

Tartu Ülikool
Filosoofia ja semiootika instituut
Semiootika osakond

Leen Press

Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide eneseesitus kodulehtedel: multimodaalne analüüs Tartu
Ülikooli, Tallinna Ülikooli ja Eesti Kunstiakadeemia näitel

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Maarja Ojamaa

Tartu

2026

Abstrakt

Bakalaureusetöö analüüsib Tartu Ülikooli (TÜ), Tallinna Ülikooli (TLÜ) ja Eesti Kunstiakadeemia (EKA) avalehtede institutsionaalset eneseesitust multimodaalse analüüsi kaudu. Töö eesmärk on selgitada, kuidas kirjalik tekst, pildilised elemendid, ruumiline paigutus ja navigatsioon kujundavad kõrgkoolide kuvandit. Analüüs näitab, et TÜ rõhutab akadeemilist autoriteeti ja stabiilsust, TLÜ avatust ja mitmekesisist kasutajaga suhestumist ning EKA loomepraktikat ja kunstilist identiteeti. Töö järeldeb, et kõrgkoolide avalehed ei ole üksnes infokanalid, vaid olulised institutsionaalse eneseesituse ruumid.

Märksõnad: multimodaalne analüüs, institutsionaalne eneseesitus, kõrgkoolide kodulehed, sotsiaalsemiotika.

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised lähtekohad.....	8
1.1 Multimodaalse diskursuse käsitlus Kressi ja van Leeuweni järgi	8
1.1.1 Halliday süsteemfunktsionaalne lingvistika ja metafunktsioonid.....	10
1.2 Representatsioon, eneseesitus ja institutsionaalne identiteet.....	11
1.2.1 Institutsionaalne eneseesitus veebikeskkonnas	14
2. Uuritav materjal ja metoodika	18
2.1 Uuritav materjal	18
2.2 Djonovi ja Knoxi veebilehe analüüsi raamistik.....	19
3. Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide kodulehtede analüüs	23
3.1 Avalehtede eesmärk ja funktsioon.....	23
3.2 Ideatsioonilised tähendused	26
3.3 Interpersonaalsed tähendused	30
3.4 Tekstuaalsed tähendused.....	33
3.5 Sotsiaalne ja institutsionaalne kontekst	36
Kokkuvõte	41
Kirjandus	46
Summary.....	50
Lisa 1. TÜ avaleht	52
Lisa 2. TLÜ avaleht.....	53
Lisa 3. EKA avaleht.....	54

Sissejuhatus

Kõrgkoolide kodulehed on tänapäeval üks keskseid avaliku suhtluse keskkondi, mille kaudu need institutsioonid teevad end nähtavaks, vahendavad teavet ja kujundavad oma institutsionaalset kuvandit. Selliseid veebilehti saab käsitleda institutsionaalsete portaalidena, kus informatsiooni edastamine põimub kõrgkooli enesepositsioneerimisega laiemas kõrgharidusruumis (Zhang & O'Halloran 2013). Seetõttu ei ole koduleht pelgalt praktiline infokanal, vaid ka institutsionaalse eneseesituse vahend.

Kodulehe kaudu vahendatakse arusaamu sellest, milline on kõrgkooli roll, väärtused ja positsioon haridusmaastikul. Eneseesitus ei avaldu ainult üksikutes väidetes või loosungites, vaid kujuneb erinevate semiootiliste ressursside koosmõjus. Veebilehel on lisaks kirjalikule tekstile ja pildilistele elementidele oluline ka ruumiline paigutus, visuaalne hierarhia, navigeerimine ning see, milliseid valikuid kasutajale esimesena nähtavaks tehakse. Emilia Djonovi ja John S. Knoxi järgi tuleb veebilehti käsitleda tähendusruumidena, kus tähendus tekib sisu, kujunduse, paigutuse ja navigatsiooniliste lahenduste koosmõjus (Djonov & Knox 2014).

Käesolev bakalaureusetöö keskendub Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide eneseesitusele kodulehtedel Tartu Ülikooli, Tallinna Ülikooli ja Eesti Kunstiakadeemia näitel. Uurimisprobleem seisneb selles, et kuigi ülikoolide kodulehed on avalikkusele nähtavad ja tähenduslikud institutsionaalsed tekstid, ei ole Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide avalehti seni põhjalikult analüüsitud multimodaalse eneseesituse vaatenurgast. Teema on oluline ka laiemalt Eesti kõrghariduskultuuri ja institutsionaalse enese kirjelduse mõistmiseks, sest avalehtedel tehtud valikud näitavad, kuidas kõrgkoolid määratlevad oma rolli, väärtusi ja suhet avalikkusega. Samuti võib selline analüüs pakkuda ülikoolidele praktilist tagasisidet selle kohta, milline kuvand nende avalehtedel kujuneb ja milliseid kasutajarolle see esile tõstab.

Varasem uurimislugu

Varasem uurimislooline taust näitab, et institutsioonide veebilehti on rahvusvaheliselt uuritud multimodaalse analüüsi ja sotsiaalsemiootika vaatenurgast. Djonov ja Knox (2014) analüüsivad Austraalia parlamendi kodulehte ning näitavad, et veebilehe struktuur, paigutus ja kujunduslikud valikud ei ole neutraalsed, vaid osalevad institutsiooniliste väärtuste ja hierarhiate vahendamises. Nende käsitus loob üldise raamistiku, mille kaudu saab veebilehti vaadelda institutsionaalse tähendusloome keskkondadena.

Kõrghariduse kontekstis on ülikoolide kodulehete eneseesitust käsitlenud Zhang ja O'Halloran (2013), kes vaatlevad ülikoolide veebilehti osana kõrghariduse turustumise protsessidest. Nad analüüsivad, kuidas tekstilised, pildilised ja paigutuslikud ressursid toimivad koos, et kujundada ülikoolide institutsionaalset kuvandit globaalsetes hariduslikes ja majanduslikes suhetes. Nende uurimus suunab tähelepanu sellele, kuidas ülikoolide eneseesitus veebikeskkonnas on seotud laiemate ühiskondlike ja hariduspoliitiliste protsessidega.

Institutsionaalse eneseesituse konkreetsemaid mehhanisme on käsitletud uurimustes, mis keskenduvad üksikutele multimodaalsetele aspektidele. Zhou (2024) näitab Pekingi ülikooli hiina- ja ingliskeelsete avalehtede võrdluse kaudu, et erinevad keeleversioonid ei kanna üksnes sama sisu erinevas keeles, vaid rõhutavad erinevaid institutsionaalse identiteedi aspekte. Laba (2020) analüüsib Austraalia ülikoolide kodulehti GeM-mudeli abil ning toob esile, kuidas paigutus ja visuaalne hierarhia suunavad veebilehe tõlgendamist ning mõjutavad institutsionaalse kuvandi kujunemist. Kriitilisemast vaatenurgast käsitlevad Chan ja Lim (2025) haridusasutuste kodulehti ideoloogiliste tekstidena, mille kaudu vahendatakse ja normaliseeritakse hariduslikke väärtusi ja sotsiaalseid suhteid.

Ühiselt osutavad need uurimused, et ülikoolide kodulehed toimivad mitmetasandiliste institutsionaalsete tekstidena, kus kuvand kujuneb tekstiliste, pildiliste, ruumiliste ja kujunduslike valikute koosmõjus ning on tihedalt seotud sotsiaalse ja institutsionaalse kontekstiga. Käesolev töö asetub sellesse uurimisvälja, keskendudes Eesti kolme avalik-õigusliku kõrgkooli avalehtedele ning analüüsides nende institutsionaalset kuvandit tervikliku multimodaalse lähenemise kaudu.

Eesti kontekstis on haridusasutuste kodulehti uuritud eeskätt kommunikatsiooni ja tekstikeskse analüüsi vaatenurgast, käsitledes kodulehti peamiselt kooli tutvustava ja informatsiooni vahendava suhtluskanalina. Birgit Kerb (2015) analüüsib viie Eesti

riigigümnaasiumi kodulehte, keskendudes kodulehtedel esitatavale kirjalikule sisule, sealhulgas dokumentidele, tekstilistele rubriikidele ning väärtuste ja identiteedi deklaratiivsele sõnastamisele. Kerb käsitleb kodulehte eeskätt tekstilise ja žanrilise nähtusena. Sander Kamenik (2021) vaatleb Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehti visuaalse kommunikatsiooni ja funktsionaalsuse vaatenurgast, keskendudes kujunduslike elementide, struktuuri ja kasutajasõbralikkuse rollile informatsiooni edastamisel.

Kuigi need uurimused annavad väärtusliku ülevaate koolide kodulehtede sisust, ülesehitusest ja kommunikatiivsetest eesmärkidest, jääb neis tagaplaanile kodulehtede käsitlemine tervikliku multimodaalse tähendusloome ja institutsionaalse eneseesituse raamistikus. Samuti keskenduvad senised Eesti uurimused üldhariduskoolidele ega käsitle kõrgkooli kui eraldiseisvaid institutsionaalseid toimijaid haridusmaastikul. Sellest tulenevalt ei ole teada, kuidas Eesti avalik-õiguslikud kõrgkoolid kasutavad oma kodulehti institutsionaalse eneseesituse vahendina ega milliste kirjalike, pildiliste, ruumiliste ja kujunduslike valikute koosmõjus selline kuvand kujuneb.

Uurimuse eesmärk ja uurimisküsimused

Bakalaureusetöö eesmärk on analüüsida Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide avalehti multimodaalse analüüsi kaudu, et selgitada, kuidas kirjalik tekst, pildilised elemendid, ruumiline paigutus, kujunduslikud valikud ja navigatsioonilised lahendused osalevad institutsionaalse eneseesituse kujundamises.

Eesmärgi täitmiseks esitatakse järgmised uurimisküsimused:

1. Milline institutsionaalne kuvand kujuneb Tartu Ülikooli (TÜ), Tallinna Ülikooli (TLÜ) ja Eesti Kunstiakadeemia (EKA) avalehtedel?
2. Kuidas osalevad avalehtede kirjalik tekst, pildilised elemendid, ruumiline paigutus ja navigatsioon institutsionaalse eneseesituse kujundamises?
3. Millised sarnasused ja erinevused ilmnevad TÜ, TLÜ ja EKA avalehtede eneseesituses?

Uurimisküsimustele vastamiseks tuginetakse sotsiaalsemiootika, representatsioonikäsitluse ja multimodaalse analüüsi lähtekohtadele, eelkõige Gunther Kressi ja Theo van Leeuweni,

Stuart Halli ning Emilia Djonovi ja John S. Knoxi käsitlustele. Analüüsi keskseks töövahendiks on Djonovi ja Knoxi veebilehe analüüsi raamistik (2014), mille abil vaadeldakse avalehtede eesmärki ja funktsiooni, ideatsioonilisi, interpersonaalseid ja tekstuaalseid tähendusi ning sotsiaalseid ja institutsionaalseid kontekste.

Töö esimeses peatükis avatakse teoreetilised lähtekohad, teises peatükis kirjeldatakse uuritavat materjali ja meetodikat ning kolmandas peatükis analüüsitakse Tartu Ülikooli, Tallinna Ülikooli ja Eesti Kunstiakadeemia avalehti. Kokkuvõttes vastatakse uurimisküsimustele, esitatakse peamised järeldused ning arutletakse uurimuse piirangute ja edasiste uurimisvõimaluste üle.

1. Teoreetilised lähtekohad

1.1 Multimodaalse diskursuse käsitlus Kressi ja van Leeuweni järgi

Multimodaalse diskursuse käsitluses ei ole tähendus seotud ühe kindla väljendusviisiga, vaid võib realiseeruda erinevates semiootilistes moodustes. See tähendab, et sama tähendust on võimalik väljendada nii verbaalsete, pildiliste kui ka teiste semiootiliste ressursside kaudu ning need ei ole rangelt eraldatud ega kindlate funktsioonidega seotud (Kress & van Leeuwen 2001: 2). Selline lähenemine kujuneb vastanduses monomodaalsele traditsioonile, kus erinevaid väljendusviise käsitleti eraldi. Lääne kultuuris olid näiteks akadeemilised tekstid pikalt ilma pildiliste või illustratiivsete elementideta ning erinevate kunstide ja meediumide jaoks kujunesid eraldiseisvad distsipliinid (samas, 1). Tänapäeval on see piir aga hägustunud ning erinevad semiootilised ressursid toimivad üha enam koos.

Multimodaalse analüüsi puhul on oluline eristada **moodust** (*mode*) ja **meediumit** (*medium*). Kressi ja van Leeuweni käsitluses on moodus sotsiaalselt ja kultuuriliselt kujunenud semiootiline ressurss tähenduse loomiseks (nt pilt, kirjutatud tekst, paigutus või värv). Meedium viitab seevastu tähenduse materiaalsele ja tehnilisele realiseerumisele, nt vahendile või substantsile, milles semiootilised valikud teostuvad (nt paber, ekraan, heli). Kuigi neid saab analüütiliselt eristada, toimivad moodus ja meedium multimodaalses kommunikatsioonis tihedalt koos (Kress & van Leeuwen 2001: 21-22). Veebikeskkonnas on näiteks ekraan meedium, mis võimaldab erinevatel moodustel (tekst, foto, graafika) koonduda ühtseks tähenduslikuks tervikuks.

Kuigi põhimõtteliselt võib sama tähendus realiseeruda erinevates moodustes, ei ole need praktikas täielikult asendatavad. Sotsiaalses kasutuses kujuneb välja **funktsionaalne spetsialiseerumine**, mille tulemusel kasutatakse erinevaid mooduseid erinevate tähenduslike

ülesannete jaoks (Kress & van Leeuwen 2001: 64). Pildilised ja kujunduslikud ressursid on sageli seotud emotsiooni, atmosfääri ja identiteedi loomisega, samas kui kirjalik tekst vahendab täpsemat ja struktureeritumat informatsiooni. See eristus on oluline ka veebikeskkonnas, kus erinevad moodused täidavad kasutaja suunamisel erinevaid rolle.

Multimodaalses tähendusloomes ei teki tähendus üksikute elementide kaudu, vaid nende koostoimes. Seejuures ei ole tähendused alati uued, vaid neid laenatakse teistest kontekstidest. Kress ja van Leeuwen kirjeldavad seda protsessi **päritolu** (*provenance*) mõiste kaudu: semiootilised ressursid kannavad endaga kaasas varasemaid kasutusviise ja tähendusi, mis kanduvad üle uutesse olukordadesse. See tähendab, et visuaalne stiil, paigutus või kujundikeel võib viidata teistele diskursiivsetele valdkondadele ning mõjutada seda, kuidas institutsiooni tajutakse (Kress & van Leeuwen 2001: 23-25).

Digitaalses keskkonnas teiseneb multimodaalsus eelkõige **disainiprotsessiks**. Kuna eri moodused ei ole tehniliselt enam üksteisest lahtatad, toimub tähendusloome pidevate valikute kaudu: kas väljendada midagi kirjaliku teksti, pildiliste kujutiste, ruumilise paigutuse, värvi või mõne muu semiootilise ressursi abil (Kress & van Leeuwen 2001: 2). Sellest vaatenurgast ei ole disain neutraalne, vaid kujutab endast teadlikku tähendusloome protsessi ja retoorilist tegevust. Iga valik, olgu selleks värv, kujutis või elementide paigutus, suunab kasutaja tõlgendust ning osaleb aktiivselt institutsionaalse eneseesituse kujundamises.

Multimodaalses kommunikatsioonis toimivad ka üldised semiootilised põhimõtted, mis ei ole seotud ainult ühe moodusega. Üheks selliseks on **raamistamine** (*framing*), mis kirjeldab, kuidas tähenduselemendid on omavahel seotud või eraldatud. Kui elemendid on eraldatud, tajutakse neid iseseisvate üksustena, samas kui ühendatud elemendid loovad sidususe ja kuuluvuse mulje (Kress & van Leeuwen 2001: 3). Raamistamine võib avalduda näiteks tühja ruumi, joonte või värvierinevuste kaudu ning aitab mõista, kuidas tähendus veebilehel struktuurselt organiseerub.

