

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

RAHVUSVAHELISE FOOKUSEGA
KULTUURILOOD POSTIMEHES 1995 JA 2005

Bakalaureusetöö (4 AP)

Liina Ristoja
Juhendaja: professor Peeter Vihalemm

Tartu
2007

Sisukord

Sisukord.....	2
Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	6
1.1. Kultuuri definitsioon.....	6
1.2. Eesti rahvusvaheline sotsiaalne ruum	8
1.2.1. Kultuuriruum.....	10
1.2.2. Uuringud	10
1.3. Eesti meedia ja Postimees 1995 ja 2005	11
1.4. Meedia roll kultuuri vahendamisel	15
1.5. Globaliseerumine	18
1.5.1. Ajakirjanduse globaliseerumine.....	19
1.5.2. Kultuuri globaliseerumine.....	20
1.6. Kommertsialiseerumine	24
1.7. Uurimisküsimused ja hüpoteesid	28
2. Meetod.....	30
2.1. Valim	30
2.2. Mõisteid	32
2.3. Kodeerimise kategooriad	34
3. Tulemused	43
3.1. Ülevaade analüüsitud artiklitest	44
3.1.1. Analüüsitud aastakäigud	44
3.1.2. Lugude jagunemine rubriikide ja lehetüüpide lõikes	45
3.1.3. Loo pikkus	47
3.1.4. Žanrid.....	48
3.1.5. Välisrepresentatsiooni määr artiklis	49
3.1.6. Seotus Eestiga.....	51
3.2. Riigid ja riigirühmad.....	51
3.2.1. Riigid aastate lõikes	52
3.2.2. Riigid lehetüüpide lõikes.....	53
3.3. Teemad	56
3.3.1. Teemad aastate lõikes	56
3.3.2. Teemad ja riigid	57
3.3.3. Teemad lehetüüpide lõikes.....	63
3.3.4. Teemad lehetüüpide ja žanrite lõikes	65
3.4. Globaliseerumine	67
3.4.1. Globaliseerumine riikide lõikes	68
3.4.2. Globaliseerumine lehetüüpide lõikes	68
3.4.3. Globaliseerumine teemade ja aastate lõikes.....	69
3.5. Kommertsialiseerumine	70
3.5.1. Kommertsialiseerumine riikide lõikes	70
3.5.2. Kommertsialiseerumine lehetüüpide lõikes	70
3.5.3. Kommertsialiseerumine teemade ja aastate lõikes	71
3.5.4. Kollased lood	72
4. Järeldused ja diskussioon.....	74
4.1. Tulemused.....	74
4.1.1. Rahvusvaheline kultuuriruum Postimehes 1995 ja 2005	74
4.1.2. Kultuurivaldkondade kajastamine Postimehes.....	79
4.1.3. Globaliseerumine, kommertsialiseerumine ja Postimees	86

4.1.4. Postimees 1995 ja 2005.....	90
4.1.5. Postimees kultuuri vahendajana	94
4.2. Meetod	99
4.2.1. Valimi kriteeriumid.....	100
4.2.2. Kategooriad.....	102
4.2.3. Kultuuriprotsesside tendentside avaldumine.....	109
4.3. Põhijäreldused.....	110
Kokkuvõte	113
Summary	115
Viited.....	117
Lisad.....	121
Lisa 1 Valim	121
Lisa 2 Kodeerimisjuhend	122
Lisa 3 Lisatabelid.....	126
Teemade representatsioon riikide ja aastate lõikes	126
Teemad tavaväljaandes žanrite ja aastate lõikes	127
Teemad lisalehtedes žanrite ja aastate lõikes	128
Teemad riikide ja aastate lõikes	129
Kommertsialiseerumine aastate lõikes.....	135
Globaliseerumine aastate lõikes	136
Globaliseerumine teemade ja aastate lõikes.....	137
Kommertsialiseerumine teemade ja aastate lõikes.....	138
Teemad lehetüüpide ja aastate lõikes.....	140
Lisa 4 Ekspertintervjuud.....	142
Jüri Talvet	142
Kadi Herkül.....	147
Lisa 5 Artiklid.....	151
1995 Postimees	151
1995 Postimees Extra.....	158
2005 Postimees kõik artiklid.....	160

Sissejuhatus

Seoses Eesti taasiseseisvumise ja nn. tagasipöördumisega läände on Eesti rahvusvahelised kultuurikontaktid muutunud, mistõttu on ka rahvusvaheline ruum saavutanud teistsugused mõõtmed. Eesti on saanud osaks globaliseeruvast maailmast koos globaliseeruva meediaga. Kujunenud on ka kommertslik ja turumajanduslik meediaturg, mis seab omad tingimused meedia toimimisele ja rollile. Antud uurimus püüab asetada Eesti suurima levikuga kvaliteetpäevalehe *Postimees* nimetatud konteksti ning uurida, kuidas on selles muutunud rahvusvahelise kultuuri kajastamine, milline on selles esitatud rahvusvaheline kultuuriruum, milliseid teemasid kajastatakse ning selle põhjal teha järeldusi *Postimehe* kui kultuuri kajastaja kvaliteedi ja arengu kohta üldiselt.

Käesoleva uurimuse **uurimisobjektiks** on päevalehes *Postimees* ilmunud rahvusvahelise kultuurifookusega artiklid aastal 1995 ning aastal 2005, mida analüüsitakse kvantitatiivse kontentanalüüsi meetodil. Tulemused kirjeldavad päevalehe *Postimees* rahvusvahelist kultuuriruumi ja teemadekäsitlust, *Postimehe* kui ajakirjandusväljaande arengut läbi globaliseerumise ja kommertsialiseerumise prisma üleminekuajast tänapäevani ning selle põhjal kultuuri kajastamise problemaatikat laiemas kultuurilises kontekstis. Antud töös on uuritud lisaks trükiväljaande kultuurikülgedele ka *Postimehe* lisalehti ja *online*-lugusid ning nende funktsiooni ja rolli seoses kultuuri kajastamisega.

Uuritavad aastad on valitud kümne aastase vahega, mis on piisav aeg märgatavateks muutusteks nii tehnoloogias ja meedias kui ka kultuuris ning ühiskonnas. Aasta 1995.a esindab käesolevas töös postkommunistliku transitsiooni aegset Eestit, mis on mõnevõrra toibunud taasiseseisvumisega kaasnenud radikaalsetest muutustest majanduses ja ühiskondlikus elus, ning on seeläbi jõudnud stabiilsesse faasi koos vaba ning turumajandusliku ajakirjandusega. 2005.a. esindab kaasaega ehk transitsioonijärgset Eestit ning märgib ka aastat, mil alustati antud uurimuse empiirilise materjali kogumisega.

Töö **eesmärkideks** on 1) vaadelda riikide ja kultuurivaldkondade representeerimist *Postimehes*, võttes täpsema uurimise alla vaadeldud aastatel ilmunud aastakäikude kultuuriruumide erinevused; 2) analüüsida kultuuri kajastamise muutumist ajakirjanduse ja kultuuri globaliseerumise ja kommertsialiseerumise tendentside mõjuväljas. Töö annab kokkuvõttes mitmekülgse kirjelduse *Postimehest* kui rahvusvahelisest kultuurikajastajast ning analüüsib selle põhjal ka kultuuri kajastamise probleematikat üleriigilises päevalehes.

Käesolev töö on üks väheseid uurimusi kultuurilugude ja kultuuri kajastamise kohta Eesti päevalehtedes, mis võimaldab teha järeldusi sellest, missugust kultuurilist informatsiooni saavad Eesti lugejad *Postimehest* kui päevalehest, mis mõjutab kultuuri kajastamist *Postimehes* ning mida see näitab meid ümbritseva meediakeskkonna ja kultuuri kohta.

Töö esimene osa annab ülevaate uurimusele aluseks olnud käsitletava temaga seotud teooriast, kirjandusest ja teadustöödest ning püstitab uurimisküsimused ja hüpoteesid; teine osa kirjeldab ja selgitab uurimismetoodikat; kolmas osa esitab ülevaatlikult saadud empiirilised tulemused; neljandas osas on toodud järeldused ning toimub diskussioon töö metoodika ja tulemuste üle.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1.1. Kultuuri definitsioon

Kultuuri mõiste defineerimisel on sotsiaalteadlased toonud tavaliselt välja kolm tähendust:

- 1) **kultuuri etnograafiline tähendus**- etnograafilises tähenduses vaadeldakse kultuuri keskkonnana, kus eksisteerivad ühele etnosele omased tavad, kombed, traditsioonid, väärtused, käitumine, keel jms;
- 2) **kultuuri sotsioloogiline tähendus**- sotsioloogilises tähenduses vaadeldakse kultuuri kui keskkonda, kus eksisteerivad omavahel interaktsioonis olevad sotsiaalsed institutsioonid;
- 3) **kultuuri semiootiline tähendus**- semiootilises tähenduses vaadeldakse kultuuri märksõnade, tekstide kogumina, kollektiivse mälu mehhanismina, sümbolilise keskkonnana, kus levivad mitmesugused ideed, nt. massimeedia vahendusel leviv kultuur kui tarbimisühiskonna ideoloogia (Morley&Robins, Suni 1998, kaudu).

Kultuuri eelkõige sotsioloogiline, aga ka semiootiline tähendus, on kultuurilise meediasisu uurimise seisukohast siinkohal kõige olulisemad. Seostades meediat ja kultuuri võib öelda, et sotsioloogilises raamistikus luuakse kultuuri tähendust läbi kultuuri- ja meediainstitutsioonide omavahelise interaktsiooni, semiootilise kultuuriparadigma raamistikus aga, et kultuur on ka sümboliline keskkond, mida loob läbi tekstide ja kujundite ka meedia. Etnograafilises tähenduses saab kultuuri vaadelda ka kui globaliseeruva maailma ja meedia mõjul eri vorme võtvatest kultuurikeskkondadest (vt. Kultuuri globaliseerumine).

Stuart Hall (1997) leiab, et kultuur on üks raskemini määratletavamaid kontseptsioone inim-ja sotsiaalteadustes ning selle defineerimiseks on väga palju erinevaid võimalusi. Traditsioonilises käsitluses esindab kultuur “parimat, mida on ühiskonnas öeldud ja tehtud”. See on suurte ideede summa, mida esindavad kirjandus, kunst, muusika ja filosoofia- ajastu “kõrgkultuur”. Modernsemas ja vabamate assotsiatsioonide

perspektiivis on kultuur ka populaarne muusika, kunst, disain, kirjandus ning kirjastamine (*publishing*), vaba-aja tegevused ja meelelahutus üldiselt, mis moodustavad “tavainimeste” igapäevaolu osa. Seda aga nimetatakse “massikultuuriks” või “populaarkultuuriks”, mida on alaliselt negatiivselt vastandatud “kõrgkultuurile”. Sotsiaalteadustes aga juurdub järjest enam kultuuri käsitlemine antropoloogilises tähenduses- kõik mida inimesed, kogukond, sotsiaalne grupp või rahvus teeb ning mis iseloomustab nende eluviisi. Sotsioloogilises tähenduses lisanduks siia ka väärtussüsteemid (Hall 1997:2).

Meediauuriija Lacey jaoks on kultuur “kõik artefaktid, mille on loonud inimesed” (Lacey 1998: 85). Ta leiab, et meediauuringute seisukohast on kõik artefaktid uurimisväärsed, eriti kui need on populaarsed, kuna need võivad palju õpetada selle kohta, kuidas ühiskonnas tähendusi luuakse ning kuidas on ühiskond organiseeritud. Niisuguse käsitluse vastandab ta teadlikult kultuurikäsitlusele, mida ta nimetab “tavateadmiseks” või „mõistlikkuseks” (*common sense*), milles on kultuur sünonüümne kunstiga- kultuur on kirjandus, ooper ja “klassikaline muusika”. Kunst esindab “tavateadmise” klassifikatsioonides artefakte, mis kannavad “universaalset tõde” (Lacey 1998:85), mille põhjal teeb ta üldjoontes “tavateadvuse” hinnagulise eristuse: vähemuse ja keskklassi kunst on hea ja massi-(populaarne) kunst halb.

Kultuuri vaadeldakse institutsioonilises tähenduses sageli domineeriva- ehk eliitkultuuri ning populaar- ja massikultuuri eristuses, mida vaadeldakse üksteisega tihedas seotuses olevatena (Martin 1997). Domineeriv kultuur on valitsevate klasside kultuur, mis on piisavalt mõjuvõimas, et rakendada enda norme, väärtusi ja ideesid terve ühiskonna kultuurilistele tegevustele: nii igapäeva- kui kunstilistele toimingutele. Populaarkultuur on enamuse ehk proletariaadi kultuur, mida käsitletakse aga ka kui vastuseisu ja protesti domineerivale kultuurile. Massikultuuri võib vaadelda kui populaarkultuuri, mida vahendab peamiselt meedia (Martin 1997).

Kultuuri- ja kommunikatsiooniteooriates ongi 20.sajandil valdav olnud modernne ja kriitiline suund, mis koos massimeedia tekke, arengu ja mõju-uuringute taustal on rõhutanud institutsionaalse kultuuri (vt. Kultuuri sotsioloogiline tähendus) ja massimeedia olemuse ja seotuse probleeme, tõstes esile massikultuuri kui massimeedia toimel kujunenud kultuuri domineerimise (lääne) maailmas. Kõrgkultuuri ja massikultuuri eristust on kasutatud paralleelselt mõistetega nagu hegemoonia ja ideoloogia, ka kultuuriline imperialism ja amerikaniseerumine. Kultuuri ja meedia seoste problemaatikat aga veel ka seoses globaliseerumise ja kommertsialiseerumisega (vt. Globaliseerumine ja Kommertsialiseerumine).

Peeter Vihalemma definitsioon kultuurist, mida kasutas ka Kajar Kase oma rahvusvahelise kultuuriruumi uuringus, oli järgmine “Kultuuriruumi peamised faktorid on seotud keele, religiooni, ühiste ajalooliste mälestuste ja ühise sümbolilise keskkonnaga, mida loovad arhitektuur, artefaktid ja meedia ning institutsionaalsed kultuurilised kontaktid” (Kase 2004). Ka käesolev töö käsitleb kultuuri peamiselt institutsionaalses ehk sotsioloogilises tähenduses, hõlmates vähesel määral ka kultuuri etnograafilist (pärimus ja folkloor jne) ja semiootilist käsitlust (ajakirjanduslike tekstide kogumid kui kollektiivse taju mehhanismid) ning toetub osaliselt ka kõrg- ja populaarkultuuri eristusele.

1.2. Eesti rahvusvaheline sotsiaalne ruum

Kajar Kase (2004) uuris rahvusvahelisi uudisvoogusid toetudes Schultzi ja Luckmani kontseptsioonile **saavutatavast sotsiaalsest ruumist**, mis on lisaks füüsilisele ruumile inimesi ümbritseva potentsiaalselt kättesaadava sotsiaalse ruumi üks kontseptuaalne osa. Info selle ruumi kohta pärineb inimese enda teadmistest (Schultz&Luckman 1973, Kase 2004, kaudu). Kase järeldab sealsamas, et saades informatsiooni muust maailmast konstrueerivad inimesed oma sotsiaalset ruumi. Rahvusvaheliseks sotsiaalseks ruumiks peetakse eeltoodud kontseptsiooni põhjal rahvusvahelist kujuteldavat kogumit ja vahemaid, mis ühendavad ja lahutavad inimest ja tema riiki teistest maailma riikidest (Vihalemm 1999, Kase 2004, kaudu).

Rahvusvaheline sotsiaalne ruum on seega asukohataju, mille on konstrueerinud informatsioon välismaailma kohta, mida saadakse enamasti aga vahendatult, läbi meedia, mistõttu on meedia üks esmaseid rahvusvahelise sotsiaalse ruumi kujundajaid. Teisest küljest, meedia ja ühiskonna vastasmõjusid arvestades, on aga meedia ka ühiskondliku rahvusvahelise sotsiaalse ruumitaju peegeldaja.

Rahvusvaheline sotsiaalne ruum jaguneb mikro-ja makrotasandiks. Makrotasand tähendab ühiskondlikku ruumi, selle moodustavad riigi institutsionaalsed sidemed. Makrotasand jaguneb poliitiliseks, majanduslikuks ning kultuuriliseks ruumiks (Vihalemm 1999, Kase 2004, kaudu).

Eesti rahvusvahelist sotsiaalset ruumi on uurinud Peeter Vihalemm ning jõudnud järeldusele, et ruumilises mõttes on Eesti postkommunistlik siirdeaeg tähendanud pööret „idast läände“. Venemaa domineeriv roll kõikides elusfäärides on asendunud lääne partneritega, eesotsas Põhjamaade, Saksamaa ning USAga. Samas on suurenenud distants Eesti ning teiste endiste Nõukogude Liidu liikmesriikide vahel, kes on kaotanud nii ühiskondliku kui meedia tähelepanu. Venemaa aga kujutab endast siiski tajutavat poliitilist mõjuvõimu, mis väljendub ka meedia kõrgendatud tähelepanus, ehkki Venemaa roll Eesti majanduses, kultuuris ja sotsiaalses elus on kiiresti vähenenud (Vihalemm 1999: 10).

Sarnaseid Eesti rahvusvahelise sotsiaalse ruumi tunnuseid tuvastas ka Kajar Kase (2005). Eesti rahvusvahelist sotsiaalset ruumi on viimase pooleteise dekaadi jooksul iseloomustanud Venemaa mõjude vähenemine ja Lääne, eriti Põhjamaade mõjude kasvamine. Mainitud protsess on poliitilises, majanduslikus ja kultuurilises ruumis toimunud erinevate kiirustega (Kase 2005: 19). Kõikides sotsiaalsetes ruumides viitavad vastavale protsessile aga erinevad näitajad. Kultuuriruumi muutumine on neist kolmest kõige ebamäärasem ja raskemini jälgitav, kuivõrd ka poliitiline ja majanduslik ruum omavad kultuurilisi mõõtmeid ning mõjutavad läbi oma tegevuse omakorda kultuurisfääri.

Käesolev töö uurib rahvusvahelise sotsiaalse ruumi kultuurilist dimensiooni ning püüab välja selgitada, missugune on rahvusvaheline kultuuriruum *Postimehes*.

1.2.1. Kultuuriruum

Võttes aluseks eelpool toodud kultuuri definitsioonid (Morley&Robins), saab defineerida ka kultuuriruumi. Kultuuri etnograafilise tähenduse korral on kultuuriruumiks etnose levikuareaal; kultuuri sotsioloogilise tähenduse korral on ruumiks tavaliselt riik; semiootilises tähenduses aga ideede levikuareaal. Kultuuri seotus ruumiga lubab rääkida kultuuri piiratusest ja unikaalsusest ehk identiteedist. Kultuuride identiteet koorub välja kultuuride omavahelistest erinevustest, selle piiri määratlemisest. Nii näiteks on Euroopa kultuur defineeritav Ameerika, Aasia, Islami jt. kultuuride kaudu tulenevalt nende erinevustest (Morley&Robins, Suni 1998, kaudu).

Üheks võimaluseks kultuuriruumi uurimisel on **kultuurikontaktide** intensiivsuse kvantitatiivne analüüs, mille aluseks on raamatute tõlkimise seaduspärad, rahvusvahelised külalisesinemised teatri ja muusikamaailmas, välismaiste filmide ning teleseriaalide esinemine Eesti kinos ning televisioonis. Uurimus tõdeb USA, Soome, Venemaa ja Saksamaa domineerimist Eesti kultuuriruumis (Vihalemm 1999).

Lähtudes seisukohast, et rahvusvahelise sotsiaalse ruumi tunnetust konstrueerib ja peegeldab ka meedia (vt. Rahvusvaheline sotsiaalne ruum) on teiseks võimaluseks kultuuriruumi uurimisel meediasisu analüüs, mis võib samuti kirjeldada kultuurikontaktide intensiivsust ja olemust. Lisaks sellele aga analüüsida ka rahvusvahelise kultuurilise ruumi ja meedia omavahelisi seoseid.

1.2.2. Uuringud

Eesti rahvusvahelist kultuuriruumi on siiani uuritud Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas kõrvuti majandusliku ja poliitilise ruumiga ning samuti *Postimehe* näitel (Kajar Kase 2005). Ka on rahvusvahelist ruumi uuritud välisuudiste põhjal, võrdluses teiste riikidega: Seiman 1998.a. ja Rutšev 2004. ja 2005.a. (Eesti, Soome ja Saksa kvaliteetlehtede välisuudiste võrdlus). Balti kultuuriruumi muutumist on

uurinud ka Peeter Vihalemm, mille üheks väljundiks oli artikkel *Changing Baltic Space: Estonia and its Neighbors* (1999). Globaliseerumist Eesti ühiskonnas ja meedias, mis on käesoleva uurimuse üks uurimisprobleeme, on ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas 1998.a. uurinud Raivo Suni bakalaureusetöös „Eesti ühiskonna avanemine ja kultuuri globaliseerumine aastatel 1992-1997“.

Kultuurikülgi *Postimehes* on kontentanalüüsi meetodil uurinud 1993.a Kaja Pino diplomitöös „Kultuur ajalehes "Postimees" 1991.-1992. aastal“, küll aga ei puudutanud see töö oluliselt rahvusvahelist kultuuriruumi.

Kajar Kase kaitses 2005.aasta kevadel bakalaureusetöö, milles käsitles *Postimehe* rahvusvahelise ruumi ulatust. Uurimuses puudutas majandusliku ja poliitilise ruumi kõrval ka kultuuriruumi teemat. Selgub, et Eesti kultuuriruumis on võrreldes teiste sotsiaalse ruumi dimensioonidega kõige olulisem suurte kultuurikeskuste mõju, kellel on rohkem ressursi, et toota rahvusvahelist uudistekünnist ületavat materjali (Kase 2005).

Kase (2005) toob oma uurimises välja, et USA kui uudiste superjõu võim tuleb eriti selgelt välja kultuuriruumis. Kase (2005) läbi viidud uurimus tõi välja ka mõned avastused kultuuriruumi representatsioonis, milleks olid Venemaa ning eriti USA üleolek ning ühise Balti kultuuriruumi puudumine *Postimehes*. Küll aga ei ilmnunud spetsiifilisi seaduspärasid, kuna kultuuriruum ei olnud töö fookuses.

1.3. Eesti meedia ja Postimees 1995 ja 2005

Vaadeldes **taasiseseisvumisaegse Eesti meediat**, võib Vihalemma ja Lauristini (2004) järgi välja tuua kolm perioodi:

1. 1991-1994. Meedia poliitiline iseseisvumine ja kommertsialiseerumise algus, mida iseloomustavad meedia vabanemine tsensuurist, ajakirjanike osalemine vabadusliikumises, uute väljaannete teke ja üliaktiivne mediakasutus.
2. 1995-1999. Stabiliseerumine aga ka meedia jätkuv kommertsialiseerumine ja meediaturu kontsentreerumine, mida iseloomustavad reklaamituru kiire kasv,

- meelelahutusliku meediakasutuse ja -produktsooni kasv, professionaalsuse kasv, kanalite mitmekesistumine, auditooriumi segmenteerumine.
3. 2000-2004. Arengukriis ja uue konsensuse otsing, millega on seotud uue meedia kiire areng ning trükikanalite majanduslik tugevnemine.

Erinevalt taasiseseisvumisele järgnenud perioodile oli aastaks 1995. dominandiks majanduse areng, mitte poliitilised reformid. Iseseisva riigi aluste loomise ja nõukogulikkusest eemaldumise ülesanne oli 1995.aastaks põhiosas täidetud. Uus ühiskondlik süsteem oli mõnevõrra stabiliseerunud, majandus arenes tõusujoones, inimesed hakkasid toibuma kiire ülemineku šokist, ehkki muutuste tempo oli endiselt kõrge. Suurenes sotsiaalne ja kultuuriline kihistumine ja ebavõrdsus, teravnesid sotsiaalsed probleemid (Vihalemm&Lauristin 2004).

Peamiste iseloomulike joontena **meedia arengu** puhul Eestis 1995-1999 ning ka uue aastatuhande algul võib välja tuua järgmist:

1. Meediasüsteemi jätkuv mitmekesistumine ja fragmenteerumine, uute ajakirjade asutamine ja paljude endiste ajakirjade ilmumise lõpetamine.
2. Jätkuv kommertsialiseerumine, meedia muutumine kasumile orienteeritud tootmisharuks, meedia meelelahutuslikkuse funktsiooni tähtsustumine (eriti televisioon).
3. Meedia kontsentreerumine. 1995. kujunes välja kaks trükimeedia keskust, Meediakorp ja *Postimees*, mis 1998.a. läksid välisomanike kätte ning millest kujunesid vastavalt Ekspress Grupp ja Eesti Meedia.
4. Meedia sisu polariseeritus, kollaste tendentside kõrval kogu meediasisus ja läbinisti kollaste väljaannete tekkimise kõrval kujunes ka tõsiselt võetav uuriv ajakirjandus (Vihalemm&Lauristin 2004, Paju 2004).

Eestis on läbi taasiseseisvumise aja olnud valdavalt kaks **kvaliteetpäevalehte** (mittetabloidi)- Eesti Päevaleht ja *Postimees*, mis kuuluvad erinevate meediakorporatsioonide omandusse ja konkureerivad suurima loetavuse pärast (Danielsson et al. 1999). *Postimees* on suurima levikuga mittetabloid Eestis ning ehkki

seda ei saa nimetada ka päris kvaliteetajakirjanduseks, on see Eesti massilehtedest nimetatud mõistele kõige lähemalseisev (Erlach 2000).

Postimees oli nii 1995. kui ka veel 2003. aastal, lähtudes erinevatest loetavuse ja lugejaskondade uuringutest, tõenäoslikult loetavuselt esimene päevaleht Eestis (TNS Emor, Vihalemm 2004: 310, kaudu). Seetõttu võib arvata, et ka 2005.a. ning praegu, kuna uut konkurentsi kvaliteetpäevalehe näol tekkinud ei ole. Küll aga pakub loetavuselt konkurentsi samuti igapäevaselt ilmuv SLÕhtuleht, mille lugejaskonna suurus on 2005.a. suurem kui *Postimehel* (TNS Emor 2005).

Ajalehtede lugemises ilmnevad taasiseseisvumise ajast järgmised tendentsid: 1) paljude ajalehtede lugemise muutumine elitaarsemaks; 2) auditooriumi fragmenteerumine ehk killustumine. Lehelugemise muutumist elitaarsemaks võib iseloomustada kõrgharidusega lugejate osakaalu suurenemisega ja vähema kui keskharidusega lugejate osakaalu vähenemisega (Vihalemm&Kõuts 2004).

Tuleb märkida olulist erinevust *Postimehe* ja *Eesti Päevalehe* vahel- *Postimehe* loetavus on keskharidusest madalama haridustasemega elanikkonna rühmades märkimisväärselt suurem kui *Eesti Päevalehe* loetavus, kuigi lugejaskonna elitariseerumine, kõrgharidusega inimeste oluliselt suurem lugemisaktiivsus iseloomustab ka *Postimeest* (Vihalemm&Kõuts 2004). Sealsamas pööratakse tähelepanu ka lehenumbri loetavuse ja ajalehe välimuse seostele, mis viitavad visuaalselt ja lühidalt esitatud materjali kergemini haaratavuse tähtsusele ja materjali paigutusele vastavalt aktuaalsusele (Vihalemm&Kõuts 2004).

Ajalehtede välimus on viimase 15 aastaga oluliselt muutunud. Eesti päevalehtede välimuse muutused viisid neid paralleelselt nii modernismi kui postmodernismi poole. Põhimõtteliselt samasugune oli areng ka Eesti ühiskonnas ja Eesti ajakirjanduses. Nii võib öelda, et ajalehe välimus peegeldab hästi ühiskonda ja selle muutusi, kuid selles võib näha ka tehnika mõju. Modernistlik suund on siinkohal ajalehtede muutumine

ülesehituselt strukturesemaks ja funktsionaalsemaks, postmodernistlik aga artiklite visuaalsem, fragmenteeritum ja liigendatum esitamise viis (Kurvits 2007).

1990.aastate alguses **tekstide pikkus** suurenes järjekindlalt koos lehtede mahu kasvuga. Just enne 1990.aastate keskpaika oli kirjutaja lehes kõige vabam- teda ei piiranud tsensuuriga maht, pigem vastupidi: pärmina paisuvad lehed tuli kuidagi täita. Kujunduslikult väljendus kirjutaja vabadus pikkade tekstide vohamises, palju ilmus mitmeküljelisi ajakirjalikke lugusid (isikuintervjuud, reklaamivad reisijutud ja kosmeetikasoovitused, uurimused relvakaubandusest ning kuritegevusest jne). Osalt oli pikkade tekstide vohamine soetud ka ajakirjade nõrkusega tol ajal ja ajalehtede nõ. universaalse rolliga ühiskonnas (Kurvits 2006: 2615).

Pikad lood ajalehes ei domineerinud, esines ka palju lühilugusid, mille pikkus varieerus tugevasti, mis näitab, et tekst läks lehte sellisena, nagu autor ja/või toimetaja oli(d) sisu poolest sobilikuks pidanud (Kurvits 2006). Tekstid hakkasid lühenema alles 1990.aastate teisel poolel, kui „pikad lood“ koliti koliti tugevnevatesse ajakirjadesse. Toimetajad hakkasid nõudma lehes fokuseeritust ja hierarhiseeritust, suurnes ka visuaalsete materjalide ja teabegraafikate hulk, samuti sisu fragmenteerumine, mis väljendus infokastikes, tsitaatide esiletõstmises ning erinevates liigendusvõtetes (Kurvits 2006). Fokuseeritud ja hierarhiseeritud lehekülgede kindel kasutamine algas *Postimehes* 1997.a. lõpul (Kurvits 2007).

Ajalehtede välimuse muutumine on seotud seega nii tehnika kui ühiskonna arenguga. Kurvits (2007) toob välja, et lehtede välimust on suunanud ka reklaami hulk ja ajalehtede vajadus „iseennast reklaamida“. Nimetatud asjaolu on esile tõusnud seoses kommertsialiseerumisega ja tõusva vajadusega jõuda võimalikult suure hulga tarbijateni.

Meedia üks eelpoolloetletud arengutunnuseid, jätkuv fragmenteerumine, on ilmselt seotud ka **infotehnoloogia arenguga** (ning ka meediaväljaannete siseselt), mis võimaldas päevalehtedel hakata esialgu artikleid loetavaks tegema ka virtuaalselt ning seejärel välja andma iseseisvat *online*-väljaannet. *Postimehe* veebiversioon tekkis 28.novembril 1995,

alates 2002.a. lõpust võis *online*-ajalehte tasuta lugeda alates kella 14st, mais 2004 oli aga taas piiranguteta kasutatav.

Meediateoreetiliselt on ***online*-ajakirjanduse** peamine erinevus traditsioonilisest ajakirjandusest kontekstualiseerimine ehk võime rikastada teksti „laiema pildiga“. *Online*-ajakirjanduse keskmes on traditsioonilise ajakirjanduse vaatepunktist kindlasti *online*-uudised- spetsiaalselt Internetis avaldamise jaoks loodud ja Internetis tarbitavad uudised. *Online*-uudist eristavad klassikalisest uudisest näiteks operatiivsus ja edastatavus reaalajas; piiramata maht; multimeedia võimalused; paindlikud edastamisvõimalused; interaktiivsus (Tähismaa 2003, Vengerfeldt&Runnel 2004, kaudu).

Online-lood on arenenud paberväljaande peegeldamise funktsiooni täitmisest kuni iseseisva meediasisu tootmiseni. Palju on räägitud ka nn. *online*-kannibalismist, kuid eelkõige ei konkureeri *online*-väljaanded mitte ajalehe trükiversioonidega lehtede tavalugejaskonna võitmise nimel, vaid pigem portaalidega (Vengerfeldt&Runnel 2004). *Online*-ajakirjandusele omistatakse suurt potentsiaali ka informatsiooni vahendamise sügavuse ja ulatuse tasanditel ja nende kombineerimises, milleks annavad võimaluse tehnilised eripärad. Ulatust on võimalik saavutada läbi suure infohulga samaaegsele kättesaadavusele ning sügavust läbi info temaatilisele grupeerimisele (Engebretsen 2006).

Meedia areng, kommertsialiseerumine (eraomandus) ja globaliseerumine (välisomandus) on eeldatavasti muutunud ka Eesti meedia ja *Postimehe* sisu ja teemadevalikut, muutnud selle rolli ühiskonnas ning positsiooni meediaturul. Kerkib ka küsimus kommertsialiseeritud ja globaliseeruva Eesti meedia vastasmõjust kultuuriruumi representeerimisega.

1.4. Meedia roll kultuuri vahendamisel

McQuail (2001) kirjutab, et meedia normatiivsed teooriad viitavad sageli meedia teatavale kohustusele toetada **kultuurilise kvaliteedi mitmekesisust** meedias, mis kaitseb enamasti rahvuse või ühiskonna ametlikku kultuuripärandit. Reaalset tegevust ja regulatsiooni leidub sellealasel vähe, küll aga kehtivad teatavad põhimõtted, mis

enamasti käibel on: 1) meedia peaks peegeldama ja väljendama meedia poolt teenindavate inimeste keelt ja kaasaegset kultuuri (artefakte ja eluviisi); meedia sisu peaks olema oluline hetkel tüüpilise sotsiaalse kogemuse seisukohast; 2) prioriteediks tuleks pidada meedia harivat rolli, kultuuripärandi paremiku esiletoomist ja jätkamist; 3) meedia peaks julgustama kultuurilist loovust, originaalsust ja kõrge kvaliteediga teoste loomist vastavalt esteetilistele, moraalsetele, intellektuaalsetele ja professionaalsetele kriteeriumidele (2003:161).

Kultuuri kajastamine meedias on pideva diskussiooni all, eriti mis puutub ametliku/domineeriva ehk kõrgkultuuri ja populaarse kultuuri kajastamise vahekorda. Üleriigilised päevalehed kui enamasti suurele auditooriumile mõeldud väljaanded käituvad eeldatavalt massimeedia põhimõtetel, mida on enim seostatud massi-ja populaarkultuuri levikuga, mis tõstatab kultuurilise info kvaliteedi problemaatika.

Peamisteks kultuurivaldkonna kajastajateks päevalehtedes on kultuuriosakond ning kultuuriküljed, mis asetavad need normatiivse teooria ja kriitika keskmesse. Hennoste (2001) leiab, et põhiline kultuurist kirjutamise sisuline nõue on, et päevalehe põhitähelepanu peaks olema suunatud professionaalsele põhivoolu kõrgkultuurile.

Kultuuri kajastamine päevalehtedes erineb teiste valdkondade kajastamisest olulisel määral, kuna kultuuris leidub harva nn. kõvu uudiseid, mille edastamises päevalehed enamasti võistlevad. Hennoste (2001) kirjeldab, et kultuuriosakonna keskne eripära on selles, et seal on uudised tavaliselt teisejärgulised ning kesksed on arvustused, milles sisaldub enamasti ka uudise tavaline materjal. Erilisus seisneb ka selles, et kultuuriküljed võivad olla määratud nii tavalisele kultuuritarbijale kui ka asjatundjale. Samas märgib ta, et kultuurisündmuste uudisväärtused on üldiselt samasugused kui muudelgi uudistel, valdkonna eripärast tingituna on olulisemad aga autorid, seega prominendid ja emotsionaalne ning geograafiline lähedus lugejale.

