusvääruse kaotust, finantsilist ebastabiilsust ja sotsiaalset väljatõrjumist, vahistamist, piinamist, ohtu nii endale kui pereliikmetele ja surmahirmu ning seda sageli pikaajalises perspektiivis

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Sigrít Alunurm

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose: Ülevaade Eesti noorte kangelastest ning avaliku meedia kangelaskuvandist Ukraina- Venemaa sõja artiklite näitel, mille juhendaja on Kairi Kasearu, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Sigrít Alunurm*

**28.05.2023**