Multimodaalset kommunikatsiooni käsitlevad Kress ja van Leeuwen nelja omavahel seotud tasandina: diskursus, disain, tootmine ja levitamine. Diskursus viitab tähenduste kultuurilisele ja sotsiaalsele kujunemisele, disain nende tähenduste organiseerimisele erinevate semiootiliste ressursside kaudu, tootmine nende materiaalsele teostusele ning levitamine tähenduste levikule ja kättesaadavusele (Kress & van Leeuwen 2001: 4-8). Käesolevas töös on

fookus eeskätt disaini tasandil, kuna see võimaldab analüüsida, milliste valikute kaudu kujundatakse veebilehtedel institutsionaalset eneseesitust.

1.1.1 Halliday süsteemfunktsionaalne lingvistika ja metafunktsioonid

Multimodaalse tähendusloome mõistmiseks on vajalik toetuda Michael Alexander Kirkwood Halliday süsteemfunktsionaalsele lingvistikale (SFL), mille klassikaline esitus pärineb 1985. aastast ja mida on põhjalikult täiendatud teoses *Halliday's Introduction to Functional Grammar, Fourth Edition* (Halliday & Matthiessen 2014). Selles lähenemises mõistetakse tähendust mitmekihilise ja samaaegselt toimiva süsteemina. Halliday järgi toimib keel alati samaaegselt kolmel tasandil, mida ta nimetab metafunktsioonideks (Halliday & Matthiessen 2014: 29-31). Need kolm tähendusliini on ideatsiooniline ehk kujutuslik, interpersonaalne ja tekstuaalne.

Ideatsiooniline metafunktsioon kirjeldab seda, kuidas keel kujutab kogemust ja loob arusaama maailmast: mis toimub, kes osaleb ja millised elemendid on olulised (Halliday & Matthiessen 2014: 30).

Interpersonaalne metafunktsioon puudutab suhtlusrolle, hoiakuid ja seda, kuidas keele kaudu kujundatakse suhteid ja suhtlusolukordi (Halliday & Matthiessen 2014: 30).

Tekstuaalne metafunktsioon organiseerib info tervikuks ja tagab, et sõnum oleks loetav, struktureeritud ja sidus (Halliday & Matthiessen 2014: 31).

Halliday rõhutab, et kogu keele süsteem on kujunenud nende funktsioonide ümber (Halliday & Matthiessen 2014: 31). Kress ja van Leeuwen toetuvad multimodaalse tähendusloome selgitamisel Halliday süsteemfunktsionaalsele ja sotsiaalsemiootilisele käsitlusele ning märgivad, et multimodaalsed grammatikad on suuremal või vähemal määral kujunenud Halliday teooria mõjul (Kress & van Leeuwen 2001: 3). Kuigi nad ei võta Halliday metafunktsioone üksüheselt üle, laiendavad nad funktsionaalset tähendusloogikat loomulikust keelest teistele semiootilistele ressurssidele, rõhutades, et eri mooduseid seovad ühised semiootilised põhimõtted (Kress & van Leeuwen 2001: 2-4). Digikeskkondade kontekstis arendavad seda edasi Djonov ja Knox, kes rakendavad funktsionaalset tähendusloogikat

veebilehtede struktuuris, navigatsioonis ja interaktiivsetes elementides (Djonov & Knox 2014). Seetõttu moodustavad Halliday metafunktsioonid ka siinse töö teoreetilise ja meetodilise tausta, sest nende kaudu saab põhjendada Djonovi ja Knoxi raamistiku jaotust ideatsioonilisteks, interpersonaalseteks ja tekstuaalseteks tähendusteks.

1.2 Representatsioon, eneseesitus ja institutsionaalne identiteet

Käesolevas töös on keskseks mõisteks **institutsionaalne eneseesitus**. Selle täpsemaks määratlemiseks tuleb seda käsitleda representatsiooni ja identiteedi kujunemise raamistikus. Eneseesitust ei käsitleta siin pelgalt eneseväljendusena, vaid tähendusloome protsessina, mille kaudu institutsioon kujundab ja vahendab kujutlust iseendast. Seetõttu avatakse peatükis esmalt representatsiooni mõiste ning seejärel käsitletakse eneseesitust kultuurisemiootilise enese kirjelduse ja deklareeritud identiteedi kontekstis.

Selleks, et rääkida ülikoolide kodulehtedest kui institutsionaalsest eneseesitusest, tuleb kõigepealt täpsustada, mida mõistetakse esituse kui representatsiooni all. Stuart Hall rõhutab, et representatsioon ei ole pelgalt reaalsuse peegeldus, vaid osaleb sotsiaalse tähenduse kujundamises (Hall 1997: 6, 16). Oluline on, et tähendus ei paikne asjades enestes, vaid kujuneb seoste loomisel materiaalse maailma, meie mentaalsete mõistete ning märkide süsteemi vahel, mille kaudu neid mõisteid väljendatakse (samas, 17-18). Kommunikatsioon toimib üksnes siis, kui kultuuris eksisteerivad jagatud koodid, mis seovad mõisted konkreetsete märkidega (samas, 18-19). Veebilehe puhul tähendab see, et ülikool saab oma identiteeti esitada vaid selliste kujundite, sõnastuste ja pildiliste vormide kaudu, mille tähendused on kasutajatele kultuuriliselt äratuntavad. Sellises keskkonnas hõlmavad need märgid nii kirjalikke, pildilisi, ruumilisi kui ka kujunduslikke valikuid, mistõttu on eneseesitus multimodaalne representatsioonipraktika. Teisisõnu ei ole koduleht lihtsalt info edastamise kanal, vaid koht, kus institutsioon esitab kindla tõlgenduse iseendast.

Halli konstruktsionistlik representatsioonikäsitlus on veebikeskkonna analüüsimisel oluline, sest koduleht toimib tähendust tootva representatsioonipraktikana: institutsioon valib,

milliseid mõisteid (nt “rahvusvaheliskus”, “tippteadus”, “hooliv kogukond”) ja milliste märkide, pilditüüpide, sõnastuste ning struktuurivalikute kaudu need nähtavaks teha.

Saro, Reidolvi ja Lepsoo määratlus aitab siinses töös siduda representatsiooni mõiste üldsemiootilise tähendusloome loogikaga. Autorite järgi tähendab representatsioon midagi, mis on kavandatud „esindama/asendama/tähistama“ midagi muud ning mille puhul vastuvõtja tunneb selle kavatsuse ära (Saro, Reidolv & Lepsoo 2014: 5). Kuna selline määratlus on lähedane semioosi põhimõistele, ei käsitleta seda siin eraldiseisva teoreetilise raamistikuna, vaid representatsiooni mõistet täpsustava lähtekohana. Sellest vaatenurgast võib institutsionaalset eneseesitust käsitada eneserepresentatsioonina, st protsessina, milles organisatsioon loob ja stabiliseerib tähendusliku kujutluse iseendast.

Kultuurisemiootikas seostatakse eneseesitust laiemalt enesekirjelduse mõistega. Mari-Liis Madisson määratleb enesekirjelduse autokommunikatiivse protsessina, mille kaudu semiootiline süsteem loob iseenda kohta korrastatud ja idealiseeritud mudeli (Madisson 2016: 204-205). Enesekirjeldus ei ole olemasoleva tegelikkuse neutraalne peegeldus, vaid mehhanism, mille abil süsteem mõtestab ja struktureerib iseennast. Selle kaudu määratletakse süsteemi piirid, sisemine loogika ning kujundatakse hierarhiline tähendusruum. Tuginedes Juri Lotmani käsitlusele, kirjeldab Madisson enesekirjeldust kui kultuuri enda loodud metatasandi mudelit ehk „grammatikat“, mille kaudu kultuur iseennast mõtestab ja korrastab (samas, 205-206).

Sellest tulenevalt on enesekirjeldus paratamatult normatiivne. See lihtsustab kultuurilist tegelikkust, tõstab esile teatud väärtused, rollid ja tähendused ning jätab teised aspektid tagaplaanile või väljapoole idealiseeritud enesemudelit (Madisson 2016: 206-207). Enesekirjelduse kaudu kujundatakse arusaam sellest, mis on süsteemi jaoks keskne ja tähenduslik ning samal ajal marginaliseeritakse nähtused ja praktikad, mis sellele mudelile ei vasta.

Sarnasele järeldusele jõuab Kaie Kotov, kes rõhutab, et kuigi identiteediloome ja enesekirjeldus on kultuuriprotsessis omavahel lahutamatu seotud, on nende eristamine kultuuriuuri jaoks metodoloogilise tähtsusega (Kotov 2005: 184). Kotovi käsitluses on enesekirjeldustes väljendatud kollektiivne identiteet käsitatav deklareeritud identiteedina, st enesekirjelduse kaudu sõnastatud ja stabiliseeritud identiteedimudelina. See loob kultuuritegelikkusest korrastatud ja ühtlustatud pildi, mis on sageli selgem ja stabiilsem kui

tegelikes kultuuripraktikates avalduv identiteet. Deklareeritud identiteet toimib instrumendina, mille abil kultuur iseennast määratleb ning positsioneerib nii sisemiselt kui ka suhetes teiste kultuuridega (samas, 184-185).

Identiteet tervikuna kujuneb aga laiemas ja dünaamilisemas protsessis. Kotovi järgi areneb nii indiviidi kui ka kultuuri tegelik identiteet kommunikatsiooni, mälu, igapäevaste praktikate ja enesekirjelduste vastastikusel pingeväljas (Kotov 2005: 185). Seega ei kattu identiteet kunagi täielikult enesekirjeldustes väljenduva pildiga. Enesekirjeldustes sõnastatud identiteet on idealiseeriv, samas kui tegelik identiteet on mitmetasandiline, ajas muutuv ning sageli vastuoluline. Käesolev uurimus keskendub seejuures just sellele deklareeritud tasandile, mitte identiteedi kujunemisele tervikuna.

Lotmani semiosfääri loogika kohaselt kujunevad enesekirjeldused eeskätt süsteemi tuumstruktuurides ning hakkavad toimima metakeelena, mille kaudu tõlgendatakse nii iseennast kui ka ümbritsevat keskkonda (Madisson 2016: 206-207). Selline metakeel kehtestab hierarhia keskse ja perifeerse vahel ning määrab, millised tähendused ja praktikad saavad normatiivse staatuse. Pinged idealiseeritud enesemudeli ja tegelike praktikate vahel moodustavad nii Madissoni kui ka Kotovi käsitluses olulise osa kultuurilisest ja institutsionaalsest dünaamikast (Madisson 2016: 207-208; Kotov 2005: 185-186).

Antud töös rakendatakse enesekirjelduse teoreetilist mõistet eneseesituse analüüsimiseks. Eneseesitust käsitletakse siin kui enesekirjelduse konkreetset ja avalikku avaldumisvormi institutsionaalses veebikommunikatsioonis. Ülikoolide kodulehti vaadeldakse avalike keskkondadena, kus institutsioonid esitavad end teadlikult kujundatud kirjalike, pildiliste, ruumiliste ja kujunduslike valikute kaudu. Analüüsi eesmärk ei ole käsitleda ülikoolide identiteeti tervikuna, vaid uurida, kuidas kodulehtede kaudu kujundatakse deklareeritud identiteeti.

Uurimuses tehakse vahe mõistetel eneseesitlus (*self-presentation*) ja eneseesitus (*self-representation*), kuid analüütilise põhimõistena kasutatakse üksnes mõistet eneseesitus. Eneseesitlus viitab olukorralisele enese esitamisele konkreetsetes kommunikatiivsetes situatsioonides, eneseesitus aga laiemale ja püsivamale enese kujutamisele tekstide ja piltide kaudu. Mõistet „kuvand“ kasutatakse töös eneseesituse sünonüümina.

1.2.1 Institutsionaalne eneseesitus veebikeskkonnas

Korporatiivse identiteedi mõiste kujunes 20. sajandi teisel poolel eeskätt äri sektoris, kus organisatsioonid hakkasid konkurentsivõimuses teadlikult koordineerima oma pildilist, verbaalset ja strateegilist eneseesitust. Identiteeti ei käsitletud enam üksnes logona või nimekujundusena, vaid tervikliku konstruktsioonina, mis hõlmab organisatsiooni kommunikatsiooni, käitumist, kultuuri ja struktuuri (Melewar jt 2018: 338-339). Selline käsitlus rõhutab, et identiteet ei ole juhuslikult kujunenud omadus, vaid teadlikult juhitud ja erinevates kanalites kooskõllaliselt esitatud tähendusraam. Eriti konkurentsitihedates keskkondades muutub identiteedi strateegiline juhtimine organisatsiooni positsioneerimise keskseks vahendiks (samal, 339-340). Identiteet ei tähenda seega pelgalt sümbolikat, vaid hõlmab kogu seda viisi, kuidas organisatsioon end avalikkuses positsioneerib, määratleb ja oma tegevust tähenduslikuks raamib.

Need praktikad on järk-järgult kandunud ka kõrgharidusse. See ei tähenda üksnes kommunikatsioonivõtete ülekandumist, vaid laiemat institutsionaalset ümberpositsioneerimist turuloogika tingimustes. Kõrghariduse rahvusvahelistumine, tudengite mobiilsus ja rahastuse konkurents on suurendanud ülikoolide vajadust oma avalikku kuvandit teadlikult kujundada (Hemsley-Brown jt 2016: 3019-3021). Seega jõuab korporatiivse identiteedi loogika kõrghariduse kodulehtedele mitte üksnes turundusvõttena, vaid viisina, kuidas kõrgkoolid peavad konkurentsisis ja avalikus ruumis oma rolli nähtavaks tegema.

Samas tuleb arvestada, et ülikool ei ole klassikaline korporatsioon. Wæraas ja Solbakk rõhutavad, et ülikooli identiteet on sisemiselt mitmekesine ning selle „olemus“ ei ole kunagi täielikult üheselt määratletav (Wæraas & Solbakk 2009: 449-451). Ülikool koondab erinevaid teadusvaldkondi, rolle ja missioone, mis ei moodusta homogeenet tervikut. Seetõttu kujuneb identiteet pidevas pingeväljas erinevate ootuste ja normatiivsete valikute vahel (samal, 451-453). Eneseesitus saab sellises olukorras olla vaid selektiivne: esile tõstetakse teatud väärtusi, rolle ja strateegilisi suundi, samal ajal kui teised aspektid jäävad varju (samal, 454-456). Institutsionaalne eneseesitus ei ole seega kogu identiteedi peegeldus, vaid normatiivne valik selle kohta, milline institutsioon soovib avalikkuses nähtav olla.

Käesolev uurimus keskendub avalik-õiguslike kõrgkoolide kodulehtede avalehtedele kui ühele kesksele eneseesituse ruumile. Yiqiong Zhang ja Kay L. O'Halloran käsitlevad

ülikoolide veebilehti institutsionaalsete portaalidena, mille kaudu ülikool mitte üksnes ei vahenda informatsiooni, vaid positsioneerib end turustumise diskursuste kaudu kõrgharidusruumis (Zhang & O'Halloran 2013: 468-469). Avaleht toimib institutsionaalse väravana: see pakub kasutajale esmase orientatsiooni ning suunab edasist liikumist lehe struktuuris (sammas, 471-472; 476). Seega ei ole koduleht neutraalne tehniline platvorm, vaid diskursiivne keskkond, kus kujundatakse ettekujutust ülikooli rollidest, väärtustest ja institutsionaalsest staatusest. Selline positsioneerimine peegeldab laiemat nihet kõrghariduse käsitlemisel turuloogika ja tarbijakeskse mõtlemise suunas (sammas, 481-483). Avalehe eristaatus tulenebki sellest, et see ühendab esmase informatsiooni, institutsionaalse kuvandi ja kasutaja suunamise ühte nähtavasse tähendusruumi.