Rahvusvahelisel tasandi kultuuris sündiva kajastamine on geograafilise läheduse uudiskriteeriumist lähtudes problemaatiline ning tekitab küsimuse, mis ületab uudiskünnise. Clausen (2004) uuris rahvusvaheliste uudistoimetuste tööd (televisioonis) ja diskuteeris universaalsete (globaliseeruva) ja partikulaarsete (nõ. kodustatud) elementide sisaldumisele uudiste produtseerimise strateegiates. Ta jõudis järeldusele, et rahvusvaheliste uudiste tootmist saab iseloomustada pingega jagatud maailma ja ühise maailma vahel- püüd ühelt poolt hoida kultuurilisi piire ning teisest küljest neid hägustada. Ühelt poolt püüti rahvusvahelistest uudistest kujundada peegel maailma kohta ning teisest küljest neid rahvuslikule auditooriumile „kodustada“ (Clausen 2004). Rahvusvahelise ja väliskultuuri kajastamisel tähendab see niisuguste uudiste mõjulepääsu, kus on loodud lähedane seos representeeritava väliskultuurinähtuse ja kohaliku tasandi uudisväärtuslikkuste vahel.

Ajakirjandus on oluline kanal, mille kaudu kujuneb ühiskondlik seisukoht ja avalik arvamus, samuti kujutluspilt sellest, mis on hetkel oluline. Meedia sisu osutab teatud aja, koha või sotsiaalse grupi väärtustele ja uskumustele eeldusel, et meedia vastab üldiselt inimeste hulgas levinud lootustele, hirmudele ja uskumustele ning peegeldab üldisi väärtusi (McQuail 2003: 274).

Kultuuri kajastamise seisukohast toob Clausen ise (2004) välja asjaolu, et informatsioonivood ja teiste kultuuride tajumine moodustavad kultuurilise ja sotsiaalse peegeldumise, mis muudab **iga toimetuse valiku teadlikuks kultuuriliseks püüdluseks**. Seega, kohaldades nimetatud avastsut päevalehtedele, kujundavad toimetused läbi meediasisu teadlikult ka rahvusvahelist kultuurilist ruumi, mida väljaanne representeerib ning mis mõjutab rahvusvahelise kultuurilise ruumi tunnetust lugejate seas.

Clausen (2004) toob välja ka idee, et kultuuri kajastamine ajakirjanduses ei ole kunagi objektiivne vaid peegeldab seda, mida peetakse hetkel kultuuris oluliseks, mis omakorda mõjutab ka kultuuri arengut ja kujundab keskkonda, milles kultuur eksisteerib. Selleks, et sündmus oleks uudisväärtuslik, peab see olema tuttavas narratiivses raamistikus ja auditooriumile äratuntav (Gurevitch et al 1991, Clausen 2004 kaudu).

Niisiis on kommunikatsioonivaldkonnas sündmuste „raamistamine“ oluline, sest see on info auditooriumipoolse vastuvõtu eelduseks. Ajakirjanduslikus mõttes viitab see lugude muutmisele kergemini vastuvõetavaks nii sisult kui vormilt, kultuurilises mõttes aga kultuuriliste seoste loomist rahvusvahelise ja kohaliku vahel, mis on üks osa kultuuri globaliseerumisest. Globaliseerumine, mille käsituses on kogu maailma meediapildid, tekstid ja graafilised elemendid, kätkeb endas nii teadlikkust teistest kultuuridest kui ka vahetat kogemust maailmast tervikuna, seda pahatihti võistluses kohaliku kultuuriga (Clausen 2004).

1.5. Globaliseerumine

Globaliseerumine on kujutab endast ühest küljest „nähtust, mis viitab kõikidele protsessidele, mis liidavad maailma rahvad üheks suureks maailmaühiskonnaks-globaalseks ühiskonnaks (Albrow, 1990, Pieterse 1995, kaudu).

Globaliseerumine toimub globaalses väljas. Globaalne väli on sotsiokultuuriline süsteem, mille moodustavad rahvusühiskonnad, rahvustevahelised ja –sisemised liikumised ja organisatsioonid, etnilised grupid, inividid jms. Globaalse välja ja globaalkultuuri kujunemine fikseerib ka globaalse teadvuse tekke (Robertson, Suni 1998, kaudu).

Globaliseerumine on mitmedimensiooniline ja universaalne nähtus, mis ilmneb väga paljudes eluvaldkondades (eriti majandus ja kultuur). Globaalset ruumi vaadeldakse enamasti kui kohaliku ehk lokaalse ruumi vastandit, kuid leidub ka teooriaid, mis väidavad, et globaliseerumine on „hübridiseerumine“ ning globaliseerumise asemel võib rääkida „glokaliseerumisest“ (vt. Robertson 1995). Globaliseerumine on dialektiline protsess kohaliku, rahvusliku, regionaalse ja globaalse vahel ning samal ajal ka konflikt ja võitlus globaliseerumise agentide (*agencies*) ja globaliseerumise subjektide vahel (Boyd-Barrett&Rantanen 1998, McNair 2006, kaudu).

Pieterse (1995) leiab, et globaliseerumine on iseenda konstrueerimise (*the self*) allikate raamistik. Niisugune konstruktivistlik lähenemine sekundeerib eelkõige kultuuri semiootilisele tähendusele ja identiteedi (siinkohal Eesti ühiskonna identiteet) globaalses sümbolilises interaktsioonis tekkivale ja pidevalt ümberkujunevale olemusele. Antud uurimus tõstatab omakorda küsimuse Eesti meedia kui Eesti kultuurilise identiteedi ja rahvusvahelise kultuuriruumi konstrueerija ja peegeldaja rollist.

Üleilmastumise erinevad tahud ja mõjud on pidevalt diskussiooni all eelkõige majanduses, mis hõlmab ka meediamajandust, ning kultuuris. Globaliseerumist saab vaadelda ühest küljest läbi meedia globaliseerumise ning teisalt selle mõjul tekkiva kultuuri globaliseerumise.

1.5.1. Ajakirjanduse globaliseerumine

Globaliseerumise teooriad on ajakirjandusega sageli seotud läbi massimeedia ja massikommunikatsiooni mõistete, nende leviku ja mõjude teooriatega, seda ka erinevate kultuuriinstitutsioonide perspektiivist (massikultuur vs. kõrgkultuur). Globaliseerumisega on tihedalt seotud meediamajanduslike omandisuhete ja meelelahutustööstuse problemaatika.

McNair (2006) eristab ajakirjanduse globaliseerumise vaatlemisel kolme suunda: optimistlik, pessimistlik ja agnostiline. Optimistid näevad ajakirjanduse globaliseerumises demokraatliku ja liberaalse maailma edusammu, pessimistid „McDonaldiseerumist“, „amerikaniseerumist“, „tabloidiseerumist“ ja kultuuri allakäiku, agnostiline seisukoht näeb piiramatu kommunikatsiooni ja kommunikatsioonikäitumise mustrite esilekerkimist, „anarhiat“ ja „kaost“, mis omavad nii konstruktiivset kui destruktiivset mõju ühiskonnale.

Massimeedia globaliseerumise esmaseks eelduseks on tehnoloogia areng ning levik. Seega ilmutavad globaliseerumise märke enim niisugused massimeediakanalid nagu televisioon ning uus meedia. Siiski ilmutavad rahvusvahelised omandisuhted end ka

trükimeedias, seda põhiliselt läbi kasumihuvi ja seega reklaami kui ka meediasisu (McQuail 2003: 195).

McQuail (2003) väidab, et ei saa tõmmata selget joont globaalse ja rahvusliku või kohaliku meediasisu vahele. Globaalne massimeedia on mitmetahuline fenomen, mis võib esineda erinevates vormides. Ka Eestis kuuluvad mitmed meediaväljaanded välismaistele meediakontsernidele, seda nii televisioonis kui trükis. Kaabeltelevisiooni kaudu on sellised meediatitaanid nagu BBC, CNN ja MTV nähtavad kõikjal maailmas, Interneti-ajastule kohaselt saab väga suur hulk inimesi oma igapäevase uudistekoguse kätte reaalselt.

Brian McNair (2006) leiab oma kaoseteoorias (*chaos paradigm*), et ajakirjandusliku sisu tootmises on nelja sorti keskkondlikke ehk väliseid mõjusid: poliitilised, ideoloogilised (ideede kultuurilise jõu mõjud), majanduslikud (kultuurilise turu mõjud) ja tehnoloogilised. Meediasisu omadused tekivad nende faktorite pidevas ja iseseisvas vastasmõjus, mistõttu on meediasisu nende faktorite etteaimamatu kombinatsioon. Seega ei ole uudised mitte ideoloogilise meelsuse näitaja vaid paljude keskkonnafaktorite ja – jõudude vastasmõju produkt. Kaoseteooria rõhutab meediasisu etteaimamatust selle tekkimise protsessis, mis on sõltuv infovoolude kvaliteedist ja kvantiteedist, tagasisidest ja juhtkonnast. Uudiseid ei toodeta ega konstrueerita, samuti ei teki need ise. Uudised kerkivad meediaruumis olevate kommunikatsioonikeskkonna elementide omavahelises interaktisoonis (McNair 2006: 49).

McNair (1998) kirjutab ka, et ajakirjanduse vahetumaks muutumisega on see muutunud ka globaalsemaks, peale välissündmuste „kojutoomise“ kohalikele auditoriumidele on see muutunud need auditoriumid ka rahvusvahelisemaks ja iseloomult „globaalsemaks“.

1.5.2. Kultuuri globaliseerumine

Kaasaja postmodernistlik või postindustriaalne ühiskond ei ole sünteetiline mitte ainult seepärast, et tegemist on plastmassmaailmaga, vaid maailm on sünteetiline ka kulturooloogiliselt. Puhtaid kultuure enam ei ole, kõik seguneb ja kleepub kokku (Gross, 1995).

Kultuuri globaliseerumisel on oluline rääkida kultuurivoolu ehk globaliseerumise kultuurilistest dimensioonidest, mis kõik on omavahel vastasmõjus.

Globaalne kultuurivool jaguneb viieks keskkonnaks (Appadurai, 1990):

- 1) *ethnoscape* („etnovool“)- inimeste hulk, kes moodustavad pidevalt liikuva ja muutuva maailma: turistid, immigrandid, pagulased, põgenikud, võõrtöölised ning teised liikuvad grupid ja inimesed;
- 2) *mediascape* („meediavool“) – meedia: ajalehed, ajakirjad, TV, raadio, film suurema era- ja avaliku sfääri käsitluses;
- 3) *technoscape* („tehnoloogiavool“)- nii mehaanilise kui informatsioonilise tehnoloogia levik, suhted raha leviku, poliitiliste võimaluste ja oskustöölise vahel (nii liht- kui oskustöölised);
- 4) *finanscape* („finantsvool“) - rahaturud, börsid;
- 5) *ideoscape* („ideoloogiavool“) - ideed heolust, vabadusest, õigusest, suveräänsusest, demokraatiast jne.

Meediavoolu keskkonna mõistes saab globaliseerumist seostada massimeediaga, mida valdavad globaliseerumise käsitlused ka teevad.

Massimeedia mõju kultuurile on seletatud nii läbi ühiskonnasisese **akumulatsiooniteooria** kui pigem väljastpoolt tulevate väärtuste ja ideede **adaptsiooniteooria**. Minimaalsete efektide akumulatsiooniteooria selgitab, et märkimisväärsed muutused leiavad aset ühiskonnas siis, kui ühte situatsiooni esitada pikema aja vältel, mis esitab massimeedia pikaajalist mõju ühiskonnas. Adaptsiooniteooria järgi esitab massimeedia uusi ideid, väärtusi, käitumismalle, uut tehnoloogiat, moodi jt. mille auditoorium võtab omaks. Ka kultuuri globaliseerumisel läbi massimeedia on tegemist adaptsiooniga (DeFleur&Dennis 1991, Suni 1998, kaudu).

Finantsvoolude mõistes võib paralleele tõmmata kommertsialiseerumise ja meedia omandusega.

Rahvusvahelise massikommunikatsiooni oluliseks koostisosaks on reklaam, mis on seotud tooteturgude globaliseerumisega ja paljude reklaamiagentuuride rahvusvahelise tegevusulatusena, suhteliselt vähesel arvul firmade domineerimisega turul (McQuail 2003: 196). Tooted, mida reklaamitakse aga kujundavad kultuuri, nende hulgas kultuurilised tooted, eriti aga vastuolulise populaarkultuuri (taas)toodetav. Meedia omanduse, tootmise ja levitamise rahvusvaheliseks muutumine mõjusid iseloomustavad hästi levimuusikatööstuses ja meediakorporatsioonide hulgas domineerivad vaid üksikud suurkorporatsioonid (Columbia, Time-Warner, Disney, Sony) jne.) kes jagavad nii meedia-kui popkultuuriturgu, tehes koostööd käibe jagamisel, tootmisel, filmide ostmisel ja kohalike jaotusvõrkude jagamisel (McQuail 2003: 197).

Ideoloogiavoolu keskkonna mõistes võib globaliseerumist käsitleda kui kultuurilist standardiseerumist, amerikaniseerumist, akultureerimist või näiteks kultuurilist imperialismi.

Kultuuri globaliseerumisel on fookus globaalsel kommunikatsioonil ja ülemaailmsel **kultuurilisel standardiseerumisel** eelkõige ingliskeelse massikultuuri ja ameerikaliku elulaadi leviku kaudu (Raagmaa, Suni 1998, kaudu). Tulemuseks on keeleline ja kultuuriline unifitseerumine, millega inglise keel on kujunenud maailmakeeleks (Suni 1998).

Globaalse kultuuri aluseks on kultuurilised tooted, mis on kogunenud globaalsele areenile erinevatest maailma paikadest. Sellega on nad muutunud kosmopoliitse turu tarbeesemeteks: maailmamuusika, maailmakirjandus, turism, kunst, mood, toiduvalmistamisviisid, kino ja muu selline. Selle määratluse kohaselt on globaalkultuuri näol tegemist n.ö kaubandusliku asenduskultuuriga, mille perspektiiviks on saada kergesti ligipääsetavaks standardiseeritud aseaineks, mis peab asendama iga individuaalset traditsiooni ning mida võib toota odavalt ja suurel hulgal (Raud, Suni 1998, kaudu). Sellise asenduskultuuri teeb globaalseks see, et tal puudub päritolu (Suni 1998).

Akultureerija on jõulise kultuuri ideoloogia, mis avaldab läbi oma positsiooni survet nõrgematele kultuuridele. Amerikanismi puhul on akultureerijaks USA n.ö inimõigustel, demokraatial ja liberalismil põhinev ideoloogia, mis levib tänu USA tugevale positsioonile maailmas (Suni 1998:16). Globaliseerumisel on akultureerijaks **globaalkultuur** – metakultuur (Robertson, Suni 1998, kaudu), mis sisaldab ideid maailmast kui ühest tervikust. Globaalkultuuri levikule aitavad kaasa globaalpoliitika ja -majanduses domineerivad suurriigid. Erinevus varasemast kultuuriimperialismist seisneb selles, et varem tugines kultuuriline domineerimine etnilistel ideoloogiatel nagu Prantsuse, Vene, Inglise kultuur. Tänapäeval on domineerimine mitte-rahvuseline ja tugineb supranatsioonasetel, universaalsetel mõistetel nagu kapitalism, sotsialism (Smith, Suni 1998, kaudu).

Kultuuriline imperialism on üldväljend globaalse meediatoodangu eksportijate (peamiselt USA meediatööstuse) tendentsile domineerida väiksemate ja vaesemate maade meediatarbimises ja sellega suruda mujal asuvatele auditooriumidele peale oma kultuurilised ja muud väärtused. Oletatakse, et kultuurilise imperialismi otseseks või kaudseks tagajärjeks on sõltumatuse ja autonoomia kaotamine, rahvusliku või kohaliku kultuuri allakäik. (McQuail, 2003: 446).

Leidub aga ka teistsuguseid käsitlusi, mis ei näe globaliseerumises vaid monopoliseeruvaid mõjusid. Brian McNair (1998) leiab, et kultuurilise imperialismi ohud on ülehinnatud ning mingist globaalse meedia auditooriumi monopoliseerimisest ühepoolselt rääkida ei saa. Siiski toob ta välja, et globaalse meedia kõrval on väga oluline säilitada kvaliteetne ja hästi kättesaadav kohalik meedia.

Märksa paindlikum ning orgaanilisem teooria kultuuri globaliseerumise kohta on **hübriidiseerumine** -protsess mille kaudu väga erinevatest elementidest kujunevad uued kultuurivormid, eeskätt võõraste või imporditud ja kohalike või traditsiooniliste kultuurivormide kombineerumine (McQuail 2003: 442). See on seotud laialt levinud **postmodernismi** paradigmaga. Featherstone (1996) kirjutab, et postmodernism on ühtlasi sümptom ja tugev kultuuriline kujund, mis väljendab eemaldumist globaalse kultuuri kui homogeense nähtuse käsitlemisest ning vaatleb kultuuri pigem mitmekesisuse ja

populaarse ning lokaalse kultuuri diskursuste, koodide ja praktikate rikkuse perspektiivist, mis tõrjuvad ning taasesitavad süsteemsust ja korda.

Eesti kultuuri globaliseerumisel võib eristada kahte suunda. Ühelt poolt on võimalik otsene globaliseerumine, kus globaalsed ideed jõuavad Eestisse vahetu kontakti käigus, teisalt aga filtreeritud globaliseerumine, kus globaalsed ideed levivad Eestisse läbi euroopastumise. Otsene globaliseerumine on domineeriv põhiliselt meedia ja tehnoloogia globaliseerumises, filtreeritud globaliseerumine aga poliitilises, majanduslikus ja teaduslikus globaliseerumises (Suni 1998).

Kultuuri globaliseerumise tunnused Eesti ühiskonnas on Suni (1998) uurimuse järgi: kultuuri kommertsialiseerumine, kergemuusikatööstuse areng, tõlkekirjanduse osakaalu kasv, ülemaailmsed vabaaja veetmise vormid, postmodernism, globaalsed tähtpäevad (nt suitsetamise vastane päev, AIDS-i ohvrite mälestamise päev), uued subkultuurid (interneti, seksuaalvähemuste subkultuur jt), uued väärtused - individualism, kosmopolitism, egotsentrism, mobiilsus (Suni 1998).

1.6. Kommertsialiseerumine

Kommertsialiseerumine meedias on formaalses tähenduses meedia eraomandus ja toimimine turumajanduslikel printsiipidel, sisulises tähenduses aga kui meedia kvaliteedi langus, tabloidiseerumine. Kommertsialiseerumine kultuuris (populaar- ja massikultuur) on seotud turumajanduslikus konkurentsisis toimiva meedia kasutamisega tähelepanu saamise ja kultuuri tarbimise edendamise eesmärgil.

Massikultuuri tunnuseks on kommertslikkus. Seda võib nimetada ka tarbijaühiskonna kultuuriks, kus rõhutakse läbi kindla ideoloogia materiaalsetele väärtustele (Suni 1998:64). Massikultuuri puhul tuuakse välja selle kohanemiskontseptsioon, mille järgi on massimeedia esmane ülesanne inimese sotsialiseerimine muutuv urbaniseeruv ühiskonnas, ning teisalt meelelahutusfunktsioon ja tarbimisvajaduse kujundamine ja selle rahuldamine (Jerasov 1994, Suni 1998, kaudu).

Meediaettevõtted toimivad turul kahel tasandil. Nagu kõik ülejäänud ettevõtted, müüvad ka meediaettevõtted klientidele oma tooteid/teenuseid. Kuid lisaks müüvad need oma klientuuri (lugejad, kuulajad, vaatajad) veel kolmandatele isikutele ehk reklaamiandjatele. See tähendab, et meediaturul muutub klient seda endale teadvustamata tooteks, mida meediaettevõtte müüb reklaamiandjale. Teiseks on meediaettevõtted äärmiselt tihedalt ühiskonnaga seotud. Mitte ükski teine tööstusharu ei tegele sellises mahus informatsiooni selekteerimise ja edastamisega ning ideede-tõekspidamiste mõjutamisega. Samuti ei sisusta ükski tööstusharu nii suurel määral inimeste vaba aega. Sellest tulenevalt ei ole ka ühelgi teisel tööstusharul inimeste mõttemaailmale nii suurt mõju (Paju 2004:23).

Kommertsialiseerumine on protsess, mille tulemusena meedia struktuurid ja sisu hakkavad kajastama meediatööstuse kasumit taotlemaid eesmärke ning on allutatud turu kriteeriumidele. Kommertsialiseerunud meediasisu peetakse erineval määral mitteautentseks, standardiseerituks ja stereotüüpseks, sensatsioonilisusele ja personifitseeritusele kalduvaks. Mõnes kontekstis viidatakse kommertsialiseerumisele kui amerikaniseerumisele, põhjendusega, et protsessi on kaasatud Ameerika sisu importimine, millega tavaliselt käivad kaasas ka Ameerika tootmisstandardid ja väärtused (McQuail 2003: 445).

Kasumijaht ajakirjanduses omakorda tekitab küsimuse kultuuri turundamise ja kommertsialiseerumise seostest ning viisidest. Kultuuriturundust on sageli seostatud pop- ja massikultuuriga, mis on kerge, universaalse ja atraktiivse sisu ning vormiga, mis levib just globaliseeruva ja müügile orienteeritud meedia kaudu. Pop- ja massikultuuri on viimase sajandi kultuuriteoorias käsitletud vääritud vastandina professionaalsele ehk kõrgkultuurile. Tuntuimad teoreetikud olid selles valdkonnas Theodor Adorno ja Max Horkheimer koos ülejäänud nn. Frankfurdi koolkonnaga, kelle tegevus sai paradoksaalsel kombel stiimuliks hilisemale popkultuuri ümberhindamisele (McQuail 2003: 441).

Triin Vihalemm ja Margit Keller on oma atraktiivse kultuuri konverentsiettekandes viidanud kultuuri turundamisele kui küsimusele eneseväljenduse ning enesemüümise piiridest ning jõudnud järeldusele, et kultuuri ja majandusvälja igihaljast konflikti on

hilismodernses ühiskonnas üha enam must-valgelt lahendada, sest kahe välja vahel toimub põimumine, mis on ühelt poolt küll ehmatav aga teisalt loob uusi võimalusi. Samas püstitavad nad teesi, et on olemas tasakaalustatud sümbioose, sisu ja vormi innovatsioonid, kus kommertsvahendeid saab kasutada kultuuri kommunikatsiooniks (Vihalemm&Keller 2005). Praeguse aja reklaamiruumis ning atraktiivsele infole suunatud päevaajakirjanduses tõuseb esile vajadus silma paista ja tegeleda kultuuriturundusega, kuna silmapaistvamad üritused ja kultuurivaldkonnad saavad rohkem kajastust. Süvakultuuri ja kommertsuhvide ühendamine aga on problemaatiline ja tekitab küsimusi kommerts ja kunsti vahelistest piiridest, kultuuri ja meedia kommertsialiseerumise omavahelistest seostest.

Kommertsialiseerumist vaadeldakse meedia tähenduses enamasti vastandusena, nagu kultuuris süva- ja populaarset kultuuri: tavaliselt tabloid vastanduses kriitilise ehk kvaliteetse ajakirjandusega. Nii kriitilise ajakirjanduse kui süvakultuuri puhul tuntakse muret nende mandumise pärast ja allutamisest kommertslikele huvidele.

Kriitiline ajakirjandus on informatsioon päevakajaliste teemade kohta, mis on mõeldud selleks, et võimalikult suur hulk inimesi saavutaks võimalikult suure teadmiste kasvu. Sellisel juhul teenib meedia avalikku heaolu (*public good*). Turule orienteeritud ajakirjandus (*market journalism*) aga on informatsioon päevakajaliste teemade ja sündmuste kohta, mis on mõeldud selleks, et teenida firma huvisid kasumi maksimeerimisel, tihti selle hinnaga, et ei hoolita avalikkuse vajadusest mõista ümbritsevat (McManus 1994: 184).

Kultuurikajastuse mõistes võib kommertsialiseerumine tähendada seega mitte teadmiste kasvule suunatud kultuurilise info vaid pigem meelelahutusliku kultuuri pakkumist.

Ajakirjanduse kommertsialiseerumise ehk tabloidiseerumisega on seega seotud ka nõ „kollased lood“, mille eesmärk on meelt lahutada, mitte pakkuda arutlust ümbritseva maailma kohta ning mis seisneb meedias peale teemadevaliku ka viisis, mismoodi sündmusi ja nähtusi kajastatakse. Kultuuri kajastamine „kollases“ ja meelelahutuslikus

laadis toob kaasa ohvrid analüütilise kajastamise arvelt, keskendumine atraktiivsele vormile lisab aga ajakirjandusväljaandele efektsust meediaturul konkreerimiseks. Kollaseid lugusid võib üldjoontes iseloomustada kui inimlikku huvi äratavaid ja/või sensatsioonilisusele panustavaid artikleid.

Inimlikku huvi äratav lugu (*human interest story*) on uudisloo või formaadi liik, mis keskendub personaalsele tegevusele ja isiklikele tagajärgedele, kasutab dramaatilist, humoorikat või jutustavat stiili ja käsitleb teemasid, mis on lähedal igapäevastele emotsioonidele ja kogemustele (McQuail 2003: 443). Pulleritsu (1997) põhjal saab väita, et inimlik huvi on kõik see, mis toimetust huvitab ning see on ka hea olemusloo ajendiks ja elemendiks. Olemuslugu ehk *feature story* on pikem kirjutis elust ja inimestest; teda kannavad eeskätt tegelaste teod ja sõnad; temas peab olema story ja samas peab ta edastama fakte. Ameeriklased ütlevad, et feature' eesmärk on *to entertain*-meelt lahutada (Pullerits 1997:79). Olemuslugude suur hulk võib seega olla meelelahutusliku meedia ja kommertsialiseerumise žanriline väljendus, samuti aga ka sensatsioonihõnguliste ning inimlikku huvi äratavate uudiste hulk.

Sensatsioonilisus on mõiste meediasisu niisuguste aspektide tähistamiseks, mida on võimalik kasutada tähelepanu köitmiseks, emotsioonide äratamiseks või võimendamiseks. Sensatsioonilisust on kasutatud kontentanalüüsi kategooriana uurimustes, mida on ajendanud mure vastuolu pärast sensatsioonilise ja objektiivse uudise edastamise vahel (McQuail 2003: 452). Seega on ajakirjanduse fookus sensatsioonilisusele üks märkidest, mis osutab kommertsialiseerumisele.

Nii olemuslood kui inimliku huvi seotusega lugude suur hulk osutab ajakirjanduse meelelahutuslikkusele, suunast kergele sisule ja orienteeritusest müügile. Sensatsioonilisus viitab uudiskesksusele, mis võib viidata kultuuri kajastamise ebaproportsionaalsusele ja keskendumisele mööduvatele kultuurinähtustele sügava analüüsi asemel.

1.7. Uurimisküsimused ja hüpoteesid

Kultuuri kajastamist on küll uuritud rahvusvahelise kultuuriruumi tähenduses, kuid mitte kultuurivaldkondade kaupa või kõrvuti globaliseerumise ja kommertsialiseerumise nähtustega. Käesolev töö püüab analüüsida päevalehes *Postimees* esitatud rahvusvahelist kultuuriruumi nii kultuuri kui meedia globaliseerumise ja kommertsialiseerumise perspektiivist ning teha järeldusi Postimehe kui kultuuri kajastaja rollist ühiskonnas.

Lähtuvalt eelnevatest rahvusvahelise sotsiaalse ruumi ja Eesti meedia uuringutest, kultuurikajastust ja kultuuriprotsesside ning meedia omavahelisi seoseid puudutavast teoreetilisest käsitlusest püstitan järgnevad **uurimisküsimused**:

1. Kas rahvusvahelise kultuurifookusega artiklite hulk on *Postimehes* suurenenud või vähenenud?
2. Missugused riigid/regioonid ja kultuurivaldkonnad on representeeritud 1995. ja millised 2005.aastal?
3. Millised on kultuuri kajastamise eripärad tavalehtedes, lisalehtedes ning *online*-lugudes?
4. Millistes žanrites representeeritakse riike ja kultuurivaldkondi 1995.a. ja 2005.a. ning kui pikad on lood?
5. Kuidas/kas iseloomustavad rahvusvahelise fookusega kultuurilood kultuurikajastust *Postimehes*?
6. Kas/kuidas on *Postimees* rahvusvahelise kultuuri kajastamisel mõjutatud kommertsialiseerumisest/globaliseerumisest?
7. Kuidas/kas käsitletakse *Postimehes* globaliseerumist ja kommertsialiseerumist?
8. Kuidas iseloomustab *Postimehes* representeeritud kultuuriruum Eesti ühiskonda ja kultuurielu?

Käesolev töö püstitab lisaks uurimisküsimustele ka **hüpoteesid**, mis teevad oletusi Postimehe muutumise ja arengu kohta 1995. aastast 2005.aastani:

Järgnevalt on kontrollitud hüpoteeside paikapidavust koos põhijäreldustega, mida on pikemalt analüüsitud juba eelnevalt.

1. Rahvusvaheline kultuurikajastus oli 2005.a. *Postimehes* muutunud analüütilisest uudis- ja sündmuspõhiseks, kultuurikajastuselt eliidilehest massileheks.
2. *Postimees* oli 2005.a. turule orienteeritud päevaleht, mis kajastas rohkem populaarset kui süvakultuuri.
3. Rahvusvaheline kultuuriruum oli 2005.a. globaliseerumise ja tehnoloogia arengu ning lehe fragmenteerumise mõjul laienenud ning kultuurilist infot välisilmast on rohkem.
4. Rahvusvaheline kultuuriline sisu *Postimehes* oli 2005.a. koondunud rohkem globaalse levikuga kultuurilist materjali nagu filme ja popmuusikat tootvate piirkondade ümber.
5. Postimehe representeeritavas rahvusvahelises kultuuriruumis on enim esindatud USA ja Lääne- Euroopa, Ida-Euroopa väga vähe.
6. *Postimees* peegeldas 1995.a rohkem kultuuriruumi, mille poole Eesti ühiskond püüdis, 2005.a. oli kultuuriruumi konstrueerijaks olulisel määral ka teemadevalik.

Uurimisküsimused leiavad vastuse järelduste ja diskussiooni tulemuste osas, hüpoteesid diskussiooni ja järelduste osa põhijärelduste osas.

2. Meetod

Käesolev bakalaureusetöö analüüsib päevalehe *Postimees* seaduspärasid ja funktsiooni kultuuri (-ruumi) kajastamisel ja loomisel kvantitatiivse kontentanalüüsi meetodil. Toetavaks meetodiks töö tulemuste analüüsil ning diskussioonil on standardiseerimata ekspertintervjuud Tartu Ülikooli professori ja kultuuriteoreetiku Jüri Talveti ning *Postimehe* endise kultuuritoimetaja Kadi Herküliga.

2.1. Valim

Valimi koostamisel kasutati eeskujuna Stevensoni poolt kasutatud nn. koostatud nädala meetodit (*composite week*) (Kase 2005). Valimi suuruseks oli kaheksa koostatud nädalat aastakäigu kohta ehk üks lehenumber igast nädalast, millest sattusid lõppvalimisse artiklid, mis vastasid valimi kriteeriumidele (vt. Analüüsiühikute valiku kriteeriumid).

Koostatud nädalate puhul kasutati põhimõtet valida kuu igast nädalast järjest nädalapäevad (jaanuari esimese nädala esmaspäev, jaanuari teise nädala teisipäev, jaanuari kolmanda nädala kolmapäev kuni laupäevani ja siis jälle esmaspäevast peale). Kuupäevad, mida uuriti, võib leida lisast koos artiklite loendiga.

Valim koosnes 1995. ja 2005.a. *Postimeestest*. Igast lehenumbrist võeti vaatluse alla esikülg, välisuudiste rubriik ning kultuurirubriik. Esilehekülg oli kaasatud, kuna suured rahvusvahelised sündmused võisid olla arvatud päeva olulisimate sündmuste hulka. Välisuudiste rubriik oli kaasatud, kuna osa rahvusvahelise fookusega kultuurilugusid võisid olla paigutatud üldiste välisuudiste hulka.

Lisaks tavaväljaandele olid valimisse kaasatud ka lisalehed, kui need juhtusid ilmuma koos valimisse sattunud lehenumbriga: 1995.aasta laupäevane *Extra* ja 2005. aastal laupäevane *Arter*, lisaks muud regulaarsed lisalehed (nt *Reis*), rubriik „Meedia” (ka „Meediaarvustus”) ning noortelisa *Hip!*. Lisaleht *Reis* oli küll väga spetsiifiline lisaleht, mis lasi juba ette aimata, missugused teemad ning riigid selles esindatud olid (turism ja pärimus, kuurortid ja kauged paigad), kuid kuna 1995.a. *Extra* kui mitmetahuline ja

sisuliselt ainus pidevalt ilmuv lisaleht kajastas samuti nimetatud teemasid, siis ei saanud seda ka valimist välja jätta.

Vaatluse alla olid võetud ka valimi kuupäevadel ilmunud *online*-lood. *Postimehe* kodulehel asub arhiiv, milles on salvestatud juba mitmete möödunud aastakäikude kõik artiklid. *Online*-lugusid otsiti valimisse arhiivis asuva kalendri põhjal. Valimi kuupäevale vastava lehenumbri alt valiti „*online*-uudised“ ning sobivad artiklid läksid kodeerimisele. Seega on valimis need *online*-lood, mis arhiivi järgi valimi jaoks sobiva ilmumiskuupäevaga on.

Valimist jäid välja kohalikud lisalehed, näiteks *Tartu Postimees*, kuna kohalikud uudised ilmuvad üleriigilise väljaandega võrreldes teistel põhimõtetel.

Analüüsiühikute valiku kriteeriumid olid järgnevad (analüüsiühikuks sobis artikkel, mis vastas vähemalt ühele kriteeriumile):

1. artikli sisuks on välismaal toimunud kultuurisündmus või -protsess/ välismaa kultuuritegelane/ välismaa elu-olu (vt. selgitust allpool) (arvesse lähevad ka rahvusvahelise mastaabiga sündmused, mis leiavad aset Eestis);
2. tegemist on kultuuriteemalise artikliga (vt. selgitust allpool), kus mainitakse välismaal toimunud kultuurisündmust või -protsessi/ välismaa kultuuritegelast (minimaalselt üks lõik teksti või üks mõte);
3. artikli sisuks on välismaise päritoluga kultuuriväärtus/ välis autori teos;
4. tegemist on kultuuriteemalise artikliga, milles mainitakse välismaise päritoluga kultuuriväärtust/ välis autori teost (mainimise minimaalsele väärtusele vastav);
5. artikkel käsitleb väliskultuuri laiemal tasandil (pärimuskultuur, keel, rahvuslus);
6. artikkel käsitleb kultuuri kui nähtust üldisemas perspektiivis.

Välja jäid artiklid, mis olid liialt väikese representatsioonimääraga ning suure hulga tõttu potentsiaalselt tulemustele liigselt mõjuvad (näiteks leheküljetäis välisautorite raamatute tutvustusi või uute plaatide minit tutvustused). Valimisse sattunud lehenumbrite kuupäevad ja valimisse kvalifitseerunud artiklite pealkirjad on toodud lisas.

2.2. Mõisteid

Representatsioon esineb antud töös kajastuse tähenduses. Näiteks artikkel, mille teemaks on filmifestival Berliinis, representeerib filmifestivali teemat ning Saksamaad. Töös esinevad representatsiooni sünonüümidena ka „kajastus“ ja „esindatus“.

Rahvusvaheline fookus on artikli omadus representeerida nähtust või riiki, mis asub väljaspool artikli ilmumise rahvuslikke piire.

Mainimise minimaalne väärtus on valimi kriteerium, mis tuleneb marginaalsuse vältimise ja proportsioonide säilitamise vajalikkusest. Kriteerium vähendab võimalust, et valimisse satub artikleid, mis on kodeerimiseks liialt vähese representatsioonimääraga ning antud uurimuse eesmärgi mõttes ebaolulised (näiteks mainitakse metafoores, kujundlikus, illustratiivses tähenduses või mainitakse mõnda üldtunnustatud fakti), moonutades uurimistulemusi. Näiteks, kui artiklis kirjeldatakse mõnda olukorda metafooriga „tšehhovlik“, siis on tegemist marginaalse Venemaa representatsiooniga, mistõttu ei lähe antud artikkel arvesse kui Venemaad representeeriv, v.a juhul, kui artiklis leidub muid viiteid, mis vastavad antud kriteeriumile. Kodeerimisel oli minimaalseks väärtuseks ligikaudu üks lõik (üks mõte) artikli teksti, mis vastas välismaise representatsiooni kategoorias vähesele määrale.

Kultuuri on siinkohal vaadeldud peamiselt institutsionaalses ja kunstilises tähenduses, osaliselt aga ka pärimuslikus ning ühiskondlikus võtmes. Uurimisobjekti määratletavuse huvides on vaatluse alt välja jäetud kultuuriliste omaduste esinemise võimalikkuse kõikides eluvaldkondades, keskendudes kategooriatele, mis võimaldavad teha rohkem järeldusi kultuuriliste toodete ja ideede levikule globaliseerivas maailmas. Kultuur on seega siinkohal ühest küljest muusika, kirjandus, kunst ja teater, teisest küljest tehnoloogiate arenguga lisandunud kunstiliigid nagu film ja fotograafia. Lisaks on vaatluse alla võetud kultuuri vahendavad institutsioonid kui uue globaalse meediakultuuri loojad ja vahendajad (Internet, televisioon, raadio, ajakirjandus, reklaam) ning kultuur ühiskondlikus tähenduses, mis kaasab „kohaliku kultuuri“ kategooria.

Kultuurilugu või **Kultuuriteemaline artikkel** on antud tähenduses artikkel, mis käsitleb kultuuri või kultuuriga seotud isikuid, artefakte ja paiku. Mõiste „kultuur üldiselt“ esineb siin töös ka kui teemakategooria, tähistades näiteks kultuuri kui nähtuse üle arutlemist artiklis.

Väliskultuuri teemaline artikkel ehk väliskultuuri representeeriv kodeerimisühik on kultuuriteemaline artikkel, mis sisaldab endas vähemalt viidet väliskultuurile ehk kultuurisündmusele, -nähtusele või –isikule väljaspool vaadeldava päevalehe ilmumise riiklikke piire (Eestit) ning vastab vähemalt ühele valimi kriteeriumile. Juhul kui artiklis piirdub representatsioon kultuuriga seotud isikuga, siis valimisse arvamiseks peaks tegemist olema isikuga, kes ei ole eesti rahvusest. Eestlasest või eestimaalasest kultuuritegelane(-sed) välismaal ei valimikriteeriumi „väliskultuuritegelane“ alla, mistõttu jäävad iseseisvalt valmimist välja.

Üldkultuuriline artikkel on siinkohal artikkel, mille teemaks on kultuur, kuid kus ei keskenduta ühelegi sündmusele, isikule ega konkreetsest riigist tulevale kultuurinähtusele, vaid kirjutatakse kultuurist kui sellisest, või inspireerituna mõnest kunstinähtusest, täpsustamata ja mainimata ühtegi konkreetset regiooni (v.a. näiteks „läänemaailm“ kui ühiskondlik-kultuuriline nähtus, mis tuleb kodeerimisel ka eraldi välja). Mõningatel juhtudel on valimisse sattunud ka artikleid, mis selle kriteeriumi seisukohast oleks pidanud välja jääma. Seda näiteks juhul, kui tegemist on artikliga, mis käsitleb kultuuri kui nähtust ning milles ei mainita ühtegi riiki piisavalt palju, et artikkel vastaks mainimise minimaalse väärtuse kriteeriumile. Näiteks oletatav artikkel, mis käsitleb teemat „kultuur kui selline“ aga toob näiteid vaid Eestist või üldse mitte, on kaasatud kui „kultuurist üldiselt“ kirjutav artikkel.

Kunst tähistab siinkohal teemade eristuses kujutavat kunsti.

Kollased lood on artiklid, mis sisaldavad inimliku huvi ehk *human interest* elemente, apelleerivad sensatsioonilisusele.

Kultuurilise protsessi mõiste käsitleb siinkohal globaliseerumise ning kommertsialiseerumise protsesse. Siinkohal on kultuurilise protsessina käsitlusel ka meedia muutumine, selle omadused kultuuri kajastamisel ja kultuurilise ruumi väljendamisel. Meedia kommertsialiseerumist ja globaliseerumist on majanduslikus ja tehnoloogilises tähenduses vaadeldud ka eraldi.

Tavaväljaanne on *Postimehe* argipäevaväljaanne, millest sattus 1995.a. valimisse artikleid esiküljelt, välisuudistest ja kultuurikülgedelt ning 2005.a. lisaks nimetatutele veel rubriigist „meedia“.

Paberväljaanne on siinkohal üldistus, mis laseb võrrelda 2005.a. tulemusi virtuaalse ja trükitava *Postimehe* vahel, millesse kuuluvad tavaväljaanne ning lisalehed.

Lehetüüp tähendab siinkohal *Postimehe* mõlemal aastal vaadeldud erinevaid väljaandeid, mille lõikes tulemusi uuriti. Tüüpiliseks jaotuseks on: tavaväljaanne, lisalehed ning *online*. Mõningatel juhtudel jaguneb tavaväljaanne omakorda rubriikideks ning võrdluseks *online*-väljaandega on 2005.a. tekitatud jaotus „paberväljaanne“.

2.3. Kodeerimise kategooriad

Kodeerimisel kasutatud kategooriate süsteem ja analüüsiühikute valimi põhimõtted on töö autori poolt koostatud. Järgnevalt on esitatud kodeerimise kategooriad ja selgitused koos kodeerimise kirjeldusega:

1. **Artikli üldandmed**- ilmumiskuupäev ja -aasta, pealkiri, asetsemine ajalehes (esilehel, välisuudiste küljel, kultuurikülgedel, meediakriitika rubriigis, lisalehtes või *online*-versioonis).
2. **Artikli žanriline kuuluvus** märgistas artikli ühe või enama žanri omadusi kandvaks. Kategooriateks olid: uudis, olemuslugu/reportaaž, arvamuslugu/essee, portreelugu, intervjuu, arvustus, tutvustus, reisikiri, luuletus.

Uudise kategooria võimaldas välja selgitada, kas ja kui palju lähtus kultuurikajastus uudisväärtuslikkuse kriteeriumidest.

Arvamusloo, arvustuse ja tutvustuse žanrilisel liigitamisel lähtuti sellest, mis tundus olevat artikli kirjutamise motiiviks. seega tuli arvesse võtta mitmeid näitajaid: näiteks kas lugu keskendus mingile „tootele“ -salvestis, trükis, etendus, kontsert vms - mis viitasid rohkem kriitikale või on tegemist arutleva artikliga (arvamus), kas lugu on kirjutatud pigem isiklikust (arvamus) või pigem professionaalsest vaatenurgast (kriitika).

Portreeloo ning intervjuu žanrid andsid aimu sellest, milline oli tähelepanu isikutele rahvusvahelisel tasandil kultuuri kontekstis ning viitasid ka inimliku huvi ehk *human interest* seotusele. Olemuslugu, mida reeglina käsitletakse kui meelelahutuslikku žanrit ei too siinkohal automaatselt kaasa *human interest* seotuse, kuid on käsitlusel kui pehme ajakirjanduse omadus kajastada sündmusi meelelahutuslikult.

3. **Artikli pikkus ehk maht** andis aimu *Postimehe* nägemusest seoses teemade ja riikide uudisväärtuslikkusega ning võimaldasid võrrelda, milliseid riike representeeriti nähtavamalt kui teisi. Pikkuse/mahu määramiseks kasutati kolme kategooriat: põhilugu, lühilugu ja nupp. Kategooriate süsteem lähtus ajalehtede tüüpilisest leheküljejaotusest: kuni paar pikka ehk põhilugu, lühilugu ning nupud ehk paarilauseelised servauudised. Pikema loo ja lühiloo erinevuse määras välisrepresentatsiooni kandva loo suhteline paiknemine leheküljel võrdluses teiste lugudega. Loo pikkuse määramisel ei mänginud rolli niivõrd teksti maht kui teksti ja illustratiivse materjali (enamasti foto) suhteline pindala leheküljel.

Loo pikkus märgiti ära vaid paberväljaandes ilmunud artiklites. *Online*-lugude puhul artikli pikkust ei määratletud, kuna seda tüüpi lood olid enamasti ühepikkused, mille tähelepanuvuse ja uudisväärtuslikkuse määravasid teised näitajad (näiteks virtuaalse kommenteerimise aktiivsus). Reeglina on *online*- lood

standardse pikkusega, mistõttu loo pikkus ja maht leheküljel ei oma võrguruumis tähelepanu köitmisel (uudisväärtuslikkuse indikaator) nii olulist rolli kui paberväljaandes.

4. **Välismaise kultuuri representatsiooni määr artiklis** vastas küsimusele, kui oluline oli kodeeritavas artiklis viide väliskultuurile. Võimaldas selgitada, kui oluline välisrepresentatsioon artikli kontekstis oli. Representatsiooni määra hinnati skaalal: fookuses, teisejärguline, vähene, puudub. Eristus teisejärgulise ja vähese representatsiooni vahel tõi välja, kas väliskultuuri representeeriti olulisel määral (kuid mitte päris fookuses) või vaid viidi sellele.

Tugev fookus viitas representeeritava riigi või välismaise kultuurinähtuse kajastamise esmajärgulisusele ja olulisusele antud artikli kontekstis (enamasti uudiste puhul), teisejärgulises rollis esines välismaist kultuurirepresentatsiooni näiteks artiklites, kus Eestis toimuval festivalil esinesid muu hulgas ka väliskülalised. Vähese fookusega representatsioon aga võis viidata representatsiooni illustratiivsele rollile. Kultuurieluga seotud isikuid käsitlevates lugudes oli mõnikord kultuurivaldkonna representeerimine tagaplaanil, mis tingis välisrepresentatsiooni teisejärgulisuse.

Puuduliku representatsioonimääraga artiklid oleks reeglina pidanud valimist välja jääma, kuid teatud juhtudel omasid artiklid vaatamata konkreetse riigi või riigirühma representatsiooni puudumisest selgelt kultuuriteemalise loo iseloomu, mistõttu oli oluline need kaasata. Niisugused artiklid tõid teatud määral välja ka uuritud aastate kultuurilugude kajatamise iseloomulikkusi (näiteks 1995.a. Ilmar Vene mõtisklused ning semiootikute arutlused).

Oluline oli kategoriseerimisel arutleda, kas loo kirjutamise motiiv oli seotud pigem Eestis toimuvaga (tingis välismaise kultuuri representatsiooni kas teisejärgulise või vähese määra) või oli representatsioon ajendatud väljaspool

Eestit toimuvast (välismaine kultuur fookuses). Välisrepresentatsiooni määra artiklis täiendas kategooria „seotud Eestiga“.

5. **Artikli teema/kultuurivaldkond** selgitas välja, milline kultuurivaldkond leidis kajastamist ning andis vastuse uurimisküsimusele, millised kultuurivaldkonnad olid vastavatel valimiaastatel representeeritud, luues aluse järeldustele kultuuri representeerimise kohta *Postimehes*. Teemad olid jaotatud järgnevateks valdkondadeks ja alavaldkondadeks:

- a) **Film**- festivalid, kinofilmid, filmid televisioonis, filmikunst;
- b) **Teater**-festivalid, etendused (draama, muusikal, ooper), teatrikunst;
- c) **Kunst**- maalikunst, skulptuur, fotograafia, moekunst ja „muu“- näiteks *performance* (mis on mõningatel juhtudel sattunud ka teatri valdkonda, sõltuvalt kontekstist);
- d) **Muusika**- klassikaline, kaasaegne, popmuusika/*mainstream*, muusika üldiselt (teoreetiline). Kaasatud on ka kohaliku kultuuri valdkonda kuuluv ja vastavas kategoorias märgitud „rahvamuusika“;
- e) **Kirjandus**- ilukirjandus, luule, filosoofia, dokumentaalne kirjandus;
- f) **Meedia**- press, raadio, televisioon, uus meedia. Uut meediat on siinkohal käsitletud arvutite ja Interneti, mobiilside ja muude interaktiivsete süsteemide tähenduses (Vengerfeldt&Runnel 2004), mis on valimisse kaasatud juhul, kui nendega kaasneb artiklis rahvusvaheline või üldine kultuuriline representatsioon või probleematika. Meedia valdkond on esindatud selleks, et välja tuua meedia kui kultuuri vahendaja roll;
- g) **Kohalik kultuur**- pärimus ja elu-olu, folkloor ning keel. Siia alla kuulub ka kategooria „rahvamuusika“, mis esineb ka muusika kategoorias. Välismaa elu-olu ja kohaliku kultuuri kajastavate artiklite hulka kuuluvad artiklid, mis kajastavad rahvaste traditsioone, rahvuslikku pärandit, eluviise, elupaiku ja ka turismi. Järgnevalt on antud kategooria koondnimetatud „kohalik kultuur“;

- h) **Religioon-** usundid ja uskumused, võis kattuda folkloori keele kategooriaga;
 - i) **Kultuur üldiselt/kultuurilugu-** üldkultuurilised artiklid, kultuuri ajalugu ja arengut vms käsitlevad artiklid;
 - j) **Staarielu-** artiklid, milles oli tuntud inimeste eraelust tinglikult rohkem juttu kui kultuurivaldkonnast, mida nad esindasid (näiteks seebiseriaali näitleja pulmaplaanid, tuntud muusiku viibimine taastusravikeskuses) või staarielust kui nähtusest kirjutavad lood;
 - k) **Turism-** kattus osaliselt kohaliku kultuuri valdkonnaga, kuid oli ka eraldi välja toodud, et eristada lugusid, mis käsitlesid pigem reisimise emotsiooni kui keskendusid kohaliku kultuuri kirjeldamisele või analüüsile;
 - l) **Haridus ja teadus-** reeglina jäid teadust puudutavad artiklid välja, kuid mõned teadust kajastavad artiklid representeerisid arvestataval määral ka kohalikku kultuuri (näiteks arheoloogia, samuti mõned sotsiaalteaduste valdkonda kajastavad artiklid), mistõttu need kaasati.
6. **Kultuuriprotsesside käsitlemine artiklis** võimaldas välja selgitada, kuivõrd pöörditi artiklites tähelepanu globaliseerumise ja kommertsialiseerumise problemaatikale ning iseloomustada viisi, kuidas kummalgi uuritud aastal kultuurist kirjutati. Globaliseerumise ja kommertsialiseerumise teema või problemaatika käsitlemist artiklis hinnati fookuse tugevuse (pea-või kõrvalteema) ning globaliseerumise või kommertsialiseerumisega seotud tunnuste avaldumise järgi (viide).

Globaliseerumise problemaatika käsitlemine **põhi-ja kõrvalteemana** märgiti siis, kui artiklis oli arusaadavalt käsitletud nimetatud problemaatikat. Seda kas nimeliselt või läbi ligilähedaste kaastähenduste või assotsiatiivsete tunnuste („üleilmastumine“, „kultuuride sulamine“ jne). **Viite tasandil** ilmnev representatsioon määrati globaliseerumise puhul siis, kui artiklis mainiti globaliseerumise mõistet vaid põgusalt või leidis niisugust rahvusvahelist representatsiooni, mis andis mõista globaliseerumisest. Näiteks, 2005.a. artiklid „*Harry Potter tuleb öösel müüki*“ ja „*USA kirjastus avaldas bin Ladeni*“ kogutud

teosed”” sisaldasid selgelt globaliseerumise temaatikat. Esimeses artiklis pöörati tähelepanu kirjandusteose üleilmalisele sensatsioonilisele populaarsusele ja teises islami levimisele üle maailma- kummaski globaliseerumise problemaatikat nimeliselt ega otseselt ei käsitletud, küll aga esines nö. „viide“.

Globaliseerumisele viitasid lisaks ka postmodernismi ilminguid, näiteks erinevate maailmamuusika stiilide segunemine, vihjed ülemaailmsetele trendidele, rahvusvaheline sõnakasutus (anglitsismid ja amerikanismid eelkõige) ja muu selline (vt. ka globaliseerumise tunnused Eesti ühiskonnas Suni 1998). Läänemaailma kui kontseptsiooni esinemine või konkreetse riigi representatsiooni puudumine liigitas representeeriva artikli samuti globaliseerumist „viite“ tasandil ilmutavaks, samuti näiteks erinevad filmi-või heliplaadituvustused, milles ei pööratud tähelepanu produkti autorite/tootja geograafilisele päritolule.

Globaliseerumise kui kultuuriprotsessi tendentside väljaselgitamiseks *Postimehes* vaadeldi aga teisi kategooriaid nagu rahvusvahelise fookusega kultuurilugude seotus Eestiga, representeeritud riigid, kajastatavad teemad ning võrreldi teoreetiliste käsitlustega.

Kommertsialiseerumise problemaatika esinemine märgiti **põhi-või kõrvalteemana** siis, kui problemaatikat otse (nimetati ka kommertsialiseerumise mõistet) või läbi finantstemaatika ja kultuuri või omavaheliste suhete problemaatika käsitlemise. Käsitletud võis olla ka meedia eelnevalt nimetatud teemade suhet (vt. Kommertsialiseerumine). Näiteks artikkel „*Meediaarvustus: Ei taha õnne kauba peale*“, arvustas reklaami ja televisiooni seoses kultuuriga, seega käsitles sisuliselt kommertsialiseerumist.

Viite tasandil ilmnev representatsioon määrati kommertsialiseerumise puhul siis, kui artikkel omas niisugust sisu, mis andis aimu kultuuri käsitlemisest kommertslikus kontekstis. Vaadeldavateks omadusteks oli kultuuriga paralleelselt näiteks raha, edetabelite ja müüginumbrite, turismi puhul näiteks

shoppamisturismi kajastamine. Näiteks, 2005.aasta artiklid „*Malaisia-romantiline ja ultramoodne paradisi*“ ja „*Turistid tunglevad Ida-Euroopasse*“ olid ühtaegu nii turismi kui kohalikku kultuuri kajastavad, samas oli nendes lugudes olulisel kohal lõbu, inimkogemused, raha ja tarbimine, mis ilmutasid seega kommertsialiseerumise temaatika käsitlemist. Artikkel „*USA koomixitööstus võtab üha enam eeskju Jaapanist*“ kajastas kultuuri kui tööstust, mida siinkohal käsitleti kommertsialiseerumisega seonduvana. Ka tugev *human interest* seotus „viitas“ kommertsialiseerumisele.

Kommertsialiseerumise tendentside väljaselgitamiseks *Postimehes* analüüsi selliseid kategooriaid nagu *human interest* seotus (kollaste lugude hulk) ja lugude pikkus ning žanr, samas tehti teoreetilise tausta põhjal järeldusi ka riikide ja teemade representeerimise tulemustest.

Viite tasandil ilmnenuid nii globaliseerumise kui kommertsialiseerumise ilmingud olid väga subjektiivsed ja hinnangulised, sõltudes töö autori tunnetusest seoses nimetatud nähtustega. Kuna teaduslikku diskursuse analüüsi läbi ei viidud ning lähtuti vaid artikli üldmuljest, siis pidi viite tasandil esinevate kultuuriliste protsesside kategooriates ilmnenuid tulemusi käsitlema väga ettevaatlikult, kui üldse. Globaliseerumise ja kommertsialiseerumise ilmingud põhi- ja kõrvalteemana seevastu olid kategooriatena järelduste tegemiseks arvestatavamad, kuna kodeerimisel sai selgeks, et ehkki nimetatud tasandil ei käsitletud kumbagi uuritud kultuuriprotsessi nimeliselt, oli problemaatika käsitlemine küllaltki eksplitsiitne ja otsekohene ning käsitletav representatsioonina.

7. **representeeritav riik/rahvus**- selgitas välja, millistest riikidest/regioonidest pärineb enim kultuurialast infot, millised neist leidsid enim representeerimist ning andsid aimu sellest, millise temaatikaga seoses erinevaid riike/regioone representeeriti ning milline oli rahvusvaheline kultuuriruum *Postimehes* vaadeldud aastatel. Eristatud olid järgnevad regioonid ja riigid:

- a) **läänemaailm** (*western civilization*) ehk kindlaid riike mitte refereeriv või läänemaailmat kultuurilises võtmes käsitlev kategooria, geograafiliselt vastanduv Aasiale, Aafrikale ja Araabiamaaadele.
 - b) **Euroopa** - tähistab siinkohal Kesk- ja Lõuna-Euroopat;
 - c) **Põhjamaad**- Norra, Rootsi, Island ja Soome;
 - d) **Ida-Euroopa** - tinglik termin eristamaks Kesk-ja Lõuna-Euroopast: Baltikum, Poola ja endised NSVL liikmesriigid, lisaks Ungari, Tšehhi, Slovakkia
 - e) **Venemaa**- kolm viimatinimetatud võimaldasid teha järeldusi lähiriikide representeerimise kohta;
 - f) **USA (ja Kanada)**- „uus maailm“;
 - g) **Aasia**- peamiselt Ida-ja Põhja-Aasia (Hiina, Jaapan ja nendega piirnevad alad);
 - h) **Aafrika**- „must mander“ ja saared;
 - i) **„muu maailm“** - hõlmab teistesse kategooriatesse mitte liigituvaid riike/regioone, näiteks Lähis-Ida (et eristada Aasiast), Lõuna-Ameerika, Okeania;
 - j) **seotud Eestiga**- artiklis käsitleti muu hulgas ka Eestit (nt. toimus rahvusvaheline kultuuriüritus Eestis või oli artikli kirjutamise motiiv pigem Eesti kui välismaaga seotud). Võimaldas välja selgitada uudiste „kodustamise“ tendentsid *Postimehes*, mis on üks globaliseeruva maailma ajakirjanduse tunnuseid, mille põhjal saab analüüsida globaliseerumise mõjusid *Postimehes*.
8. **seotus *human interest* /sensatsiooni temaatikaga**- siinkohal käsitleti *human interesti* kui loo omadust äratada inimlikku huvi koos sensatsioonilisusega, mis kokkuvõtlikult iseloomustasid artikli „kollasust“, mis lasi omakorda teha oletusi kultuuriga seotud lugude orienteeritusest meelelahutuslikkusele ja seega kommertsialiseeruvale sisule ja vormile. „Kollaste lugude“ ühise nimetaja all oli *human interest* seotus ja sensatsioonilisus rahvusvahelist kultuurilist representatsiooni kandvate lugude kommertsialiseerituse taseme iseloomustajaks.

Human interest seotus ehk inimliku huvi aspekt kirjeldas artiklit, mis lähtus lugejate huvist sensatsiooni, konfliktide ning eraeluliste aspektide vastu. *Human interest* seotus ja lugude sensatsioonihõngulisus andis ajakirjanduses märku tabloidiseerumisest, kultuuri kajastamine kollases vormis aga ka kultuuri kommertsialiseerumisest, olles samas aga teataval määral pehmele ajakirjandusele iseloomulik tunnus.

Human interest temaatika määramiseks artiklis järgiti järgmist: **tugev human interest** seotus märgiti juhul, kui käsitlusel oli vägivald, seks, intiimsused ja sensatsioon; **keskmine human interest** seotus märgiti juhul, kui teemaks olid näiteks suhted, isiklik elu; **vähesele human interest** seotusele viitab, kui teemaks oli näiteks raha või mõni uudisväärtuslikkuse seisukohast pehme sisuga sensatsioon/tavatus.

3. Tulemused

Kodeerimise tulemused on saadud ilma ühtegi statistiliste seoste analüüsiprogrammi kasutamata, st. analüüsitud on üksnes artiklite jaotusi. Kokku sattus valimisse 620 artiklit, neist 427 (131 *online* ning 296 paberväljaande lugu) aastast 2005 ja 193 (130 tavaväljaandest ja 63 lisalehest *Extra*) aastast 1995.

Tulemused on esitatud võrdlevate tabelite ja tekstina, osaliselt ka vaid tekstina (mõned koos andmetega andmetega Lisade osas). Peamised võrdlused on esitatud aastakäikude ja lehetüüpide (tavaväljaanne, lisalehed, *online*) lõikes. Aastakäikude jaotuses ilmnevad sama aastakäigu erinevate osade (tavaleht ja lisad, paberleht ja *online*) erinevused kultuuri kajastamisel, mille põhjal saab kirjeldada vastavate lehetüüpide sisulisi ja sellest tulenevalt ka funktsionaalseid erinevusi, ning analüüsida kahe nii kultuuriliselt kui ajakirjanduslikult erineva perioodi kultuurikajastuse seaduspärasusi. Lehetüüpide jaotus võimaldab võrrelda 1995a. ja 2005.a. analoogseid osi ning 2005.a. tehnoloogiliselt ning kvalitatiivselt erinevaid osi (paberleht võrrelduna *online*-iga).

Andmed on tabelites enamasti esitatud suhtena vastaval aastal ilmunud artiklite koguhulka. Žanrite, teemade ja riikide/riigirühmade puhul aga andmed esitatud suhtena vastava aasta vastavate kategooriate representatsioonide summasse (näiteks riikide representatsiooni summa ületab selgelt artiklite arvu valimis), mis on tingitud ühe artikli liigitumisest mitmesse kategooriasse ühes kategooriarühmas (sama artikkel kajastab mitut kultuurivaldkonda, riiki või liigitub mitmesse žanrisse).

Tabelitest on välja jäetud puuduvad representatsioonid (seotus Eestiga, globaliseerumine, kommertsialiseerumine ja seotus human interest temaatikaga).

3.1. Ülevaade analüüsitud artiklitest

Käesolev osa kirjeldab kodeerimise käigus kujunenud üldmuljet uuritud aastate *Postimehest* ning esitab valimi ning üldkogumi jagunemise lehetüüpide, loo pikkuse, žanrite ja välisrepresentatsiooni määra lõikes.

3.1.1. Analüüsitud aastakäigud

Postimees 1995

Tavalehes varieerus kultuurilehekülgede arv ühest kaheni, samuti välisuudiste külge. Kultuurilehekülgedelt võis leida üsna pikki artikleid ning suuri pilte. Lehekülge oli valdavalt küljendatud nii, et lehele mahtus kuni kaks pikka lugu, lisaks veel servas väike kommentaari-või nupuveerg. Tekst oli võrreldes illustatsioonide või fotodega leheküljel üsna massiivne, fotod mõjusid sageli seosetult, palju leidus ka abstraktseid pilte. Lugude iseloom oli sageli esseelik, palju leidus mõtisklusi (näiteks Ilmar Vene artiklid).

Lisaks tavaväljaandele ilmus igal laupäeval lisaleht *Extra*, mis sisaldas hulgaliselt artikleid, mis olid kirjutatud valdavalt „pehmetel“ teemadel, päevakajalisust esines vähe. Palju leidus meelelahutuslikku, teataval määral ka tarbimisega seotud (paljud teemad kattusid ka 2005.aasta *Arteriga*: kodu, köök, reis) ning kultuurialaseid artikleid. *Extras* ilmunud rubriik Popsünnad/ Tsiklimees kirjutas popstaaride elust, paljuski sarnaselt 2005.a. *online*- uudistele tuntud inimeste elust, leidus ka seltskonnakroonikat ja kõmu.

Postimees 2005

Tavaväljaandes oli kultuurikülgedele pühendatud ligikaudu 2-3 lehekülge. Võrreldes 1995.aastaga oli lehekülge loetavamalt kujundatud, leidus palju pilte ja nuppe.

Lisaks tavaväljaandele ilmus *Postimehega* koos igal nädalapäeval kindla temaatikaga lisaleht, millest sattusid valimisse noortelisa *Hip!* ning *Reis*. Laupäeviti ilmus 1995.aasta laupäevase lisalehe *Extra* analoog *Arter*, mis täitis sisuliselt sama funktsiooni, olles meelelahutuslikuma ning pehmema sisuga kui päevaleht ise. *Arter* meenutas 1995.aasta *Extraga* võrreldes oluliselt enam ajakirja kui lisalehte, ka oli see mahukam ja eristuslehest

paremini kui 1995.aasta *Extra*. Enamik artikleid sattus lisalehtede kategooriasse *Arterist*, pisut vähem lisalehest *Reis* (16 artiklit) ja *HIP!* (8 artiklit). Ülejäänud lisalehed olid esindatud vaid üksikutel juhtudel (Eurovisioon, Tegija, Kodu vms).

Internetiväljaande tekkimisega seoses oli 2005.aastaks ka välja kujunenud **online**-artiklite süsteem, mis 1995.a. oli tavakasutajatele valdavalt kättesaamatu ja sisaldas vaid paberväljaande andmeid. *Online*-lood ühest küljest täiendasid tavaväljaannet, kuid teisest küljest omasid ka omaette sisu ja funktsiooni, ilmudes pidevalt lehe veebiväljaandes. Valimisse sattunud *online*-lood olid väga erineva iseloomuga, enamasti aga lühikesed ja uudisväärtuslikkuse seisukohast väheväärtuslikud, mõningatel juhtudel aga ka jooksvad olulisemad uudised, mis jõudsid ka järgmise päeva paberväljaandesse (mis on üks *online*-väljaande peamisi eesmärke).

3.1.2. Lugude jagunemine rubriikide ja lehetüüpide lõikes

Kahe aasta peale kokku sattus valimisse 620 artiklit, millest 2005.a. artiklid moodustasid 68,8 %, 1995.a. artiklid aga vaid 31,2%, mis viitab, et rahvusvahelise kultuurifookusega artiklite arv on 2005.a. suurenenud. Üldkogumis esines rahvusvahelise kultuurifookusega lugusid enim kultuurikülgedel (42,1%), järgnesid lisalehed (19,4%). Välisuudistes esines 11% rahvusvahelise kultuurifookusega lugudest. Üldkogumist moodustas 21% *online*-väljaanne.

Aastate lõikes oli samuti mõlemal aastal enim rahvusvahelise kultuurifookusega lugusid kultuurikülgedel, 1995.a. ligi pooltes (52,9%), 2005.a. aga juba vaid 37,2% lugudes. *Online*-lood moodustasid 2005.a. 30,7% kõikidest valimisse sattunud artiklitest, mis andis tunnistust suure hulga rahvusvahelise kultuuri kajastamise koondumisest võrguväljaandesse, mis omakorda viitas, et väliskultuuri käsitleti sageli lühidalt ja mööduvalt. Välisuudistes oli rahvusvaheline kultuurikajastamine vähenenud, mis võis olla tingitud 1995.a. *Postimehe* väikesest mahust ja 2005.a. *Postimehe* suurematest võimalustest vastavasisuliste lugude avaldamisel.

Tabel 1 Artiklite hulk ja osakaal aastate lõikes*

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Paberväljaanne				
-välisuudised	28	14,5	40	9,4
-kultuur	102	52,8	159	37,2
-meedia	-	-	40	9,4
-lisad	63	32,7	57	13,3
<i>Online</i>	-	-	131	30,7
Kokku	193	100	427	100

*Tabelis 1 on andmed esitatud protsentuaalselt vastava aastakäigu valimi hulga suhtes.

Tavaväljaanne

Välismaise kultuurirepresentatsiooniga lugusid esines mõlemal vaadeldaval aastal rubriikide lõikes enim kultuurikülgedel: 1995.aastal 52, 8% juhtudest ning 2005.aastal 53,7% juhtudest ehk mõlemal aastal umbes pooled kõigist valimisse sattunud lugudest.

Välisuudistesse sattus mõlemal aastal protsentuaalselt ligikaudu sama hulk välisrepresentatsiooni kandvaid lugusid (1995. a. 14,5% ja 2005.a. 13,5%). Lisaks ilmus rubriigis „meedia“ märkimisväärselt suur hulk välismaise kultuuritemaatikaga lugusid, koguni 13,5 % kõikidest 2005.a. valimi artiklitest.

Lisalehed

1995.a. moodustasid lisalehed aastakäigu valimist ligi kaks korda suurema osa (32,7%) kui 2005.a. (19,3%), mis viitab 2005.a. välismaise kultuurifookusega lugude laiemale jaotumisele kogu lehe ulatuses ning ka lisalehtede muutumisele Eesti-kesksemaks.

Online ja paberleht

2005.a. sattus 131 *online* ja 296 paberväljaande artiklit, seega ligikaudu kolmandik välismaise kultuurifookusega lugusid pärines *online*-keskkonnast, mis viitab, et *online*-leht on *Postimehe* kontekstis kujunemas väga oluliseks kultuurilise info kanaliks.

Tabel 2 Paberväljaanne rubriikide lõikes

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Tavaväljaanne				
-välisuudised	28	14,5	40	13,5
-kultuur	102	52,8	159	53,7
-meedia	-	-	40	13,5
Lisalehed	63	32,7	57	19,3
Kokku	193	100	296	100

3.1.3. Loo pikkus

Loo pikkuse ehk mahu leheküljel moodustasid nii tekst kui foto või muu illustratiivne materjal artiklis, mis iseloomustab artikli olulisust lehenumbris.

Võrreldes 1995. ja 2005. aastat lugude pikkuse seisukohast, siis ilmneb, et välismaist kultuurirepresentatsiooni sisaldavad lood olid 1995.a. tunduvalt pikemad kui 2005.a. Kõikidest 1995.a. lugudest moodustasid pikad lood 62,2% , 2005.a. aga vaid 37,8%.

Lühilugudes esines välismaise kultuuri representeerimist 1995.a. mõnevõrra vähem kui 2005.aastal, nupu-suuruste lugude hulk aga oli 2005.a. 1995.a. võrreldes kasvanud üle kahe korra. Põhiline erinevus 1995. ja 2005.aasta vahel seisneski välismaise kultuuri representeerimises lühikestes lugudes: 2005.aasta näitab selgelt lugude lühenemise tendentse, samas kui 1995.aastal oli ilmus pikemaid välismaise kultuurirepresentatsiooniga lugusid rohkem.

Tabel 3 Loo pikkus vaadeldud aastatel

	1995		2005	
	Lugude arv	%	Lugude arv	%
Pikem lugu	120	62,2	112	37,8
Lühilugu	57	29,5	109	36,8
Nupp	16	10,3	75	25,4
Kokku	193	100	296	100

3.1.4. Žanrid

Uuritud artiklite puhul märgiti ära lugude žanr, mis võimaldas kirjeldada vaadeldud aastate jooksul ilmunud rahvusvahelise fookusega kultuurilugude iseloomu. Olemuslood ja reportaažid kandsid inimliku huvi elemente, uudised võimaldasid teha järeldusi uudisväärtuslikkuse kohta. Kriitika ehk arvustuse žanri esinemine näitas analüüsi taset lehes, arvamuste ja esseede esinemine aga iseloomustas ajalehe tähelepanu individuaalsetele seisukohtadele ning diskussiooni arendamise püüule.

Vaadeldes 1995. ja 2005. aastat žanrite lõikes, võib suurimaks erinevuseks pidada, et 2005.aastal moodustasid uudised 49,5% kõikidest väliskultuuri representatsiooni kandvatest artiklitest, samas kui 1995.aastal vaid 15,2%. Samuti on tähelepanuväärne, et 1995.aastal oli žanritest domineeriv kriitika/arvustus (23,3%), samas kui sama žanr moodustas 2005.aastal vaid 14,7% žanrilisest representatsioonihulgast. 1995. aastal oli reisikirjade osakaal ligikaudu võrdne luuletuste osakaaluga (2% ligi), 2005.aastal luuletusi valimisse ei sattunud, reisikirju leidis aga ligikaudu sama palju kui 1995.a. Intervjuud ning portreelood kui tähelepanu koondamine isikule olid tüüpilisemad 1995.a.