Zhang ja O'Halloran rõhutavad, et institutsionaalne eneseesitus avalehel ei kujune üheainsa teksti või pildilise elemendi kaudu. Siinses töös mõistetakse multimodaalsust tähendusloomena, mis tekib kirjaliku teksti, pildi, värvi ja ruumilise paigutuse koosmõjus. Hüpermodaalsus lisab sellele veebikeskkonna eripära: tähendus kujuneb ka hüperlinkide, menüüde ja kasutaja liikumisteede kaudu. Zhangi ja O'Hallorani järgi saab avalehte seetõttu vaadelda lugemis- ja navigatsioonimõõtme kaudu: esimene puudutab sisu ruumilist ja visuaalset korraldust, teine aga kasutaja suunamist ja valikute struktureerimist (Zhang & O'Halloran 2013: 472-476). Need mõõtmed toimivad samaaegselt ning kujundavad koos institutsionaalse tähenduse. Sellest tulenevalt tuleb avalehte käsitleda mitte staatilise tekstina, vaid ruumilise ja navigatsioonilise keskkonnana, kus tähendus kujuneb ka kasutajale pakutavate liikumisteede kaudu.

Samuti on oluline kasutajarollide konstrueerimine. Kodulehe struktuur, navigatsioonivalikud ja ligipääsulahendused asetavad kasutaja kindlatesse positsioonidesse, näiteks potentsiaalse tudengi, üliõpilase, töötaja, vilistlase või koostööpartnerina (sammas, 479-482). Eriti selgelt võib kasutajarollide eristus ilmnedas sellistes veebilehe osades, mis suunavad eri kasutajarühmi eraldi keskkondadesse, näiteks sisseastujatele mõeldud info, üliõpilastele ja töötajatele suunatud siseveeb või muud sisselogimist eeldavad alad. Selline rollide määratlemine on osa eneseesitusest, kuna see näitab, kellele ja millisel viisil institutsioon end nähtavaks teeb. Zhang ja O'Halloran näitavad, et rollide konstrueerimine võib toimida turustumise diskursuse raames, kus tudeng positsioneeritakse üha enam tarbija ning haridus elustiili ja eneseteostuse projektina (sammas, 481-482). Siinse töö jaoks on see käsitlus oluline, sest aitab analüüsida, millise esmase sisenemistee avaleht kasutajale loob: kas kasutaja

juhitakse eelkõige õppimisvõimaluste, institutsionaalse info, kogukondliku kogemuse või loomepraktikate juurde.

Kui ülikooli identiteet kujuneb valikulise ja normatiivse eneseesituse kaudu, siis veebikeskkonnas realiseerub see multimodaalselt. See tähendab, et tähendus kujuneb erinevate semiootiliste ressursside koosmõjus. Selle protsessi analüüsimiseks on asjakohane multimodaalse diskursusanalüüsi (MDA) raamistik, mille keskmes ei ole üksik väljendusviis, vaid ressursside kombineerimine ja nende koostoimes tekkiv semantiline laienemine (O'Halloran 2021: 250). Selline lähenemine võimaldab kõrgkooli eneseesitust vaadelda terviklikult, sest avalehe tähendus ei paikne ainult tekstis või pildis eraldi, vaid nende koosmõjus.

MDA uurib, kuidas kirjalik tekst, pildilised kujundid, värv ja ruumiline paigutus suhestuvad ning loovad mitmemõõtmelise tähendusruumi. O'Hallorani käsitluses tugineb MDA Halliday sotsiaalsele semiootikale ning metafunktsionaalsele tähendusmodelile, mille kohaselt semiootilised ressursid realiseerivad ideatsiooni, interpersonaalseid ja tekstuaalseid tähendusi ka multimodaalsetes keskkondades (O'Halloran 2021: 252-253).

Olulisel kohal on intersemioos, mille all mõistetakse erinevate semiootiliste valikute vahelisi tähenduslikke suhteid (O'Halloran 2021: 250). Tähendus ei teki üksikute elementide summana, vaid nende vastastikus koostoimes, kus üks moodus võib teist täiendada, rõhutada või ümber tõlgendada. Selline intersemiootiline suhestumine kujundab tähendusloome kui dünaamilise protsessi, mille käigus eri märgisüsteemid põimuvad uueks tervikuks. Nii ei ole tähendus eri mooduste mehaaniline liitmine, vaid nendevaheliste suhete tulemus (samas, 256-257). Seetõttu tuleb ka analüüsis vaadata, kuidas tekstiline sõnum, pildiline valik, värv ja paigutus üksteist toetavad, täpsustavad või ümber raamistavad.

Lisaks toob O'Halloran esile resemiotiseerimise, mille käigus tähendused liiguvad ühest praktikast ja kontekstist teise ning läbivad sealjuures tähendusnihke (O'Halloran 2021: 257-258). Rick Iedema (2001) avab seda protsessi täpsemalt, kirjeldades, kuidas organisatsioonilistes olukordades liiguvad tähendused ajutistest ja situatiivsetest vormidest järjest püsivamate ja materiaalsete vormideni (Iedema 2001: 23). Näiteks võib tähendus liikuda kõnelt ja vahetust suhtlusest kirjalike raportite, kavandite ja lõpuks ruumiliste lahendusteni.

Iedema rõhutab, et resemiotiseerimine ei tähenda üksnes modaalsuse vahetust, vaid ka tähenduse stabiliseerumist. Iga järgmine samm muudab konkreetsete tõlgenduste realiseerimise

raskemini vaidlustatavaks ning kinnistab need järjest vastupidavamatesse materiaalsesse vormidesse. Selline protsess nihutab tähendused vahetust suhtlusolukorrast väljapoole ning kujundab need ümber spetsialiseeritumateks ja püsivamateks semiootilisteks vormideks (Iedema 2001: 24-25, 35).

Sellest vaatenurgast võib kõrgkooli avalehte käsitleda institutsionaalse enesekirjelduse resemiotiseeritud ja stabiliseeritud vormina. Kui strateegilised eesmärgid ja väärtused formuleeritakse esmalt dokumentides ja organisatsioonilistes diskursustes, siis veebikeskkonnas kinnistuvad need ruumilise paigutuse, visuaalsete rõhuasetuste ja navigatsioonistruktuuri kaudu püsivaks multimodaalseks tähenduskorralduseks. Avaleht ei vahenda seega üksnes informatsiooni, vaid stabiliseerib ühe valikulise versiooni institutsiooni identiteedist, esitades selle loomulikuna mõjuva ja enesestmõistetava tähendusraamina (Iedema 2001: 35). Niisugune vaade aitab mõista avalehe kujunduslikke ja navigatsioonilisi valikuid mitte tehniliste detailidena, vaid institutsionaalse enesekirjelduse kinnistunud vormidena.

Jane Hemsley-Brown jt eristavad identiteeti kui organisatsiooni enda poolt konstrueeritud enesemääratlust, kuvandit kui väliste osapoolte tajusid ning reputatsiooni kui ajas kujunenud kollektiivset hinnangut (2016: 3020-3021). See eristus on metodoloogiliselt oluline, kuna käesolev uurimus ei keskendu kasutajate tajudele, vaid veebilehel realiseeruvatele tähendusstruktuuridele. Nii saab analüüsida, kuidas kirjalike, pildiliste, ruumiliste ja kujunduslike valikute kaudu konstrueeritakse avalehel normatiivne, st väärtuspõhine ja idealiseeritud ettekujutus ülikoolist.

2. Uuritav materjal ja metoodika

2.1 Uuritav materjal

Uurimismaterjaliks on kolme Eesti avalik-õigusliku kõrgkooli ametlikud kodulehed: Tartu Ülikool (TÜ), Tallinna Ülikool (TLÜ) ja Eesti Kunstiakadeemia (EKA).

Valim on kujundatud sihipärase valimina, lähtudes kõrgkoolide erinevast profiilist. Valiku tegemisel oli oluline kaasata nii laiapõhjalisi kui ka spetsialiseerunud kõrgkoole. Tartu Ülikool ja Tallinna Ülikool esindavad laiapõhjalisi ülikoole, samas kui Eesti Kunstiakadeemia on kitsamalt suunatud loomevaldkonnale. Selline valik võimaldab võrrelda, kuidas erineva profiiliga kõrgkoolid oma eneseesitust kujundavad. Kolme ülikooli valik on bakalaureusetöö mahus piisav, et võimaldada võrdlust, kuid samas jääb valim piisavalt väikeseks, et iga juhtumit oleks võimalik süvitsi analüüsida.

Analüüsi keskmes on nende ülikoolide kodulehtede avalehed. Avaleht valiti uurimisüksuseks seetõttu, et see on enamasti kasutaja esimene kokkupuude institutsiooniga ning kujundab esmase arusaama sellest, millise kuvandi ülikool endast loob. Just avalehel koonduvad kõige nähtavamalt ülikooli prioriteedid, rõhuasetused ja viis, kuidas see ennast avalikkusele esitleb.

Uurimus lähtub avalehtede arvutivaates (*desktop*) kuvatavast versioonist. Mobiilivaates erineb lehtede paigutus sageli märgatavalt: muutuvad elementide järjestus, nähtavus ja navigatsiooniloogika. Kuna töö eesmärk on võrrelda avalehti võimalikult ühtsel alusel, keskendutakse arvutivaatele, mis võimaldab analüüsida nende visuaalset ja struktuurilist ülesehitust võrreldavas vormis.

Kõigi kolme avalehe kuvatõmmised on tehtud 07.01.2026 ning analüüs lähtub sellest kuupäevast fikseeritud versioonist. Tuleb arvestada, et kodulehed on tegelikus kasutuses dünaamilised keskkonnad: nende tähendusloomet võivad mõjutada liikuvad bannerid, videod,

hüperlingid, rippmenüüd ja muud interaktiivsed elemendid. Käesolev töö keskendub siiski kuvatõmmistel nähtavale avalehe arvutivaatele ega analüüsi kogu veebilehe dünaamilist kasutajakogemust.

Analüüsis kasutatakse Emilia Djonovi ja John S. Knoxi veebilehe analüüsi raamistikku kui analüütilist töövahendit. Raamistikku ei rakendata kasutajakogemuse või disaini kvaliteedi hindamiseks, vaid selleks, et süstemaatiliselt kirjeldada, milliste multimodaalsete valikute kaudu institutsioon avalehel end esitleb. Fookuses on tähendusloome: kuidas sõnastus, pildilised elemendid, ruumiline paigutus ja navigatsioon koos kujundavad institutsionaalse eneseesituse.

2.2 Djonovi ja Knoxi veebilehe analüüsi raamistik

Veebilehtede multimodaalse analüüsi aluseks on Emilia Djonovi ja John S. Knoxi (2014) välja töötatud raamistik, mis käsitleb veebilehti sotsiaalsemiootiliste tähendusruumidena. Autorite käsitluses ei koosne veebilehed üksikute tekstiliste või pildiliste elementide juhuslikust kogumist, vaid tähendus kujuneb erinevate semiootiliste ressursside koostoimes, hõlmates kirjalikku teksti, pilti, värvi, ruumilist paigutust ja navigatsioonilisi lahendusi (Djonov & Knox 2014: 171-173). Veebilehti mõistetakse hüpermoodaalsete tekstidena, kus tähendus tekib nii lugemis- kui ka navigeerimisprotsessis. Seega ei kujune tähendus üksnes esitatud sisu kaudu, vaid ka selle kaudu, kuidas kasutajat lehel liikumiseks suunatakse (samas, 173-174).

Analüüsi põhifookus on avalehel. Djonovi ja Knoxi järgi omab avaleht veebikeskkonnas eristaatust, kuna see koondab veebilehe peamised sisulised ja struktuursete rõhuasetused ning toimib esmase orientiirina kasutajale (Djonov & Knox 2014: 174-175). Avaleht on sageli esimene kokkupuutepunkt kasutaja ja institutsiooni vahel ning seetõttu ka koht, kus institutsionaalne eneseesitus on kõige kontsentreeritumalt ja normatiivsemalt kujundatud.

Djonovi ja Knoxi raamistik tugineb Halliday süsteemfunktsionaalsele lingvistikale, mille kohaselt loovad tekstid samaaegselt ideatsioonilisi, interpersonaalseid ja tekstuaalseid tähendusi. Autorid näitavad, kuidas need metafunktsioonid realiseeruvad veebikeskkonnas mitte ainult kirjaliku teksti kaudu, vaid ka pildiliste, ruumiliste ja navigatsiooniliste valikute

abil (Djonov & Knox 2014: 173-175). Sellest lähtudes struktureerivad nad veebilehtede analüüsi viieks omavahel seotud analüütiliseks kategooriaks, mis on esitatud uurimisküsimustena ning võimaldavad süstemaatiliselt kirjeldada veebilehe tähendusloomet (samas, 175).

1. **Veebilehe eesmärgi ja funktsiooni** analüüs keskendub sellele, millist kommunikatiivset rolli avaleht kogu veebikeskkonnas täidab. Vaadeldakse, kas avaleht toimib pigem informeeriva, tegutsemisele suunava või institutsiooni positioneeriva tekstina ning milliseid kasutajategevusi see esile kutsub või eeldab, näiteks edasiliikumist, kandideerimist või lihtsalt ülikooliga tutvumist (Djonov & Knox 2014: 174-175). Samuti on oluline, kuidas avaleht suunab kasutaja liikumist veebikeskkonnas ja millised navigeerimisvõimalused on esimeses vaateväljas esile toodud. Analüüs lähtub avalehe struktuurist, esiletõstetud sõnumitest ja kasutajale pakutavatest tegevusvõimalustest.
2. **Ideatsiooniliste tähenduste** tasandil keskendutakse sellele, millist sisu avalehel esitatakse ja kuidas see on temaatiliselt organiseeritud. Djonov ja Knox rõhutavad, et sisu jaotumine ja klassifitseerimine loovad sageli varjatud taksonoomiaid, mis peegeldavad institutsiooni väärtusi ja prioriteete (Djonov & Knox 2014: 175-176). Analüüsis vaadeldakse, millised teemad, tegevusvaldkonnad ja rollid on avalehel esil ning millised jäävad tagaplaanile või puuduvad täielikult. Samuti pööratakse tähelepanu sellele, kuidas erinevad sisuelemendid on omavahel seotud loogilis-semantiliste suhete (*logico-semantic relations*) kaudu, näiteks kas need on esitatud paralleelsete, hierarhiliste või täpsustavate seostena (samas, 177-178). Selline sisu organiseerimine mõjutab seda, milline tervikpilt ülikoolist kujuneb ja mida selles esile tõstetakse.
3. **Interpersonaalsed tähendused** puudutavad veebilehe ja kasutaja vahelist suhet. Selle kategooria raames vaadeldakse, kuidas kasutajat avalehel kõnetatakse, millisesse rolli ta asetatakse ning millist suhet institutsioon temaga loob (Djonov & Knox 2014: 182-184). Tähelepanu pööratakse nii kirjalikele pöördumistele ja üleskutsetele kui ka pildilistele, ruumilistele ja kujunduslikele lahendustele, mille kaudu kujundatakse tähendusi modaalsuse abil. Modaalsus avaldub näiteks visuaalses stabiilsuses (*stasis*),

kompositsioonis ja ruumilises organiseerituses (*shape & space*) ning värvikasutuses, mis võivad luua mulje autoriteetsusest, usaldusväärsusest või kasutajale suunatusest (samas, 183-184). Siinses töös mõistetakse kasutajale suunatust interpersonaalse suhtena: see näitab, kas ja kuidas avaleht pakub kasutajale võimalust institutsiooniga suhestuda, näiteks õppija, osaleja või kogukonna liikmena.