Tabel 4 Vaadeldud lugude žanriline jaotus*

	1995		2005	
	Lugude arv	%	Lugude arv	%
Uudis	43	15,2	278	49,5
Arvamus	47	16,6	37	6,6
Portree	28	9,9	21	3,7
Intervjuu	7	2,5	22	3,9
Kriitika	66	23,3	83	14,7
Olemus	49	17,3	62	11,0
Reisikiri	7	2,5	16	2,8
Luuletus	6	2,1	0	0
Tutvustus	30	10,6	44	7,8
Kokku	283	100	563	100

*Tabelis 4 on protsentuaalsed tulemused esitatud mitte osahulgana valimisse sattunud artiklite koguarvust, vaid arvust, mis kujunes kõigi žanrite representatsiooni hulga

väärtuste liitmisel, mis esindab välismaise kultuurirepresentatsiooni koguhulka valimis. Kirjeldatud arv on kasutusel seetõttu, et üks artikkel ei olnud tihti määratletav vaid ühe žanri tunnuste põhjal, mis tingis žanrilise kattuvuse ja ühe artikli liigitumise mitmesse žanrikategooriasse.

3.1.5. Välisrepresentatsiooni määr artiklis

Representatsiooni määr artiklis näitab, kuivõrd oluline on välismaise kultuuri kajastus artikli kontekstis ning iseloomustab artikli fookuse tugevust, mis võimaldab teha järeldusi lugude iseloomu kohta *Postimehes*. Välisrepresentatsiooni määr artiklis vähendab laiemat rahvusvahelise koosseisu kajastamist artiklis, seotus pigem Eestis toimuvaga, seotus pigem isiku kui kultuurivaldkonnaga ning ka väliskultuuriliste elementide representeerimine artiklis vaid illustratiivseks otstarbeks.

Käesoleva bakalaureusetöö pealkiri on „Rahvusvahelise fookusega kultuurilood *Postimehes*“, mis lähtub eeldusest, et vaadeldavad artiklid olid fokuseeritud kultuurikajastusele rahvusvahelisel tasandil. Fookuse tugevus varieerus valimi raames aga oluliselt, mida väljendas vastava kategooria skaala, mis eristas artiklid välismaise fookusega lugudeks, lugudeks, milles välismaine representatsioon on teisejärguline ning lood, milles on vähesel määral väliskultuurilist representatsiooni. Lisatud oli ka kategooria „puudub“, kuna mõningad artiklid ei käsitlenud mitte väliskultuuri vaid kultuuri väga üldiselt (üldkultuurilised artiklid).

1995.a. esines uuritud artiklites tugevat välismaist fookust 48,7% , 2005.a. aga tunduvalt rohkem ehk 68,8%. Teisejärgulises rollis esines välismaist representatsiooni 1995.a. 34,2% ja 2005.a. 18,8%, mis iseloomustab 1995.a. *Postimeest* kui tunduvalt vähesema fookusega rahvusvahelist kultuurikajastajat.

1995.aasta tavaväljaandes oli 44,6% välisrepresentatsiooni kandvatest artiklitest tugeva välismaise fookusega, mis on tunduvalt väiksem hulk kui sama aasta *Extras* või 2005.aastal. See viitab asjaolule, et kultuurielu üritati vaadelda rohkem üldises ja geograafiliselt mastaapsemas plaanis kui 2005.a.

1995.aasta tavaväljaandes kandis 35,4% lugudest välismaise kultuuri representatsiooni, mis oli artikli kontekstis pigem teisejärguline- artikkel keskendus kas Eestis toimuvale sündmusele või keskendus mitte kultuurielule ega sündmusele, vaid näiteks hoopis isikule. 2005.a. oli sama näitaja oluliselt langenud, mistõttu võib oletada, et välismaist kultuuri representeerivad lood on riikide representeerimise suhtes tavalehes läinud ajapikku spetsiifilisemaks ja fokuseeritumaks.

Vähemast või puudulikult välisrepresentatsiooni esines 1995.a. kokkuvõtlikult pisut enam kui 2005.a., seda just tavalehes, lisalehes aga 2005.a. rohkem. Lisalehed olid 1995.a. üldiselt väliskultuuri kajastades fokuseeritumad kui 2005.a. *Online*-väljaanne on kõikidest lehetüüpidest kõige tugevama fookusega välisrepresentatsioonile, mis viitab, et *online*-vahendab lugusid välismaa-kesksemalt ning ilmselt otse välismaistest kanalitest.

Vaadeldud aastate erinevus väliskultuuri representeerimises oli suur, millest võib järeldada, et aastate jooksul on tendents liikunud fookuse poole, kultuuri kajastavad lood on ühelt poolt välismaa-kesksemad (*online*) ning teisalt Eesti-kesksed ja sündmuspõhised, mistõttu on märgata suunda 1995.a. sümbiootilistelt artiklitelt konkreetsemate poole nii sissetulevates (välissündmused) kui Eesti- sisestes lugudes (välisseotusega kohalikud sündmused).

Tabel 5 Välisrepresentatsiooni määr artiklis lehetüüvide lõikes

	Fookuses		Teisejärguline		Vähene/puudub		Kokku	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
1995								
-tava	58	44,6	46	35,4	26	20	130	100
-lisa	36	57,1	20	31,7	7	11,3	63	100
Kokku	94	48,7	66	34,2	33	17,1	193	100
2005								
-tava	141	59,0	57	23,8	41	17,2	239	100
-lisa	41	72,0	6	10,5	10	17,5	57	100
- <i>online</i>	112	85,5	17	13,0	2	1,5	131	100
Kokku	294	68,8	80	18,8	53	12,4	427	100

3.1.6. Seotus Eestiga

Lehetüüpide lõikes esines seotust Eestiga enim 2005.a. kultuurikülgedel, kus rohkem kui pooled artiklid representeerisid ka Eestit. 1995.a. kultuurikülgedel oli niisuguste artiklite hulk vaid 16,7% kõikidest kultuurikülgedel esinenud lugudest. Tugevat seotust Eestiga kandsid ka 2005.a. „meedia“ rubriigi artiklid, mis viitab, et meedia valdkonnas on Eestil väliskultuuriga suur seostatus. Lisades on mõlemal aastal seotus Eestiga jäänud sarnasele tasemel, kuid 2005.a. mõnevõrra suurenenud. Väga vähest seotust Eestiga kandsid välisuudised ning ka 2005.a. *online*-lood.

Kokku oli 1995a. rahvusvahelise fookusega kultuurilugudes seotust pigem Eestiga 14,5%-l, 2005.a. aga juba 30,4%-l sellistest artiklitest, mis näitab rahvusvahelise kultuuri sagedast kajastumist just Eesti kontekstis ning tendentsi rahvusvahelise kultuuri kodustamisele ja kohalikele lugejatele lähemale toomisele.

Tabel 6 Seotus Eestiga aastate ja lehetüüpide lõikes*

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Paberväljaanne:				
-välisuudised	2	7,1	2	5,0
-kultuur	17	16,7	90	56,6
-meedia	-	-	18	45,0
-lisad	9	14,3	11	19,3
<i>Online</i>	-	-	9	6,9
Kokku	28	14,5	130	30,4

*Tabelis 6 väljendavad protsendid Eestiga seotud artiklite suhet vastava lehetüübi või rubriigi koguhulka (vt. Tabel 1). Kokkuvõtlik arv näitab Eestiga seotud rahvusvaheliste kultuurilugude suhet vastava aasta valimi koguhulka.

3.2. Riigid ja riigirühmad

Tulemuste kontsentreerimise huvides on riigid antud laiemate alajaotuste, regioonide kaupa. Suuremate regioonide puhul on eristatud ka enim representeeritud riigid.

3.2.1. Riigid aastate lõikes

1995. aastal representeeriti enim läänemaailma kui tinglikku piirkonda või kultuuriruumi-
ligi kolmandik artiklitest käsitles kultuuri seoses lääneilmaga, ilma ühelegi konkreetsele
riigile erilist tähelepanu pööramata. 2005. aastal oli niisuguste lugude hulk vaid 9,1%.
1995.aastal moodustasid Euroopa riike või Euroopa kultuuriruumi üldisemas plaanis
käsitlevad artiklid 27,3% kogu välismaisest representatsioonist, 2005.aastal aga 30,3%,
mis viitab Euroopa piirkonna stabiilsele ja pisut tõusvale olulisusele välismaises
kultuurikajastuses. USA leidis 1995.a. kajastust 16,8% lugudes, 2005.a. aga juba 25,1%
kõikidest artiklitest. Põhjamaade ja Venemaa kajastamine on kümne aastaga kasvanud
kaks korda. Ida-Euroopa vähene representatsioonimäär ilmneb mõlemal uuritud aastal,
olles 2005.aastaks langenud veelgi madalamale tasemele (2,9%-lt 2,0%-le). „Muu
maailma“ representeerimine on kasvanud peaaegu kahekordseks, samas kui Aasia
representeerimine on mõnevõrra langenud, Aafrika representeerimine aga seevastu on
läbi aastate püsinud samal tasemel.

Tabel 7 Representeeritud riigid ja riigirühmad aastate lõikes*

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Läänemaailm	75	31,5	45	9,1
Euroopa	65	27,3	150	30,3
USA	40	16,8	124	25,1
Põhjamaad	11	4,6	44	8,9
Aasia	15	6,3	25	5,1
Venemaa	8	3,4	45	9,1
Ida-Euroopa	7	2,9	10	2,0
Aafrika	8	3,4	18	3,6
Muu	9	3,8	34	6,9
Kokku	238	100	495	100

* Tabelites 7-10 on protsentuaalsed tulemused esitatud mitte osahulgana valimisse
sattunud artiklite koguarvust, vaid arvust, mis kujunes kõikide riikide representatsioonide
arvuliste väärtuste liitmisel aastate ja lehetüüpide lõikes ning mida väljendab lahter

„Kokku“. Kirjeldatud arv on kasutusel seetõttu, et üks artikkel ei olnud tihti piiratud vaid ühe riigi representatsiooniga, loos kirjutati mitmest riigist või regioonist.

Riikidest olid riigirühmade jaotuses 1995.a. enim representeeritud **Euroopa** riigid nagu Inglismaa, Prantsusmaa ja Saksamaa, samuti Holland, Šveits, Austria. 2005.a. olid samuti enim representeeritud Inglismaa, järgnes Prantsusmaa ja Saksamaa, samuti Itaalia, Hispaania ja Holland, Taani, Šotimaa, Iirimaa. Palju leidus ka artikleid, mis käsitlesid Euroopat laiemas plaanis või kajastasid mitmeid Euroopa riike korraga ja vähese representatsioonimääraga. Protsentuaalselt on raske võrdlusi luua, kuna Euroopa kategoorias esines tihti näiteks üks riik fookuses ning teised riigid illustratiivses rollis. Küll aga võib väita, et representeerituse spekter mõnevõrra laienenud.

Põhjamaadest oli 1995.a. enim esindatud Soome, samuti 2005.a. (ligi pooled põhjamaid kajastavatest lugudest). **Ida-Euroopa** riikidest prevaleerisid mõlemal aastal Läti, Leedu, Slovakkia ja Poola. „**Muu maailma**“ representeeritus jäi üsna marginaalseks ja pisteliseks (Tšetšeenia, India, Serbia, Austraalia), samuti **Aafrika** representeeritus. „Muu maailma“ riikidest olid enim esindatud Araabia ja Lähis-Ida regioon, samuti teised islamiriigid (ligikaudu 40% kõikidest „muu maailma“ kategooria riikidest). Aafrika riikidest olid põhiliselt esindatud turismisihtkohad (Egiptus, Maroko). **Aasiat** esindasid valdavalt Jaapan ja Hiina.

3.2.2. Riigid lehetüüpide lõikes

Tavaväljaanne

Tavaväljaannete võrdluses ilmnes mõlemal aastal Euroopa ülekaal (28,8%), 1995.a. oli aga representeeritud enim läänemaailm (34,6%), 2005.a. esines seda piirkonda vaid 13,6%. USA kajastamine on 2005.a. tõusnud pea kaks korda, Venemaa ja põhjamaade kajastamine tavalehes aga 2005.a. ligikaudu kolm korda, ka on Ida-Euroopa kajastamine elavnenud.

Tabel 8 Tavaväljaannete võrdlus riikide lõikes

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Läänemaailm	55	34,6	38	13,6
Euroopa	51	32,1	90	32,4
USA	13	8,2	54	19,4
Põhjamaad	5	3,1	29	10,4
Aasia	11	7,0	6	2,2
Venemaa	6	3,7	27	9,7
Ida-Euroopa	3	1,9	8	2,8
Aafrika	6	3,7	10	3,6
Muu	9	5,7	16	5,9
Kokku	159	100	278	100

Lisalehed

1995.a. laupäevalis *Extra* oli oluliselt tuntav USA esindatus (34,2%), ligikaudu kaks korda vähem oli esindatud Euroopat (17,7%), 2005.a. aga oli USA osakaal vähenenud ja Euroopa osakaal tõusnud, mõlemat piirkonda representeeriti sama palju (24,6%). Läänemaailmast laiemalt rääkivad artikleid esines 1995.a. 25,3% , 2005.a. aga 7,2% kõikidest lisalehtede artiklitest.

Ülejäänud maailma osad olid 1995.a. representeeritud juba oluliselt vähem, neist jagus rohkem tähelepanu põhjamaadele (7,6%). Ida-Euroopat representeeriti 1995.a. sama palju kui Aasiat (5,1%), kõige vähem aga Venemaad ja Aafrikat (2,5%). 2005.aastaks oli tunduvalt tõusnud Venemaa representeerimine, mõnevõrra ka põhjamaade kajastamine. Ida-Euroopa representatsioon oli langenud veelgi madalamale tasemele. Esile on tõusnud ka „muu maailma“ kajastamine (8,7%), mis 1995.a lisalehtedes puudus.

Tabel 9 Lisalehtede võrdlus riikide ja riigirühmade lõikes

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Läänemaailm	20	25,3	5	7,2
Euroopa	14	17,7	17	24,6
USA	27	34,2	17	24,6
Põhjamaad	6	7,6	7	10,1
Aasia	4	5,1	5	7,2
Venemaa	2	2,5	6	8,7
Ida-Euroopa	4	5,1	2	2,9
Aafrika	2	2,5	4	5,8
Muu	0	0	6	8,7
Kokku	79	100	69	100

Online ja paberleht

Ka *online*- uudistes domineerisid selgelt Euroopa (29%) ja eriti USA (35,9%), mida *online*-is aga rohkem kui paberlehes. Aasiat representeeris *online*-väljaanne oluliselt rohkem kui paberleht. Ida-Euroopat ei kajastatud *online*-lugudes üldse, samuti oli põhjamaade representeerimine *online*-is väiksem kui paberlehes. „Muu maailma“ representatsioon oli *online*-väljaandes suurem kui paberlehes.

Tabel 10 Paberlehe ja *online*-i võrdlus riikide ja riigirühmade lõikes 2005

	Paberleht		<i>Online</i>	
	Arv	%	Arv	%
Läänemaailm	43	12,4	2	1,4
Euroopa	107	30,8	43	29,0
USA	71	20,5	53	35,9
Põhjamaad	36	10,4	8	5,4
Aasia	11	3,2	14	9,4
Venemaa	33	9,5	12	8,1
Ida-Euroopa	10	2,9	0	0
Aafrika	14	4,0	4	2,7
Muu	22	6,3	12	8,1
Kokku	347	100	148	100

3.3. Teemad

Üheks käesoleva töö eesmärgiks oli uurida, millised kultuurivaldkonnad olid uurimise alla võetud aastatel *Postimehes* representeeritud. Järgnevalt on toodud kultuurivaldkonnad koondatud alavaldkondade lõikes, mis on koostatud nii, et omavahel tihedalt haakuvad teemad on grupeeritud. Teemade representatsiooni on mõningatel juhtudel illustreeritud ka täpsemate jaotuste lõikes.

3.3.1. Teemad aastate lõikes

1995.aastal domineerisid kultuurivaldkondadest enim muusika ja kohalik kultuur (mõlemad teemad kajastusid pea pooltes artiklites). Suurel hulgal kajastati ka kultuuri/kultuurilugu üldiselt, ligikaudu samal hulgal representeeriti ka kunsti ning kirjandust. Film ning teater leidsid juba oluliselt vähem tähelepanu, veelgi vähem religioon (peamiselt kristlus), meedia ja turism.

2005.aastal oli teemade representeerituse pilt oluliselt muutunud, kuid enim kajastusid kultuurilugudes siiski muusika ja film, samuti kohalik kultuur. Oluliselt oli tõusnud meedia valdkonda puudutavate artiklite hulk (rubriik „meedia“). Kunst, religioon, kultuur üldiselt ja kirjandus olid representeeritud juba oluliselt vähem, vähim kajastust said aga turism ja haridus/teadus.

Võrreldes vaatluse all olnud aastaid tuleb selgelt esile, et filmivaldkonna kajastamine on muutunud olulisemaks, samuti hariduse ja teaduse kajastamine, samas kui teatri, kunsti, kirjanduse, kohalik kultuuri ja turismi osakaal aga on vähenenud. Staarielu kajastamine on püsinud üsna samal tasemel. Muusika representatsioon on protsentuaalselt küll natuke vähenenud, kuid püsib nagu 1995.aastalgi kõige kajastatavama kultuurivaldkonnana. 2005.a. on religiooni kajastamine tõusnud kahekordseks, kultuuri üle laiemas perspektiivis arutlevaid artikleid aga leidis 1995.a ligi kaks korda rohkem.

Tabel 11 Teemad aastate lõikes*

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Film	32	7,6	103	15,3
Teater	26	6,2	41	6,1
Kunst	49	11,6	47	7,0
Muusika	91	21,6	127	19,0
Kirjandus	44	10,4	45	6,7
Meedia	14	3,3	64	9,5
Kohalik kultuur	87	20,6	110	16,5
Religioon	12	2,8	31	4,6
Kultuur/kultuurilugu	31	7,4	28	4,2
Staarielu	21	5,0	34	5,0
Turism	12	2,8	17	2,5
Haridus/teadus	3	0,7	24	3,6
Kokku	422	100	671	100

*Tabelites 11-14 on protsentuaalsed tulemused esitatud mitte osahulgana valimisse sattunud artiklite koguarvust, vaid arvust, mis kujunes kõikide teemade representatsioonide arvuliste väärtuste liitmisel aastate ja lehetüüpide lõikes ning mida väljendab lahter „Kokku“. Kirjeldatud arv on kasutusel seetõttu, et üks artikkel ei olnud tihti piiratud vaid ühe teema representatsiooniga, loos kirjutati mitmest kultuurivaldkonnast samaaegselt.

Üldiselt on teemade kajastamine 2005.a.muutunud konkreetsemaks ja ühtlasemaks, ka sündmuspõhisemaks. 1995.aastal käsitlesid artiklid väga suures osas mitmeid kultuurivaldkondi korraga ning teoretiseerisid kultuuri ja kultuuriloo üle rohkem kui 2005.a.

3.3.2. Teemad ja riigid

Järgnevalt on kultuurivaldkonnad välja toodud riikide lõikes, mis näitab, missugustes kultuurivaldkondades erinevaid riike uuritavatel aastatel representeeriti ning seega annab aimu, millised on läbi uuritavate aastate olnud *Postimehe* rahvusvaheline

kultuurisilmaring. Riikide representeerimise vaatlemine teemade lõikes ja vastupidi näitab, missugused riigid ja kultuurivaldkonnad *Postimehe* rahvusvaheliste kultuurilugude põhjal enim seostuvad.

Riigid teemade lõikes

1995.a. kajastati seoses **läänemaailmaga** ülekaalukalt kõige rohkem muusika (eriti popmuusikat ja muusikat üldiselt kajastavates artiklites) valdkonda, mis viitab muusika kui valdkonna kõige rahvusvahelisemale iseloomule. Järgnesid ilukirjandus ja filosoofia, kohalik kultuur ning folkloor ja keel. Mõnevõrra vähem olid representeeritud film ja kunst, meedia, staarielu, religioon ja teater. Ka oli representeeritud palju erinevaid festivale. 2005.a. oli samuti representeerituimaks valdkonnaks popmuusika, aga ka meedia, kirjandus, kultuur üldiselt ja kunst, mõnevõrra ka film.

Euroopaga seoses representeeriti 1995.a. enim kohaliku kultuuri valdkonda, järgnesid kultuur üldiselt ja kunsti „muu“ valdkond (mittetraditsioonilised kunstid, installatsioonid, *performance*id aga ka näiteks arhitektuur, ehtekunst jms) ja popmuusikat (klassikalist ja modernset kokku sama palju), mõnevõrra vähem ilukirjandust (kirjandust kokku kajastati Euroopaga seoses enim). 2005.a. kajastati Euroopaga seoses paljusid erinevaid kultuurivaldkondi, esile tõusid aga eelkõige kohalik kultuur, popmuusika, kunst üldiselt (aga ka muud kunstivaldkonnad), kino ja ilukirjandus (tahaplaanile jäid turism ja haridus, mis aga olid siiski teiste riikidega võrreldes Euroopaga paralleelselt enim kajastatud), samuti staarielu ja religioon.

Põhjamaadega seoses leidis enamik kultuurivaldkondi 1995.a. kajastamist üsna vähesel määral, paaril korral esines kirjandust, kunsti, muusikat ja teatrit. 2005.a. oli põhjamaade representatsiooniga kultuurilugusid juba märgatavalt rohkem, kultuurivaldkondadest kajastati nendega paralleelselt enim kohalikku kultuuri, popmuusikat ja maalikunsti.

USAga paralleelselt leidsid 1995.a. enim kajastust popmuusika ja filmi valdkond, samuti staarielu. Käsitleti ka kohalikku kultuuri ning kultuuri üldiselt. 2005.a. lisandusid veel meedia, staarielu, kohalik kultuur ning religioon, samuti kultuur üldiselt.

Aasia leidis 1995.a. kajastust mitmetes muusika valdkondades, kohaliku kultuuri, religiooni ja kultuuri (üldiselt) valdkonnas, seda aga võrdlemisi vähe Aasia üldise vähese representatsiooni tõttu. 2005.a. oli Aasia representeerimine elavnenud ning representatsiooni jagus palju rohkematest kultuurivaldkondadest, millest tõusid esile kohalik kultuur ja muusika, film ja kirjandus.

Venemaa vähene kajastus oli 1995.a. seotud koreograafia, ilukirjanduse, staarielu ja kohaliku kultuuriga, 2005.a. enim filmifestivalide ja kino, kohaliku kultuuri ja hariduse/teadusega.

Ida-Euroopat kajastati mõlemal vaadeldud aastal paralleelselt kohaliku kultuuriga, 1995.a. ka kirjanduse ja turismiga, 2005.a. filmi ja religiooniga, mõnevõrra kultuuriga üldiselt.

Aafrikaga seoses representeeriti mõlemal aastal kohalikku kultuuri ning kultuuri üldiselt, 1995.a. ka kirjandust, 2005.a. aga haridust/teadust ja muusikat.

„**Muu maailmaga**“ kõrvuti representeeriti mõlemal vaadeldud aastal kultuuri üldiselt, 2005.a. aga oluliselt rohkem ka kohalikku kultuuri, muusikat ja filmi.

Teemad riikide lõikes

Filmiga seoses oli 1995.a. peamiselt representeeritud USA-d (põhiliselt kino), umbes sama palju aga ka Euroopat (peamiselt rahvusvahelised festivalid). Festivalide representeerimine oli 2005.a. tunduvalt suurenenud. Läänemaailma käsitluses oli filmi temaatikat puudutatud samuti palju, põhiliselt filmikunsti ja filmifestivale käsitlevates artiklites. 2005.a. näitas sarnaseid tendentse, suuremat tähelepanu pälvisid aga ka televisioonis näidatavad filmid, samas kui filmikunsti üle arutlevaid artikleid leidis väga vähe. Teised regioonid olid filmi kategoorias esindatud üksikute artiklitega mõlemal uuritud aastal. Erinevalt 1995.a. on Venemaaga seotud filmid 2005.a. saanud Euroopa ja USA järel päris palju kajastust, samuti Aasia ja Ida-Euroopa.

1995.a. leidus 2005. aastaga võrreldes **teatrivaldkonnas** rohkem teatrikunsti kui sellist käsitlevaid artikleid. 2005.a. on teatri kategooriasse sisenenud ka muusikali žanr (representeeriti enim kõrvuti USAga), mida 1995.a. artiklites ei kajastatud ühelgi korral. Draama osakaal oli mõlemal uuritava aastal enim representeeritud žanr, seda suuremalt jaolt seoses uute etenduste kriitikaga. Koreograafia-alased artiklid olid 1995.a. suuremalt jaolt seotud Venemaaga, 2005.aastal aga põhjamaade ja Euroopaga. Mõlemal aastal said kajastust ka mitmed kunstifestivalid, 1995.a. aga oli festivalide kajastus osakaalult mitu korda suurem kui 2005.a.

Kunsti valdkonnas olid 1995.a. peamiselt representeeritud maalikunst ning kunsti segavaldkonda kategoriseeritud alad (meediakunst, *performanceid*, interdistsiplinaarsed installatsioonid jms), mis olid seotud suuremalt jaolt Euroopa riikidega. Palju leidus kunsti üle teoretiseerivaid artikleid ning samuti moekunsti teemalisi lugusid, mis olid enamikus seotud läänemaailma käsitlusega. 2005.a. kirjutati enim maalikunstist (samas representeeriti enim põhjamaid ja Euroopat) ning arhitektuuri (representeeriti Euroopa kõrval ka põhjamaid, Venemaad, USA-d ja Aasiat) ja fotograafiat (põhiliselt Euroopa ja üldises läänemaailma käsitluses). Leidus ka teoreetilisemaid ja kunsti üle arutlevamaid artikleid, kuid osakaalult vähem kui 1995.a.

2005.a. kirjutati pop- ja *mainstream*-muusikast sama palju kui teistest **muusikavaldkondadest** kokku, 1995.a. representeeriti popmuusikat samuti kõige rohkem, kuid professionaalsemalt viljeletav (klassikaline, modernne ja uus muusika) ning rahvamuusika olid samuti väga palju kajastust saanud, osakaalult rohkem kui 2005.a. Rahvamuusika ja festivalid leidsid 1995.a. rohkem kajastust kui 2005.a., ka leidus muusika üle arutlevaid artikleid rohkem. 2005.a. seevastu kirjutati rohkem kontserditest. Mõlemal uuritud aastal olid popmuusikat käsitlevad lood seotud enamasti USA ja Euroopaga, 1995.a. aga ka artikleid täpsustamata geograafilise seotusega. 2005.a. oli popmuusikat käsitletud seoses kõikide regioonikategooriatega peale Ida-Euroopa, 1995.a. aga peale Euroopa, USA ja läänemaailma napilt vaid põhjamaadega.

Kirjanduses oli mõlemal uuritud aastal domineeriv ilukirjandus: 1995.a. representeeriti ilukirjandusega seoses enim läänemaailma üldiselt ja Euroopat, mõnel korral aga ka teisi regioone, välja arvatud Aasia ja „muu maailm“. 2005.aastal oli tugevnenud USA esindatus ilukirjanduse kategoorias, samuti põhjamaad, Venemaa ja Aasia. Filosoofilise kirjanduse (mis haakus tihti ka hariduse ja teaduse kategooriaga) osakaal oli 1995.a. suurem kui 2005.a., samuti kirjanduse üle arutlevaid artikleid, mis 1995.a olid seotud enim läänemaailma, 2005.a. aga Euroopa representeerimisega. Luuleteemat esines mõlemal uuritud aastal paaril korral, 1995.a. aga mõnevõrra rohkem.

1995.a. leidis **meedia** valdkond küllaltki vähe representatsiooni, meedia liikidest aga enim uus meedia (tihti oli seotud kunsti või muusikaga), paar korda oli puudutatud ka reklaami teemat. 2005.a. olid peamisteks käsitletud meediavaldkondadeks televisioon ja reklaam, mõnevõrra vähem kirjutav ja uus meedia. Televisiooni temaatika oli enamasti seotud USA representeerimisega, samuti meedia üle arutlevate artiklite enamik. Uut meediat käsitlevad artiklid olid representeeritud koos Euroopa, USA ja läänemaailmaga üldiselt, samuti Venemaa ja Aasiaga. Reklaami temaatikaga seoses olid representeeritud läänemaailm üldiselt, Euroopa ja USA.

Nii 1995. kui 2005.a. oli **turismiga** seotud artiklites esindatud peamiselt Euroopa, üksikult aga ka kõik teised regioonid, välja arvatud Aafrika 1995.a. ja USA 2005.a., mis on ilmselt siiski pigem juhuslikku laadi erinevus. Tendents püsib siiski võimalikult erinevate regioonide representeerimise poole, mis on turismialaste artiklite puhul loomulik

1995.a. oli enamik **staarielu** puudutavatest artiklitest seotud USAga ja läänemaailmaga üldiselt, viimane asjaolu viitab kajastatud staaride piisavale rahvusvahelisele tuntusele minetamiseks vajaduse geograafilise päritolu märkimiseks. 2005.a. olid samalaadsed lood suuremalt jaolt seotud Euroopa ja USAga. Mõlemal uuritud aastal leidsid mõned staarilood ka Venemaalt.

2005. olid **folkloori ja keele** temaatikat puudutavates artiklites põhiliselt esindatud Euroopa riigid, Aasia ja põhjamaad, 1995.a. aga läänemaailm ning Euroopa. Läänemaailma kui umbmäärase kategooria kattumisest folkloori ja keele temaatikaga saab seletada 1995.a. *Postimehe* kultuuriveergudel tihti ilmunud üldiste teoretiseerivate semiootilise või filoloogilise varjundiga mõtisklustega.

Kohalikku kultuuri käsitlevaid artikleid leidis mõlemal aastal üsna palju. 1995.a. enim Euroopast (ligikaudu kolmandik kõikidest kohaliku kultuuri käsitlevatest artiklitest), Aasiast, USAst ja „muust maailmast“. 2005.a. pärines enim artikleid samuti Euroopast (ligikaudu kaks kolmandikku kõikidest artiklitest). USA leidis sarnaselt 1995.a. palju kajastust. Representeeriti ka põhjamaid, Aafrikat, Aasiat, Venemaa ja „muud maailma“. Võrreldes teiste regioonide ja riikidega leidis aga Ida-Euroopa kõige vähem kajastust.

Religiooni teemalistes artiklites oli 1995.a. enim representeeritud Euroopa ja üldine lääne kultuuriruum. Peamiselt kajastati kristlust, osaliselt ka muistseid usundeid. 2005.a. representeeriti religiooniga seoses samuti enim Euroopat (kristlust ja islamit umbes sama palju), palju aga ka USA-d (põhiliselt kristlust puudutavad artiklid) ja ka „muud maailma“ (domineeris islam) ja paaris artiklis käsitleti Aafrikat seoses rastafari usuga.

Üldisi **kultuuri ja kultuurilugu** puudutavaid artikleid leidis 1995.a. *Postimehes* osakaalult ligikaudu kaks korda nii palju kui 2005.a. 1995.a. prevaleerisid vastavasisulistes artiklites läänemaailm, Euroopa, USA ja „muu maailma“, 2005.a. olid niisugused artiklid enim seotud USA representeerimisega, järgnesid Euroopa ja läänemaailm, vähem kajastati ka teisi regioone.

Seoses **hariduse ja teadusega** representeeriti 1995.a. Aasiat ja Euroopat, 2005.a. kajastati hariduse ja teaduse temaatikat enim Euroopa, Venemaa, Aasia ja USA regioonidega seoses. Mõned artiklid kajastasid ka Aafrikat ja „muud maailma“.

3.3.3. Teemad lehetüüpide lõikes

Tavaväljanne

Enim kajastati mõlemal vaadeldud aastal muusika valdkonda, 2005.a. tavaväljaandes aga pisut enam. Filmi representatsioon oli 2005.a. drastiliselt tõusnud (5,3%-lt 15,9%-ni), kunsti kajastamise osakaal aga oli vähenenud ligi kaks korda, samuti kirjanduse representeerimine. Meedia kajastamine oli 2005.a. tõusnud samuti väga palju, mis oli ilmselt tingitud spetsiaalselt selleks otstarbeks loodud „meedia“ rubriigi tekkimisest. Kohalikku kultuuri oli 1995.a. representeeritud pea kaks korda enam kui 2005.a. 2005.a. on tavalehes langenud staarielu ja turismi kajastamine.

Tabel 12 Tavaväljaannete võrdlus teemade lõikes

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Film	17	5,3	63	15,9
Teater	26	8,1	36	9,1
Kunst	39	12,1	26	6,5
Muusika	63	19,7	87	21,9
Kirjandus	42	13,1	29	7,3
Meedia	11	3,4	49	12,3
Kohalik kultuur	66	20,5	46	11,6
Religioon	11	4,5	18	4,5
Kultuur/kultuurilugu	31	8,6	23	5,8
Staarielu	10	3,1	7	1,8
Turism	4	1,3	1	0,3
Haridus/teadus	1	0,3	12	3,0
Kokku	261	100	397	100

Lisalehed

1995.a. oli enim representeeritud muusika valdkonda (27,7%), mis 2005.a. oli representeeritud 18,4% teemade representatsiooni koguhulgast. 2005.a. oli enim representeeritud aga kohalikku kultuuri (35,6%), mis 1995.a. oli esindatud 20,8%. Vähim oli 1995.a. lisalehtedes representeeritud teatrit (üldse mitte), religiooni, kultuurilugu,

haridust/teadust, kirjandust ning meediat. 2005.a. oli vähim representeeritud samuti teatrit ja kirjandust, aga ka staarielu, mis 1995.a. moodustas 10,9% teemade kogurepresentatsioonist. Filmi kajastamine oli 1995.a. lisalehtedes aktiivsem kui 2005.a., turismi kajastamine oli aga 2005.a. tunduvalt aktiivsem kui 1995.a., mis tuleneb ilmselt lisalehe *Reis* kaasamisest valimisse. Kunsti valdkonnas esines samuti erinevusi: 1995.a. kirjutati lisalehtedes palju moekunstist, 2005.a. aga mitte.

Tabel 13 Lisalehtede võrdlus teemade lõikes

	1995		2005	
	Arv	%	Arv	%
Film	15	14,8	8	9,2
Teater	0	0	2	2,3
Kunst	10	9,9	5	5,7
Muusika	28	27,7	16	18,4
Kirjandus	2	2,0	1	1,5
Meedia	3	3,0	4	4,6
Kohalik kultuur	21	20,8	31	35,6
Religioon	1	1,0	4	4,6
Kultuur/kultuurilugu	0	0	2	2,3
Staarielu	11	10,9	1	1,5
Turism	8	7,9	12	13,8
Haridus/teadus	2	2,0	1	1,5
Kokku	101	100	87	100

Online ja paberleht

Võrreldes *online*-väljaannet paberväljaandega, ilmneb teemade jaotus üsna selgelt vaid staarielu kategoorias, mida paberväljaandes esines vaid 1,6%, *online*-väljaandes aga 14%. Filmi representeerimine on mõlemas väljaandes ligikaudu sama suurel hulgal esinev, paberväljaandes leidub aga rohkem festivalidest ja televisioonist kirjutavaid artikleid. Kunst, kirjandus, kohalik kultuur ja turism on mõlemas väljaandes sagedasti representeeritud. Oluliselt vähem representeeriti *online*-is teatrit, muusikat (ehkki suure representatsioonimääraga-12,8%) ja meediat (viimast asjaolu selgitab „meedia“ rubriigi olemasolu paberlehes), religiooni ja kultuuri üldiselt. Peamised teemad, mida *online*

vahendas, olid popmuusika/*mainstream* ja kino, oluliselt vähem kuid rohkem kui teisi teemasid näiteks ka maalikunsti (maaliröövid, maalide müük jne).