Samuti vaadeldakse, kuidas veebileht suunab kasutaja liikumist ja orienteerumist (*binding*), st kui suunatud või vaba see on. Oluline on seejuures tasakaal: liiga rangelt ette antud liikumisteed võivad tekitada piiratuse tunde, samas kui liiga avatud struktuur võib kasutaja desorienteerida (Djonov & Knox 2014: 184-185). Lisaks pööratakse tähelepanu sellele, kas ja kuidas luuakse jagatud väärtustel põhinevat kuuluvustunnet (*bonding*), näiteks pildiliste sümbolite või kujundite kaudu, mis toimivad institutsionaalsete väärtuste kandjatena (samas, 185).

Oluline on ka see, kas kasutajat kujutatakse aktiivse tegutsejana, potentsiaalse õppijana või pigem informatsiooni vastuvõtjana ning milliseid hoiakuid selline positioneerimine eeldab.

4. **Tekstuaalsete tähenduste** analüüs keskendub avalehe ruumilisele ja visuaalsele ülesehitusele ning sellele, kuidas lehe erinevad elemendid moodustavad tervikliku tähendusstruktuuri. Djonov ja Knox toovad esile sellised aspektid nagu esiletõstmine (*salience*), ülemise ja alumise osa vastandus (*Head-Tail*) ning elementide paigutus vasakule ja paremale (*information value*) ja üles-alla teljel (*Ideal-Real*), mis suunavad kasutaja tähelepanu ja mõjutavad lehe tõlgendamist (Djonov & Knox 2014: 186-188). Samuti pööratakse tähelepanu sellele, kuidas elemendid on omavahel seotud või eraldatud, kuna see mõjutab, kas lehte tajutakse sidusa tervikuna või pigem eraldiseisvate osadena. Tekstuaalne tähendus hõlmab ka navigatsioonilisi lahendusi, mille kaudu kasutajat lehel edasi suunatakse, sealhulgas seda, milliseid liikumisteid avaleht esile tõstab ja milliseid varju jätab.

Analüüsis vaadeldakse, millised elemendid paiknevad esimeses vaateväljas, kuidas kujuneb lehe lugemisloogika ning milliseid kasutajatekondi see eeldab.

5. **Sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti** kategooria seob eelnevates analüüsietappides tehtud tähelepanekud laiemate ühiskondlike ja institutsionaalsete tingimustega. Djonovi ja Knoxi järgi tuleb veebilehe tähendusi tõlgendada seoses institutsiooni rolli ja

tegevusvaldkonna normidega (Djonov & Knox 2014: 190-191). Siin vaadeldakse, kuidas avaleht esitab ülikooli avalik-õigusliku kõrgkoolina ning milliseid ootusi see kasutaja suhtes loob.

Käesolevas töös tähendab see, et analüüsitulemusi tõlgendatakse kolme omavahel seotud tasandi kaudu: riiklikud strateegilised ootused, kõrghariduse arengusuunad ning üliõpilaste tegelik kogemus. Tähelepanu all on, kuidas kõrgkoolide avalehed suhestuvad nende ootustega ning milliseid kasutajarolle ja institutsionaalseid positsioone need loovad.

Seega keskendub see kategooria sellele, millist laiemat tähendust avalehtede eneseesituslikud valikud kannavad ning kuidas need peegeldavad ülikoolide rolli muutuvates kõrgharidus- ja ühiskondlikes tingimustes.

Oluline on arvestada, et Djonovi ja Knoxi raamistik on välja töötatud 2014. aastal, mistõttu on veebidisaini ja kasutajaliidese tavad vahepeal muutunud. Kaasaegsed veebilehed on sageli visuaalselt minimalistlikumad, mobiilisõbralikumad ning kasutavad dünaamilisi ja interaktiivseid lahendusi, mida raamistik oma alguses kujus detailselt ei käsitle. Raamistikku kasutatakse seetõttu mitte ajastutruu ega normatiivse mudelina, vaid analüütilise loogikana, mis võimaldab hinnata, kuidas ideatsioonilised, interpersonaalsed ja tekstuaalsed tähendused avalduvad ka muutunud veebipraktikate kontekstis.

Samuti tuleb arvestada, et käesolev töö keskendub üksnes avalehtede arvutivaatele. See on uurimuse oluline piirang, kuna mobiilivaates võivad muutuda elementide järjestus, nähtavus, visuaalne hierarhia ja navigatsiooniloogika. Seetõttu võib ka avalehe multimodaalne tähendusloome erineda sellest, mis kujuneb arvutivaates. Siinse töö tulemusi ei käsitleta seega üldistusena kõigi kasutusviiside kohta, vaid kindlal ajahetkel fikseeritud arvutivaate analüüsina. Edasistes uurimustes oleks põhjendatud võrrelda samade kodulehtede arvuti- ja mobiilivaateid ning analüüsida, kuidas platvormiline erinevus mõjutab institutsionaalset eneseesitust.

3. Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide kodulehtede analüüs

3.1 Avalehtede eesmärk ja funktsioon

Djonovi ja Knoxi esimene analüütiline kategooria käsitleb avalehe eesmärki ja funktsiooni: millist kommunikatiivset rolli see täidab ning milliseid kasutajategevusi esile kutsub (Djonov & Knox 2014: 174-175). Selle kategooria analüüsis keskendutakse eeskätt avalehe ülemisele tsoonile kui esmasele tähendusruumile, kuna just selles vaateväljas kujuneb esmamulje ning määratletakse suhtluse lähtekoht ja kasutajaroll.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli avalehe esimeses vaateväljas domineerib suur illustratiivne banner, millel kuvatakse uudis „Ülikoolis algas digikoristuskuu“. Kuigi banneri joonistuslik stiil mõjub võrreldes klassikalise institutsionaalse fotoga mitteformaalsemalt, on selle funktsioon siiski eelkõige ülikooli igapäevast tegevust kajastava uudise esiletõstmine. Kuigi samas vaateväljas on nähtav ka navigatsioonimenüü, tõuseb esmase tähelepanukeskmena esile mitte õppimisvõimalus ega otsene tegutsemiskutse, vaid institutsiooni tegevust tutvustav sisu. Avalehe esmatasandil ei kutsuta kasutajat seega kohe üht konkreetset sammu astuma, vaid esile tõuseb pigem informeeriv ja institutsiooni tegevust tutvustav funktsioon.

Samas on juba esimeses vaateväljas nähtav ka ulatuslik navigatsioonimenüü (nt „Sisseastumine“, „Õppimine“, „Täiendusõpe“, „Teadus“, „Ettevõtlus“, „Kultuur ja traditsioonid“, „Vilistlased“), mis viitab sellele, et kasutajale pakutakse mitmeid erinevaid võimalikke suundi. Need valikud võimaldavad kasutajal liikuda edasi ka juhul, kui ta tuleb lehele kindla eesmärgiga, näiteks otsides sisseastumise, õppimise või teadustegevusega seotud infot. Siiski ei tõsteta avalehe esimeses kompositsioonis üht tegevusteed teistest selgemalt esile, mistõttu ei suunata kasutajat üheselt kindla eesmärgi poole.

Selline lahendus ei tähenda, et kasutaja oleks tingimata passiivne või ilma omaenda eesmärgita. Pigem kujundab avalehe esmane eneseesitus olukorra, kus kasutajale tutvustatakse kõigepealt ülikooli kui toimivat institutsiooni ja alles seejärel pakutakse talle erinevaid liikumisvõimalusi. Seetõttu positsioneeritakse kasutaja avalehe esmatasandil pigem institutsiooni tegevuse jälgija ja info vastuvõtjana kui aktiivse otsustajana, kellelt oodatakse kohest valikut.

Lehe edasine ülesehitus järgib selget sisulist järjestust: esmalt esitatakse institutsiooni tegevust kajastav sisu, seejärel õppimisvõimalused ning seejärel laiemad tegevusvaldkonnad. See tähendab, et kuigi tegutsemisvõimalused on olemas, ei ole need avalehe esmane fookus, vaid ilmuvad alles pärast institutsiooni tutvustavat osa.

Kasutaja liikumist ei suunata üheselt kindla teekonna kaudu, vaid talle pakutakse mitmeid paralleelseid võimalusi, nagu õppimisvõimalustega tutvumine, teadustegevus või üritused. Kuna nende vahel ei ole selget hierarhiat ega ühte domineerivat tegevussuunda, jääb kasutajale suhteliselt suur valikuvabadus otsustada, millises suunas edasi liikuda. See muudab liikumise hajusaks ning ei anna selget eelistust ühelegi kindlale kasutajatele.

Selline ülesehitus kujundab eneseesituse, milles ülikool paistab eelkõige toimiva ja korrastatud organisatsioonina. Rõhk on protsessidel ja algatustel, mitte värbamisel. Avaleht täidab siin informeerivat ja stabiliseerivat funktsiooni: enne kui kasutaja saab end õppijana mõtestada, tutvustatakse talle ülikooli kui avalikku institutsiooni.

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli avalehe esimeses vaateväljas tõuseb esile suur visuaalne plokk sõnumiga „Tallinna Ülikooli rektori valimine“. See suunab tähelepanu konkreetsele institutsionaalsele protsessile, mitte lihtsalt üldisele uudisele. Nii ei keskendu avaleht üksnes sellele, mis ülikoolis toimub, vaid teeb nähtavaks ka selle sisemise toimimise ja otsustusmehhanismid.

Kasutaja roll kujuneb seejuures samuti vaatlevaks, kuid mitte neutraalseks. Kui Tartu Ülikooli avalehel jääb kasutaja pigem distantsele, siis siin on ta asetatud justkui avalikkuse liikmena jälgima ülikooli jaoks olulist sündmust. Tegutsemist ei eeldata, kuid kasutaja kaasatakse sisuliselt rohkem sellesse, mida ülikool parasjagu teeb.

Samas ei ole tegevus TLÜ avalehel edasi lükatud. Õppimisvõimalustega seotud valikud ilmuvad kohe esimeses vaateväljas ning on kasutajale selgelt kättesaadavad. See loob olukorra, kus institutsiooniline sündmus ja praktilised edasi liikumise võimalused on korruga nähtavad, ilma et kumbki neist täielikult domineeriks.

Edasi lehel liikudes muutub see tasakaal veelgi mitmekesisemaks. Õppimisvõimaluste kõrval tuuakse esile ka kogukondlikud ja meedial põhinevad elemendid, nagu vilistlase lugu, meediasisud ja virtuaaluur. Need ei toeta otseselt üht konkreetset tegevussuunda, vaid laiendavad seda, millisel viisil kasutaja saab ülikooliga suhestuda. Nii ei kujune õppimine avalehe ainukeseks keskpunktiks, vaid jagab tähelepanu teiste tähenduslike suundadega.

Selline ülesehitus annab TLÜ eneseesitusest teistsuguse mulje kui Tartu Ülikooli puhul. Kui Tartu Ülikool mõjub pigem tervikliku ja mitmekesise institutsioonina, siis TLÜ avaleht jätab rohkem kommunikatiivse ja avatud organisatsiooni mulje, kus erinevad tegevused ja rollid on kasutajale samaaegselt kättesaadavad.

Eesti Kunstiakadeemia

Eesti Kunstiakadeemia avalehe esimeses vaateväljas tõmbab tähelepanu suur visuaalne plokk, mille keskmes on näitus „Liisa Nurklik. Eksimas / *Wandering*“. See erineb selgelt nii Tartu kui ka Tallinna Ülikooli avalehtedest, kus esiplaanil on institutsiooniga seotud info või sündmus. Siin ei alustata ei selgitamise ega suunamisega, vaid kunstiteosega. Avaleht ei paku esmalt vastust küsimusele, mida kasutaja peaks tegema, vaid loob olukorra, kus ta peab esmalt vaatama ja tõlgendama.

Sellest tuleneb ka kasutaja roll. Kui Tartu Ülikooli puhul jääb kasutaja pigem neutraalseks info vastuvõtjaks ning Tallinna Ülikooli puhul asetatakse ta jälgima konkreetset institutsionaalset sündmust, siis siin ei positioneerita kasutajat otseselt tegutsejana. Esimene kokkupuude ei eelda valikute tegemist, vaid pigem kohalolu ja tõlgendamist. Kasutaja roll kujuneb seega esteetiliseks vaatajaks, mitte aktiivseks otsustajaks.

Õppimisvõimalused ja erialad on avalehel küll olemas, kuid need ei määra selle loogikat samal viisil nagu Tartu või Tallinna Ülikooli puhul. Erinevalt neist ei ole erialad koondatud selgeteks õppetaseteks, mis suunaksid kasutajat konkreetset valikut tegema, vaid esitatakse ulatusliku roheline plokkina, kus erinevad loomepraktikad on toodud kõrvuti. Selline esitus ei

toimi niivõrd otsustuspunktina, vaid pigem ülevaatenähtena võimalikest suundadest. Seetõttu ei kujune erialade valimine avalehe keskseks tegevuseks, vaid jääb osaks laiemast loomekeskkonnast, mida kasutaja saab esmalt uurida.

Ka kasutaja liikumine ei kujune siin klassikalise suunamise kaudu. Selget „järgmist sammu“ ei pakuta ning puudub ka üks domineeriv tegevus, mille poole kasutajat juhitaks. Selle asemel avaneb leht pigem keskkonnana, kus erinevad pildilised ja sisulised elemendid – kunst, erialad, sündmused ja projektid – eksisteerivad kõrvuti. See tähendab, et liikumine ei ole ette määratud, vaid kujuneb vastavalt sellele, mis kasutaja tähelepanu köidab.

Selline ülesehitus kujundab ka Eesti Kunstiakadeemia eneseesitust. Avaleht ei esitle ülikooli esmalt õppimisvõimaluste pakkujana ega suuna kasutajat kohe tegutsema, vaid loob olukorra, kus keskne on loomepraktika ja sellega seotud kogemus. Ülikool paistab sealäbi keskkonnana, kus tähendus ei teki üksnes konkreetsete tegevuste kaudu, vaid ka visuaalse kogemuse ja tõlgendamise kaudu.

Kolme avalehe võrdlusest joonistuvad välja erinevad viisid, kuidas ülikoolid oma eneseesitust kujundavad. Tartu Ülikooli puhul on keskmes institutsiooni kui terviku esitlemine, mille raames asetatakse kasutaja esmalt vaatleja rolli ning rõhutatakse ülikooli tegevuse mitmekesisust. Tallinna Ülikooli avaleht liigub sellest sammu edasi, tuues esile institutsiooni toimimise ja protsessid ning kaasates kasutaja avalikkuse liikmena neid jälgima, samal ajal pakkudes varakult ka võimalusi tegutsemiseks. Eesti Kunstiakadeemia puhul nihkub fookus aga institutsioonilt loomepraktikale: avaleht ei alusta ei info ega tegevusega, vaid esteetilise kogemusega, milles kasutaja positsioneerub pigem tõlgendaja kui tegutsejana.

3.2 Ideatsioonilised tähendused

Ideatsioonilise tähenduse tasandil on oluline vaadata, millist sisu avalehtedel esitatakse, kuidas see on temaatiliselt organiseeritud ning millised tegevusvaldkonnad, rollid ja teemad tõusevad esile. Kui eelmises alapeatükis keskenduti avalehe kommunikatiivsele funktsioonile ja kasutaja suunamisele, siis siinses alapeatükis on fookus sisu sisemisel korraldusel. Teisisõnu ei küsita

siin eeskätt, mida avaleht kasutajaga teeb, vaid millise sisulise pildi ülikool endast loob: millised tegevused, valdkonnad ja rollid määratletakse institutsiooni jaoks kesksena ning millised jäävad tagaplaanile.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli avalehe ideatsiooniline ülesehitus ei ole juhuslik, vaid järgib selget temaatilist loogikat. Sisu liigub järjestuses, kus esmalt tuuakse esile institutsiooni tegevus, siis õppimisvõimalused, seejärel teadus ja koostöö ning lõpuks laiem institutsionaalne roll. Selline ülesehitus loob pildi ülikoolist kui mitmetahulisest organisatsioonist, mille identiteet ei piirdu üksnes õppimisega, vaid hõlmab erinevaid tegevusvaldkondi.