Tabel 14 Paberlehe ja *online*-i võrdlus teemade lõikes 2005

	Paberleht		Online	
	Arv	%	Arv	%
Film	71	14,6	32	17,1
Teater	38	7,8	3	1,6
Kunst	31	6,4	16	8,5
Muusika	103	21,3	24	12,8
Kirjandus	30	6,2	15	8,0
Meedia	53	11,0	11	6,0
Kohalik kultuur	77	16,0	33	17,6
Religioon	22	4,6	9	4,8
Kultuur/kultuurilugu	25	5,1	3	1,6
Staarielu	8	1,6	26	14,0
Turism	13	2,7	4	2,1
Haridus/teadus	13	2,7	11	5,9
Kokku	484	100	187	100

3.3.4. Teemad lehetüüpide ja žanrite lõikes

Valimisse sattunud *online*-lood olid valdavalt uudised, mistõttu ka enamik representeeritud teemasid langesid uudise žanrisesse, vähesel määral leidis ka olemuslugusid. Võrdlus paberlehega annab tunnistust *online*-ajastu keskendumisest uudistele ja päevakajalisele infole, vastukaaluks pidevale kultuuri kajastamisele analüütilises vormis. Järgnevalt on toodud teemade representeerimine žanrite lõikes tavalehes ja lisalehtedes.

Filmi representeeriti 1995.a. enamasti kriitika žanris, 2005.a. peamiselt uudistes, mõnevõrra vähem arvustustes. Tutvustusi leidis seoses filmiga 2005.a. samuti üsna palju, ehkki lühikesed filmitutvustused (uued videod vms.) olid valimist välja arvatud. Arvamuslugudes representeeriti filmi 2005.a. rohkem kui 1995.a., mis võib olla tingitud

„meedia“ rubriigist, milles ilmusid peamiselt arvamused ning mis käsitlesid tihti televisiooni ning filmi. Lisalehtedes kajastati filmi temaatikat 1995.a. kõige rohkem portreelugudes (haakub staarielu-elementi esinemisega lisalehtedes), 2005.a. aga arvustustes. Mõlemal aastal leidis ka tutvustusi.

Teatrit representeeriti mõlemal vaadeldud aastal enim arvustustes ja arvamused, 2005.a. arvustustes ning uudistes. Lisalehtedes ei esinenud teatri teemat kuigi palju, 2005.a. vaid paaris intervjuus.

Kunsti representeerivad artiklid olid 1995.a. valdavalt kriitika ja olemused, mis tulenes tõenäoliselt kunstinäituste ja festivalide kajastamisest nii analüütilises (arvustus) kui olustikulises tähenduses (olemused), esines ka palju tutvustusi. 2005.a. oli suurenenud kunsti representeerimine koos uudistega. Kunsti teema oli lisalehtedes vähene, peamiselt esines seda mõlemal uuritud aastal olemused.

Muusikat on mõlemal aastal representeeritud peamiselt arvustustes ja tutvustustes. Uudistes on 2005.a. muusikat representeeritud rohkem kui 1995.a., ka on 2005.a. suurenenud tähelepanu kontserditele ja festivalidele.

Kirjandust representeeriti 1995.a. palju arvamused, portreelugudes ja kriitikas, 2005.a. peamiselt uudistes, arvustustes ning tutvustustes.

Meediat kajastavad artiklid olid tavalehes 2005.a. peamiselt arvamused ning uudised (sama ka lisalehtedes mõlemal aastal), 1995.a. esines meediakajastamist paaris olemusloos ja arvustuses.

Kohalikku kultuuri kajastavad artiklid olid tavalehes 1995.a. peamiselt arvamused ja olemused, kuid leidis ka uudiseid ja tutvustusi. 2005.a. peamiselt olemused ja uudised. Lisalehtedes esines kohaliku kultuuri representatsiooni mõlemal aastal 1995.a. reisikirjades (lisalehe *Reis* mõjul) ja olemused .

Religiooni kajastavad lood olid 2005.a. enamjaolt uudised või arvamused, 1995.a. arvamus- või olemuslood.

Kultuurilugu või kultuuri üldiselt kajastavad lood olid mõlemal aastal tavalehes peamiselt arvamused või esseed, vähemal määral ka arvustused ja olemuslood. Lisalehtedes mõlemal aastal valdavalt olemuslood.

Staarielu representeeriti tavalehes nii 1995.a. kui 2005.a. tavalehes peamiselt uudistes. Lisalehtedes esines staarielu märkimisväärselt vaid 1995.a. ning seda enamasti portree- ja olemusloo žanris.

Turismialased artiklid esinesid tavalehes ootuspäraselt olemuslugudes ning reisikirjades, samuti lisalehtedes.

Haridust ja teadust kajastati tavalehtedes vaid 2005.a. ning seda peamiselt uudistes ning olemuslugudes. Lisalehtedes ei väärinud hariduse ja teaduse vähese representatsiooni vaatlemine žanrite lõikes kuigi tähelepanu.

3.4. Globaliseerumine

Töö üheks peamiseks eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas on muutunud **globaliseerumise** käsitlemine kultuuri kajastamisel. Selleks hinnati kõiki artikleid globaliseerumise ilmingute skaalal, mis ulatus olemast artiklis peateemaks kuni täieliku puudumiseni. Kodeerimise käigus selgus, et „globaliseerumine“ kui mõiste puudub peaaegu täielikult valimisse sattunud artiklitest. Seega pidi kodeerimisel kasutama suuremal või vähemal määral ideid globaliseerumisest kui sulandumisest, lähenemisest ja „kokkupressitusest“ ning otsustama artikli konteksti järgi, kas selles käsitletakse globaliseerumise problemaatikat või mitte (vt. Kodeerimise kategooriad).

Kodeerimisel loeti artikkel läbi ning püüti tuvastada globaliseerumise problemaatikat tekstis, mille põhjal kategoriseeriti artikkel kas globaliseerumist põhiteemana (artikli

sisulises keskmes), kõrvalteemana (globaliseerumist käsitleti artiklis osana loo sisust) või viite tasandil kandvaks (representeeritav rahvusvaheline fookus või käsitletav kultuurivaldkond kandsid tunnuseid, millega võiks iseloomustada globaliseeruvat maailma). Tabelites on ülevaatlikkuse huvides esitatud koondatud tulemused).

3.4.1. Globaliseerumine riikide lõikes

Põhi-ja kõrvalteemana kajastus globaliseerumine mõlemal uuritava aastal vähem kui viite tasandil. Enim käsitleti globaliseerumist või ilmnis globaliseerumise temaatikat koos läänemaailma representeerimisega, paaril korral Euroopa, Aasia ja Aafrika käsitluses. USA-d käsitlevatest artiklitest tuli globaliseerumine põhiteemana kõne alla vaid paaril korral 1995.a.

Viite tasandil esines globaliseerumise ilminguid juba märksa rohkem, tendentsid aga olid suuresti samad mis põhiteema puhulgi- globaliseerumise teema ilmnis peamiselt läänemaailma ja Euroopat kajastavates lugudes. Küll aga oli 2005.a. USA-d representeerivates artiklites globaliseerumisele viidatud rohkem kui 1995.a.

3.4.2. Globaliseerumine lehetüüpide lõikes

Uurides globaliseerumist **tavväljaandes** selgus, et 1995.a. leidis globaliseerumise problemaatikat (põhi-ja kõrvalteemana) välisuudistes 21,4%, kultuurikülgedel 22,5% ja lisades 14,3% (protsent näitab osakaalu kõikidest vastavas lehetüübis või rubriigis esinenud lugudest).

2005.a. olid analoogsed näitajad järgmised: välisuudised 20,0%, kultuuriküljed 8,8% ja lisad 10,6%. Lisaks tulid uurimisele ka 1995.a. puudunud *online*-lood ning „meedia“ rubriik, kus leidis globaliseerumise ilminguid vastavalt 17,6% ja 7,5%. *Online*-versioonis esines globaliseerumise käsitlemist 2005.a. paberlehega võrreldes vähem, kuid siiski märkimisväärselt (peamiselt kõrvalteemana).

Seega ei ole globaliseerumise kajastamine välisuudistes ja lisalehtedes kvantitatiivselt eriti muutunud. Kultuurikülgedel esines globaliseerumise temaatikat aga 1995.a väga palju rohkem kui 2005.a.

Tabel 15 Globaliseerumine aastate ja lehetüüpide lõikes (%)*

	Põhi-või kõrvalteema		Viide	
	1995	2005	1995	2005
Paberväljaanne				
-välisuudised	21,4	20,0	42,9	25,0
-kultuur	22,5	8,8	44,1	31,5
-meedia	-	7,5	-	35,0
-lisad	14,3	10,6	27,0	36,8
<i>Online</i>	-	17,6	-	17,6
Kokku	19,9	13,3	38,3	27,6

*Tabelites 15-16 esitatud protsendid näitavad hulka vastava kategooria artiklite hulgast aastate lõikes.

3.4.3. Globaliseerumine teemade ja aastate lõikes

Globaliseerumise problemaatikat esines **põhiteemana** 1995.a. kõige rohkem kultuuri üldiselt käsitlevates artiklites, korra ka kohalikku kultuuri, kontserdit, popmuusikat, muusikafestivali käsitlevas ja muusika üle üldiselt arutlevas artiklis, seega enamasti seoses muusika ja kultuuriga üldiselt. 2005.a. käsitleti globaliseerumise problemaatikat peateemana peamiselt seoses meediaga (nii reklaam, press kui meedia üldiselt), mõnevõrra filmiga televisioonis, ilukirjanduse ja korra ka kultuuri üle üldiselt arutlevas ning ühes kohalikku kultuuri käsitlevas artiklis.

Kõrvalteemana esines globaliseerumise problemaatikat juba tunduvalt rohkem ning seda pea kõikides kultuurivaldkondades, 1995.a. enim koos filmi, kultuuri/kultuuriloo, kohaliku kultuuri, folkloori ja keelega, popmuusika ja üldse muusikavaldkonnaga, samuti kirjandusega. 2005.a. seoses popmuusikaga, samuti meedia, kunsti, religiooni, kultuuriga üldiselt ja kohaliku kultuuriga.

Viite tasandil esinevad globaliseerumisele ilmingud esines pealiskaudsel analüüsil enim, mis oli ilmselt palju tingitud ka lugude iseloomust. 1995.a. esines viite tasandil globaliseerumist enim seoses kunsti ja modernse muusika, kohaliku kultuuri, folkloori ja keele ning kultuuriga üldiselt. 2005.a. samuti enim kohaliku kultuuri, popmuusika, kino, televisiooni ja ilukirjandusega, samuti kultuuri üle üldiselt arutlevates artiklites.

3.5. Kommertsialiseerumine

Artikleid hinnati **kommertsialiseerumist** silmas pidades nii, et märgiti ära, kas antud teema oli artiklis esindatud põhi- või kõrvalteemana (artiklis käsitleti kommertsialiseerumise nähtust ja/või problemaatikat), esines viite tasandil või puudus üldse (tabelis esitatud ei ole). Kuna kommertsialiseerumist kui mõistet ei esinenud kummalgi aastal üldse, siis läks põhi- ja kõrvalteemana hindamisele, kas artiklis oli kirjutatud näiteks massi- või popkultuuri problemaatikast, kirjutatakse raha/meedia/kultuuri suhetest; viite tasandil aga, kas kõne all oli vähemal määral kultuur ja raha, kultuur ja müük, kultuur ja reklaam. Tabelites on ülevaatlikkuse huvides esitatud koondatud tulemused.

3.5.1. Kommertsialiseerumine riikide lõikes

Põhi- ja kõrvalteemana esines kommertsialiseerumise temaatikat enim 1995.a. kõrvuti läänemaailma ja Euroopa representeerimisega, 2005.a. aga samuti seoses läänemaailma, Euroopa, pisut vähem USA, samuti Aasia, Venemaa, „muu maailma“ ja põhjamaadega.

Viite tasandil leidus kommertsialiseerumise representatsiooni mõlemal aastal üsna palju: kommertsialiseerumise viiteid esines paralleelselt kõikide eristatud regioonide ja riikidega, domineerisid samad regioonid ja riigid mis põhi- ja kõrvalteema puhulgi (läänemaailm, Euroopa ja USA), küll aga tõuseb 2005.a. kommertsialiseerumise temaatika kajastuse rohkuse poolest esile Venemaa, samuti põhjamaad.

3.5.2. Kommertsialiseerumine lehetüüpide lõikes

Tavalehes esines kommertsialiseerumise temaatika kajastamist põhi- või kõrvalteemana 1995.a. kaks korda vähem kui 2005.a. ja seda kultuurikülgedel. Põhiteemana käsitles

kommertsialiseerumist 7% 2005.a. lisalehtede artiklitest. Kõrvalteemana ehk teisejärgulises rollis käsitleti kommertsialiseerumist või leidis selle ilminguid 1995.a. enim välisuudistes ja lisalehes *Extra*, 2005.a. aga „meedia“ rubriigis. Üldiselt käsitleti 1995.a. kommertsialiseerumist kõrvalteemana kõikides rubriikides ja lehetüüpides rohkem, samuti viite tasandil.

Välisuudiste rubriigi artiklid on aastate jooksul kommertsialiseerumise temaatika kajastamise seisukohast tagasihoidlikumaks muutunud. Kommertsialiseerumise teema esinemine oli vähenenud ka kultuurikülgedel ning mõnevõrra ka lisalehtedes, küll aga mitte väga palju. Enim leidis kommertsialiseerumise representeerimist 2005.a. „meedia“ rubriigis, mis näitab, et kommertsialiseerumine oli 2005.a. aktuaalne.

Tabel 16 Kommertsialiseerumine aastate ja lehetüüpide lõikes (%)

	Põhi-või kõrvalteema		Viide	
	1995	2005	1995	2005
Paberväljaanne				
-välisuudised	17,8	2,5	28,6	12,5
-kultuur	11,7	12,6	29,4	19,5
-meedia	-	35,0	-	27,5
-lisad	14,3	15,8	36,5	29,8
<i>Online</i>	-	11,4	-	37,4
Kokku	13,6	14,0	26,4	26,5

3.5.3. Kommertsialiseerumine teemade ja aastate lõikes

Põhiteemana esines kommertsialiseerumise temaatikat *Postimehes* 1995.a üksikutel kordadel seoses muusikafestivali representeerimise ja muusikaga üldiselt, samuti seoses reklaami, folkloori/keele ja kultuuriga üldiselt. 2005.a. esines kommertsialiseerumise käsitlemist aga juba tunduvalt rohkem (ehkki mitte protsentuaalselt aastate lõikes), seda kõige rohkem seoses meediaga erinevate valdkondadega (ajakirjanduse, televisiooni ja meediaga üldiselt), popmuusika, ilukirjanduse ja turismiga. Üksikutel kordadel paralleelselt filmifestivali, muusikali ja kunstiga.

Kõrvalteemana oli 1995.a. kommertsialiseerumise probleematikat käsitletud enim seoses muusikaga (eriti popmuusikaga aga ka modernse, klassikalise ja rahvamuusikaga), kultuuriga üldiselt ning turismiga, samuti teatri ja teatrikunsti ning kohaliku kultuuriga. Kommertsialiseerumise temaatika kerkis paaril korral aga ka seoses uue meedia, reklaami ja pressiga. 2005.a. olid selles kategoorias enim representeeritud valdkonnad kultuur üldiselt, meedia (televisioon ja reklaam), popmuusika. Vähem ka film (nii kino kui televisioon), kirjandus, turism, staarielu ja kohalik kultuur.

Viite tasandil võis kommertsialiseerumisega seotusele viitavat sisu märgata peamiselt kino ja popmuusika puhul (2005.a. eriti olulisel määral). 1995.a. seoses kunsti, turismi ja kohaliku kultuuriga. 2005.a. aga veel palju ka teatrikunsti ja muusikali kategoorias, kohaliku kultuuri, staarielu, ilukirjanduse ja televisiooni puhul.

3.5.4. Kollased lood

Peamiseks erinevuseks uuritud aastate vahel võiks tuua lisalehtede, eriti 1995.aasta *Extra* tugeva fookuse sensatsioonilistele ja eraelulistele aspektidele (98,3% kõikidest artiklitest), millest 33,3% olid tugeva või keskmise *human interest* tasemega. 2005.a. **lisalehtedes** sama näitaja ligilähedane, kuid siiski väiksem ehk 28,1% (*human interest* kokku 80,8%). 2005.aastal väärrib tähelepanu asjaolu, et igapäevaartiklitest on *human interest* väärtusega lugusid enim *Postimees Online*-is (83,9%).

Tabel 17 Seotus *human interest* temaatikaga lehetüüpide lõikes*

	Tugev		Keskmine/vähene		Kokku	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%
1995						
-tava	2	1,6	47	26,1	49	37,7
-lisa	21	33,3	41	65,0	62	98,3
2005						
-tava	15	6,3	125	52,3	140	58,6
-lisa	16	28,1	30	52,7	46	80,8
-online	20	15,3	90	68,6	110	83,9

*Tabelites 17-18 väljendavad protsendid vastava kategooria esinemist lehetüübi/rubriigi lõikes esinenud artiklite hulga suhtes.

Tavaväljaandes esines inimliku huvi seost 1995.a. oluliselt vähem kui 2005.a., mis osutab rahvusvahelise fookusega kultuurilugude esinemisele meelelahutuslikumas ja sensatsioonilisemas kontekstis. **Välisuudistes** on kokkuvõtlikult inimlik huvi jäänud üldiselt ligilähedasele tasemele, tugevat inimlikku huvi aga esines 2005.a üle viiendiku lugudest, 1995.a vaid 7,1%. **Kultuurikülgedel** ei esinenud 1995.a. tugevat *human interest* seotust üldse, 2005.a. aga küll, ehkki väga vähe. 2005.a. esines *human interesti* kokkuvõtvalt aga siiski pea kaks korda rohkem, mis annab põhjust oletada, et ka kultuurilugude kajastamisel on sisuliselt võetud suund meelelahutuslikkuse poole. *Human interest* seotust esines 2005.a. palju ka „**Meedia**“ rubriigis, milles 80% artiklitest oli vähemal või rohkem antud teemaga seotud.

Tabel 18 Seotus *human interest* temaatikaga tavaväljaandes aastate lõikes (%)

	Tugev		Keskmine/vähene		Kokku	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Välisuudised	7,1	22,5	64,3	55,0	71,4	77,5
Kultuur	-	1,3	27,5	45,9	27,5	47,2
Meedia	-	10,0	-	70,0	-	80,0

4. Järeldused ja diskussioon

4.1. Tulemused

Järgnevalt on peatükkidena toodud vastused uurimisküsimustele ning diskussioon järelduste kohta. Järeldused hüpoteeside paikapidavuse kohta on toodud põhitulemuste osas. Esitatud on ka diskussioon tulemuste rakendamise võimaluste üle nii globaliseerumise kui kommertsialiseerumise hindamisel kui ka kasutatud meetodika kriitika. Järeldusi ja diskussiooni on illustreeritud ekspertintervjuudest saadud arvamustega kommertsialiseerumise ja globaliseerumise kohta ning tähelepanekutega *Postimehe* aastakäikude ja Eesti ajakirjanduse kui kultuuri vahendaja kohta.

4.1.1. Rahvusvaheline kultuuriruum *Postimehes* 1995 ja 2005

Üheks antud töö peamiseks eesmärgiks oli uurida **riikide representeerimise** muutusi *Postimehe* kultuuriteemalistes artiklites, võttes aluseks 1995. ja 2005. aasta.

1995. a. representeeriti *Postimehe* kultuurilugudes, nagu 2005. aastalgi, kõige rohkem **Euroopa** piirkonda. Euroopa sotsiaalsesse ruumi (taas)kuulumine oli Eesti jaoks pärast Nõukogude okupatsiooni murdumist olnud peamiseks eesmärgiks, mistõttu on mõistetav, et taasiseseisvumise järgselt võeti ka *Postimehes* pideva kajastuse objektiks just Euroopa riigid: välispoliitikas võeti esmajooneliseks kurss Euroopa Liiduga liitumise poole ning euroopastumine nii identiteedilises kui kultuurilises võtmes prioriteediks. Lääne-Euroopa on Eesti jaoks kultuuriliste kokkupuudete seisukohast alati olnud hinnatud partneriks ja liitlaseks, ka kuulub Eesti geograafiliselt Euroopasse, mille tsentriks on Vana-Euroopa ja sinna kuuluvad Prantsusmaa, Saksamaa ja Inglismaa, keda kajastati mõlemal uuritud aastal Euroopa piirkonna riikidest kõige rohkem. Palju esines ka Euroopa mainimist viitena ning mitmete riikide vähese representatsiooni määraga esinemist, mis osutab artiklite seostamisele Euroopa kultuuriruumiga üldiselt.

Euroopaga seoses representeeriti kõiki kultuurivaldkondi, mõlemal uuritud aastal aga võrreldes teiste riikidega enim seoses kunsti, kirjanduse ja teiste teemadega, mida võib pidada domineerivaks ehk kõrgkultuuriks. 1995.a. oligi Euroopaga seotud süvakultuur ilmselt ideaaliks, mida kajastati mitmekülgselt ja tihti. 2005.a. oli tendents liikunud popmuusika ja kino hulgalise kajastamise poole, mis võib näidata Euroopa kajastamise muutumist, pigem aga väljendab kultuurikajastuse kontsentreerumist audiovisuaalsete kunstide poole ning eemaldumist süvakultuurist.

USA stabiilselt väga suur representatsioonimäär mõlemal aastal osutab *Postimehe* kestvale ja tuntavale mõjutatavusele amerikaniseerumisest ja USA tugevale positsioonile kultuuri tootmisel ning USA akultureerivale rollile. USA tugev positsioon filmi- ja popmuusikaturul (kaasaegse popkultuuri tuuma tootmisel) väljendub selgelt ka *Postimehe* teemadevalikul, kus nimetatud teemad on ka enim kajastatud. USAga seoses leidis käsitlust ka kultuur üldiselt ning kohalik kultuur, 2005.a. ka religioon, mis on ilmselt osaliselt tingitud USA sõjalisest vastuseisust islamistliku Iraagiga.

Läänemaailma kui nii kontseptuaalse kui geograafilise kategooria esinemine oli sage mõlemal uuritud aastal, 1995.aastal aga eriti tugev, ilmselt seoses siirdumisega nn. nõukogude ruumist lääne sotsiaalsesse ruumi, millega käis kaasas tihe tasakaalu otsimine kultuurilise identiteedi suhtes.

Läheduse ja Balti geograafilise ruumi kuulumise seisukohast oleks pidanud kultuurilugudes selgemalt välja joonistuma ka ühtne kultuuriruum **Ida-Euroopaga**, mida käesolev uurimus ei tuvastanud ega tuvastanud ka Kajar Kase uurimus. Ida-Euroopa (eriti baltimaade) representeerimine on jäänud mõlemal uuritaval aastal väga madalale tasemele, mis viitab sellele, et antud regioonis toimuv ei ole eriti uudisvääruslik võrreldes teiste regioonidega ning Ida-Euroopa riigid ei oma ühtset kultuuriruumi. Balti oletatav identiteet on mitmetahuline kontseptsioon, mis on suuresti kantud solidaarsustundest, mis on tingitud sarnasest ajalookogemusest, lähedusest ja sarnastest mõõtmetest geograafilises tähenduses, majanduslikust arengust ning ühtsetest püüdlustest välispoliitika valdkonnas. Väidatavalt aga on Balti identiteet vaid formulatsioon, mis

eksisteerib Lääne-Euroopa poliitikas ja ainus, mis Balti riike tegelikult seob, on ühine väljamurdmine Nõukogude Liidust. Eesti kuulub oma keeleliselt ja geograafiliselt asukohalt pigem põhjamaade hulka, samas kui Leedu on ajalooliselt pigem Kesk-Euroopa riik (Baltic Region Conflicts and Co-operation 2001). Kultuurivaldkondade representeerimises ei ilmnenu Ida-Euroopa puhul samuti mingeid tendentse, kajastus oli pigem juhuslik. Seetõttu on vaieldav ka Balti riikide kui selgete ühiste tunnustega või ühiselt tunnetatava kultuuriruumi olemasolu.

Peale euroopastumise on Eesti otsimas ka oma identiteeti põhjamaana, seega on tekkinud rohkem representatsiooni just Soome ja skandinaavia poolt. Vastuolu põhjamaalise identiteedi ja „Ida-Euroopa“ (nagu Eestit geograafilises ja kultuurilises mõttes tihtipeale klassifitseeritakse) on aastaks 2005 leidnud ajakirjanduses väljundi tihedamate kultuuriliste kontaktide kujul **põhjamaadega**, kelle representeerimine on selleks ajaks oluliselt elavnenud. Riikidest tõuseb esile Soome, kellega on Eestil põhjamaadest ka enam ühist, seda eriti kultuuripärimuses. Ka Vihalemm kirjutab oma Eesti rahvusvahelise sotsiaalse ruumi uurimuses, et Eesti püüdleb Euroopasse läbi „põhjamaa värava“: mitte vaid geograafiline, vaid ka poliitiline, majanduslik, kultuuriline ja isiklik kontakt põhjamaadega asetab Eesti teiste postkommunistlike riikidega võrreldes ainulaadsesse positsiooni. Lähedus ja seotus Soomega kipub aga olema pigem praktilist kui emotsionaalset laadi ning kajastub meedias tihti ka negatiivselt (Vihalemm 1999).

Venemaa kajastamisel esinesid aastate lõikes suured erinevused: 1995.a. oli representatsioon väike ja seotud traditsiooniliste Vene tugevate aladega nagu ilukirjandus ja ballett, 2005.a. aga märkimisväärselt tõusnud ning seda eriti filmi valdkonnas. Venemaa representeerimise tähtsustumisest võib järeldada, et Venemaa on muutumas kultuurilises mõttes objektiivsemalt käsitletavamaks- enam ei ole Venemaa kultuuriga seostumine kompleks, Eestil oli 2005.a. kujunenud selgem identiteet põhjamaa ja Euroopa riigina. Teemadekajastus aga viitab siinkohal samuti samadele tendentsidele nagu Euroopa ja USA puhulgi- film on tõusvalt kõige olulisem kultuurivaldkond.

Aafrika kui Eestist väga kaugel asetsev piirkond leidis mõlemal uuritud aastal sama vähe kajastust, seda peamiselt aga seoses kohaliku kultuuri ning turismiga, mis näitab, et isegi vaatamata globaalsete kontaktide toimet suurenenud potentsiaalile kajastatakse kultuuri mõnevõrra stereotüüpselt. 1995.a. võis põhjus olla vähestes kultuurilistes kontaktides ning info hõreduses. 2005.a. võis aga põhjus olla näiteks Aafrika kui kolmanda maailma tajumises kultuuri arengult mahajäänu ja vähe uudisväärtuslikuna konkurentsisis suureneva infotulvaga teistest piirkondadest.

2005.a. oli olulisel määral kasvanud „**muu maailma**“ representeerimine, seda peamiselt välisuudiste külgedel ja seoses religiooni temaatikaga. „Muu maailm“ oli representeeritud rohkem kui kunagi varem seoses poliitiliste sündmustega st. ülemaailmse tähelepanu koondumine tõi kaasa kultuurilise representatsiooni. Sõjategevus, USA osalus (väga aktuaalne teema USA ja muu maailma meediakanalites) ning kahe religiooni (kristluse ja islami) pörkumine on seega tekitanud Lähis-Ida piirkonna kultuurile (enim representeeritud piirkond „muus maailmas“) võimaluse pääseda ka Eesti leheveergudele. Kauged piirkonnad on seega kajastatud erinevalt ning mitte olulisel määral sõltuvalt geograafilisest asetusest, vaid tihti hoopis ka kultuurivälistest teguritest nagu näiteks poliitika. See viitab ajakirjanduse globaliserumisele ning globaalse meedia „*agenda settingu*“ omadusest.

Aasia vähene kajastamine mõlemal aastal on ilmselt suuresti seotud hõredate kultuurikontaktidega ning vähese identiteedilise lähedusetundega. Küll aga on 2005.a. Aasia piirkonna representatsiooni suurenemine seotud *Postimehe* kultuuriruumi suurenemise ja globaalsemat haaret võimaldava infotehnoloogia arenguga (Aasia kajastus rohkem just *online*-väljaandes). Aasia maailmakuulus filmikunst ja filmi valdkond kui *Postimehe* lemmikteema võisid aga samuti olla Aasia suurema tähelepanu pälvimise põhjuseks.

Rahvusvahelise kultuuriruumi muutumine peegeldab seega ühelt poolt ühiskondlik-poliitilisi muutusi ja arengut. Teisalt aga sõltub teemadevalikutest, mida erinevatel piirkondadel pakkuda on, mis sõltuvad omakorda globaalsetest kultuurikontaktidest ja

tehnilistest vahenditest. Ühelt poolt annab globaalne meedia võimaluse riikidel oma kultuuri(toodangut) levitada, otsida uusi kontakte ja koostööd ning seeläbi areneda. Teiselt poolt annab see võimaluse suurema potentsiaaliga kultuuritootjate domineerimisele.

Ekspertintervjuudes esitati intervjuueeritavatele küsimus kultuurivahenduse magistraalide ehk eri riikidest tuleva kultuurilise representatsiooni suhete kohta. Selgus, et ka pealiskaudsel vaatlemisel on Eesti päevalehtede kultuuriruum 2005.a. ebaülevaatlik ja väliskultuuri ebaühtlaselt kajastav.

Kontaktid/ kajastused ida-suunalt on muutunud harvemaks, Venemaast aeg-ajalt midagi kirjutatakse, aga nt Valgevene või Ukraina kultuurist on pilt ilmselt pehmelt öeldes udune./.../Samas - ka läänepoolsest (nii Euroopa kui USA) kultuurist loeme Eesti päevalehtedest ju vaid harvu killukesi, väita, et lehest saab mingilgi määral ülevaatliku pildi oleks ilmselt selge liialdus.

(Kadi Herkül).

Kui Herkül toob välja läänepoolse kultuurikajastuse vähesuse päevalehtedes, siis Talvet käsitleb rahvusvahelise tasandi kultuurikajastust laiemas raamistikus ja toob esile „suurkultuuride“ domineerimise tendentsid ning nõustub Venemaa poolt tuleva kultuurilise info vähesusega. „Suurkultuurid“ ehk Euroopa ja USA domineerivad käesoleva uurimuse tulemuste põhjal teiste piirkondade üle. Samas ei saa väita, et tegemist oleks adekvaatse või mitmekülgse infoga. 2005.a. representeeriti väga palju sarnaseid teemasid, mistõttu on intervjuueeritavate lahkavõtmused tegelikult ühe nähtuse kaks eri tahku ja pisut vastandlike elualade kogemusega inimeste perspektiivi erinevused. Hüpotees, et kultuuriruum on seotud teemadevalikuga, tuleneb sellest, et *Postimees* ei paku kultuuri puhul temaatiliselt mitmekülgset või tasakaalustatud infot vaid koondub audiovisuaalsete teemade ümber. Kultuurivaldkondade representeerimise seaduspärasid analüüsib järgnev peatükk.

4.1.2. Kultuurivaldkondade kajastamine Postimehes

Riikide representeerimine näitab kultuuriruumi ulatust ning riikide esinemise sagedus toimetuste taju nende olulisuse suhtes Eesti ühiskonnas. Teisest küljest võis riikide representeerimine olla tingitud hoopis uudis- või arutlusväärtuslikematest teemadest ja kultuurivaldkondadest, millega seoses neid kajastati. Kultuurivaldkondade representeerimine paralleelselt riikidega näitab kultuurikontaktide iseloomu, paralleelselt žanritega aga *Postimehe* rõhuasetust kultuuriteemadele.

Riigid ja temaatika, millega paralleelselt kultuuri kajastatakse ning kui palju, väljendab nii seda, milline on ühiskonna tähelepanu teiste riikide kultuurikeskkonna vastu ning peamised arutlus- ja kriitikapunktid, kui ka seda, milline on Eesti kultuuriruumi suhe teistesse kultuuriruumidesse. *Postimehe* kui ajakirjandusväljaande puhul väljendavad riikide ja teemade representeerimine ka seda, mida peetakse uudisväärtuslikuks ja huvitavaks- milliseid kultuurivaldkondi ja milliseid maid ja kultuurilisi keskkondi.

Vihalemma (1999) uurimuse kohaselt oli raamatuturul selge osakaal Ameerika ja Briti kirjanikel, teatrielus Venemaal oluline roll ning USA omas oluliselt tugevat positsiooni meedias, muusikaelus olid aga kontaktid tõeliselt rahvusvahelised. Käesolev töö tuvastas muuhulgas Vihalemma uurimusega sarnaseid tulemusi nii rahvusvahelise sotsiaalse ruumi tähenduses kui ka mõningal määral kajastatavate kultuurivaldkondade osas.

Kultuurivaldkondade lõikes tuli peamisel erinevusena oluliselt esile **popmuusika ning filmi kajastamise rohke ülekaal** 2005.a. *Postimehes*, samas kui teiste, sealhulgas kunsti, kirjanduse ja teatri kajastamine oli märgatavalt langenud. See tähendab üldjoontes populaarsete audiovisuaalsete kunstide domineerimist teiste kultuurivaldkondade üle. Jüri Talvet toob põhilise kvalitatiivse muutusena *Postimehes* välja järgmist:

Järjest enam jälgitav tendents visuaalsusele, sisulise sõnumi nappus, analüüsi vähesus, kirjandusteoste arvustamise allakäik. Audiovisuaalset kultuuri peegeldatakse märksa rohkem kirjandusest, see on selge.

(Jüri Talvet)

Kõige rohkem tähelepanu sai **muusika** valdkond, eriti pop-ja *mainstream*-muusika, millest kirjutati mõlemal aastal kõige rohkem ka muusikavaldkonna siseste kategooriatega võrreldes. 1995.a. *Postimees* näitas üles suuremat tähelepanu nii süvamuusika (klassikaline, modernne ja uus muusika), rahvamuusika, kui festivalide vastu. Muusika kajastus peamiselt 1995.a. arvustuslikus või tutvustavas vormis, 2005.a. seevastu aga hulgaliselt ka uudistes ning keskendus rohkem kontserditele ja erinevatele festivalidele. Rahvamuusika valdkonnaski sai 2005.a. kajastust vaid Viljandi folkloorifestival, kuna tegemist oli suursündmusega.

Mõningates plaadiarvustustes ja paljudes artiklites, mis kajastasid, tutvustasid või arvustasid uusi plaate või kontserte, ei olnud mainitud päritoluriiki, mida käsitleti uurimise läbiviimisel ka ühe globaliseerumise ilminguna (mürgiti läänemaailma representatsioon). Popmuusikatööstus on alati olnud kultuurilise kommertsialiseerumise ja globaliseerumise üks lipulaevu, pälvides ka enim diskussiooni oma olemuse üle. Mõlemal uuritud aastal olid popmuusikat käsitlevad lood seotud enamasti USA ja Euroopaga, mis viitab, et muusikas olid nii 1995.a. kui 2005.a. domineerivad kultuuritööstuse keskused.

Filmi valdkonnaga seoses oli 1995.a. peamiselt representeeritud USAd ja Euroopat. Filmi valdkonna ja eriti filmifestivalide representeerimine oli 2005.aastaks tunduvalt suurenenud, millesse panustasid ka paljud lühiuudised seoses erinevate auhinnagaaladega (*online*-lood *Postimehes*). 1995.a. esines filmi teemat enim arvustustes, 2005.a. aga uudistes ja tutvustustes, mis näitab, et kriitiline suhtumine filmidesse on *Postimehes* langenud ning võetud on suund valdkonna uue toodangu või filmiga seonduva info edastamisele. 2005.a. käsitleti filmi palju ka arvamusalustes, seega isiklikud seisukohad seoses filmiga olid pidevalt „päevakavas“, mis võis olla osaliselt olla arvamusalustes ja ühtlasi televisiooni ning filmi palju kajastanud „Meedia“ rubriigi tõttu.