Õppimisvõimalused on koondatud õppetasemetest lähtuvasse kategooriatesse, nagu bakalaureuse- ja magistriõpe, doktoriõpe ning täiendusõpe. See tähendab, et õpe on struktureeritud institutsiooni sisemise loogika järgi ning esitatud süsteemina, mitte kasutaja vaatepunktist lähtuva valikuna. Selline jaotus moodustab institutsioonikeskse taksonoomia, kus sisu organiseeritakse ülikooli enda struktuuri alusel.

Õppimine ei kujune siiski avalehe ainukeseks keskseks sisuks. Sellega paralleelselt on esitatud teadus- ja koostöövaldkonnad, mis on sama nähtavad kui õppimisvõimalused. Sisu organiseerimine on seega pigem paralleelne kui hierarhiline: erinevad tegevusvaldkonnad on esitatud kõrvuti, ilma et üks neist oleks teistest kõrgemal. Samas ei ole see väärtuselt neutraalne. Mitmes plokis kasutatakse normatiivset sõnastust, näiteks „Suurim valik erialasid Eestis“ või „Eesti akadeemilise vaimuse kants“, mis positioneerivad ülikooli aktiivselt Eesti kõrgharidusvälja keskpunktina.

Samas jääb tagaplaanile kasutajakeskne või kogemuslik lähenemine. Avalehel ei keskenduta konkreetsetele sihtrühmadele ega isiklikele lugudele, vaid rõhk on institutsiooni tegevusvaldkondadel. Selline valik suunab tähelepanu sellele, kuidas ülikool ennast struktureerib ja mõtestab, mitte sellele, kuidas kasutaja võiks seda kogeda.

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli avalehe ideatsiooniline ülesehitus ei lähtu ühest selgest temaatilisest järjestusest, vaid erinevate sisukategooriate kooslusest. Avalehel on samaaegselt esindatud institutsionaalne protsess („rektori valimine“), õppimisvõimalused, uudised, sündmused, meediasisu, vilistlase lugu ning virtuaaltuur. Need ei moodusta ühtset lineaarset struktuuri, vaid eksisteerivad kõrvuti, luues mitmekihilise ja heterogeense sisuruumi.

Selline ülesehitus peegeldub ka sisu klassifikatsioonis. Kui Tartu Ülikooli puhul oli võimalik rääkida ühtsest institutsioonikesksest taksonoomiast, siis siin põimuvad mitu erinevat loogikat. Õppimine on küll jaotatud õppetasemetega, kuid sellega paralleelselt esinevad sisutüüpidel põhinevad kategooriad, nagu uudised, sündmused ja meedia, samuti kogemuslikud ja ruumilised elemendid, nagu vilistlase lugu ja virtuaaltuur. Seetõttu ei organiseerita sisu ühe keskse printsiibi alusel, vaid erinevad klassifikatsioonid kattuvad ja toimivad samaaegselt.

Sisuvahelised suhted ei piirdu seejuures pelgalt paralleelsusega. Kuigi erinevad teemad on esitatud kõrvuti, ei ole need tähenduslikult neutraalsed, vaid konkureerivad omavahel tähelepanu pärast. Õppimisvõimalused ei kujune üheselt keskseks, vaid jagavad ruumi meediasisu, sündmuste ja isiklike lugudega, mis loovad alternatiivseid viise ülikooli mõtestamiseks. Seda dünaamikat võimendab ka sisu temporaalne loogika: uudised ja sündmused on selgelt ajaliselt märgistatud, mis loob mulje pidevalt muutuvast ja aktiivselt toimivast organisatsioonist. Nii ei esine avaleht üksnes erinevate teemade kogumina, vaid ajas areneva keskkonnana.

Oluline roll on ka inimesel kui sisukategoorial. Vilistlase esiletõstmine ei täida üksnes informatiivset funktsiooni, vaid toob esile isikliku kogemuse kui ühe võimaliku tähendusliku vaatepunkti. See laiendab ülikooli esitust institutsionaalsest struktuurist individuaalse tasandini.

Eesti Kunstiakadeemia

Eesti Kunstiakadeemia avalehe ideatsiooniline ülesehitus erineb selgelt nii Tartu kui ka Tallinna Ülikoolist, kuna see ei lähtu institutsioonist ega selle tegevusvaldkondade järjestusest, vaid loomepraktikatest. Avalehe keskmes ei ole mitte see, mida ülikool institutsioonina teeb, vaid see, mida selles keskkonnas tehakse. Esile tõusevad näitus, erialad, projektid ja teosed, mis kujundavad avalehe sisu praktilise ja loomingulise tegevuse kaudu.

Seda loogikat kannab eriti selgelt erialade plokk, kus valdkonnad on esitatud loomepraktikate kaupa, nagu animatsioon, graafiline disain, klaas, keraamika või stsenograafia. Erinevalt Tartu ja Tallinna Ülikoolist ei ole need organiseeritud õppetasete alusel, vaid lähtuvad tegevusest ja materjalist. Selline jaotus moodustab praktikapõhise taksonoomia, kus sisu struktureeritakse selle järgi, mida tehakse, mitte selle järgi, millises institutsionaalses raamistikus seda tehakse.

Ka sisuvahelised suhted ei ole hierarhilised ega konkurentsil põhinevad, vaid pigem assotsiatiivsed. Erinevad elemendid, nagu teosed, erialad, sündmused ja projektid, ei allu üksteisele ega võistle tähelepanu pärast, vaid eksisteerivad kõrvuti, meenutades pigem galerii- või näituse loogikat. Seda loogikat toetavad ka *open call*'id ja projektikutsed, nagu „Leida #8: Kopeerimistö“, mis ei toimi pelgalt informeerivate teadetena, vaid kutsuvad osalema loomingulises protsessis. Nii ei piirdu avalehe sisu valmis kujul esitatud tegevustega, vaid hõlmab ka käimasolevaid ja avatud loomepraktikaid.

Kuigi avalehel esinevad ka ajaliselt määratletud elemendid, nagu kalender ja uudised, ei kujunda need sisu üldist loogikat samal viisil nagu Tallinna Ülikooli puhul. Temporaalsus on olemas, kuid ei domineeri; keskne on loomepraktika, mitte ajas muutuv informatsioon.

Ideatsioonilise analüüsi põhjal ilmneb, et kõrgkoolide avalehed ei erine üksnes esitatud teemade poolest, vaid ka selles, kuidas sisu temaatiliselt organiseeritakse ja milliseid klassifitseerimise põhimõtteid kasutatakse. Tartu Ülikool kujundab selge ja institutsioonikeskse sisukorralduse, Tallinna Ülikooli puhul kujuneb sisu mitmekihiliseks ja hübriidseks, kus erinevad klassifikatsioonid kattuvad ning puudub üks keskne organiseeriv printsiip. Eesti Kunstiakadeemia avaleht lähtub seevastu loomepraktikatest, mille kaudu korrastatakse kogu sisu ning kujundatakse assotsiatiivne ja praktikakeskne tähendusruum. Seeläbi kujuneb igal avalehel erinev tervikpilt ülikoolist, mis peegeldab viisi, kuidas institutsioon ennast sisuliselt määratleb.

3.3 Interpersonaalsed tähendused

Interpersonaalsete tähenduste tasandil vaadeldakse, kuidas koduleht kujundab suhte kasutaja ja institutsiooni vahel, millise mulje ja hoiaku see kujundab ning kuidas kasutajat positsioneerib. Djonovi ja Knoxi (2014) käsitluses hõlmab see eelkõige seda, kuidas veebileht esitleb end usaldusväärse ja autoriteetse keskkonnana ning kuidas see positsioneerib kasutajat suhtes esitatud sisuga. Selles analüüsikategoorias keskendutakse eeskätt sellele, kuidas visuaalne kujundus, värvikasutus, ruumiline korrastatus ja üldine stiil esitavad veebilehte usaldusväärse, aktiivse või esteetiliselt rõhutatud keskkonnana ning millise positsiooni need kasutajale omistavad.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli avalehe interpersonaalsed tähendused kujunevad eelkõige selliselt, et avalehe esmane eneseesitus kaldub kasutajat positsioneerima pigem vaatleja ja info vastuvõtjana. Avalehe esmane kokkupuude ei aseta teda kohe aktiivse tegutseja või otsustaja rolli, vaid suunab teda jälgima ja vastu võtma institutsiooni kohta esitatud informatsiooni. Kasutajat ei kõnetata otseselt ega kujutata otsuste tegijana, mistõttu kujuneb temaga suhe, mis põhineb pigem informatsiooni vahendamisel kui kaasamisel.

Sellist suhet toetab ka avalehe suhteliselt kõrge modaalsus Djonovi ja Knoxi tähenduses. Kõrge modaalsus tähendab siin suhtelist staatilisust, korrastatud ruumilist ülesehitust ning konservatiivset värvikasutust, mis võivad kujundada mulje faktilisusest ja usaldusväärsusest (Djonov & Knox 2014: 183-184). Tartu Ülikooli avalehe pildiline ja kirjalik esitus mõjub stabiilselt, rahulikult ja korrastatult, luues mulje usaldusväärsusest ja akadeemilisest autoriteedist. Seda tugevdavad konkreetsed pildilised valikud, nagu laborikeskkonnas töötavat tudengit kujutavad fotod, ühiselt poseeriv tudengite grupp ning klassikaline skulptuur. Samuti mängib olulist rolli värvikasutus: domineeriv sinine toon loob seose institutsionaalse usaldusväärsuse ja rahulikkusega ning ei mõju pealetükkivalt ega emotsionaalselt laetud viisil. Koos kujundavad need elemendid ühtse visuaalse terviku, mis kinnistab ülikooli kuvandit stabiilse ja autoriteetse institutsioonina.

Samas ei ole Tartu Ülikooli avalehe ametlikkus täiesti ühesuunaline. Esimeses vaateväljas kasutatud „digikoristuskoo“ banner on joonistuslik ja mõjub võrreldes klassikalise

institutsionaalse fotoga mitteformaalsemalt. See pehmenab avalehe ametlikku ja autoriteetset üldmuljet ning loob kasutajaga veidi ligipääsetavama suhte. Siiski ei muuda see avalehe üldist positsioneerimist mänguliseks või tugevalt kaasavaks, sest banner jääb institutsionaalse uudise vormi ning seda ümbritseb korrastatud navigatsioon ja konservatiivne sinine värvisüsteem.

Kasutaja liikumine kujuneb seejuures selgelt struktureeritud võimaluste raames. Avaleht ei jäta kasutajat täiesti vabasse otsingusse, kuid ei seo teda ka ühe konkreetse teekonnaga, vaid loob tasakaalu suunatuse ja vabaduse vahel. Selline lahendus toetab tunnet, et liikumine on kontrollitud ja arusaadav, kuid mitte piirav.

Kuuluvustunne tekib seejuures vähem isikustatud kogemuste ja rohkem institutsiooni enda kaudu. Kuigi tudengigrupi foto võib luua üldise akadeemilise kogukonna mulje, ei seota seda konkreetsete isiklike lugude ega kasutaja otsese kõnetamisega. Esile on tõstetud ülikool kui tervik, sealhulgas selle teadus, ühiskondlik roll ja akadeemiline tähendus. Seetõttu kujuneb kasutaja ja ülikooli vaheline suhe pigem institutsioonikeskseks kui kogemuslikuks.

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli avalehe interpersonaalsed tähendused kujunevad mitmekihilisemalt kui Tartu Ülikooli puhul, kuna kasutajat ei asetata ühte kindlasse rolli. Avalehel esinevad paralleelselt erinevad rollid ja suhestumisviisid, mis võimaldavad kasutajal suhestuda ülikooliga mitmel viisil: ta võib olla nii potentsiaalne õppija, sündmustel osaleja, meediasisu jälgija kui ka kogukonna liige. Selline lahendus ei kinnista üht kindlat positsiooni, vaid loob paindliku suhte, kus kasutaja liigub erinevate rollide vahel.

Seda mitmekesisust toetab ka avalehe visuaalne esitus, mis on dünaamilisem ja inimkeskem kui Tartu Ülikooli puhul. Esile tõusevad inimesed erinevates tegevusolukordades, nagu arutelud, loengud ja ühisüritused, samuti vilistlase esiletõstmine nime ja näoga. Lisaks kujundab avalehe modaalsust tugev punane värvikasutus, mis ei mõju neutraalselt, vaid loob energilise ja enesekindla üldmulje. Banneri slaidilahendus lisab pildilisele esitlusele dünaamikat, mis toetab arusaama ülikoolist kui aktiivselt toimivast ja muutuvast keskkonnast.

Kasutaja liikumise kogemus kujuneb seejuures vabamaks kui Tartu Ülikooli puhul. Avaleht ei seo teda ühe keskse teekonnaga, vaid jätab rohkem ruumi iseseisvaks valikuks ja

orienteerumiseks. See loob suurema autonoomia, kuid eeldab samal ajal ka aktiivsemat suhestumist esitatud sisuga.

Kuuluvustunne tekib eelkõige kogukondliku ja isikliku tasandi kaudu. Erinevalt Tartu Ülikoolist ei vahendata suhet peamiselt institutsiooni kui terviku kaudu, vaid rõhutatakse inimesi ja nende kogemusi. Vilistlase esiletõstmine konkreetse nime ja näoga loob võimaluse samastumiseks ning kujundab ülikooli keskkonnana, kus individuaalne kogemus on nähtav ja tähenduslik. Selline ülesehitus loob kasutajaga suhte, mis ei põhine üksnes informatsiooni vahendamisel, vaid ka kogukondlikul kuuluvusel ja individuaalse kogemuse nähtavaks tegemisel.

Eesti Kunstiakadeemia

Eesti Kunstiakadeemia avalehe interpersonaalsed tähendused erinevad selgelt nii Tartu kui ka Tallinna Ülikooli omadest, kuna kasutajat ei positsioneerita ei informatsiooni vastuvõtja ega aktiivse tegutsejana. Avalehe esmane kokkupuude ei eelda otsustamist ega konkreetse tegevuse valimist, vaid loob olukorra, kus kasutaja peatub ja suhestub nähtavaga. Kasutaja roll kujuneb seega tõlgendavaks: ta vaatab, kogeb ja loob tähendust, mitte ei täida etteantud tegevust.

Sellist suhet toetab ka avalehe visuaalne esitus, mis on võrreldes teiste analüüsitud ülikoolidega avatum ja vähem fikseeritud. Domineeriv roheline värvilahendus ei mõju neutraalse ega institutsionaalselt distantseeruvana, vaid loob eristuva ja loovale keskkonnale omase atmosfääri. Ka pildilised elemendid ei toimi informatiivsete illustratsioonidena, vaid esitavad erinevaid loomepraktikaid ja teoseid, mille tähendus ei ole üheselt määratletud. Selline esitus ei rõhuta faktilisust ega autoriteeti, vaid jätab ruumi tõlgendamiseks.

Lehe struktuur ja liikumisloogika ei ole seejuures rangelt korrastatud. Erinevad sisualad, nagu erialad, kalender, uudised, projektid ja videod, on paigutatud tihedalt ning mitmes suunas korraga, mistõttu ei kujune ühtset domineerivat teekonda. See loob olukorra, kus kasutaja peab ise orienteeruma ning valima, millele tähelepanu suunata. Selline lahendus võib mõjuda vabastavalt, kuid eeldab ka aktiivsemat suhestumist lehega.

Kuuluvustunne ei teki siin institutsiooni ega konkreetsete isikute kaudu, vaid loomepraktika kaudu. Näitused, projektikutsed ja preemiad ei esita üksnes valmis tulemusi, vaid viitavad tegevustele, milles on võimalik osaleda. Nii ei kutsuta kasutajat samastuma mitte

niivõrd ülikooli kui organisatsiooniga, vaid loomekogukonnaga ja selles osalemise võimalusega. Selline ülesehitus loob kasutajaga suhte, kus keskne ei ole informatsiooni omandamine ega kohene tegutsemine, vaid esteetiline kogemus ja selle kaudu tähenduse loomine.

Interpersonaalse analüüsi põhjal ilmneb, et kõrgkoolide avalehed erinevad eeskätt selles, millise suhte nad kasutajaga loovad. Tartu Ülikool kujundab institutsioonikeskse ja autoriteetse suhtlusviisi, Tallinna Ülikool loob mitmekesisema ja kogukondlikuma suhte ning Eesti Kunstiakadeemia puhul nihkub fookus esteetilisele kogemusele ja tõlgendamisele. Nii eeldavad avalehed kasutajalt erinevat tüüpi osalust ning kujundavad temast erineva rolli.

3.4 Tekstuaalsed tähendused

Tekstuaalse tähenduse tasandil on oluline vaadata, kuidas avaleht on visuaalselt ja ruumiliselt organiseeritud ning kuidas selle erinevad elemendid moodustavad tervikliku kompositsiooni. Djonovi ja Knoxi järgi avaldub tekstuaalne tähendus elementide paigutuse, esiletõstmise ja omavaheliste suhete kaudu, mis suunavad kasutaja tähelepanu ja mõjutavad lehe tõlgendamist (Djonov & Knox 2014: 186-188). Selles kategoorias ei ole keskne mitte see, mida avaleht esitab, vaid see, kuidas sisu on paigutatud ning millise lugemisloogika see loob.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli avalehe tekstuaalne ülesehitus on selgelt struktureeritud ning põhineb tugeval vertikaalsel kompositsioonil. Leht juhib tähelepanu ülevalt alla, alustades suurest visuaalsest bännerist ning liikudes seejärel järjestikuste sisublokkide kaudu edasi. Selline ülesehitus loob lineaarse ja kergesti jälgitava lugemisloogika.

Lehe ülemine osa on visuaalselt domineeriv. Suur bänner koos peamenüüga koondab kõige olulisemad orientiirid ning määrab, kuidas lehte edasi tõlgendada. Sellele järgnev

visuaalne riba ja esimesed sisublokid jätkavad sama loogikat, kinnistades lehe alguse kui tähenduslikult kõige kaalukama ala.

Tähelepanu suunamine on selgelt kontrollitud. Kõige silmatorkavamad on bänner ja suured pildiplokid, millele järgnevad tegevusnupud ja tekstid. Seda toetab korduv kompositsiooniline muster, kus sisublokid on üles ehitatud sarnaselt (pilt, lühitekst ja nupp). Selline kordus loob ühtlase rütmi ja teeb lehe kergesti loetavaks. Selle taustal tõuseb esile doktoritööde kaitsmiste ploki suur foto, millel korduvad Tartu Ülikooli sümboolikaga doktoridiplomi torud. See katkestab tavapärase pilt-tekst-nupp mustri ja muutub seetõttu eriti silmatorkavaks.

Leht on jaotatud selgelt eristatud sisublokkideks, nagu õppimine, teadus, koostöö ja uudised. Need on omavahel eraldatud, kuid seotud ühtse rütmiga, mistõttu kujuneb tervik korrastatuks ja süsteemseks. Sama struktuur kordub ka navigeerimises: peamenüü ja visuaalsed plokid viitavad samadele kategooriatele, muutes kogu veebikeskkonna ülesehituse kiiresti arusaadavaks.

Nii kujuneb avaleht tervikuna selgeks ja lineaarselt loetavaks, kus erinevad elemendid ei konkureeri omavahel, vaid alluvad ühtsele ja järjepidevale ülesehitusele.

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli avalehe tekstuaalne ülesehitus erineb Tartu Ülikooli omast selle poolest, et see ei toetu ühele selgele lineaarselt kulgevale kompositsioonile. Kuigi leht liigub ülevalt alla, hajub tähelepanu juba varakult mitmesse suunda. Suur bänner, sellele vahetult järgnev õppetasemete riba, vasakut serva läbiv punane vertikaal ning eri suurusega sisublokid loovad ülesehituse, kus lugemine ei kulge samm-sammult, vaid hargneb mitmeks võimalikuks trajektooriks.

Esimeses vaateväljas tõusevad korraga esile nii rektori valimise bänner, selle slaidstruktuur kui ka kohe all paiknevad õppetasemete valikud. Avalehe ülemine osa ei koonda tähelepanu üheainsa tähenduskeskme ümber, vaid sisaldab mitut paralleelset orientiiri.

Tähelepanu suunamine on vähem kontrollitud ja rohkem konkurentsile avatud. Tugev punane värv, suur bänner, uudisplokid ning vilistlase portree toimivad samaaegselt silmatorkavate elementidena, mistõttu visuaalne hierarhia ei ole üheselt fikseeritud. Seda

killustatust tasakaalustab punane vertikaalne riba lehe vasakus servas, mis toimib visuaalse teljena ja seob erinevad osad tervikuks.

Ka raamistamine on mitmekesisem ja vähem ühtlane kui Tartu Ülikooli puhul. Kuigi sisu on jaotatud plokkideks, varieeruvad nende paigutus ja ülesehitus märgatavalt: uudistes domineerib üks suurem pildiline element koos väiksematega, sündmused on esitatud kalendrilise loendina ning meedia mosaiikse paigutusena. Selline ebahütlane rütm loob dünaamilisema, kuid vähem ennustatava terviku. Selle taustal tõuseb esile vilistlase portreeplokk, mis suure formaadi ja ümbritseva tühja ruumi tõttu katkestab tavapärase mustri.

Lehe lõpuosas toimib virtuaaltuuri suur maastikufoto visuaalse lõpetusena. Samal ajal kujuneb navigeerimine mitmekihiliseks: peamenüü, õppetasete rida ja eri sisublokid toimivad paralleelsete sisenemispunktidenä. Nii kujuneb avaleht tervikuna mitmekeskseks ja mitmesuunaliseks, kus erinevad elemendid toimivad paralleelsete tähelepanukeskmetena.

Eesti Kunstiakadeemia

Eesti Kunstiakadeemia avalehe tekstuaalne ülesehitus ei moodusta selget ega lineaarset kompositsiooni. Kuigi leht liigub vertikaalselt, ei teki järjestikust lugemisloogikat, vaid sisu mõjub voolavana ja assotsiatiivsena. Erinevad elemendid ei juhi kasutajat samm-sammult edasi, vaid paiknevad kõrvuti, nii et liikumine kujuneb vastavalt sellele, mis tähelepanu köidab.

See ilmneb juba avalehe alguses, kus esimeses vaateväljas on korraga mitu tasandit: näituse banner, kaks navigatsioonirida, visuaalne riba ning erialade plokk. Ükski neist ei domineeri täielikult, mistõttu ei koondu tähelepanu ühte keskpunkti, vaid hajub erinevate võimaluste vahel.

Ka tähelepanu suunamine on pigem visuaalne kui funktsionaalne. Suur kunstibanner, roheline erialade plokk, *open call*'i kuulutused ja sündmuste pildilised elemendid toimivad kõik eraldi tõmbekeskmetena, ilma et tekiks selge hierarhia. Pilgu liikumine ei ole ette määratud, vaid kujuneb visuaalse huvi alusel.

Lehe sisemine struktuur ei ole ühtlane. Kalender ja uudised on paigutatud kahte paralleelsesse veergu ning roheline erialade ploki tekstiline loend katkestab tavapärase pildi ja teksti rütmi. Selline lahendus loob ebahütlase, kuid dünaamilise terviku, kus erinevad struktuurilooigikad põimuvad.

Navigeerimine ei koonu üheks selgeks teekonnaks. Menüü, erialade plokk ja üksikud sisulingid pakuvad küll võimalusi liikumiseks, kuid ei määra kindlat suunda. Lehel liikumine jääb kasutaja enda otsustada.

Sellise ülesehituse tulemusena kujuneb avaleht pigem galerii-laadseks tähendusruumiks, kus elemendid ei allu ühtsele hierarhiale, vaid seostuvad vabamalt ja loovad terviku alles liikumise käigus. Lehe alumises osas esile tõusev roheline ala toimib seejuures visuaalse lõpetusena, mis eristub selgelt ülejäänud kompositsioonist ja annab tervikule tugeva värvilise piiri.

Tekstuaalse analüüsi põhjal ilmneb, et kõrgkoolide avalehed erinevad selle poolest, kuidas nad organiseerivad visuaalse terviku ja suunavad tähelepanu liikumist. Tartu Ülikooli avaleht on lineaarne ja hierarhiline, juhtides pilku samm-sammult ning peegeldades selgelt institutsiooni struktuuri. Tallinna Ülikooli puhul muutub ülesehitus mitmekeskseks, kus erinevad elemendid toimivad paralleelsete tähelepanukeskmetena. Eesti Kunstiakadeemia avaleht kujuneb aga voolavaks ja assotsiatiivseks tähendusruumiks, kus visuaalsed elemendid ei allu ühtsele hierarhiale ning tervik tekib liikumise käigus.

3.5 Sotsiaalne ja institutsionaalne kontekst

Djonovi ja Knoxi (2014) viienda kategooria kohaselt tuleb veebilehe tähendusi tõlgendada seoses institutsiooni rolli ja tegevusvaldkonna normidega. Eesti kõrghariduse konteksti käsitletakse käesolevas töös kolmel omavahel seotud tasandil: riiklikud strateegilised ootused (Haridusvaldkonna arengukava 2021–2035), valdkonna arengusuunad ja tulevikustsenaariumid (Arenguseire Keskuse raport 2022) ning üliõpilaste tegelik kogemus ja vajadused (EUROSTUDENT 8 uuring 2023). Järgnevas analüüsis seotakse peatükkides 3.1-3.4 tehtud tähelepanekud selle kontekstiga, keskendudes küsimusele, kuidas peegeldavad avalehtede eneseesituse valikud riiklike ootusi, hariduse arengusuundi ja üliõpilaste tegelikke vajadusi.

Haridusvaldkonna arengukava 2021–2035 seab Eesti haridusvaldkonnale, sealhulgas kõrgharidusele, eesmärgid, millest käesoleva analüüsi jaoks on kõige olulisemad õppijast lähtuv

õpe ning õpivõimaluste kättesaadavus ja valikurohkus (Haridus- ja Teadusministeerium 2021: 11). Need põhimõtted on olulised, kuna need seostuvad otseselt sellega, kuidas ülikoolid oma avalehtedel kasutajat kõnetavad ja milliseid tegutsemisvõimalusi talle pakuvad. Seega loob arengukava tausta, mille kaudu on võimalik vaadata, kuidas need valikud avalehtedel realiseeruvad.

Arenguseire Keskuse raport „Kõrghariduse tulevik. Arengusuundumused aastani 2035“ käsitleb kõrghariduse arengut demograafiliste muutuste ja kasvava konkurentsivõime kontekstis. Raportis tuuakse esile, et „järjest tugevam on narratiiv „tudeng kui klient““, mis viitab ootusele, et õppijate vajaduste ja eripäradega arvestatakse ning õpikogemus oleks paindlik ja individuaalne (Arenguseire Keskus 2022: 21). Avalehtede analüüsi seisukohalt on see oluline, sest koduleht on üks keskkond, kus saab nähtavaks, kas kasutajat kõnetatakse aktiivse valikute tegijana, potentsiaalse õppijana või pigem institutsiooni kohta informatsiooni vastuvõtjana.

EUROSTUDENT 8 Eesti tulemuste lühiülevaade (2023) pakub empiirilist pilti Eesti üliõpilaskonnast ning näitab, et see ei vasta enam täielikult traditsioonilisele ettekujutusele noorest täisajaga õppijast. Üliõpilaste keskmine vanus on 27,2 aastat ning märkimisväärne osa tudengitest töötab õpingute kõrvalt; üliõpilaste sissetulekutest 65% pärineb töötamisest (EUROSTUDENT 8 2023: 7). Samuti on kasvanud nende üliõpilaste osakaal, kes ei tunne end kõrgkoolis kuuluvana: 7%-lt 12%-ni (samas, 8). Need näitajad on siinse töö jaoks olulised, sest need osutavad mitmekesisele üliõpilaskonnale, kelle vajadused ei pruugi piirduda üksnes sisseastumisinfo või õppekavadega. Seetõttu saab avalehtede analüüsis küsida, kas ja kuidas ülikoolide eneseesitus tunnustab erinevaid kasutajarolle, õppijate elusituatsioone ja kuuluvustunde loomise vajadust.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli avalehe puhul muutub sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti tasandil eriti nähtavaks pingeline institutsionaalse autoriteedi ja õppijakesksuse ootuse vahel. Nagu eelnevates alapeatükkides ilmnes, esitleb TÜ avaleht ülikooli eelkõige stabiilse ja mitmekesise institutsioonina, kuid siinses peatükis on oluline küsida, kuidas selline eneseesitus suhestub õppija vajaduste, personaliseerimise ja kuuluvustunde küsimustega. Arengukava õppijast lähtumise põhimõtte valguses on tähelepanuväärne, et avalehe esmase tähelepanukeskmene

tõuseb esile institutsiooni igapäevane tegevus, näiteks uudis „Ülikoolis algas digikoristuskuu“, mitte kasutajale suunatud õppimisvalik või otsene tegutsemiskutse. Samas kasutatakse normatiivset sõnastust, näiteks „Eesti akadeemilise vaimsure kants“ ja „suurim valik erialasid Eestis“, mis positioneerib ülikooli etalonina, mitte partnerina, kes kasutaja vajadusi tunnustab.

Arenguseire Keskuse raporti personaliseerimise ootuse valguses on märkimisväärne, et avaleht ei kõneta kasutajat tugevalt isiklikul tasandil. Kuigi avalehel on pildilisi elemente, mis võivad luua teatavat kuuluvustunnet, näiteks bakalaureuse- ja magistriõppe plokis kujutatud tudengigrupp, jääb see kuuluvus üldistatuks ega ole seotud konkreetse isikliku loo või nimetatud kogemusega. Puuduvad näiteks vilistlaste lood, tudengite kogemuslood või otsesed osalemiskutsed, mis tunnustaksid kasutaja erinevaid rolle ja vajadusi. Visuaalselt toetavad Tartu Ülikooli avalehe institutsionaalset usaldusväärust sinine värvikasutus, laborikeskkonnas töötavaid tudengeid kujutavad fotod ja akadeemilised sümbolid; kuuluvustunne tekib siin pigem akadeemilise institutsiooni kui individuaalse kogemuse kaudu.

EUROSTUDENT 8 andmete põhjal, mis viitavad üliõpilaskonna mitmekesisumisele ja kuuluvustunde langusele, võib selline institutsioonikeskne eneseesitus jääda kaugeks näiteks töötavale või vanemale õppijale, kelle erinevaid elusituatsioone avaleht selgelt nähtavaks ei tee.

Selline eneseesituslik valik viitab strateegiale, mille kohaselt Tartu Ülikool toetub oma sümboolsele kapitalile ja institutsioonilisele autoriteedile ning eeldab, et maine kõneleb ise ning kasutaja tunneb institutsiooni juba enne avalehele jõudmist. Sellisel juhul võib kuuluvus tekkida pigem samastumisena akadeemilise kogukonna ja selle väärtustega, mitte otsese isikliku kõnetamise kaudu.