Lehetüüpide võrdluse käigus selgus, et ka tavalehes on filmi osakaal väga suur ja oluliselt tõusnud, mis osutab audiovisuaalsete kultuurivaldkondade pidevale tähtsustumisele ühiskonnas, mis tingib ka suure meediakajastuse. Film on meelikõitev, kiiresti leviv, pidevalt uuenev ning sõltumata hariduslikust taustast enamasti arusaadav ja demograafilistest näitajatest üsna sõltumatult kättesaadav kunstivorm, mistõttu teatakse filmimaailmas toimuvast enam kui muudes valdkondades aset leidvast. Film jõuab inimesteni läbi televisiooni otse koju, läbi interneti aga otse arvutisse. Ka 1995.a. representeeriti filmifestivale, pigem aga keskenduti filmide sisule, mitte sündmusele endale (näiteks Lauri Kärki reportaažid Euroopa esinevatelt filmifestivalidelt). Läänemaailma käsitluses on filmi temaatikat puudutatud samuti palju, peamiselt filmikunsti ja filmifestivale käsitlevates artiklites, mis viitavad filmi globaalsele iseloomule, globaalse maailma ühisosale ehk globaalkultuurile.

2005.a. pälvimid televisioonis näidatavad filmid palju tähelepanu („Meedia“ rubriik kajastas televisiooni väga palju), samas kui filmikunsti üle arutlevaid artikleid leidis 1995.aastaga võrreldes väga vähe. Seega tõestab ka filmivaldkonna kajastamine ja selle rohkus, et 2005.a. on nihkunud pigem kirjeldavale kui analüütilisele sisule.

Küsimusele kultuurivaldkondade representeerimise tähelepanekutest riikidega seoses ilmnes ka ekspertintervjuudest, et USA filmid ja popmuusika on rahvusvahelistes kultuurilugudes silmnähtavalt ülekaalus võrreldes teiste teemade representeerimisega. Jüri Talveti intervjuus ilmneb hinnang, et „USA film laiutab üle kõige kõikjal“, Kadi Herkül arvas, et „...film, teater, (pop)muusika on ilmselt kultuurikülgedel magusamad palad kui kunst või klassikaline muusika“, millest võib välja lugeda kultuurikülgedel kajastatavate teemade eelisjärjekorda, mille eesotsas meelelahutuslikum ja kergemini käsitletav.

Teater leidis 1995.aastal 2005.a. võrreldes rohkem kajastust ning teatrikunst rohkem diskuteerimist. 2005.a. puhul domineeris teatrivaldkonnas 1995.a. olematu muusikali žanr, mis olid enamasti USA päritolu. See viitab ka teatri muutumisele meelelahutuslikumaks. Teatri valdkonnas leidis mõlemal aastal enim arvustusi, ilmselt

uute etenduste tõttu, seega on teatri kajastamine mõlemal aastal üsna analüütiline. Küll aga arvestades teatri ehk suuresti muusikalide kajastamist 2005.a. ka uudislikus vormis, siis on *Postimehes* selgelt joonistunud välja keskendumine suursündmustele, milleks reklaami jälgides uute muusikalide etendumine Eestis enamasti on.

Nii **kirjanduse** kui **kunsti** kajastamise puhul oli 1995.a. *Postimees* tugevam. Esines luuletusi ja kirjandulikke mõtisklusi, kunsti puhul kirjutati palju festivalidest ning näitustest, seda just rahvusvahelises võtmes. 2005.a. kirjanduse kajastamine seisnes valdavalt uute raamatute lühitutvustustes (mida valimisse ei kaasatud), mis tingis ka kirjanduse valdkonna kajastamise languse. Kunst leidis 2005.a. kajastust samuti vähe, seda aga näiteks *online*-lehes ning enamasti seoses tuntud maalidega või kunsti uuemate vormidega (kunsti „muu“ kategooria, näiteks popkunst). 1995.a. *Postimees* oli ka arutlemises ja analüüsimises vaieldamatult tugevam kui 2005.a. *Postimees*. Sellele viitasid nende teemade kajastamine 1995.a. peamiselt arvamusartiklites ja esseedes, 2005.a. aga palju just uudistes ja tutvustustes. Seega on ilmne 2005.a. kaugenemine kirjanduse teemast, mis keskendub pigem ülevaatlikkusele kui süvenemisele.

Turismi kajastavad artiklid olid enamasti iseloomulikud lisalehtedele, pakkudes lugejatele „pehmet“ lugemist, kokkuvõttes esines neid aga üsna vähe ning seda lisalehtedes. Turismiartiklid on valdavalt „värvilised“ ja atraktiivsed ning toidavad soovunelmaid. *Postimehe* vahe- ja lisalehed on sageli ka otseselt kommertslikud ning valmivad koostöös ettevõtete ärihuvide edendamiseks, samuti lisaleht „Reis“, mille üks eesmärke on ilmselt edendada turismi. Turismi ja kohaliku kultuuri representeerimine on omavahel väga lähedalt seotud, mistõttu oli raske vahet teha, millal läheneti riigile tarbimisturisti vaatenurgast ning millal kultuurilisest huvist. Turismi kategooria püüdis koondada rohkem kommertsliku alatooniga kohaliku kultuuri käsitlemist ja reise kajastavaid artikleid. Küll aga on turismialased artiklid kindlasti üks valdkondi, millest saadakse päevalehtede vahendusel infot väliskultuuri kohta ning millega tekitatakse huvi välisilma kohaliku kultuuri vastu.

Pärimus-ja kohalik kultuur ning folkloor ja keel leidsid mõlemal uuritud aastal palju kajastust, mis viis uurimistulemused mõnevõrra tasakaalust välja. Kohalikku kultuuri käsitlevaid artikleid leidis mõlemal aastal ohtralt, mis oli osaliselt tingitud meetodika eripärast, mis võttis vaatluse alla nii kohaliku kultuuri kui elu-olu. Ka oli kohalik kultuur koos teiste nõ „üldiselt“- kategooriatega (vt. Kodeerimise kategooriad) üks peamisi, mis kodeeriti paralleelselt teiste teemadega. Mõlemal uuritud leidis kajastust pea kõikide piirkondade kohalik kultuur, mõningate piirkondade puhul aga (Aafrika ja „muu maailm“) oligi kohalik kultuur peamine, mida kajastati.

Postimees käsitles 1995.a. **folkloori ja keelt** (sageli osa filoloogia- ja semiootikasugemetega esseedes) rohkem kui 2005.a., mis koos kirjanduse suurema ja analüütilisema kajastamisega ostab 1995.a kultuurilugude süvenemisele tekstipõhisele kultuurile.

Pärimuskultuur (kui välja arvata Viljandi folk) on ilmselt võrdluses alakajastatud, meeelahutuse ja kunsti vahele omakorda ei oska väga selget piiri vedada, mis ühele üks, see teisele teine.

(Kadi Herkül)

Võrreldes kohaliku kultuuri kategooria sagedast esinemist, rahvamuusika vähest representatsiooni muusika reeglina intensiivse kajastamise valguses, ning võttes arvesse kodeerimise kogemust, võib oletada, et kohaliku kultuuri kategooria esindaski enamikel juhtudel just elu-olu. Pärimuskultuur kui põlisrahvaste algupärane omakultuur esines *Postimehes* väga harva, küll aga on tegemist ka pigem kitsa nišiteemaga, mistõttu on loomulik, et seda kajastatakse päevaajakirjanduses vähe. Kohalikku kultuuri kajastati enamike riikidega seoses ning sageli just olemuslugudes, mis viitab, et ka meeelahutuslikud artiklid on osa kultuurilise ruumi kujundajatest.

Religiooniteemalisi lugusid esines mõlemal aastal üsna vähe, erinevused kerkisid peamiselt esile aga seoses representeeritavate religioonidega: kui 1995.a kajastas põhiliselt kristlust ja ürgseid uske (eestlaste maauusk, nõidused ja ravitsemine), siis

2005.a. keskendus katoliiklusele ja islamile, mõnevõrra ka muudele kristluse usulahkudele, millel oli sageli USA taust. Samas oli 2005.aastaks suurenenud tähelepanu „muu maailma“ kategooriale ning seda peamiselt seoses islamiriikidega. Religiooni ja väärtushinangute teema kui globaliseeruva maailma üks tulipunkte on seega globaalpoliitiliste sündmuste taustal kergesti esilekerkiv ning loob muidu tagasihoidliku kultuurivaldkonna ümber uudisaura. Kultuurilise identiteedi kujundamise ja hoomamise teooria, mis lähtub vastandumisest teiste kultuuride suhtes on siinkohal oluline kultuuriruumi omadus, kuivõrd religiooniline taust on ühiskonnas enamasti ametlikult või mitteametlikult fikseeritud. 1995.a. oli Eesti veel ateismi vaimust kantud ja ühelt poolt otsis juuri põlisusundites ja teisalt Euroopa kristlikus pärandis. 2005. a oli Eesti ühiskond *Postimehes* kujuneva kultuuriruumi põhjalotsustades vaadeldav juba asetununa kristluse poolele, mis vastandub järjest enam üleilmseid mõõtmeid võtvale islamile. See võib olla tingitud Eesti püüust kanda Euroopa väärtusi ja kuuluda lääneilma väärtusruumi.

Üldisi **kultuuri- ja kultuurilugu** puudutavaid ja kultuuri üle laiemas plaanis arutlevaid artikleid leidis 1995.a. *Postimehes* osakaalult ligikaudu kaks korda nii palju kui 2005.a., mis osutab asjaolule, et *Postimees* oli 1995.a. kultuurikajastamise perspektiivist tunduvalt uudisekaugem ja pigem analüütiline, vastandudes 2005.a. *Postimehele*, mis on nii liigenduselt, kujunduselt kui tekstiliselt järjest standardsem (uudise struktuur). Tähelepanuväärne on ka kultuuriloo paralleelselt representeeritavate riikide aspekt: 1995.a käsitlesid kultuurilugu või kultuuri üle teoretiseerivad lood pigem läänemaailma ja Euroopat, 2005.a. aga enim USA-d, mis viitab amerikaniseerumise üle tekkinud aruteludele.

Jüri Talvet leiab, et ei staarielu ega turism ole kultuur kui loovus, need ei arenda ühiskonda; need on pigem see osa massikultuurist – jäljenduslikkusest, milles loovust pole eriti vajagi. Staarielu kategooria on selles töös seotud kommertsialiseerumise tendentsidega, kuna juba mõiste „staar“ viitab mõnevõrra tehnilikule tuntusele, meelelahutustööstuse produktile, kelles tuntuse tekitamise põhiline vahend on meedia. Turism aga on kaasatud, et iseloomustada *Postimehe* rahvusvahelise kultuuriruumi kujunemist seoses kommertslike reisikirjadega.

Huvi välismaiste **kuulsate inimeste isikliku** elu detailide vastu ei olnud omased mitte vaid 2005.a lugejatele, vaid nõudlus ja pakkumine selle teema järgi esines ka 1995.aastal, kus staarid olid peamiselt USA päritolu ning artiklid neist ilmusid lisalehes *Extra*. 2005.a. kajastas staaride elu peamiselt *online*-leht, teistes lehetüüpides väga vähe. Staarielu ei ole otseselt kultuur, kuid ilmestab oluliselt taset, mil määral teatud kultuurivaldkondadega seotud isikud on meedia tähelepanu all. Populaarsus on kommertsiaalses ajakirjanduses ja globaalses kultuuris süntees meedia ja kultuuri vahel ning tõstab mõlema müügiedu. Kuuluste eraelu kajastamine on väga tugev inimliku huvi seotuse näitaja ning viitab tabloidiseerumisele. *Online*-väljaanne on seega 2005.a. selgelt kommertsiaalne.

Meedia valdkonda ei kajastatud 1995.a. veel kuigi palju, esines vaid mõni üksik reklaami või televisiooni probleematika üle arutlev artikkel. 2005.a. oli meedia üle arutlemine tõusnud üheks tähelepanuväärseks teemaks *Postimehes*, samuti kriitiline hoiak ja kommertsialiseerumise temaatika kajastamine meediaga seoses. Peamisteks käsitletud meediavaldkondadeks televisioon ja reklaam (enamasti USA päritolu), mõnevõrra vähem kirjutav ja uus meedia. Meediat arvustava rubriigi olemasolu argiväljaandes on tinginud suuremast tähelepanust meediasisu suhtes, mis viitab arenevale diskussioonile meedia pakutava ja meedia mõjude üle.

Kultuurikajastuse koondumine filmi ja popmuusika ümber viitab ühest küljest massi- ja populaarkultuuri domineerimisele globaalses kultuuris. Teisalt võib tegemist võib olla ka asjaoluga, et populaarne kultuur areneb kõige kiiremini, selles valdkonnas toimub kõige rohkem, ning pakub seetõttu kultuuriliselt lehelugejatele ka rohkem huvi. Siiski aga ei saa mööda vaadata süvakultuuri kajastamise vähenemisest *Postimehes* ning temade representeerimisest pinnapealsemalt kui 1995.a., mis viitab *Postimehe* kommertsialiseerumisele ning mõjutatusele globaliseerumisest ning kommertsialiseerumisest ka kultuuris.

4.1.3. Globaliseerumine, kommertsialiseerumine ja Postimees

Käesoleva töö üks eesmärk oli uurida, kuidas mõjutab globaliseerumine ja kommertsialiseerumine kultuuri kajastamist *Postimehes*. Kultuuri globaliseerumine ning kommertsialiseerumine ei ole samased nähtused, kuid võivad olla üksteise kõrvalnähud: globaliseerumise sfääride (laienemise) mõjul tekivad uued kultuuriobjektid, mis ei ole enam seletatavad traditsiooniliste ja etniliste, lokaalsete mõjudega.

Talvet väidab, et meedia aitab pealiskaudsele (massikultuuri) globaliseerimisele tõhusalt kaasa ning ongi selle peamine kanaldaja. Ta seostab globaliseerumist massikultuuriga, viimast eelkõige suurriikidega (USA), neid aga omakorda kommertsialiseeruva ja kultuurikajastuselt ebaadekvaatse meediaga ning leiab, et globaliseerumine avaldub kultuuris peamiselt massikultuuri tungis esiplaanile ja süvakultuuri eemaletõrjumises. USA-ga haakusid antud uurimuses suurem osa popmuusika ja filmi teemasid, samuti staarielu. Nimetatud teemad on teoreetilises käsitluses olnud ka põhilised, mida käsitletakse seoses massikultuuriga.

Kultuuri kommertsialiseerumine nähtub kindlate stampide matkimises, levitamises ja juurutamises (telesaadete tüübid, üldine tendents visuaalsusele, kirjaliku läkituse kahanemine). Süvakultuuri globaliseerumise vastu ei saa midagi olla, praktikas on see aga just ameerikaliku elu- ja kultuuritüübi levitamine maailmas. USA enda ajakirjanduse kultuurivaegus on enam kui ilmne.

(Jüri Talvet)

USA oli nii 1995.a. kui ka 2005.a. kõikidest piirkondadest enim seotud kultuurivaldkondadega, mida võib nimetada massikultuuriks. See omakorda aga, et globaliseerumine on praktikas tihedalt seotud amerikaniseerumisega. Kultuurilise imperialismi toimimisest läbi globaalse meediaruumi hõivamise aga üheselt rääkida ei saa, kuna ka kommertsiaalne kohalik meedia teeb omad valikud kultuuri vahendamisel.

Globaliseerumise ja kommertsialiseerumise vahele ei saa kindlat võrdusmärki asetada, ka tunnuseid on raske nimetada, kuid mõlemad nähtused eksisteerivad nii kultuuri- kui meediaruumis. Keeruline on tõmmata selget piiri kommertsia ja kunsti vahele.

(Kadi Herkül)

Paratamatult on mõned kultuurivaldkonnad professionaalsemad või erialasemaid teadmisi enam eeldavad kui teised. Mõned kultuurivaldkonnad omavad lisaks sellele ka kergemini levivaid, odavamaid ning vahetumat ja meelelisemat kogemust pakkuvaid väljundeid kui teised (film vs. kunstinäitus). Seetõttu on ka globaliseerumisel kergem levik ja meelelahutuslik sisu suurema populaarsuse ja rohkema meediakajastuse põhjuseks.

Talvet nimetab enim kommertsialiseerumist ja globaliseerumist ilmutavaks kultuurivaldkonnaks eeskätt kino, aga toob välja, et kahjuks on sama tendents tungimas ka teatrisse. Filmivaldkonna üldine kommertsialiseeritus aga ei pruugi veel tähendada, et *Postimehes* kajastatud filmid kuuluksid ebakvaliteetsete või „halbade“ filmide valdkonda. Samuti on lood popmuusikaga, mis omab väga globaalset iseloomu. Meetodi eripära tõttu liigitusid paljud uued muusikastiilid popmuusika/*mainstream* valdkonda, hõlmates ka uusi ja huvitavaid muusikastiile. Tendents audiovisuaalse kultuuri suuremale kajastamisele võib seega olla tingitud selle valdkonna muutumisest arenenumaks ja kvaliteetsemaks. Ka popkultuur üldiselt ei pruugi tänapäevases globaalses kultuuri- ja meediaruumis enam olla vastand kohalikule süvakultuurile või kohalikule etnokultuurile, vaid hoopis globaalsete vastasmõjude toimele tekkinud uute kultuuride (ja subkultuuride) kogum, mille meediumid ja levik toimuvad teistel põhimõtetel kui traditsioonilises kunstilises kultuuris.

Filmi näitel saab hästi illustreerida globaaliseerumise vastasmõjusid. Antud uurimus näitas, et film on 2005.a. kõige kajastatavam ning seega ka populaarsem valdkond rahvusvahelise kultuuri kajastamisel. Filmi levik aga, nagu ka eelnevalt märgitud, tõi kaasa ka 1995.a. vähem kajastatud piirkondade suurema representeerimise. Seega, globaliseerumise tendentside kohta järelduste tegemisel on seega oluline märkida, et

kultuuriruumi laienemine ajakirjanduses võib viidata nii kultuuri kui ajakirjanduse globaliseerumisele.

Globaalkultuuri eri ilmingute liigitamine heaks ja halvaks, millest lähtuvalt vastandatakse ka süva- ja populaarset kultuuri, on vägagi hinnanguline. Talvetki leiab, et „...maailmakirjandus on globaalkultuur heas mõttes – see ongi katse „teist“ ja „võõrast“ lähendada, koduseks ja omaseks teha“. Globaliseerumine on „heas mõttes“ kultuurialaste kontaktide süvenemine ja kultuurialane koostöö teiste riikidega.

Kultuuri ja meedia kommertsialiseerumise ja globaliseerumise vastastikuste mõjude väli on väga lai, antud uurimus vaatleb vaid meediasisu, mistõttu ei saa Postimehe kui kultuuriväljaande kommertsialiseerumise kohta kaugeleulatuvaid järeldusi teha.

Kultuuri globaliseerumise ja kommertsialiseerumise sügavam analüüs ei mahu antud töö pädevusse, kuid eeldades, et 1995.a. *Postimees* oli 2005.a. võrreldes kultuuriliselt vähem avanenud ning ka meediaväljaandena väiksema globaalse sfääriga kui 2005.a. aastal, mil *Postimees* on globaliseerumisega kohanenud kultuurilise ühiskonna kultuurikandja, saab teha järeldusi selle funktsioonide kohta ühiskonnas ning käsitleda ühiskonna peegeldajana (vt. *Postimees* kultuuri vahendajana).

Käesolev töö uuris ka, kuidas käsitleti vaadeldud aastate rahvusvahelise fookusega kultuurilugudega seoses globaliseerumist ja kommertsialiseerumist, mis näitas kultuurirotsesside tajumise taset ja analüüsi.

Globaliseerumist käsitleti 1995.a. mõnevõrra rohkem kui 2005.a., seda eriti kultuurikülgedel. Mõlemal aastal oli globaliseerumisega paralleelselt kajastatud enim USA-d, lääneilma ja Euroopat, teemadest aga pea kõiki valdkondi. Globaliseerumise käsitlemise vähenemise tendentsi saab seletada globaliseerumine kui nähtuse tunnetatavuse vähenemisega, globaliseerumise protsessi muutumisega igapäevaseks ja kultuuriruumi loomulikuks osaks.

1995.a. oli globaliseerumine Eesti jaoks pigem ihaldusväärne nähtus seoses ambitsiooniga assimileeruda lääne kultuuriruumi. Seega võisid ka artiklid olla rohkem kantud globaliseerumise vaimust. Globaliseerumise esinemise rohkus viitamise ja kõrvalteema tasandil võis olla tingitud ka 1995.a. *Postimehe* kalduvusest arutlevatele ning analüütilistele lugudele kultuurikülgedel, mis käsitlesid tihti kultuuri ulatuslikult ja teoreetiliselt, mille põhjal sai kergesti artikli kategoriseerida globaliseerumise ilminguid kandvaks. Nimetatud seletust tõestab ka “läänemaailma” kui kontseptsiooni ja konkreetsetele riikidele mitte keskenduva riigikategooria ulatuslik representeerimine 1995.a., mille tunnused olid samal ajal üheks globaliseerumise tunnuseks kategoriseerimisel.

Kommertsialiseerumist käsitleti 1995.a. protsentuaalselt rohkem kui 2005.a., küll aga 2005.a. kontsentreeritumalt. „Meedia“ rubriigis oli kommertsialiseerumist käsitletud pea pooltes artiklites, mistõttu on selge, et meedia ja kultuuri kommertsialiseerumise seosed olid 2005.a. selgelt diskussiooni all. Mõlemal aastal kaasnes kommertsialiseerumise temaatika filmide, popmuusika, turismi ja kultuuriga üldiselt, seega enamjaolt seoses nõ meelegaühenduslikuma kultuuriga. Riikidest USA, Euroopa ja lääneilmaga ehk enim kajastust saanud piirkondadega seoses.

Nii globaliseerumise kui kommertsialiseerumise teemade käsitlemise tendentsid on meetodist tingitult mõnevõrra ebastabiilsed näitajad ning tulemused liialt üldised, et teha kaugeleulatuvaid järeldusi. Siiski- 1995.a. ilmutas rohkem analüütilist sissevaadet kultuuriotsessidesse kui 2005.a., mil analüütiline kultuurikäsitus oli uudislikkuse domineerimise kõrval vähene. Kommertsialiseerumise käsitlemine seoses meediaga aga ei ole käsitletav ka niivõrd süvitsimineku kui kerge inimliku huviga- meedia rubriigis kirjutati valdavalt televisioonist ja reklaamist, seega lehelugejatele lähedasematest teemadest kui 1995.a.

4.1.4. Postimees 1995 ja 2005

Kümne vaadeldud aasta jooksul olid saadud tulemuste põhjal otsustades muutused toimunud nii *Postimehe* struktuuris kui sisus. Kogutud andmed ei ole piisavalt pädevad, et teha väga põhjalikke järeldusi ja üldistusi *Postimehe* kui ajalehe kohta tervikuna ega peegeldada antud uurimuses ilmnenu seaduspärasusi tervele lehele. Küll aga võib teha mõningaid järeldusi, toetudes eelnevatele uurimustele *Postimehe* struktuuri, välimuse, rahvusvahelise sotsiaalse ruumi ja lugejaskonna kohta.

Välismaise kultuuri kajastamise hulk on aastate jooksul märgatavalt kasvanud, 2005.a. leidis rahvusvahelise kultuurifookusega lugusid rohkem kui 1995.a., seda nii kultuurikülgedel, välisuudistes kui ka lisalehtedes. Lood on 2005.a. lühemad ja info maht suurem, mistõttu ilmub ka erinevatest kultuurivaldkondadest infot rohkem ja kultuuriliste kontaktide spekter on laienenud.

2005.a. on *Postimehe* kultuuriteemalised lood läinud 1995.a. võrreldes **fokuseeritumaks**. Võrreldes väliskultuuri representatsiooni määra ja seotust Eestiga, ilmneb, et 2005.a. olid valimisse sattunud lood kas Eesti või rahvusvahelise fookusega (vaata tabelleid 5 ja 6), 1995.a. tunduvalt hajusamad- seotust Eestiga esines vähe ning väliskultuuri määr artiklis oli väiksem ehk otsese fookuse alt väljas. 1995.a. *Postimees* oli seega korrapäratum ning lugude vorm ega stiil lehes välja kujunenud ei olnud. Ka **žanriliselt** oli 1995.a. lugusid keerulisem määratleda kui 2005.aastal, mil ilmus palju mõtisklusealaadseid ning tänapäevases päevaajakirjanduses enam mitte kohatavaid vorme ja keerulist keelelist stiili, eriti kultuurikülgedel.

Lehetüüpide löikes ilmneseid 2005.a. selgemad tendentsid kui 1995.a., mil puudus stiililine, temaatiline ja vormiline järjepidevus. 1995.a. oli enamik lugudest pikad ning lehekülgede struktuur ei olnud alati selgepiiriline. 1995.a. *Postimehes* leidis nuppe kõrvuti ebaproportsionaalselt mahukate lugudega, mis ühtib Kurvitsa (2006; 2007) mõtetega, kus ta nimetab selliseid lehti postmodernistlikuks ja modernistlikuks samal ajal- lehtede areng oli 1990.aastatel väga hoogne ning lehtede struktuur muutus pidevalt. Kultuuri kajastamise seisukohast oli see kasuks arvamustele ja esseedele, kuna lugusid

avaldati lehes sageli täies mahus (Kurvits 2006;2007). Antud uurimuse ja Kurvitsa uurimuse tulemuste osaline kokkulangemine näitab, et kultuuriküljed on üles ehitatud samadel põhimõtetel kui ülejäänud leht.

2005.a. oli *Postimees* leidnud ühtse kujundusliku ja struktuurilise olemuse, mis võimaldab lühikeste lugude suure arvu läbi edastada suuremat hulka kultuuri, teisalt aga vähendab analüütiliste arutluste mahtu.

Tavaleht oli 2005.aastaks muutunud mahukamaks, ka oli rahvusvaheline kultuurispekter võrreldes 1995.a. laienenud, olles aga siiski tasakaalust väljas, esindades enim Euroopat ja USA-d. 1995.a. tavaleht oli pikkade lugude, suure hulga arvustuste ja arvamslugudega märkimisväärselt analüütilisem kui 2005.a. *Postimees*, milles oli tuntav lühikeste lugude ning uudiskeskuse tendents, mis viitab orienteeritusele laiale auditooriumile.

Ka Jüri Talvet leidis, et 1995.a. oli *Postimehes* tugev postmodernistlik hoiak ning see oli pigem elitaarne kui suurtele hulkadele, vastupidiselt praegusele *Postimehele*, milles kajastatav kultuur on suunatud suurtele hulkadele. Tavaleht kui *Postimehe* tuum osutab 2005.a. oluliselt rohkem tähelepanu filmile ja muusikale ning vähem kirjandusele, kunstile ja pärimusele, millest võib järeldada, et *Postimehe* keskne kultuurikajastus oli liikunud kergema ja levivama (audiovisuaalse) kultuuri domineerimise poole.

Kadi Herkül näeb *Postimehe* fragmenteerumises funktsionaalset erinevust aga tunnistab, et kultuuri ei käsitleta piisavalt kriitiliselt või analüütiliselt:

Hetkel näikse tasakaal põhilehe ja laupäeva vahel olevat üsna selgelt paika pandud, põhilehe asi on igapäevane kultuurikajastus, lühivormid, arvustused; pikemad pajatused kuuluvad laupäeva. Arvamslugusid on kultuuris jätkuvalt vähe. Samuti nõ uurivaid või problemlugusid.

(Kadi Herkül)

Samas toob ta peamiste muutusena vaadeldud perioodi Postimehe kultuurilugudes ja üldiselt välja järgmist:

Kvalitatiivne osa sõltub vist ennekõike autoreist ja nende pädevusest/ oskustest.

Kvantitatiivselt on muutus kindlasti olnud järsem [kui kvalitatiivne] - lühemad lood, suuremad pildid, rohkem lisaklotse, sidebare jne. Nii et ilmselt on üks suur küsimus, kas ja kuis autorid nende muutuvate nõudmistega kohanevad. Sisuliselt ei ole küll märganud, et nt kultuurilugudelt nõutaks a priori lihtsamat keelt, lühemaid lauseid vms.

(Kadi Herkül).

Samas toob ta 2005.a. Postimehe kasuks välja isikliku eelistuse, et ajakirjanduslik tekst võiks olla arusaadav ja pigem lühike, et ei peaks „surfama boreaalsete narratiivide meres“, mis kirjeldab hästi 1995.a. kultuurikülgi.

Lisalehed on aastatega muutunud mitmekesisemaks ning spetsiifilisemaks. 1995.a. lisaleht *Extra* kajastas mitmeid teemasid, mis 2005.a. olid „kolinud“ teistesse lehetüüpidesse (näiteks staarielu esineb 2005.a. valdavalt *online*-lugudes). Aastate jooksul riikide representeerimises väga olulisi erinevusi ei ole, valdav on USA ja Euroopa piirkondade tugev representatsioon. Teemadevalik oli 1995.a. lisalehes *Extra* mitmekesisem ja vähem järjepidev kui 2005.a. *Arteris*. 2005.aastaks on lehetüüpide lõikes kujunenud väljaotstarbekam teemadejaotus, mis viitab *Postimehe* kui päevalehe kohanemisele kasvavate teemade ja info hulgaga.

Nii 1995. kui 2005.a. saavad lehelugejad väga palju kohaliku väliskultuuri kohta teada just lisalehtedest ning enamasti läbi olemuslugude, mis viitab, et kultuuriline ruum *Postimehes* on laiem kui vaid kultuurikülgedel esitatu ning laieneb just meelelahutuslike lugude (olemuslugude ehk *feature storyde*) kaudu, mida kohalikku kultuuri kajastavad lood enamasti olid.

Online –väljaanne on võrreldes paberlehega orienteeritud peamiselt meelelahutusele ja uudistele, millele viitab USA päritolu uudiste ja nähtuste (kaasa arvatud „staarid“) pidev ja rohke esindatus. *Online*-lugude puhul oli see üks olulisemaid avastusi, millest võib järeldada, et USAst pärineb palju „pehmet“ ning *human interest* tähenduses väärtuslikku. *Online*-väljaanne vahendab peamiselt uudiseid, mis viitab asjaolule, et kriitika ja analüüs jäävad paberlehes avaldamiseks. *Online*-lood on kiired ning lühikesed (nagu ka väga paljud tavalehe artiklid), moodustades ühe kolmandiku kõikidest 2005.aasta valimi artiklitest. Empiirilises osas *online*-ajakirjandusele omistatud futuristlik potentsiaal aga kultuurilugude kajastamisel ei ilmnenu- tendentsi arvustustele ja mitmekesisele kultuurikajastusele ei esinenud, enamik lugudest olid pigem meelelahutuslikud ja kergesisulised. Online-leht oli Postimehes ka kõige kommertsiaalsema sisuga ja kõige „kollasem“, seda nii teemade kui *human interest* seotuse põhjal otsustades.

2005.a. rahvusvahelise fookusega kultuurilugudes ilmnes suur **seotus Eestis toimuvaga**. Nimetatud asjaolus ei ole midagi iseäralikku, kui arvestada, et suurima päevalehe ülesanne ongi vahendada kohalikku infot. Küll aga on märkimist väärt asjaolu, et rahvusvahelisel tasandil kultuuriilmas toimuvat edastatakse palju just läbi kohalike assotsiatsioonide, rahvusvaheline info „pakendatakse“ kergemini hoomatavasse vormi. Siinkohal võib paralleele tõmmata Clauseni teooriaga uudiste „kodustamisest“- globaalse kultuurilise info väljas tehakse teadlikke valikuid selle põhjal, mis kohalikul tasandil toimuvaga paremini haakub.

Seega on globaalses väljas toimiv päevaleht *Postimees* muutunud kultuuri kajastamisel valivamaks ning süsteemsemaks, kajastades välisilmas toimuvat lugejatele sageli läbi kohaliku seostatuse. See omadus näitab, et globaliseerumise tendentside mõjul on *Postimehes* toimunud kvalitatiivseid muutusi kultuuri kajastamise iseloomus. Esiteks Eesti-kesksus ja väliskultuuriliste teemade aktualiseerimine, teiseks aga populaarsemate teemade kajastamine ja seostamine kohalike uudisväärtustega näitab, et 2005.a. *Postimees* on lugejatele lähemal kui 1995.a. *Postimees*, mil väliskultuuri kajastati esiteks oluliselt vähem ja vähese seostatusega Eesti tasandil, ning teiseks läbi artiklite, mis olid ebakonkreetsed, elitaarsed ja süvakultuurilised.

Inimlikku huvi sisaldavate ehk „kollaste“ kultuurilugude esinemine võimaldas analüüsida *Postimehe* orienteeritust müügile ja populaarsusele. Tulemustest selgus, et 2005. aastal oli *Postimehe* tavaväljaande valimis inimliku huvi elementi sisaldavaid lugusid üldjoontes enam kui 1995.a, mis osutab kultuuri kajastamise muutumisele meelelahutuslikumaks. Tugevat inimlikku huvi esines ligikaudu viiendikus lugudest, mis ühtib ka Kajar Kase kultuuriruumi uuringuga (Kase 2004:36). Lisalehtedes oli inimliku huvi tase pisut langenud, mis võis olla tingitud sellest, et *online*-leht vahendas lisalehe kõrval 2005.a. mitmeid niisuguseid lugusid, mida 1995.a. kajastas vaid lisaleht (nt. staarielu). Üldiselt ei saa *Postimeest human interest* lugude esinemise tõttu veel kommertsialiseerunuks nimetada, küll aga on niisugused lood selgelt vastanduvad kultuuri tõsisemale kajastamisele, mis omakorda peegeldab väliskultuuri meelelahutusliku ja kergena. Ilmselt võib siin seoseid leida uudisväärtuslikkuse kompenseerimisega: geograafiline kaugus muudetakse takistuse asemel universaalselt huvitavaks läbi tuttavate ja atraktiivsete elementide.

4.1.5. Postimees kultuuri vahendajana

Kultuurikajastuse kvaliteet päevalehtedes on diskussioon, mis ei ole puutumata jätnud ka *Postimeest*. Suurima levikuga päevalehena peaks *Postimees* püüdlema igakülgse, tasakaalustatud ja objektiivse meediakajastuse poole, sealhulgas olema ka mitmekülgne kultuurikajastaja. Läbi aastate on *Postimehega* koos püütud välja anda ka kultuurilisa, mis on paaril korral õnnestunud, kuid ka läbi kukkunud (1990.lõpus lõpetas kultuurilisa ilmumise pärast väga nappi ilmumist), tuues kaasa kultuuriavalikkuse meelepaha. Käesolevalt on nii *Postimehel* (AK) kui ka *Eesti Päevalehel* (Arkaadia) olemas kultuurilisa, mis täiendab ja intensiivistab kultuurikajastust oluliselt, mis näitab ka päevalehtede poolset teadmist, et kultuurikajastus päevalehes ei ole piisav ning vajab eraldi väljaannet.

Sirbis 25.augustil 2006. ilmunud artikkel “Kultuur – see on show ja human touch“, saatis Eesti päevalehtede kultuurikajastuse suunas õelaid märkusi kultuurikajastuse pinnapealsuse kohta ning leidis, et kultuur päevalehtedes pole muud kui meelelahutus:

Meie igapäevajakirjanduse kolletumise üheks tunnistäheks on peetud, et teemadega ei minda lõpuni. Tõstatatu ei leia järjekindlat uurimist ja arvamist. Esteetilistes küsimustes on jätkulood aga eriti haruldased, seondudes peamiselt prominentsete nõrganärviliste vastukajaga isikliku solvumise puhul. Kultuur on meelelahutus ja puhkus ning tõsisel, intellektuaalselt pineval arutelul ei ole selles sfääris kohta

(Maiste 2006).