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli avalehe puhul saab sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti tasandil vaadelda, kuidas mitmekesine ja kasutajale avatum eneseesitus suhestub õppijakesksuse, personaliseerimise ja kuuluvustunde ootustega. Nagu eelnevates alapeatükkides ilmnes, ei koondunud TLÜ avaleht ühe domineeriva institutsionaalse sõnumi ümber, vaid pakub kasutajale mitmeid võimalikke rolle ja sisenemisteid. Õppimisvõimalused on nähtavad juba esimeses vaateväljas ning paiknevad kõrvuti muu sisuga, näiteks rektori valimisega seotud teabega, mistõttu ei suunata kasutajat ühte kindlasse rolli, vaid pakutakse mitmeid võimalusi lehega suhestumiseks. Selline ülesehitus on kooskõlas arengukava rõhutatud õppijakesksuse

põhimõttega, kuna kasutaja ei pea esmalt orienteeruma institutsiooni sisemises struktuuris, vaid saab läheneda lehele oma eesmärgist lähtuvalt.

Avaleht kõnetab kasutajat ka isiklikumal tasandil, tuues esile konkreetse vilistlase loo nime ja näoga, mis loob võimaluse samastumiseks ning aitab kujutleda enda võimalikku teekonda ülikoolis. See vastab ka Arenguseire Keskuse raportis kirjeldatud ootusele arvestada õppijate erinevate vajaduste ja kogemustega, kus õppijat nähakse üha enam individuaalsete valikute tegijana.

Selline lähenemine on oluline ka EUROSTUDENT 8 kirjeldatud kontekstis, kus üliõpilaskond on mitmekesine ning õppimine ei ole sageli ainus tegevus. Inimkesksed ja kogukondlikud elemendid loovad võimaluse, et erinevate vajaduste ja eluolukordadega kasutajad saavad end lehelt leida ning suhestuda ülikooliga juba enne õpingute algust.

Selline eneseesitus viitab strateegiale, kus Tallinna Ülikool ei rõhuta niivõrd institutsiooni autoriteeti, vaid loob kuvandi avatud ja paindlikust keskkonnast, kus erinevad kasutajad saavad end leida oma rolli ja vajaduste kaudu.

Eesti Kunstiakadeemia

Eesti Kunstiakadeemia avalehe puhul muutub sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti tasandil eriti nähtavaks pinge õppijakesksuse ja loomepraktika keskse eneseesituse vahel. Nagu eelnevates alapeatükkides ilmnes, ei alusta EKA avaleht kasutajale suunatud valikute ega selge õppimisstruktuuriga, vaid näitusega „Liisa Nurklik. Eksimas / *Wandering*“, mis asetab kasutaja esmalt tõlgendaja rolli. Siinses peatükis ei ole see tähelepanek oluline enam üksnes avalehe funktsiooni või ideatsioonilise ülesehituse seisukohalt, vaid küsimusena sellest, kuidas selline eneseesitus suhestub kõrgharidusele seatud õppijakesksuse ja kättesaadavuse ootustega.

Kui õppijakesksust mõista eelkõige selgete valikute, ligipääsetavuse ja kasutaja kiire orienteerumise kaudu, ei toeta EKA avaleht seda loogikat samal määral kui näiteks Tallinna Ülikooli avaleht. Kasutajale ei pakuta kohe üht selget sisenemisteed ega õppetasemete alusel korrastatud valikustruktuuri. Ka õppimisvõimalused on esitatud praktikapõhiselt: erinevad loomevaldkonnad, näiteks animatsioon, graafiline disain, klaas ja keraamika, paiknevad kõrvuti ilma selge hierarhiata. See erineb Tartu ja Tallinna Ülikooli lähenemisest, kus õpe on rohkem seotud institutsionaalsete kategooriate ja õppetasemetega.

Samas ei tähenda see, et EKA avaleht oleks õppijast täielikult distantseeritud. Pigem toimib õppijakesksus siin teistsuguse loogika alusel. Kasutajat ei kõnetata eelkõige teenuse või õppekava valijana, vaid võimaliku loomekogukonna liikmena. Näitused, projektikutsed ja avatud konkursid, näiteks „Leida #8: Kopeerimistö“, ei paku üksnes institutsionaalset infot, vaid kutsuvad suhestuma loomingulise protsessiga. Selline eneseesitus võib olla tähenduslik kasutajale, kellel on juba tugev loominguline huvi või identiteet ning kes otsib mitte niivõrd selget teenusloogikat, vaid erialast ja esteetilist kuuluvusruumi.

EUROSTUDENT 8 andmed viitavad kuuluvustunde vähenemisele üliõpilaskonnas. EKA avaleht ei käsitle kuuluvust traditsioonilise kogukondliku või isikustatud esitluse kaudu, sest esiplaanil ei ole vilistlaste lood ega konkreetsed õppijakogemused. Samas loob avaleht võimaluse teistsuguseks kuuluvuseks, mis põhineb loomepraktikate, erialaste sümbolite ja kunstilise keskkonnaga samastumisel. See võib kõnetada kasutajaid, kelle jaoks loov identiteet on juba oluline, kuid jääda vähem ligipääsetavaks neile, kes otsivad praktilist ja kiiresti mõistetavat sissepääsu õpingutesse.

Seetõttu toimib Eesti Kunstiakadeemia avaleht sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti valguses pigem filtreerivalt. See ei püüa kõnetada võimalikult laia sihtrühma ega esita õppimist esmalt universaalse teenusena, vaid loob tugeva loomepraktikale tugineva eneseesituse. Selline lahendus võib kitsendada kättesaadavuse tunnet, kuid samal ajal tugevdab EKA eristuvat positsiooni loomekõrgkoolina.

Kolme kõrgkooli avalehti võrreldes ilmneb, et eneseesituslikud valikud peegeldavad erinevaid positsioneerimisstrateegiaid, mis suhestuvad riiklike ootuste, hariduse arengusuundade ja tegeliku üliõpilaskonnaga erineval määral. Tartu Ülikool toetub sümbolisele kapitalile ja institutsioonilisele autoriteedile, mistõttu jääb kasutaja roll pigem kõrvaltvaataja omaks. Tallinna Ülikool suhestub muutuva üliõpilaskonna ja personaliseerimise ootusega paindlikumalt, pakkudes mitmekesiseid võimalusi ülikooliga suhestumiseks. Eesti Kunstiakadeemia lähtub loomepraktika kesksest loogikast ning kõnetab spetsiifilisemat sihtrühma, kelle jaoks loominguline identiteet on peamine suhestumisviis.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli analüüsida Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide avalehti multimodaalse analüüsi kaudu ning selgitada, kuidas kirjalik tekst, pildilised elemendid, ruumiline paigutus, kujunduslikud valikud ja navigatsioonilised lahendused osalevad institutsionaalse eneseesituse kujundamises. Analüüsi keskmes olid Tartu Ülikooli (TÜ), Tallinna Ülikooli (TLÜ) ja Eesti Kunstiakadeemia (EKA) avalehed. Töö tugines sotsiaalsemiootika ja multimodaalse analüüsi lähtekohtadele ning analüütilise töövahendina kasutati Emilia Djonovi ja John S. Knoxi veebilehe analüüsi raamistikku.

Esimene uurimisküsimus puudutas seda, milline institutsionaalne kuvand kujuneb Tartu Ülikooli, Tallinna Ülikooli ja Eesti Kunstiakadeemia avalehtedel. Analüüs näitas, et Tartu Ülikooli avaleht kujundab kuvandi stabiilsest, autoriteetsest ja mitmekülgsest institutsioonist. TÜ eneseesituses on keskne ülikool kui avalik ja akadeemiline institutsioon, mille tähendus toetub ajaloolisele positsioonile, teadusele, ühiskondlikule rollile ja sümboolsele kapitalile. Kasutaja asetatakse pigem info vastuvõtja ja institutsiooni tegevuse jälgija rolli, mitte otseselt aktiivse valikute tegija positsiooni.

Tallinna Ülikooli avaleht loob seevastu avatuma ja mitmekesisema kuvandi. TLÜ eneseesitus ei koonu ühe tugeva institutsionaalse autoriteedisõnumi ümber, vaid pakub kasutajale mitmeid võimalikke sisenemisteid ja rolle. Õppimisvõimalused, institutsionaalsed protsessid, uudised, sündmused, vilistlase lugu ja virtuaaltuur paiknevad kõrvuti ning kujundavad ülikoolist pildi kui kommunikatiivsest, dünaamilisest ja kasutajale suhteliselt ligipääsetavast keskkonnast. Selle kaudu tekib kuvand ülikoolist, mis püüab kasutajat kõnetada nii õppija, kogukonna liikme kui ka avalikkuse osana.

Eesti Kunstiakadeemia avaleht eristub mõlemast laiapõhjalisest ülikoolist kõige selgemalt. EKA eneseesitus ei alga institutsionaalse info ega õppimisvõimaluste esiletõstmisega, vaid kunstilise ja tõlgendamist eeldava visuaalse kogemusega. Avalehe

keskmes on loomepraktika, materjalid, erialased tegevused, näitused ja projektid. Seetõttu kujuneb EKA-st kuvand mitte niivõrd klassikalise õppeasutusena, vaid loomekeskkonnana, kus kasutaja asetatakse esmalt tõlgendaja ja võimaliku loomekogukonna liikme rolli.

Teine uurimisküsimus käsitles seda, kuidas avalehtede kirjalik tekst, pildilised elemendid, ruumiline paigutus ja navigatsioon osalevad institutsionaalse eneseesituse kujundamises. Analüüs näitas, et eneseesitus ei kujune ühe elemendi kaudu, vaid erinevate semiootiliste ressursside koosmõjus. Kirjalikud sõnumid annavad avalehtedele selgema institutsionaalse raamistuse, pildilised elemendid loovad atmosfääri ja kasutajasuhet, ruumiline paigutus määrab tähelepanu liikumise ning navigatsioonilised lahendused kujundavad seda, milliseid kasutajateid ja rolle esile tõstetakse.

Tartu Ülikooli puhul toetavad kirjalik sõnastus, sinine värvikasutus, korrastatud paigutus ja institutsionaalseid tegevusi kujutavad pildid kuvandit usaldusväärsest ja autoriteetsest ülikoolist. Tallinna Ülikooli puhul loovad pildilised ja navigatsioonilised lahendused avatuma ja mitmekihilisema suhestumisruumi, kus kasutaja saab liikuda õppimise, sündmuste, meedia ja kogukondlike elementide vahel. Eesti Kunstiakadeemia puhul ei toimi pildilised elemendid ainult illustreerivalt, vaid määravad tugevalt avalehe tähendusloogikat: kunstiline visuaalsus, roheline erialade plokk ja projektikutsed kujundavad avalehe loomepraktikale suunatud tähendusruumiks.

Kolmas uurimisküsimus puudutas TÜ, TLÜ ja EKA avalehtede sarnasusi ja erinevusi. Sarnasusena ilmnis, et kõik kolm avalehte toimivad institutsionaalse eneseesituse vahendina ning kõik kasutavad enese nähtavaks tegemiseks kirjaliku teksti, pildiliste elementide, paigutuse ja navigatsiooni koosmõju. Samas erinevad avalehed selgelt selles, millist kasutajat nad eeldavad ja millist esmast sisenemisteed nad pakuvad. TÜ puhul on esmane sisenemisteed seotud institutsionaalse info ja ülikooli tegevuse jälgimisega. TLÜ puhul on kasutajal rohkem paralleelseid võimalusi liikuda õppimisvõimaluste, institutsionaalse teabe ja kogukondlike elementide vahel. EKA puhul juhitakse kasutaja esmalt loomepraktikate, esteetilise kogemuse ja tõlgendamise juurde.

Oluline erinevus ilmnis ka selles, kuidas õppevõimalusi ja institutsiooni sisulist loogikat korrastatakse. Tartu Ülikool ja Tallinna Ülikool kasutavad rohkem institutsionaalseid kategooriaid, näiteks õppetaseid ja tegevusvaldkondi. Eesti Kunstiakadeemia puhul on erialad aga esitatud loomepraktikate ja materjalide kaudu, mitte eeskätt formaalse

õppestruktuuri alusel. See näitab, et EKA eneseesitus ei lähtu ainult kõrgkooli institutsionaalsest korraldusest, vaid rõhutab erialast tegevust ja loomekeskkonda.

Sotsiaalse ja institutsionaalse konteksti tasandil ilmnes, et kõrgkoolide avalehed suhestuvad õppijakesksuse, personaliseerimise ja kuuluvustunde ootustega erinevalt. Tartu Ülikool toetub rohkem institutsionaalsele autoriteedile ja akadeemilisele sümboolikale, mistõttu võib kasutajasuhe jääda üldisemaks ja vähem isikustatuks. Tallinna Ülikool loob rohkem võimalusi kasutaja erinevate rollide ja kogemuste nähtavaks tegemiseks. Eesti Kunstiakadeemia pakub aga teistsugust kuuluvusloogikat, mis ei põhine niivõrd isiklikel lugudel või selgel õppijateekonnal, vaid loomekogukonna ja kunstilise keskkonnaga samastumisel.

Laiemas Eesti kõrgharidusmaastiku kontekstis näitavad need erinevused, et avalik-õiguslikud kõrgkoolid ei esita end veebilehtedel ühtse institutsioonitüübina, vaid positsioneerivad end vastavalt oma ajaloolisele rollile, erialasele profiilile ja kujuteldavale kasutajale. TÜ avalehel tuleb esile rahvusülikooli autoriteet ja sümboolne kapital, TLÜ puhul rõhutub avatum ja kasutajakesksem suhtlusloogika ning EKA puhul eristuv loomevaldkondlik identiteet. Seega peegeldavad avalehed Eesti kõrgharidusruumi sisemist mitmekesisust: avalik-õiguslik kõrgkool ei ole üksnes õppe- ja teadusasutus, vaid ka institutsioon, mis peab end nähtavaks tegema, eristuma ning suhestuma erinevate kasutajarühmade ootustega.

Kirjanduse ülevaates käsitletud rahvusvahelised uurimused näitavad, et ülikoolide veebilehed on seotud kõrghariduse turustumise, institutsionaalse positsioneerimise ja kasutajarollide kujundamisega. Käesoleva töö tulemused osutavad, et sarnased protsessid on nähtavad ka Eesti kontekstis, kuid need ei avaldu kõigis kõrgkoolides ühtemoodi. Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide puhul põimuvad rahvusvaheliselt kirjeldatud turustumise, brändistumise ja enesepositsioneerimise loogikad kohalike institutsionaalsete rollidega: rahvusülikooli autoriteet, õppijakesksuse ootused, avalik vastutus ning erialane eristumine toimivad korruga. Selles mõttes saab Eesti juhtumit käsitada ühenduslülina rahvusvaheliste kõrghariduse veebikommunikatsiooni uurimustega, kuid see näitab samal ajal, et globaalne enesepositsioneerimise loogika kohandub kohaliku kõrghariduskultuuri ja institutsionaalse ajalooga.

Analüüsi käigus ilmnes ka Djonovi ja Knoxi raamistiku üks oluline eripära. Kuigi raamistik võimaldab avalehti süstemaatiliselt analüüsida, ei ole selle kategooriad praktikas

täielikult eraldatavad. Näiteks avalehe esmane pildiline või kujunduslik valik võib korraka mõjutada avalehe funktsiooni, kasutajarolli, ideatsioonilist sisukorraldust ja tekstuaalset ülesehitust. Seetõttu toimis raamistik siinses töös pigem analüütilise tööriistana kui jäiga jaotusskeemina. Kategooriate kattuvus ei ole ainult raamistiku piirang, vaid näitab ka seda, et veebilehe tähendusloome ongi mitmekihiline.