Ka Talvet ei hinda kultuuri kajastamist Eesti meedias kõrgemalt:

Eesti meedia on kommertsist läbi imbnud. Jäänud on vaid kaks enamvähem tõsiselt võetavat päevalehte, PM ja EPL, ka need kõiguvad poliitikatuultes tugevasti. Eesti Ekspressis on raske kultuurilehti üles leida paksu kommertspolstri vahelt.

(Jüri Talvet)

Vastuseks eelnimetatud Maiste artiklile kirjutas praegune Postimehe kultuuritoimetaja Valner Valme, et päevaleht ei ole kultuuriajakirjandus, kaitses Postimehe kultuurikülgi ega nõustunud muljega, et “kultuur on midagi suletut, igamehele keelatud ja et kultuuri oskab õigesti menetleda ainult klikk, kes on kindel enda puhtuses, aarialikult õilsas kultuuriveres, kes teevad puhast kultuuriajakirjandust (ei taha lehte müüa) ja kes seetõttu ei levi iga lollini” (Valme 2006).

Läbiviidud ekspertintervjuud Kadi Herküli ja Jüri Talvetiga näitasid samuti, et päevalehe kultuuritoimetaja ja kultuuriteadlase arusaamad sellest, mis on kajastamist väärt kultuuriteemad ning milline roll päevalehel kui kultuuri kajastamisel, on kohati väga erinevad, mistõttu meedia ja kultuurilise eliidi vahelised lahkarvamused päevajakirjanduse rolli suhtes ei ole ilmselt midagi ebatavalist.

Talvet näeb kultuuri kajastamises lünki süvakultuurilises representeerimises ja massikultuuri domineerimist muidu tõsiseltvõetavates päevalehtedes ajakirjanduse kommertsialiseerumist. Herkül, ning ka Valme siinkohal, kui kultuuritoimetajad lähtusid

kultuurikajastuse hindamisel pigem päevalehe vastamisest lugejate vajadusele. Herkül ei olnud ka nii „kunsti ja kommerti“ vahelise piiri määratlemise võimalikkuses eriti kindel.

Erlachi (2000) uurimuse järgi ei saa *Postimeest* päris kvaliteetajakirjanduseks nimetada, kuid ka mitte tabloidiks. Sarnasel seisukohal on veel 2006.aastalgi Tiit Hennoste: Eesti Päevalehele antud intervjuus vastas ta küsimusele, kas Eestis üldse on kvaliteetajakirjandust, et *Postimees* ja *Eesti Päevaleht* on küll sisuliselt kvaliteetajakirjandus, ent müüvad end kui tabloide. Ta lisas, kvaliteetlehtede ja tabloidide eristamiseks, et “kvaliteetlehes on palju poliitikat, majandust ja kultuuri, kollases palju meelelahutust, vähe poliitikat ja majandust pole peaaegu üldse. Kvaliteetlehes on palju juttu maailmast, kollane keskendub omaale maale. Kvaliteetajaleht räägib eeskätt avalikust elust, institutsioonidest ja probleemidest, kollane eraeluga seotud probleemidest, inimestest ja sündmustest”.

2005.a. *Postimees* oli uudispõhine, keskendus populaarsetele kultuuriteemadele, rahvusvahelised kultuurilood olid sagedasti “kollased”. Kajastamisväärtuslikkused tunduvad seega olevat hoopis teistsugused kui 1995.a. *Postimehes*, mil leidis hulgaliselt representatsiooni ka süvakultuur ning kultuurilise sisuga esseelikud arvamused. Kultuurist kirjutamise eripärad *Postimehes* 1995.a. ja 2005.a. olid kultuurikülgedel tuntavad eriti žanrilises ja stiililises mõttes.

Võrreldes 1995.aastaga oli 2005.a. *Postimehe* lugejaskond küll muutunud elitaarsemaks ehk lugejaskonna haridustase tõusnud (vt. Eesti meedia 1995 ja 2005), 1995.a. lehes aga, mis oli samuti suure levikuga päevaleht, meenutas *Postimehe* kultuurikülg suurel määral tõelist süvakultuuriajakirjandust. See on huvitav asjaolu, arvestades, et ajakirjanduslik kultuur tervikuna oli 1995.a. veel väga noor ning ka *Postimees* alles kvaliteet- ning tabloidajakirjanduse piire kompav. Reaalselt aga võis *Postimehe* kultuurikülg olla tavainimestele küllaliski hoomamatu, mis ei teeni päevalehe huve.

Samas ei saa võrrelda ka 1995. ja 2005.aasta mõjuvälju, milles päevalehed ja *Postimees* tegutsesid. Globaliseerumine on pidev ning jätkuv protsess, mis muudab ka ühiskonda

ehk päevalehe auditooriumi, nende väärtusi ja kogemusi seoses rahvusvahelise kultuuri ning kultuuriga üldse, globaliseeruva meedia kasutuses on väga palju infot, mille seast sobiliku ja erinevatele lugejatele meelepärase väljavalimine on probleem, millega päevalehed kui kommertsettevõtted arvestama peavad. Kultuuri käsitlemine ühiskonnas ja meedias on võrreldes 1990.aastatega samuti muutunud:

Mulle näib, et tegelikult on nende kümne aastaga muutunud meie arusaam kultuurist üleüldse, kultuuri rollist ja ulatusest /.../Tänases päevas on kultuur taandunud märksa piiratumaks ja määratletumaks alaks, ennekõike kaunisteks kunstideks ja nende lähiümbruseks.

(Kadi Herkül)

Samas ei saa siiski idealiseerida ka 1995.a. Postimehe kultuurikajastust, mis oli küll elitaarne, asjatundlik ning kriitiline ja mitmekesisema teemadevalikuga, sest päevakajalisem väliskultuuriline kajastus oli hõre ja ebakorrapärane, mis päevalehe puhul peaks siiski olema vastupidi (vt. Meedia roll kultuuri kajastajana).

Kajar Kase (2004) leidis, et *Postimehes* esitatud kultuuriruum (2003. aastal) oli oma spetsiifikalt (uudissündmuste olemus, lugude suurus) teistsuguse ülesehitusega kui majandus- ning poliitiline ruum, olles rohkem keskendunud konkreetsetele sündmustele. Suunatus uudistele ning aktuaalsele kultuurisündmuste vahendamisele on ka Herküli perspektiivist peamised tegurid päevakajastuse pälvimiseks:

Uudisväärtuslikkust määravad kultuurikülgedel loomingulised skandaalid ja vastasseisud; raha; eestlaste pääsemine mõnele märgilisele rahvusvahelisele kultuurisündmusele.

(Kadi Herkül)

Herkül kui endine kultuuritoimetaja läheneb enda välja toodud asjaolule kultuuri kajastamises domineerivate kino, teatri ja popmuusika kohta läbi nõudluse ja uudisväärtuslikkuse prisma:

Iseenesest on ilmselt tegu üsna normaalse jaotusega, lähtudes publiku arvust ja seega ka vähemalt potentsiaalsest lugejate/ huvitujate arvust. Samas ei ole ükski jaotus muidugi kusagil raamatusse raiutud, kui on uudislikkust (mis ei pruugi, aga võib olla ka teatav kõmulisus), siis tõusevad esile teisedki valdkonnad.

(Kadi Herkül)

Uudisväärtuslikkuse kriteeriume kultuuri kajastamisel kommenteeris Talvet ka lisaks läbi toimetuse personaalsuse:

Suurimaid sündmusi, nagu näiteks Nobeli kirjandusauhind, on kõik peaaajalehed ikka piisavalt peegeldanud, aga muus oleneb see toimetajate isiklikust maitsest ja nende sõpruskonnast.

(Jüri Talvet)

Seega on kultuuri kajastamine *Postimehes* sõltuv ka sellest, milliste eelistuste või tõekspidamistega kultuuriosakonna toimetajad juhtuvad olema. Veelgi vähem iseloomustab *Postimees* kogu Eesti kultuurielu kajastamise tendentse.

Üks ajaleht, nagu antud juhul *Postimees*, ei saa kuigi esinduslikult peegeldada üldist tendentsi, sest kultuurileheküljed sõltuvad tugevasti sellest, kes just toimetajateks juhtuvad olema/.../Tendentsid ja seisud muutuvad kultuuri representeerimisel kiiresti, soliidsust ei ole Eesti ükski väljaanne iseseisvusajal saavutanud. Kõik on juhuslik, kergesti tendentslikkusele alluv.

(Jüri Talvet)

Meedia ja kultuuri kommertsialiseerumine ja globaliseerumine, nagu ka eelnevalt korduvalt märgitud, on omavahel tihedas seoses ning ka kommerts ja kunsti vahelised piirid hägustuvad:

Meelelahutuslik kultuur valitseb, tõsisemale jääb järjest vähem ruumi. Samas on see mingi paratamatus, sest kui teatrites meelelahutuslikkus valitseb, siis kuidas teatrielu peegeldades ajalehenduski saaks üle või ümber meelelahutuslikkusest?

(Jüri Talvet)

Talveti intervjuust võib välja lugeda, et meelelahutusliku kultuuri meediakajastus ei pruugi olla tingitud vaid lehepoolsest teemadevalikust ning on seoses ka kultuuris endas toimuvate muutuste ja valitsevate trendidega. Ka Kadi Herkül kui kogenud kultuuritoimetaja leiab, et kultuuris endas võivad maad võtta kommertsiaalsed tendentsid:

Vahepeal üks ajajärk, mil "kõik müügiks" lähenemises mindi äärmuseni, nüüd on ühiskond veidi rahunenud, taas on selgeks saanud, et teater-muusika-kino ei sure ka omis vanades vormides ilmselt veel lähiajal ja kajastamised seevõrra rahulikumaks-tasakaalukamaks muutunud.

(Kadi Herkül).

Postimehe kommertsialiseerumise kohta ei saa rahvusvahelise kultuuri representeerimise põhjal teha liialt ulatuslikke järeldusi, isegi kui tooni paistavad andvad populaarkultuuriga seonduvad teemad, süvakultuuri vähene kajastamine ning kultuuriruumi laienemine ja koondumine samal ajal (USA ja Euroopa ümber). Päevaajakirjanduse kommertsialiseerumine on ajakirjanduse omadus käia kaasas demokraatliku ja turumajandusliku ühiskonnaga, milles on kvaliteedistandardid teised kui kultuuriajakirjanduses.

4.2. Meetod

Kontentanalüüs võimaldas arvuliselt väljendada väliskultuuri representeerimise proportsioone *Postimehes*, mis annab alusmaterjali kultuuri representeerimise põhjalikumaks uurimiseks kvalitatiivselt ning avaldas mitmeid seaduspärasusi *Postimehe* rahvusvahelise kultuuriruumi kohta, samuti representeeritud kultuurivaldkondade kohta, mis peegeldavad nii 1995. kui 2005. a. *Postimehe* rolli kultuuri vahendamisel ja valikuid meediaturul konkureerimiseks. Kontentanalüüsi valik seadis aga ka olulisel määral

takistusi, mis mõjutasid uurimistulemusi ning eeldasid arvessevõtmist järeldamisel. Saadud tulemused on sobivad tegemaks järeldusi ja oletusi kultuuri ja selle vahendamise kohta pikema arutluse käigus, kontentanalüüsi rakendamine kultuurilugude uurimisel võimaldab teha arvsuhtelisi üldistusi, mida kvalitatiivne analüüs ei võimaldaks.

Ekspertintervjuud illustreerisid uuritud nähtusi ja mõisteid nõ reaalset elust ning aitasid tulemusi tõlgendada. Jüri Talveti sõnavõttud kultuuriteoreetiku ja kirjandusteadlasena väljendasid seisukohti, mida võib nimetada eliidi perspektiiviks, milles sisaldus palju normatiivseid noote. Kadi Herküli seisukohad seevastu esindasid ajalehetoimetaja ja teisest küljest kultuuriga palju kokku puutuva inimese pragmaatilisi seisukohti ajalehtede positsioonist kultuuri kajastamisel. Intervjuude tulemused olid võrdlemisi erinevad ning seega sobisid hästi ka vastandlike teoreetiliste käsitlustega kultuurist, kultuuriprotsessidest ja meedia rollist.

Esitatud küsimused olid mõlemale intervjuueeritavale samad, küll aga jäeti vastajatele võimalus mõningatele küsimustele vastamisest loobuda. Lähtudes intervjuueeritavate väga erinevast taustast ja kogemusest oleks võinud koostada täiesti erinevad küsimustikud. Ka oleks võinud küsimuste esitamisel olla *Postimehe*-kesksem, praegused vastused kirjeldavad päevalehtede olukorda üldiselt ning keskenduvad valdavalt kultuurikülgede kirjeldamisele ja hindamisele, ehkki töös olid vaatluse all ka lisalehed ja *online*. Intervjuu vaba vormi, küsimuste suurt hulka ja üsna laia ulatust ning vastajate isiklike kommentaare arvestades võib aga oletada, et intervjuud kajastavad võrdlemisi adekvaatselt intervjuueeritavate seisukohti uuritud teemade suhtes. Vastused olid enamasti lühikesed ning pealiskaudsed, mis sobib kokku ka antud töö ülevaatliku iseloomuga. Kvalitatiivsem lähenemisviis eeldaks ka ulatuslikumaid ja pikemaid intervjuusid.

4.2.1. Valimi kriteeriumid

Uurimuse peamiseks sisuliseks probleemiks oli mõiste „välismaine kultuur“ sisuline paikapidavus. Tänapäeva läbipõimunud ja globaliseerunud kultuuriruumides on raske teha vahet „oma“ ja „võõra“ vahel, kuna tegemist ei ole objektiivselt vaadeldavate nähtustega, „oma“ ning „võõras“ on sageli sotsiaalsed konstruktid ning kultuuriruumi

ning enda rolli tajumine selles ruumis sõltub oluliselt ühiskonna ajaloost ja iseloomulikkustest. Antud uurimuses toimus välismaise kultuuri eristamine välistamise teel ehk välismaiseks loeti kõik kultuurinähtused, mis toimusid või eksisteerisid väljaspool Eesti riigipiire või kus olid tegevad mitte-eestlased. Juhtumid, kus tegelasteks sattusid olema näiteks Eesti välismaalased või eestlased välismaal ei olnud küll sagedased, kuid näitena iseloomustavad hästi takistusi, mida välismaise kultuuri määratlemisel esile kerkis.

Lahendades küsimuse geograafiliselt jääb aga siiski püsima probleem väliskultuuri määratlemisest kultuurilises tähenduses. Rahvuslikult on üldjoontes, kuid kaheldavustega, määratletav vaid algupärane ehk pärimuslik kultuur. Uued populaarsed kultuuri vormid ja ka nn. kõrgkultuur on oma olemuselt sümbiootilised ja jagatud, „oma“ ning „võõra“ vahel saab siinkohal eristusi teha tinglikult vaid kultuuritoote tasandil, millel on otsene looja (eestlane või välismaalane).

Analüüsiühikute valimisel oli äga oluline määratleda, mis üldse on (välismaine) kultuur ning mis rahvusvaheline fookus. Täpsete definitsioonidega kirjandust või vastavasisulist uurimust, mida eeskujuks võtta, ei suutnud töö läbiviimiseks leida. Seetõttu olid kõik loodud kultuurivaldkondade kategooriad pealiskaudsed ja teoreetilise taustata, kuid see-eest piisavalt mitmekesised, et siiski järeldusi teha.

Välismaise kultuuri objektiivne määratlemine on kultuuri kui kontaktidel põhineva sümbiootilise nähtuse seisukohast äärmiselt keeruline, kui mitte võimatu. Töö lähtus eeldusest, et välismaine kultuur on olemas ning seda on võimalik ära tunda, tegelikkuses aga on piirid hägused ning omaks või võõraks pidamine on diskursiivsed hinnanguvõtted, mis võivad sõltuda paradigmat, mille raames väliskultuuri vaadeldakse. Siin töös on lähtuvalt teoreetilisest kirjandusest käsitletud vastanditena massi- ja kõrgkultuuri, millest massikultuuri peetakse pigem „võõraks“ ja pealetungivaks, kõrgkultuuri aga „omaks“ ja hääbuvaks. Võib väita, et välismaine kultuur on hinnanguline nähtus, mille piirid on määratletud subjektiivse arusaamaga maailmakultuuri ühis- ja omaosast. Väliskultuuri määratlemise viiside väljaselgitamine nõuaks äga äärmiselt laia teoreetilist baasi, mis ei

mahuks antud töö pädevusse, arvestades, et see käsitleb siiski pigem ajakirjandust kui kultuuri. Seega on siin töös lähtunud lihtsustatud mudelist välismaise ja kohaliku eristamisel.

4.2.2. Kategooriad

Kategoriseerimisel esines hulgaliselt probleeme, mis tingisid vajaduse uuesti kodeerimiseks. Mõningad metodoloogilised küsitavused ja puudujäägid aga jäid siiski püsima, kuna materjali oli mitmekordseks ülekodeerimiseks liialt palju.

Žanrid

Lugude žanrilisel jaotumisel tekkis takistusi enamasti arvustuse ja arvamuse eristamisel, mille puhul lähtuti enamasti professionaalsuse tasemest- arvustus lähenes arvustatavale nähtusele kriitilise nurga alt ning sisuliselt küljest, arvamuslugu oli pigem subjektiivne ning isikukeskne. Kriitika ja ka arvamusloo tõsiseltvõetavus sõltub mõlemal juhul palju kirjutaja prominentsusest ning positsioonist Eesti ühiskonnas. Arvamusliidrite võivad arvamuslood olla kõnekamad kui kriitika ning taoliste artiklite tegelik mõju on väga situatsioonipõhine. Meetod ei näinud ette autorite analüüsi, ehkki mõningatel juhtudel oli kirjeldamise mõttes seda oluline teha. Võimusuhted kriitika- ja arvamusmaastikul ei tulnud töös arutamisele, kuid kultuuri valdkonnas võiks olla oluline meediat uurida ka selles perspektiivis.

Segaduse vältimiseks ei kaasatud valimisse plaadi-, raamatu- ja filmitutvustusi, mis olid liiga lühikesed ja arvukad. Näiteks 1995.a. rubriigid „Popsünnad“ ja „Tsiklimees“ ning 2005.a. filmi- ning raamatututvustused koosnesid mitmes väikesest loost, mida aga ei saanud käsitleda kui eraldi artikleid või isegi nuppe, kuna tegemist ei olnud eraldi uudisväärtuslikkustega, lood moodustasid kokku ühe terviku.

Metoodika ei võimaldanud ei arvustuse žanris ega ka muudes kategooriates eristada **positiivseid ja negatiivseid tonaalsusi**, mistõttu võib vaid oletada, kas teema kajastamine artiklis oli seotud heakskiitva, neutraalse või mahalaitva suhtumisega. Seetõttu ei saanud ka öelda, millest oli kriitika tingitud- kas näiteks murest valdkonna

kommertsialiseerumise pärast või teemasisene professionaalne hinnang näiteks teostatusele või näitlejate valikule.

Välisrepresentatsiooni määr artiklis

Kategooria oli kasutusel, et iseloomustada kultuurilise representeerimise erinevat taset artiklites, mis oli vajalik laiahaardelise valimi kirjeldamiseks. Fookus, teisejärgulisus artikli kontekstis ning vähene representatsioon kui kategooriad olid kasutusel skaalana, märkimaks, kui palju või kui pikalt väliskultuurist artiklis kirjutati. Kuna töö kaardistas kõiki artikleid, milles representeeriti märkimisväärsel määral väliskultuuri, siis oli eristus oluline ning pakkus andmeid iseloomustamiseks kultuurist kirjutamise iseärasusi vaadeldud aastatel.

Loo pikkus

Loo pikkus ehk maht määratleti mitte vaid teksti mahu vaid ka artikli mõjuvuse kaudu teksti ja visuaalse materjali koosmõjus. Lähtudes ajakirjandusliku materjali esitamise hierarhilisuse põhimõttest, mis iseloomustab modernseid ajalehti (Vt. Kurvits 2006), võimaldas loo mahu fikseerimine teha järeldusi rahvusvahelise fookusega lugude olulisuse kohta lehe kontekstis ning iseloomustada kultuurist kirjutamise iseärasusi 1995.a ja 2005.a. Saadud tulemused ilmutasid korrelatsiooni ka eelnevalt läbi viidud uurimuste tulemustega.

Teemad

Käesolevas uurimuses tuli teha mööndusi kultuuri paljude dimensioonide ja tähenduste kompleksuse arvelt ning luua lihtsustatud süsteeme ja pealiskaudsemaid järeldusi kui teema sügavam uurimine nõuaks. Uurides kultuuri, on äärmiselt oluline seada väga täpsed piiritlused uuritavatele objektidele. Antud töös mõisteti kultuuri all peamiselt institutsioonilist kultuuri (kultuuri sotsioloogiline ja etnograafiline tähendus)- nii traditsioonilisi kauneid kunste kui uusi, tehnika arenguga seonduvaid kunstiliike (fotograafia, film, uus muusika, arvutid), samuti kohalikku kultuuri (nii kaasaegne elu-olu ja folkloor kui etniliselt kujunenud).

Kultuuriteoorias sageli esinev postmoderniseerumise idee annab tunnistust piiride hägustumisest ja selgete eristuste ja klassifikatsioonide kadumise tendentsidest kultuuris, mistõttu tuli kategooriate loomisel lähtuda domineerivatest stereotüüpidest nagu „popkultuur“ ja „kõrgkultuur“ (vt. Kultuuri definitsioon).

Mitmete kultuurivaldkondade puhul oli eristatud kategooria „üldiselt“ või „-kunst“ (filmikunst, teatrikunst, kunst üldiselt, muusika üldiselt, meedia üldiselt, kultuur üldiselt), mis lähtus eeldusest, et tegemist on kunstilise kultuurivaldkonnaga.

Muusika kategoorias lähtuti vaid üksikutest klassifikatsioonidest, mis lähtusid üldlevinud stereotüüpidest. Näiteks popmuusika ja nn. *mainstream* kategooriasse liigitus suurem osa 20.sajandil kujunenud muusikastiilidest (ka *jazz*). Peenematesse klassifikatsioonidesse laskumine aga ei olnuks otstarbekas (võinuks eristada *indie*- ja kommertsesitajaid jne). Modernse ja klassikalise muusika vahelise piiri eristamine toimus mitte-popmuusika ja mitte-rahvamuusika ajalisel liigitamisel kaasajaks ning klassikaliseks perioodiks. Klassikalise muusika alla liigitus näiteks ka koorimuusika, ehkki esitatakse ka modernseid teoseid. Taolistel traditsiooniliste ja kaasaegsete vormide ühildumisel märgiti taas mitu kategooriat. Kontserdid ning festivalid olid toodud eraldi kategooriatena, et iseloomustada muusika kajastamise sõltumist suursündmustest.

Teatri, kirjanduse ja kunsti puhul olid teemade eristused tehtud esilekerkivuse hinnangu põhjal ning osaliselt täiendati neid ka kodeerimise käigus. Tulemuste seisukohast aga ei omanud alajaotused kuigivõrd suurt rolli, mistõttu oli nende teemade analüüsimine koondatud alajaotuste lõikes otstarbekam.

Meedia eristused olid toodud selleks, et teada saada, kui palju üldse kirjutatakse meediast. Televisiooni, raadio, pressi ja uue meedia eristus on meediumipõhine. Reklaami eristamine aga selleks, et heita valgust kommertsialiseerumise käsitlemisele.

Staarielu kategooria lähtus igapäevakogemusest kaasaegse meediaga. Kuulsuste eraelu on koos massimeediaga saanud tabloidajakirjanduses üheks oluliseks müügiartikliks,

muusikute ja näitlejate puhul on nende levik meedias ka toodetavate filmide ja albumite ning kontserdite müügiedu üks trumbiks. Läbi staarielu kajastamise võis seega tõmmata paralleele meedia ja kultuuri kommertsialiseerumise vahel. Laiemas tähenduses oli staarielu kõrgendatud *human interest* seotusega ehk „kollane lugu“, mis samuti iseloomustas väljaande kommertsialiseeritust.

Staarielu kategooria puhul oleks võinud kultuurivaldkonda, millega kajastatav isik seotud oli, välja jätta. Staarielu esines eriti 2005.a. väga palju, mistõttu näiteks võis filmi või muusika kategooria saada suurt kajastust ka just seotuse tõttu staaridega. Ehkki tihti oli staarilugude puhul mainitud ka nende ametit ja nimetatud näiteks nende tehtud või tulevasi filme/albumeid, siis kultuurivaldkonna representatsioon artiklis võis olla piisavalt väike, et tulemusi moonutada. Küll aga näitab staaride kajastamine ka kultuurivaldkonna populaarsust ning seetõttu võib tulemusi üldplaanis siiski arvestada.

Pärimusliku kultuuri kui rahvaluule, -kunsti, -muusika ja muu lokaalselt algupäraseks peetava kaasamine valimisse on institutsionaalselt õigustatud. Küll aga tekkisid raskused pärimuse ja kohaliku kultuuri määratlemisel. Globaliseerumise ja kultuuriuuringute seisukohast on igasuguse kohaliku kultuuri uurimine tähtis, millest lähtuti ka analüüsiühikute valimisel, kui kaasati kohaliku kultuuri kui mitteinstitutsioonilise kultuuri kategooria. Antud töös kuulusid pärimus ja kohalik kultuur ühendatud kategooria alla. Esialgelt peamiselt pärimuse kajastamist väljendavaks kategooriaks planeeritud „pärimus ja kohalik kultuur“ kujunes vaid kohaliku kultuuri esindajaks- pärimusliku kultuuriga traditsioonilises tähenduses ei olnud kodeerimise kogemuse põhjal otsustades enamikel artiklitel seost, mistõttu ei saa nimetatud kategooriat tõlgendada ametlikku pärimust representeerivana.

Kohaliku kultuuri nimetaja all oleks olnud üldjoontes võimalik käsitleda ka vaid ametlikku kultuuripärandit (näiteks põliskasukate kultuur), kuid ka selline lähenemine oleks globaliseeruva maailma kultuurilisi iseärasusi arvestades olnud stereotüpiseerimine ning tõenäoliselt andnud ka väga vähe representatsiooni (kodeerimise kogemuse põhjal). Igasugune kohalik kultuur on tegelikult algupärane ja ametlik algupära ei tarvitse

väljendada muud kui ühiskonnas domineerivat ideoloogiat ning ametlikku identiteeti. Näiteks Eesti algupäraks peetavad kristlikud pühad ja rituaalid, mis tegelikult on kristluse Eesti põliskasukate kontaktil tekkinud generatsioonide kohalik kultuur, mille esitamine algupärana on samati Eesti kui kristliku ühiskonna esitamise narratiivi üks osa. Kohaliku kultuuri ja ametliku pärimuse vahekord on keerukas, küll aga oleks saanud paremini jälgitavate tulemuste saamiseks luua kaks kategooriat, millest ühte oleks kodeeritud artefaktidel ja sümbolitel põhinevat traditsioonilist pärimust kajastavad artiklid ning teise kohalik kultuur kui elu-olu.

Alateemade grupeerimine suuremateks teemagruppideks tõi endaga kaasa näiteks niisuguse teemaderühma nagu „kohalik kultuur“, mis olid mõeldud omavahel tihedalt haakuvate rahvakultuuri valdkondade (pärimus ja kohalik kultuur ning folkloor ja keel) omavaheliseks ühendamiseks, mis ka iseenesest sisaldasid teatavaid vastuolusid. Järelduste tegemine selliste üldiste kategooriate puhul võis osutada veaohtrikuks, kuna ühe kategooria alla liigitusid nii **kohalik kultuur**, mis võis kajastada ka kaasaegset elu-olu kui ka algupäraseid väärtusi kandev rahvakultuur (rahvakunst, rahvaluule jne). Kohaliku kultuuri suur representatsioon kõikide riikide lõikes on seega seletatav mitte *Postimehe* suure tähelepanuga etnokultuuri vastu, vaid hoopis suure hulga artiklitega, mis kirjeldasid, analüüsisid või arvustasid elu-olu teistes riikides, sealhulgas turismi valdkonnas (kuid mitte alati koos turismiga).

Folkloori ja keele teemad haakusid enamasti pärimuskultuuri representeerimisega, mistõttu ei tekkinud pärimuse ja kohaliku kultuuri kategooriaga analoogset probleemi. Küll aga olid folkloor ning keel kaasatud „kohaliku kultuuri“ koondkategooriasse, mis oli tingitud selle valdkonna väga vähesest representeerimisest ning enamasti seoses üldise elu-olu käsitlemisega.

Turismi kategooria oli mõeldud selleks, et teha vahet pärimusest ja kohalikust kultuurist kirjutavatel ning turismialastel artiklitel, mis lähtusid pigem tarbijalikust perspektiivist. Eristamine aga ei olnud sugugi mitte lihtne, sageli kodeeriti üks artikkel mõlemasse kategooriasse. Turismialaseid artikleid aga ei saanud ka täiesti välja jätta, kuna sageli

kajastati neis kohalikku pärimust ning mingis mõttes võivad turismialased artiklid olla atraktiivne „raamistus“ pärimusliku kultuuri kajastamisel.

Riigid

Tunnuste vaatlemine riikide lõikes oli järeldamise seisukohast problemaatiline, kuna meetodika ja saadud tulemused ei võimaldanud täpselt määratleda, millised riigid olid tegelikult artiklis esmajoones esindatud. Välisrepresentatsiooni määr artiklis võimaldas riikide lõikes teha järeldusi selle kohta, missugused riigid esinesid tugeva ja vähese fookusega lugedes, kuid ei võimaldanud teha olulisi järeldusi selle kohta, missugused riigid olid fookuses, kuna tihti esinesid mitmed riigid ja riikiderühmad korraga. Sama küsitavus tekkis seoses žanrite uurimisega, kus ei olnud võimalik näiteks mitme riigi samaaegse representeerimise puhul kindlaks määrata, millist riiki artikkel millises rollis representeeris (mis fookuses, mis teisejärgulises või illustratiivses rollis). Eriti tõusis nimetatud problemaatika esile 1995.a. mil kultuurilugudele oli tüüpiline väga lai rahvusvaheline ja analüütiline taust. Veaohtlikkust vähendas aga asjaolu, et enamjaolt representeeriti siiski ühte riiki või piirkonda (eriti 2005.a.) ning 1995.a. oli artiklites enamasti riike representeeritud kas korralikus fookuses või mitmeid korraga vaid vähesel määral, mille puhul märgiti kategooria „läänemaailm“.

Läänemaailma kui pisut abstraktse atribuudi kasutamine geograafilise seotuse kategoorias õigustas end selles uurimuses siiski. Läänemaailma kui geograafilise üldistuse ja ning mõnevõrra hinnangulise varjundiga kujundikompleksi kasutamine käesolevas uurimuses võimaldas uurimisobjekti lähemalt seostada globaliseerumise temaatikaga. Küll aga oleks meetodilises mõttes olnud parem jaotada läänemaailma mõiste veel omakorda „riik täpsustamata“ või „läänemaailm kui ideeline riikide kogum“. Näiteks läänemaailma käsitlevatest artiklitest oli väliskultuurile fokuseeritus tugev pooltes, mis peaks iseenesest olema ebatõenäoline, kuivõrd läänemaailma kui riigi kategooria oli ideeliselt pigem kasutusel kui konstrukt või kontseptsioon. Artiklid, mis sellise olukorra tingisid sisaldasid ilmselt väga palju viiteid erinevatele riikidele, keskendudes kultuurile kui nähtusele, mis oli 1995.aasta esseeliku stiili arvestades

tõenäoline, samuti märgiti „läänemaailma“ kategooria tihti kõrvuti teiste riikidega, mis võisid tingida artikli fokuseerituse.

Uuritud kategooriaid uuriti enamasti vaid kahte tunnust korraga käsitledes (riigid ja teemad, teemad ja žanrid jne), lisaks võrreldi tulemusi lehetüüpide ja aastate lõikes. Vaid kahe tunnuse uurimine korraga aga tõstatas näiteks nii žanrilise liigitamise kui riikide representeerimise puhul küsimusi järeldamise võimalikkusest. Näiteks, kui loos esines rahvusvaheline kultuurifookus ning artikkel liigitus portree-loo žanrisesse, siis ei olnud võimalik hiljem eristada, kas artiklis portreeteritav isik oli seotud rahvusvahelise fookusega või mitte. Ka ei olnud võimalik kindlaks teha, kuidas näiteks riigi representeerimine teatud kultuurivaldkonnas viitab vastava riigi seotusele representeeritud teemaga (kas Aafrika kajastamine kirjanduse valdkonnas viitab Aafrika kirjandusele või hoopis Aafrika kajastamisele kirjandusteoses). Selliseid küsimusi tekkis veel. Rohkem kui kahe tunnuse esinemist korraga aga ei olnud otstarbekas uurida, kuna representatsioonide hulk muutunuks liialt hoomamatuks.

Representeeritavate riikide kategooriate kõrval oli „**seotus Eestiga**“, mis võimaldas teha järeldusi selle kohta, kui suur hulk rahvusvaheliste kultuurilugude representatsioonist jõudis ajalehte pigem läbi mõne kohaliku uudisväärtuslikkuse (näiteks väliskontsert Eestis või Eestlastest kunstnike osalemine rahvusvahelisel festivalil). Kategooria näitas, kui võrd on rahvusvaheliste kultuurisündmuste/-nähtuste kajastamine lehes Eesti-keskne.

Artikli seotus inimliku huviga

Inimliku huvi aspekt on tabloidajakirjanduse esmane müügiargument, ega teeni objektiivse info vahendamise huve. Teisest küljest on inimlikul huvil ajakirjanduses palju laiem tähendus, mis on seotud ka demokraatliku kvaliteetajakirjandusega. Selles töös oli inimlik huvi määratletud laial skaalal, mis mõjutas paljusid artikleid vähemalt mõningal määral inimlikku huvi kandvaks kodeerima. Seetõttu oli tulemustes tehtud põhimõtteline eristus tugeva ning keskmise/vähese *human interest* seotuse vahel, millest pöörati tähelepanu vaid esimesele. Kuna vaatluse all olid kultuurilood, millele normatiivsed lähenemised omistavad arvustusliku funktsiooni, siis on tugev seotus

inimliku huvi teguritega kommertsialiseerumisele viitav, mis õigustab antud kategooria kasutamist kommertsialiseerumise tendentside hindamisel *Postimehes*.

4.2.3. Kultuuriprotsesside tendentside avaldumine

Esiolgu kultuuriprotsesside tendentside määramiseks mõeldud „globaliseerumise“ ja „kommertsialiseerumise“ kategooriad said tegelikkuses esindada vaid seda, kas nimetatud probleematika esines artiklis (põhi- või kõrvalteemana) või mitte. Selle põhjal sai järeldada kultuuriprotsesside probleematika teadvustamise ja kajastamise taset *Postimehe* artiklites ning teatud mõttes ka ühiskonnas. Viite tasand, mis sisuliselt kujunes kategooriaks, mis üritas märgistada teoreetilise raamistiku põhjal „globaliseeritud“ või „kommertsialiseeritud“ artiklid, osutus läbikukkumiseks, kuna ükski teoreetiline kommertsialiseerumise või globaliseerumise käsitlus ei pakkunud ammendavat või järgitavat skeemi nende nähtuste universaalseks tuvastamiseks ning lähtuda sai vaid pinnapealsest muljest.