Töö piiranguna tuleb arvestada, et analüüs põhineb 07.01.2026 tehtud kuvatõmmistel ning keskendub ainult avalehtede arvutivaatele. Veebilehed on dünaamilised keskkonnad ning nende sisu, paigutus, liikuvad elemendid, hüperlingid ja rõhuasetused võivad ajas muutuda. Samuti võib mobiilivaates muutuda elementide järjestus, nähtavus, visuaalne hierarhia ja navigatsiooniloogika. Seetõttu ei saa töö tulemusi käsitleda üldistusena kõigi kasutusviiside kohta, vaid konkreetse ajahetke ja arvutivaate analüüsina.

Samuti ei uuritud töös kodulehtede tegelikku loomise ja disainimise protsessi. Seetõttu ei saa analüüsi põhjal kindlalt öelda, millised valikud pärinevad ülikooli sisemistelt kommunikatsiooni- või turundusmeeskondadelt ning millised võimalikelt välistelt disaineritelt või partneritelt. Küll aga käsitleti avalehti institutsiooni ametliku avaliku eneseesituseks, sest kasutaja jaoks esindab koduleht ülikooli sõltumata sellest, kes konkreetse kujundusliku või tehnilise lahenduse välja töötas.

Edasistes uurimustes oleks võimalik võrrelda sama kodulehe arvuti- ja mobiilivaadet ning analüüsida, kuidas platvormiline erinevus mõjutab institutsionaalset eneseesitust. Samuti võiks uurida, kuidas Eesti kõrgkoolide kodulehed on ajas muutunud ning kas nende enese kirjeldus on liikunud avaliku institutsiooni loogikalt korporatiivsema ja turunduslikuma eneseesituse suunas. Kõrgkoolide kodulehti võiks võrrelda ka ettevõtete ja teiste avaliku sektori asutuste kodulehtedega, et paremini mõista, kuidas kõrgkoolide eneseesitus sarnaneb korporatiivse brändiloogikaga ja kuidas rõhutab avaliku institutsiooni rolli. Lisaks võiks edasistes uurimustes pöörata rohkem tähelepanu kasutaja agentsusele ehk sellele, millise eesmärgi, eelhoia või infovajadusega kasutaja avalehele tuleb. See võimaldaks täiendada siinse töö avalehe-keskset analüüsi kasutajate vastuvõtu ja tõlgenduspraktikate vaatenurgaga.

Kokkuvõttes näitas töö, et kõrgkoolide avalehed ei ole üksnes praktilised infokanalid, vaid olulised institutsionaalse eneseesituse ruumid. Tartu Ülikool, Tallinna Ülikool ja Eesti Kunstiakadeemia kasutavad avalehti erinevate institutsionaalsete kuvandite loomiseks: TÜ rõhutab stabiilsust ja akadeemilist autoriteeti, TLÜ avatust ja mitmekesisust suhestumist ning

EKA loomepraktikat ja eristuvat kunstilist identiteeti. Seega aitab multimodaalne analüüs näha, kuidas Eesti avalik-õiguslikud kõrgkoolid kujundavad avalehtedel mitte ainult informatsiooni, vaid ka arusaama iseendast, oma kasutajatest ja oma rollist nii Eesti kõrgharidusmaastikul kui ka laiemas rahvusvahelises kõrghariduskommunikatsiooni kontekstis.

Kirjandus

Arenguseire Keskus 2022. *Kõrghariduse tulevik. Arengusuundumused aastani 2035*. Raport. Tallinn: Arenguseire Keskus. Kättesaadav: <https://arenguseire.ee/raportid/korghariduse-tulevik-arengusuundumused-aastani-2035/>, 26.04.2026.

Chan, Zhi Yang; Lim, Fei Victor 2025. 'Please tell us how you can volunteer your contributions to the school': a social semiotic analysis of school websites. *Visual Communication*. Online First. <https://doi.org/10.1177/14703572251335834>

Djonov, Emilia; Knox, John S. 2014. How-to-analyze webpages. – Norris, Sigrid; Maier, Carmen Daniela (eds.), *Interactions, Images and Texts: A Reader in Multimodality*. Berlin/Boston: Walter De Gruyter, 171-193.

Eesti Kunstiakadeemia (i.a.). Eesti Kunstiakadeemia avaleht. Kättesaadav: <https://www.artun.ee/>, kuvatõmmis 07.01.2026.

Hall, Stuart 1997. The work of representation. – Hall, Stuart (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publications, 1-30.

Halliday, Michael Alexander Kirkwood; Matthiessen, Christian Matthias Ingemar Martin 2014. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. (Fourth Edition). London: Routledge.

Haridus- ja Teadusministeerium 2021. *Haridusvaldkonna arengukava 2021–2035*.

Kättesaadav: https://www.hm.ee/sites/default/files/documents/2022-09/eesti_haridusvaldkonna_arengukava_2035_seisuga_2020.03.27.pdf, 26.04.2026.

Haugas, Sandra; Kendrali, Elisabeth; Kletter, Tali 2023. *EUROSTUDENT 8 Eesti tulemuste lühikäitulevaade*. Tallinn: Mõttekoda Praxis. Kättesaadav:

https://praxis.ee/tood/eurostudent/eurostudent-eesti-uuring-viii/?filter=c_5&low=2000&high=2026, 26.04.2026.

Hemsley-Brown, Jane; Melewar, T. C.; Nguyen, Bang; Wilson, Elizabeth J. 2016. Exploring brand identity, meaning, image, and reputation (BIMIR) in higher education: A special section. *Journal of Business Research* 69(8): 3019-3022.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.016>

Iedema, Rick 2001. Resemiotization. *Semiotica* 137(1/4): 23-39.

Kamenik, Sander 2021. *Visuaalne kommunikatsioon Harju maakonna üldhariduskoolide kodulehtedel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool. Sotsiaalteaduste valdkond. Ühiskonnateaduste instituut. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Kerb, Birgit 2015. *Kooli koduleht kui kuvandiloome riigigümnaasiumide kodulehtede näitel*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool. Filosoofiateaduskond. Eesti ja üldkeeleteaduste instituut. Eesti keele osakond.

Kotov, Kaie 2005. Kultuur, identiteet ja enesekirjeldus. *Acta Semiotica Estica II*: 184-192.

Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Great Britain: Arnold.

Laba, Nataliia 2020. *Multimodal discourse of university websites: The social semiotic landscape*. Conference paper presented at the Doctoral Colloquium of the 21st Annual Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR 2020). Kättesaadav: https://www.researchgate.net/publication/346612405_Multimodal_discourse_of_university_websites_The_social_semiotic_landscape, 23.11.2025.

Madisson, Mari-Liis 2016. Self-description. – Rodríguez Higuera, Claudio Julio; Bennett, Tyler James (eds.), *Concepts for Semiotics*. (Tartu Semiotics Library 16). Tartu: University of Tartu Press, 204-212.

Melewar, T. C.; Foroudi, Pantea; Dinnie, Keith; Nguyen, Bang 2018. The role of corporate identity management in the higher education sector: an exploratory case study. *Journal of Marketing Communications* 24(4): 337-359. <https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1414073>

O'Halloran, Kay L. 2021. Multimodal Discourse Analysis. – Hyland, Ken; Paltridge, Brian; Wong, Lilian (eds.), *Bloomsbury Companion to Discourse Analysis: 2nd edition*. London: Bloomsbury, 249-266.

Saro, Anneli; Reidolv, Kristiina; Lepsoo, Tanel 2014. Representatsioon, presentatsioon ja kohalolu teatris. *Methis. Studia humaniora Estonica* 14: 4-14. <https://doi.org/10.7592/methis.v11i14.3689>

Tallinna Ülikool (i.a.). Tallinna Ülikooli avalaht. Kättesaadav: <https://www.tlu.ee/>, kuvatõmmis 07.01.2026.

Tartu Ülikool (i.a.). Tartu Ülikooli avalaht. Kättesaadav: <https://ut.ee/et>, kuvatõmmis 07.01.2026.

Wæraas, Arild; Solbakk, Marianne N. 2009. Defining the essence of a university: lessons from higher education branding. *Higher Education* 57(4): 449-462.
<https://doi.org/10.1007/s10734-008-9155-z>

Zhang, Yiqiong; O'Halloran, Kay L. 2013. Toward a global knowledge enterprise: university websites as portals to the ongoing marketization of higher education. *Critical Discourse Studies* 10(4): 468-485. <https://doi.org/10.1080/17405904.2013.813777>

Zhou, Xuwei 2024. A comparative multimodal analysis of homepages of two universities. *The Frontiers of Society, Science and Technology* 6(8): 22-30.
<https://doi.org/10.25236/FSST.2024.060805>

Summary

Institutional self-presentation on the websites of Estonian public higher education institutions: A multimodal analysis of the University of Tartu, Tallinn University and the Estonian Academy of Arts

This bachelor's thesis studies how Estonian public higher education institutions present themselves on their homepages. The analysis focuses on the homepages of the University of Tartu, Tallinn University and the Estonian Academy of Arts. The aim of the thesis is to find out how written text, images, layout, design choices and navigation help to create the institutional image of each higher education institution. The research problem is that the homepages of Estonian public higher education institutions have not been studied in detail from the perspective of multimodal institutional self-presentation.

The thesis is based on social semiotics, multimodal analysis and theories of representation and institutional self-presentation. The main method is Emilia Djonov and John S. Knox's framework for analysing webpages. The material consists of desktop-view screenshots of the three homepages, taken on 7 January 2026. The analysis looks at the purpose and function of the homepage, ideational meanings, interpersonal meanings, textual meanings, and the wider social and institutional context.

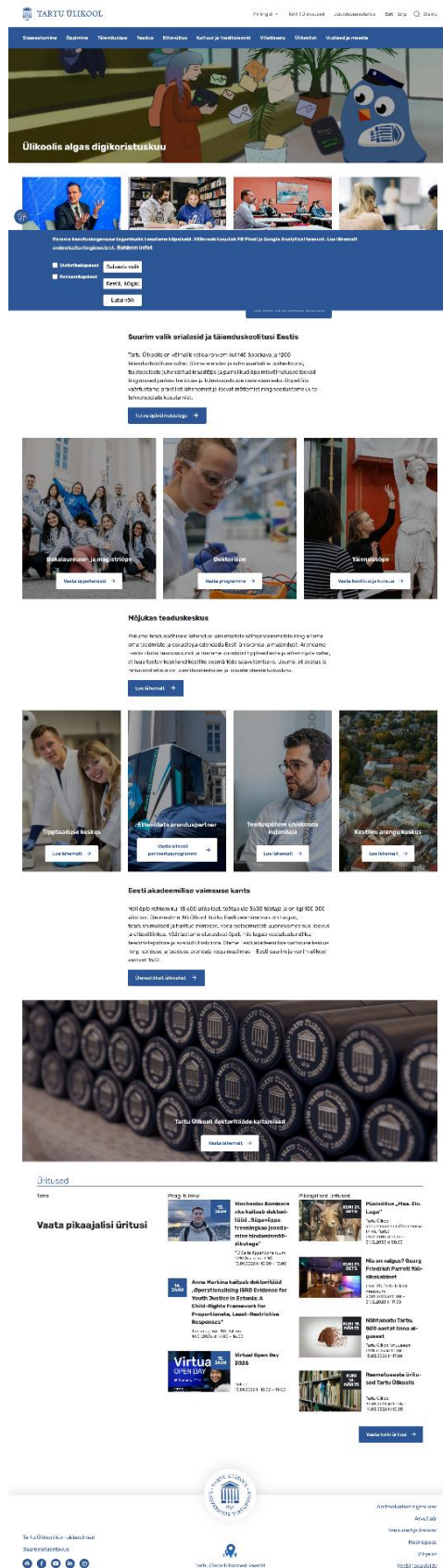
The analysis shows that the three homepages create different images of the institutions. The University of Tartu presents itself as a stable, authoritative and academic institution. Its homepage highlights institutional activity, academic tradition and social role. The user is mostly placed in the role of an observer and receiver of information.

Tallinn University creates a more open and diverse image. Its homepage offers several ways for the user to engage with the university. Study information, institutional news, events, media content, an alumni story and a virtual tour are presented side by side. This creates an image of a university that is communicative, active and accessible to different users.

The Estonian Academy of Arts differs most clearly from the other two institutions. Its homepage does not begin with institutional information or study options, but with a visual and artistic experience. Creative practice, exhibitions, projects and artistic identity are central. The user is first positioned as an interpreter and as a possible member of a creative community.

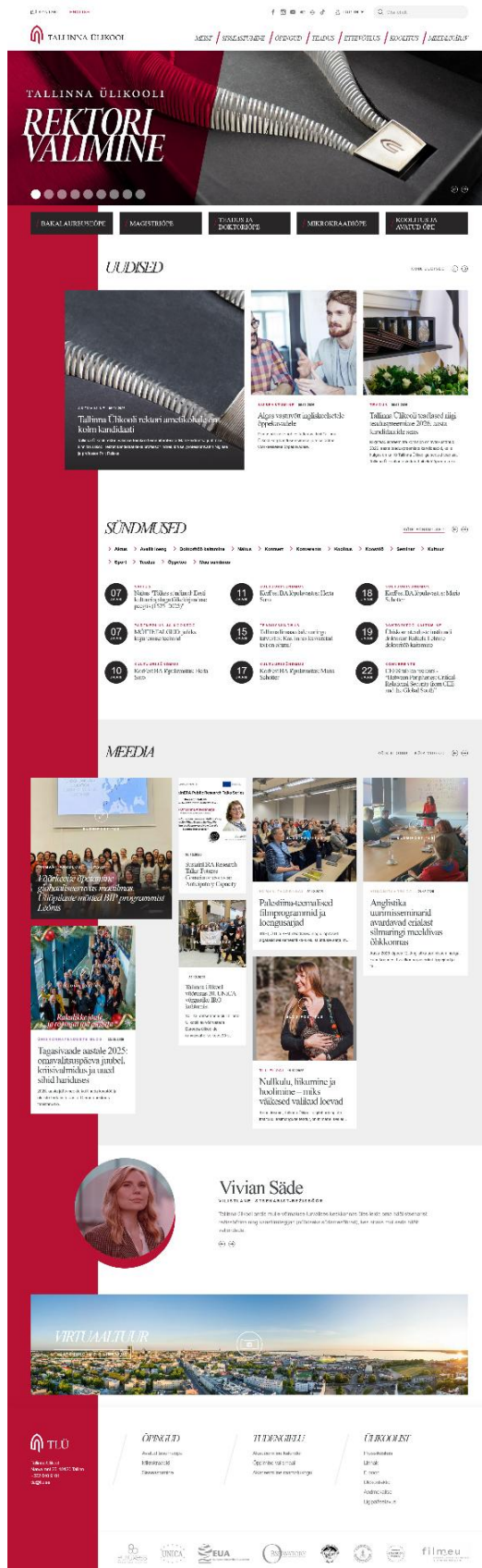
The thesis concludes that the homepages of higher education institutions are not only practical information channels. They are also important spaces of institutional self-presentation. Through multimodal choices, these institutions shape how they present themselves, how they address users and how they position themselves in the Estonian higher education landscape.

Lisa 1. TÜ aualeht



Joonis 1. TÜ aualeht. Allikas: Tartu Ülikooli aualeht, kuvatõmmis 07.01.2026.

Lisa 2. TLÜ aualeht



Joonis 2. TLÜ aualeht. Allikas: Tallinna Ülikooli aualeht, kuvatõmmis 07.01.2026.

Lihlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Leen Press ,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihlitsentsi) minu loodud teose

Eesti avalik-õiguslike kõrgkoolide eneseesitus kodulehtedel: multimodaalne analüüs Tartu Ülikooli, Tallinna Ülikooli ja Eesti Kunstiakadeemia näitel
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja(d) on Maarja Ojamaa ,
(*juhendaja nimi*)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commonsi litsentsiga CC BY NC ND 4.0, 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 lihlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Leen Press

28.05.2026