Seega, ehkki artiklites üritati „viite“ tasandil küll võimalikult ühese skeemi järgi tuvastada globaliseerumise või kommertsialiseerumise elemente (mis tingis ka viite tasandi väga suure representatsiooni hulga), oleks artiklite väga erinevat iseloomu ning kajastatavate valdkondade erinevusi arvestades teaduslikke järeldusi võimaldavate tulemuste saamiseks pidanud kasutama paralleelselt näiteks mõnda kvalitatiivset meetodit, mis kokkuvõttes aga ei pruukinuks edukamaks osutada.

Konkreetsed ja universaalsed globaliseerumise või kommertsialiseerumise tunnuseid, mida võiks tuvastada ja kodeerida, et teha üheseid järeldusi nimetatud tendentside kohta kultuuris või meedias, ei olegi ilmselt võimalik ega mõistlik määratleda. Globaliseerumise kui „hübriidiseerumise“ või ühtesulandumise omadused välistavad võimaluse globaalse ja lokaalse eristamiseks, samuti meediasisu puhul. Globaliseerumine ei ole kultuuris ega meedias võõrkeha ega eristatav tunnus vaid tunnuste tekkeid ja esinemisi väljendav protsess. Järeldusi saab seega teha vaid kaudselt teiste, strateegiliselt esitatud kategooriate tulemuste põhjal, mida üritab ka käesolev töö.

4.3. Põhijäreldused

Järgnevalt on kontrollitud hüpoteeside paikapidavust koos põhijäreldustega, mida on pikemalt analüüsitud juba eelnevalt.

- 1. Rahvusvaheline kultuurikajastus oli 2005.a. *Postimehes* muutunud analüütilisest uudis- ja sündmuspõhiseks, kultuurikajastuselt eliidilehest massileheks.**

1995.a. *Postimehe* artiklid olid pikemad, rohkem leidus arvustusi ja arvamislugusid, stiil oli sünteesiv ja postmodernistlik; kajastatavad teemad kuulusid rohekem süvakultuuri (kirjanduse, teatri ja kunsti) valdkonda; 2005.a. olid valdavad uudised ja rohkem kajastust said suured kultuurisündmused, artiklid olid palju seotud Eestiga, teemadest oli enim representeeritud populaarne kultuur (film, (pop)muusika) ja meedia.

- 2. *Postimees* oli 2005.a. turule orienteeritud päevaleht, mis kajastas rohkem populaarset kui süvakultuuri.**

2005.a. tavalehes ilmnis audiovisuaalsete kunstide ebaproportsionaalselt suur kajastamine, teemadejaotus on koonduv filmi ja muusika ümber nii tavalehe kultuurikülgedel kui lisalehtedes, eriti aga *online*-is; teatri, kirjanduse, kunsti, klassikalise, modernse ja rahvamuusika kajastamine olid tagaplaanil. 2005.a. esines rahvusvahelise fookusega kultuurilugude hulgas rohkem „kollaseid“ lugusid kui 1995.a.

- 3. Rahvusvaheline kultuuriruum oli 2005.a. globaliseerumise ja tehnoloogia ning fragmenteerumise arengu mõjul laienenud ning kultuurilist infot välisilmast esines rohkem.**

Rahvusvaheline kultuurikajastus oli 2005.a. tihedam *online*-ajakirjanduse tekke tõttu, mis moodustas kolmandiku kõikidest 2005.a. valimi artiklitest. Rahvusvaheline kultuuriruum ei olnud *Postimehes* 2005.a. aga kuigivõrd laienenud, ehkki mõningaid riike representeeriti rohkem, sealhulgas näiteks põhjamaid ja Venemaad. Kultuuriruum näitas pigem koondumise tendentse, eriti USA ümber. *Online*-väljaanne tugeva “kollase” varjundiga, keskendus palju staarielule, koondus valdavalt aga samade teemade ja riikide

ümber mis tavalehtki, kajastades mõningaid kaugemaid piirkondi rohkem (Aasia, „muu maailm“).

4. Rahvusvaheline kultuuriline sisu *Postimehes* oli 2005.a. koondunud rohkem globaalse levikuga kultuurilist materjali nagu filme ja popmuusikat tootvate piirkondade ümber.

Mõlemal vaadeldud aastal oli enim representeeritud USA ja Euroopa piirkond (peamiselt Inglismaa, Saksamaa, Prantsusmaa), millest pärines suurem osa filmi ja popmuusika representatsioonist, mis olid vaadeldud aastatel kajastatavaimad teemad.

5. Postimehe representeeritavas rahvusvahelises kultuuriruumis on enim esindatud USA ja Lääne- Euroopa, Ida-Euroopa väga vähe.

USA väga tugev representatsioon viitas USA akultureerivale rollile ja suurele mõjule globaalse kultuuri tootmisel mõlemal vaadeldud aastal. Lääne-Euroopaga olid mõlemal aastal mitmekülgsed kultuurilised suhted, eriti süvakultuuri vallas (kunst, kirjandus).

Ida-Euroopat kajastati mõlemal aastal kõige vähem, 1995.a. siiski natuke rohkem kui 2005.a. Ühtset kultuuriruumi tunnetust Baltikumis ilmselt ei olnud. Põhjamaade representeerimise tõus 2005.a. näitas Eesti seotust põhjamaade kultuuriruumiga, Venemaa representatsiooni tõus kultuurikontaktide taastumist.

6. *Postimees* peegeldas 1995.a rohkem kultuuriruumi, mille poole Eesti ühiskond püüdis, 2005.a. oli kultuuriruumi konstrueerijaks olulisel määral ka teemadevalik.

Enim kajastatati 1995.a. *Postimehes* USA-d ja Euroopat, kõige vähem Ida-Euroopat. Venemaa kajastamine kultuurilugudes väga vähene. Postimehe kultuurikajastus peegeldas ühiskondlikke pürgimusi liikumisel „idast läände“.

2005.a. oli Venemaa kajastamine mitmekordselt tõusnud, Ida-Euroopa aga vähenenud, kontaktid on tihedamad kui vahetult pärast taasiseseisvumist. Põhjamaade ja Euroopa suurem kajastus 2005.a. viitas uue identiteedi kinnistumisele põhjamaa ja Euroopa

riigina. „Muu maailma“ tuntav esiletõus näitab ka poliitilise tähelepanu rolli kultuurilisel kajastamisel.

Enim olid representeeritud Euroopa ja USA, teemadest aga film ja muusika. Tendents audiovisuaalsete kultuurivaldkondade suuremale kajastamisele peegeldab selle valdkonna populaarsust ja uuenduslikkust- mitmed riigid said 2005.a. rohkem kajastust just muusika ja filmi valdkonnas.

Rahvusvahelist kultuuriruumi kujundas palju ka kohaliku kultuuri temaatika, mis esines valdavalt olemuslugudes ja reisikirjades ning millega seoses representeeriti pea kõiki piirkondi mõlemal vaadeldud aastal. Tähelepanu teiste riikide kohalikule kultuurile on märk globaliseerumisest ka ühiskondlikul tasandil.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö uurimisobjektiks olid rahvusvahelise fookusega kultuurilood *Postimehes* 1995. ja 2005.aastal, üleminekuajal ning tänapäeval. Töö eesmärgiks oli kvantitatiivse kontentanalüüsi põhjal kaardistada *Postimehe* rahvusvaheline kultuuriruum ja selgitada välja, missugust kultuurilist infot said *Postimehe* lugejad välisilmast 1995. ja 2005.aastal ning kuidas see oli seotud kommertsialiseerumise ja globaliseerumisega kultuuris ja meedias, kuidas konstrueeris *Postimees* rahvusvahelist kultuurilist ruumi ning peegeldas globaliseeruva Eesti kultuuritunnetust.

Märksõnadeks olid Eesti päevalehed, *Postimees*, transitsioon, globaliseerumine, kommertsialiseerumine, kultuur ja rahvusvaheline kultuuriruum.

Uurimus viidi läbi kvantitatiivse kontentanalüüsi meetodil, analüüsil toetuti ka ekspertintervjuudele Tartu Ülikooli professori Jüri Talvetiga ning endise *Postimehe* kultuuritoimetaja Kadi Herküliga.

Analüüsi rahvusvahelist kultuurilist infot kandvate artiklite asetumist lehes, artiklite erinevaid dimensioone nagu lugude maht ja žanr ning ka globaliseerumise ja kommertsialiseerumise temaatikat esinemist vaadeldud aastate rahvusvahelisi kultuurilugusid kajastavates artiklites. Saadud tulemuste põhjal tehti järeldusi rahvusvahelise kultuuriruumi ja teemadevaliku eripäradest *Postimehes* 1995. ja 2005.aastal, sellega seoses *Postimehe* kui kultuuri vahendaja rollist ühiskonnas ning kommertsialiseerumise ja globaliseerumise mõjude väljas toimiva päevaajakirjanduse kultuurikajastuse iseärasustest.

Uurimistulemustest ja analüüsist järeldus, et rahvusvaheline kultuurikajastus oli *Postimehes* muutunud analüütilisest, süvakultuurilisest ja elitaarsest lehest pigem uudis- ja sündmuspõhiseks massileheks- rohkem esines lühikesi lugusid ning uudiseid, vastukaaluks 1995.a. süvakultuurilisele ja essee- ja arvamusaloolikule kultuurikajastusele.

Postimees oli 2005.a. turule orienteeritud päevaleht, mille teemadevalik oli enamasti populaarse kultuuri valdkonnast, mis näis olevat osaliselt ka *Postimehes* representeeritud rahvusvahelise kultuuriruumi kujundajaks. Kultuuriteemaatilist mitmekesisust fragmenteerumine kaasa toonud ei olnud, nii tavaleht kui *online*-leht koondusid filmi ja muusika ümber, veebiväljaanne ilmutas ka tabloidiseerumise märke.

Postimehes esitatud kultuuriruum peegeldas 1995.a. selgelt ühiskondlikus ja poliitilises elus valitsevaid transitsioonile omaseid tunnuseid, nii 1995. kui 2005.aastal oli aga tuntav ka amerikaniseerumise tendents, mis võimendus 2005.a. osaliselt nii teemadevaliku kui *online*-väljaande mõjul. Rahvusvahelise fookusega kultuurilugusid ja kultuurilist infot välisilmast oli 2005.a. rohkem, osaliselt tänu *online*-väljaande tekkele. Representeeritud kultuuriruum ja teemadekajastus ilmutas rohkem koondumise kui laienemise tendentsi, mis viitab *Postimehe* rahvusvahelise kultuurikajastuse tugevale mõjutatavusele globaliseerumisest ja kommertsialiseerumisest.

Summary

Internationally Focused Representation of Culture in *Postimees*, 1995 and 2005.

After the collapse of the Soviet Union political and economic system of Estonia has made a transition into the western world. During the transition many political and economic, as well as cultural and societal changes took place along with the emerging free and commercial press. During the ten years of development, many differences in daily newspaper *Postimees* occurred.

The main intent of this research was to map the international cultural space represented in Estonia's largest quality daily newspaper *Postimees* in 1995 and 2005 and in comparison describe the influences of globalization and commercialization tendencies on international cultural representation.

The research used quantitative content analysis and interviews with a lecturer and an expert on cultural theory Jüri Talvet and with former editor of culture section in *Postimees* Kadi Herkül.

Concluding from the results of the research, the structure and cultural content in *Postimees* has changed. *Postimees* has turned from being an elitist cultural medium in 1995 to a mass medium in 2005. Globalization of media and rapid development in infotechnology has resulted in more active representation of foreign culture in 2005 as compared to 1995.

International cultural space in *Postimees* in 1995 reflected Estonia's ambitions in cultural identity more than in 2005 where international cultural space was partly constructed by thematic representation. International cultural space in *Postimees* represented mainly the western countries- USA and Western Europe and represented much more dominant culture than in 2005, along with popular culture.

Postimees in 2005 represented mainly popular and audiovisual culture (music and film) which resulted in representing regions which offered such culture. Both years show a tendency to americanization, as USA is throughout years been represented the most.

Changes in structure has yet made any development in representing culture with more balance between dominant and popular culture- *online* version on Postimees has expanded the amount of foreign cultural representation but could be described as tabloid and generally concentrates on the same regions and themes as the print, with minor differences. Cultural representation in Postimees has not established a stable role in cultural representation, is dependant on newsworthiness and trends as well as commercialization of the media and culture as a whole.

Viited

Appadurai, A. (1990) *Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy*. In Featherstone, M. (1994) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*, Bristol: Sage Publications Ltd, 295-310.

Baltic Identity. In *Baltic Region Conflicts and Co-operation* (2001), EuroUniversity&Estonian Euroinfo Society, Ilo Publishers Ltd., 59-60.

Clausen, L. (2004) *Localizing the Global: 'Domestication' Processes in International News Production*. In *Media Culture Society*, 26, 25, <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/26/1/25>, vaadatud 7.mai 2007.

Danielsson, R.&Eklund, J.&Knutsson, A.&Rass, S. (1999) *Time for Transition in Estonia. The Media Market in Estonia*. In *Transition Studies*, 5,3, Linköping: Linköping University.

Engbreetsen, M. (2006) *Writing for the Web: An Introduction to Online Journalism*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.

Erlach, R. (2000). *Uudised Eesti päevalehtedes 1997-1999*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu: Tartu Ülikool.

Featherstone, M. (1990) *An Introduction*. In Featherstone, M. (1994) *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Bristol: Sage Publications Ltd, 1-14

Gross, T. (1995) *Antopoloogia arheoloogia*. *Postimees*, 27.jaanuar

Hall, S. (1997) *Introduction*. In Hall, S. (1997) *Representation: Cultural representations and Signifying Practices*, Devon: Sage Publications Ltd, 1-11

- Hennoste, T.** (2001) *Uudise käsiraamat*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Hennoste, T.** (2006) Tiit Hennoste: Kas Eestis on kvaliteetlehti? Eesti Päevaleht, 21.juuni, <http://www.epl.ee/?artikkel=324112>, vaadatud 28.mai 2007.
- Kase, K.** (2004) *Rahvusvahelise sotsiaalse ruumi representatsioon ajalehes Postimees*. Käsikirjaline seminaritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu: Tartu Ülikool.
- Kase, K.** (2005) *Välisilm Postimehes 2003-2004*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu: Tartu Ülikool.
- Kurvits, R.** (2006) *Eesti ajalehtede muutumine 1990.aastatel: Sotsialismist modernismi ja natuke postmodernismi ka. I*. In *Akadeemia*, 18,12, 2579-2618.
- Kurvits, R.** (2007) *Eesti ajalehtede muutumine 1990.aastatel: Sotsialismist modernismi ja natuke postmodernismi ka. II*. In *Akadeemia*, 19,1, 45-82.
- Lacey, N.** (1998) *Image and representation. Key Concepts in Media Studies*. New York: St.Martin's Press, Inc.
- Maiste, V.-S.** (2006) *Kultuur – see on show ja human touch*. Sirp, 25.august. <http://www.sirp.ee/index2.php?option=content&task=view&id=4340> Vaadatud 20.mai 2007.
- Martin, M. & Knight, G.** (1997) *Communication and Mass Media. Communication, Domination, and Opposition*. Ontario: Prentice-Hall Canada Inc.
- McManus, J.H.** (1994) *Market Driven Journalism: Let The Citizen Beware?* Thousand Oaks etc: Sage Publications Ltd.

McNair, B. (1998) *The Sociology of Media*. Cornwall: Arnold Publishers.

McNair, B. (2006) *Cultural Chaos. Journalism, News and Power in a Globalised World*. Wiltshire: Routledge.

McQuail, D. (2003) *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Paju, T. (2004) *15 aastat Eesti meediaettevõtlust: meediaettevõtete teke ja meediaturu areng 1989-2004*. In Vihalemm, P. (2004) *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 23-48.

Pieterse, J.N. (1995) *Globalization as Hybridization*. In Featherstone, M.& Lash, S.& Robertson R. (1997) *Global Modernities*, Wiltshire: Sage Publications Ltd., 45-69.

Robertson R. (1995) *Glocalization: Time-Space and Homogeneity- Heterogeneity*. In Featherstone, M.& Lash, S.& Robertson R (1997) *Global Modernities*, Wiltshire: Sage Publications, 24-45.

Smith, A.D. (1990) *Towards a Global Culture?* In Featherstone, M. (1994) *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Bristol: Sage Publications Ltd, 171-193.

Suni, R. (1998) *Kultuuri globaliseerumine*. Sirp 25. september <http://www.sirp.ee/Arhiiv/25.09.98/Sots/sots1-2.html>, vaadatud 7.mai 2007.

Suni, R. (1998) *Eesti ühiskonna avanemine ja kultuuri globaliseerumine aastatel 1992-1997*. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse osakond, Tartu: Tartu Ülikool.

TNS Emor, *Eesti Meediauuring (EMU) I kvartal 2005 (jaanuar märts)*. Sihtrühm Eesti elanikud vanuses 15-74 aastat, <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1342>, vaadatud 26.mai 2007.

Valme, V. (2006) *Valner Valme: Kõigile kultuuri, kirssideta!* *Postimees* 29.august <http://www.Postimees.ee/290806/esileht/kultuur/215289.php>, vaadatud 25.mai 2007.

Vengerfeldt, P. & Runnel, P. (2004) *Uus meedia Eestis*. In Vihalemm, P. (2004) *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 233-256.

Vihalemm, P. (1999) *Changing Baltic Space: Estonia and its Neighbors*. *Journal of Baltic Studies*, 30, 3, 250-269.

Vihalemm, P.& Kõuts, R. (2004) *Trükisõna ja lugejaskond Eestis 1965-2004*. In Vihalemm, P. (2004) *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 61-90.

Vihalemm, P. & Lauristin, M. (2004) *Eesti ühiskonna ja meedia muutumine 1965-2004*. In Vihalemm, P. (2004) *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004* Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 1-22.

Vihalemm, T. & Keller, M. (2005) *Kultuur turuühiskonnas: eneseväljendus ja/või enesemüümine?* In Tartu Linnavalitsuse kultuuriosakond (2005) *Rahvusvaheline kultuuriturunduskonverents 3.-4.november 2005 Tartus Ettekannete kogumik*, Tartu: Bookmill, 40-43.

Lisad

Lisa 1 Valim

1995			
Jaanuar:	Aprill:	Juuli:	Oktoober:
E 3.(2.kp ei ilmunud)	T 4.	K 5.	N 5.
T 10.	K 12.	N 13.	R 13.
K 18.	N 20.	R 21.	L 21.
N 26.	R 28.	L 29.	E 23.
Veebruar:	Mai:	E 31.	T 31.
R 3.	L 6.	August:	November:
L 11.	E 8.	T 8.	K 8.
E 13.	T 16.	K 16.	N 16.
T 21.	K 24.	N 24.	R 24.
Märts:	Juuni:	September:	Detsember:
K 1.	N 1.	R 1.	L 2.
N 9.	R 9.	L 9.	E 4.
R 17.	L 17.	E 11.	T 12.
L 25.	E 19.	T 19.	K 20.
E 27.	T 27.	K 27.	N 28.

2005			
Jaanuar:	Aprill:	Juuli:	Oktoober:
E 3.	T 5.	K 6.	N 6.
T 11.	K 13.	N 14.	R 14.
K 19.	N 21.	R 22.	L 22.
N 27.	R 29.	L 30.	E 24.
Veebruar:	Mai:	August:	November:
R 4.	L 7.	E 1.	T 1.
L 12.	E 9.	T 9.	K 9.
E 14.	T 17.	K 17.	N 17.
T 22.	K 25.	N 25.	R 25.
Märts:	Juuni:	September:	Detsember:
K 2.	N 2.	R 2.	L 3.
N 10.	R 10.	L 10.	E 5.
R 18.	L 18.	E 12.	T 13.
L 26.	E 20.	T 20.	K 21.
E 28.	T 28.	K 28.	N 29.

Lisa 2 Kodeerimisjuhend

1. Ilmumise aasta, kuupäev

2. Artikli asukoht

- a) esikülg
- b) välisuudised
- c) kultuur
- d) lisaleht:.....

3. Artikli liik

- a) uudis
- b) arvamus/essee
- c) portreelugu
- d) intervjuu
- e) olemuslugu/reportaaž
- f) reisikiri
- g) arvustus/kriitika
- h) tutvustus/ülevaade
- i) luuletus

4. Artikli tähtsus leheküljel

- a) pikem lugu
- b) lühilugu
- c) nupp

5. Välisrepresentatsiooni suhteline määr artiklis

- a) fookus
- b) teisejärguline
- c) vähene

6. Teema

6.1 Film

- a) festival
- b) kino
- c) televisioon
- d) filmikunst

6.2 Teater

- a) koreograafia
- b) draama
- c) muusikal
- d) teatrikunst

6.3 Kunst

- a) maalikunst
- b) skulptuur
- c) fotograafia
- d) moekunst
- e) arhitektuur
- f) kunst üldiselt
- g) muu

6.4 Muusika

- a) klassikaline muusika
- b) modernne muusika
- c) popmuusika/*mainstream*
- d) rahvamuusika
- e) muusika üldiselt
- f) kontsert

6.5 Kirjandus

- a) ilukirjandus
- b) luule
- c) filosoofia
- d) muu

6.6 Meedia

- a) press
- b) televisioon
- c) reklaam
- d) raadio
- e) uus meedia

6.7 Pärimus/Kohalik kultuur

6.8 Folkloor/Keel

6.9 Haridus/Teadus

6.10 Staarielu

6.11 Turism

6.12 Religioon

6.13 Kultuur üldiselt

7. Kommertsialiseerumine

- a) põhiteema
- b) kõrvalteema
- c) viide
- d) üldse mitte

8. Globaliseerumine

- a) põhiteema
- b) kõrvalteema

- c) viide
- d) üldse mitte

9. Mis riigist/riikidest/rahvus(t)est kirjutatakse:

- a) Läänemaailm
- b) Euroopa
- c) Põhjamaad
- d) Venemaa
- e) Ida-Euroopa
- f) Aasia
- g) USA
- h) Aafrika
- i) muu maailm
- j) seotud Eestiga

10. Seotus *human interest* temaatikaga

- a) tugev
- b) keskmine
- c) nõrk
- d) puudub

Lisa 3 Lisatabelid

Teemade representatsioon riikide ja aastate lõikes

	Lääne- maailm		Euroopa		Põhja- maad		USA		Aasia		Venemaa		Ida- Euroopa		Aafrika		Muu	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Film	11	6	10	49	-	9	15	48	1	6	1	21	2	4	2	1	-	5
Teater	8	1	8	25	3	10	3	2	2	5	2	7	1	-	-	-	-	2
Kunst	16	10	24	34	3	8	3	4	1	2	1	5	-	-	1	-	-	-
Muusika	50	20	25	68	5	15	13	42	8	7	-	7	2	1	1	3	2	6
Kirjandus	22	9	18	28	3	4	2	11	1	6	1	5	3	-	4	-	-	-
Meedia	4	16	2	15	1	1	2	36	-	4	-	2	-	2	-	-	3	3
Turism	-	-	3	10	1	2	1	-	1	3	2	2	2	2	-	2	1	3
Staarielu	6	-	2	13	-	2	8	20	1		2	1	1	-	-	-	-	2
Kohalik kultuur	22	3	26	67	2	13	6	19	8	13	3	14	4	3	5	11	8	15
Religioon	6	7	4	9	-	-	2	8	4	1	-	-	-	-	1	3	3	8
Kultuur üldiselt	13	4	12	10	1	2	4	10	2	1	-	2	1	3	2	1	1	-
Haridus/teadus	-	1	1	8	-	1	-	5	2	5	-	6	-	1	-	4	-	2

Teemad tavaväljaandes žanrite ja aastate lõikes

	Uudis		Arvamus		Portree		Intervjuu		Kriitika		Olemus		Reisikiri		Luuletus		Tutvustus	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Film	2	21	1	7	-	1	2	4	6	16	7	4	-	-	-	-	2	10
Teater	1	10	6	1	-	3	3	5	14	14	2	5	-	-	-	-	4	1
Kunst	2	9	7	5	-	1	-	3	14	7	14	3	-	-	-	-	18	3
Muusika	2	26	10	11	2	5	-	8	29	21	5	8	-	-	-	-	14	12
Kirjandus	1	10	20	2	10	1	1	1	9	6	1	1	1	-	3	-	3	6
Meedia	-	13	2	25	-	1	-	4	4	5	5	4	2	-	-	-	1	1
Kohalik kultuur	12	12	29	5	1	2	4	1	5	9	18	13	4	-	-	-	7	6
Religioon	2	11	6	6	-	1	1	1	-	1	2	4	1	-	-	-	2	-
Kultuur üldiselt	1	5	10	2	-	3	-	2	4	3	2	2	-	-	-	-	5	-
Staarielu	2	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Turism	1		-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-
Haridus/teadus	-	8	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	2

Teemad lisalehtedes žanrite ja aastate lõikes

	Uudis		Arvamus		Portree		Intervjuu		Kriitika		Olemus		Reisikiri		Luuletus		Tutvustus	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Film	1	2	2	-	8	-	1	-	1	4	1	-	-	-	-	-	2	2
Teater	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kunst	-	1	-	-	2	1	-	-	1	-	5	3	1	-	-	-	-	-
Muusika	6	1	5	-	6	2	1	1	1	6	8	6	-	-	-	-	2	-
Kirjandus	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Meedia	2	1	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kohalik kultuur	2	6	-	2	1	2	1	1	-	-	9	9	6	9	-	-	-	-
Religioon	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
Kultuur üldiselt	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Staarielu	2	-	-	-	5	-	1	-	-	-	3	1	-	-	-	-	-	-
Turism	-	2	-	1	-	-	-	1	-	-	3	1	5	7	-	-	-	-
Haridus/teadus	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Teemad riikide ja aastate lõikes

1995	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu	Kokku
Film:festival	4	3		1				1		5
Film:kino	2	4		12			1			16
Film: televisioon	1			2			1			1
Filmikunst	4	3			1	1		1		6
Teater:fest	2	1	1		1		1			4
Teater: koreograafia				1		2				3
Teater:draama	3	4	2	1	1					11
Teater:muusikal										
Teater:muu										
Teatrikunst	3	3	1	1						8
Kunst:festival	2	3								5
Kunst:maalikunst	2	3								5
Kunst:skulptuur	1	1								2
Kunst:fotograafia		2								2
Kunst:muu	4	9	2	2	1	1		1		20
Kunst: arhitektuur		5	1			1				6
Kunst:moekunst	3	1	1	1						7
Kunst üldiselt	4	5								8
Muusika:festival	6	4	1		1		1			12

Muusika:klassikaline	4	5	1							11
Muusika:modern	5	4		1	2					9
Popmuusika/ <i>mainstream</i>	17	8	2	10	1					32
Rahvamuusika	3	1	1		1		1	1	1	9
Muusika üldiselt	12	3		1	2				1	13
Kontsert	3	1		1	1					5
Kirjandus:luule	2	4	1					1		5
Filosoofia vms	9	4			1		1			15
Kirjandus üldiselt	2	4					1	1		5
Kirjandus:ilukirjandus	9	6	2	2		1	1	2		18
Meedia			1						1	1
Meedia:reklaam	1			2						4
Meedia: press									1	1
Meedia:televisioon	1	1								2
Meedia:raadio										0
Uus meedia	2	1		2					1	6
Turism		3	1	1	1	2	2		1	12
Staarielu	6	2		8	1	2	1			21
Folkloor/keel	11	6					1	1	1	21
Pärimus/kohalik kultuur	11	20	2	6	8	3	3	4	7	57
Religioon	6	5		1	3			1		14
Kultuur	13	11	1	5	3		1	2	4	29
Haridus/teadus		1			2					3

1995	Lääne- maailm	Euroopa	Põhja- maad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu	Kokku
Film	11	10	-	15	1	1	2	2	-	32
Teater	8	8	3	3	2	2	1	-	-	26
Kunst	16	24	3	3	1	1	-	1	-	49
Muusika	50	25	5	13	8	-	2	1	2	91
Kirjandus	22	18	3	2	1	1	3	4	-	34
Meedia	4	2	1	2	-	-	-	-	3	14
Turism	-	3	1	1	1	2	2	-	1	12
Staarielu	6	2	-	8	1	2	1	-	-	21
Kohalik kultuur	22	26	2	6	8	3	4	5	8	78
Religioon	6	5	-	1	3	-	-	1	-	14
Kultuur üldiselt	13	11	1	5	3	-	1	2	4	29
Haridus/teadus	-	1	-	-	2	-	-	-	-	3

2005	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu	Kokku
Film:festival	1	4	3	5		9			1	18
Film:kino	4	14	5	36	4	10	3		2	65
Film: televisioon	1	3	1	6	1	2	1	1	2	16
Filmikunst		0		1	1		1			4
Teater:fest		1	1			1			1	5
Teater:muu										
Teater: koreograafia		3	3			1				6
Teater:draama		6	5	1		4			1	15
Teater:muusikal	1	2	1	5						8
Teatrikunst		3		1		1				7
Kunst:festival	1									1
Kunst:maalikunst		7	6							12
Kunst:skulptuur		3	1							5
Kunst:fotograafia	3	3				1				7
Kunst:arhitektuur	1	2	1	1	1	2				8
Kunst:muu	1	1		1	1	2				5
Kunst:moekunst	1	5		2						2
Kunst üldiselt	3	10								7
Muusika:festival		10	2	3	1	2				15
Muusika:klassikaline	2	9	1	3		1	1			16
Muusika:modern	1	4	1	4	2					11
Popmuusika/ <i>mainstream</i>	12	23	7	27	3	2		3	4	60
Rahvamuusika		5	2	1					2	8

Muusika üldiselt	3	1	1			1				5
Kontsert	2	5	1	4	1	1				12
Kirjandus:luule		1			1					2
Filosoofia vms	3	2	1	2		1				8
Kirjandus üldiselt	3	5		1	1	2				7
Kirjandus:ilukirjandus	3	13	3	8	4	2				28
Meedia	3	4		4					1	7
Meedia:reklaam	4	5		4			1			14
Meedia: press	4	1	1	7	1		1		1	10
Meedia:televisioon	2	4		16	1	2			1	22
Meedia:raadio		2		1						2
Uus meedia	3	2		4	2					9
Folkloor/keel		5	2		3	1		1		11
Haridus/teadus	1	5	1	5	5	6	1	4	2	24
Turism		6	2		3	2	2	2	3	17
Staarielu		11	2	20		1			2	34
Pärimus/kohalik kultuur	3	37	11	19	10	13	3	10	15	91
Religioon	4	12		9				3	8	30
Kultuur	7	4	2	9	2	2	3	1		29

2005	Lääne- maailm	Euroopa	Põhja- maad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu	Kokku
Film	6	21	9	48	6	21	4	1	5	103
Teater	1	15	10	2	5	7	-	-	2	41
Kunst	10	31	8	4	2	5	-	-	-	47
Muusika	20	57	15	42	7	7	1	3	6	127
Kirjandus	9	21	4	11	6	5	-	-	-	45
Meedia	16	19	1	36	4	2	2	-	3	64
Turism	-	6	2	-	3	2	2	2	3	17
Staarielu	-	11	2	20	-	1	-	-	2	34
Kohalik kultuur	3	42	15	20	13	14	3	11	17	110
Religioon	4	12	-	9	-	-	-	3	8	30
Kultuur üldiselt	7	4	2	9	2	2	3	1	-	29
Haridus/teadus	1	5	1	5	5	6	1	4	2	24

Kommertsialiseerumine aastate lõikes

1995	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu
Põhiteema	1	1							
Kõrvalteema	9	6	2	6	1	3		1	2
Viide	27	16	6	17	4	2	3	2	5
Puudub	40	43	3	19	10	3	4	5	2

2005	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida- Euroopa	Aafrika	Muu
Põhiteema	6	6	1	4	3				2
Kõrvalteema	6	13	2	16	5	2	1	1	3
Viide	18	26	12	45	3	16	4	4	6
Puudub	16	105	29	59	14	24	5	11	23

Globaliseerumine aastate lõikes

1995	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida-Euroopa	Aafrika	Muu
Põhiteema	4	2		2	2			2	2
Kõrvalteema	17	13	3	5	3	2		3	2
Viide	31	21	5	16	6	2	2	2	3
Puudub	25	31	3	19	4	4	5	1	2

2005	Lääne- maailm	Euroopa	Põhjamaad	USA	Aasia	Venemaa	Ida-Euroopa	Aafrika	Muu
Põhiteema	4	1	1					1	
Kõrvalteema	7	15	3	8	3	3	2	3	7
Viide	16	33	12	33	7	9	2	4	13
Puudub	18	101	28	83	14	30	6	8	14

Globaliseerumine teemade ja aastate lõikes

	Põhiteema		Kõrvalteema		Viide	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Film:festival			2	1	2	6
Film:kino			3		3	12
Film: televisioon		1	1			6
Filmikunst			2		4	1
Teater:fest					4	1
Teater:muu						
Teater: koreograafia					1	1
Teater:draama			1		5	2
Teater:muusikal						3
Teatrikunst			1		7	2
Kunst:festival			2		3	
Kunst:maalikunst					4	
Kunst:skulptuur			1	1	1	
Kunst:fotograafia			1	1	1	2
Kunst:arhitektuur			1	3	3	2
Kunst:muu			3	1	6	1
Kunst:moekunst			1		3	
Kunst üldiselt			2	4	5	1
Muusika:festival	1		3	1	3	6
Muusika:klassikaline			3	1	3	2
Muusika:modern			4	1	11	5
Popmuusika/ <i>mainstream</i>	1		8	5	5	24
Rahvamuusika			4	2	1	4
Muusika üldiselt	1		7		4	2
Kontsert	1		2	1	1	4
Kirjandus:luule			1		5	1
Filosoofia vms			1	3	1	1
Kirjandus üldiselt			2		4	3
Kirjandus: ilukirjandus		1	3	1		10

Meedia		1		1	1	2
Meedia:reklaam		1	1	1	1	4
Meedia: press		1		2	1	4
Meedia:televisioon			2			11
Meedia:raadio						1
Uus meedia		1	1	2	3	5
Folkloor/keel			7	2	8	3
Haridus/teadus				1	2	4
Turism			2	3	1	6
Staarielu					2	2
Pärimus/kohalik kultuur	1	1	9	10	20	29
Religioon			2	11	7	8
Kultuur	3	1	9	5	12	13

Kommertsialiseerumine teemade ja aastate lõikes

	Põhiteema		Kõrvalteema		Viide	
	1995	2005	1995	2005	1995	2005
Film:festival		1				7
Film:kino			1	2	6	23
Film: televisioon			1	2	1	6
Filmikunst					1	3
Teater:fest						
Teater:muu						
Teater: koreograafia			1	1		1
Teater:draama			2			
Teater:muusikal		1				5
Teatrikunst			2	1		2
Kunst:festival			1			
Kunst:maalikunst						
Kunst:skulptuur						
Kunst:fotograafia						
Kunst:arhitektuur				2		

Kunst:muu		1	1		2	
Kunst:moekunst					2	
Kunst üldiselt		1		1		2
Muusika:festival	1	1		1	1	4
Muusika:klassikaline			1		1	1
Muusika:modern				1		1
Popmuusika/ <i>mainstream</i>		3	9	8	7	32
Rahvamuusika			2		1	2
Muusika üldiselt	1		4	1	1	2
Kontsert			1			5
Kirjandus:luule					1	1
Filosoofia vms						2
Kirjandus üldiselt				2		1
Kirjandus:ilukirjandus		5		3		11
Meedia		2		2		
Meedia:reklaam	1	5	2	5		3
Meedia: press		2				4
Meedia:televisioon		2	2	7		7
Meedia:raadio				1		
Uus meedia		1	4	1	1	2
Folkloor/keel	1	1	1		1	3
Haridus/teadus						2
Turism		3	2	3	2	4
Staarielu			1	3	1	12
Pärimus/kohalik kultuur		1	3	3	4	25
Religioon		2		1		5
Kultuur	2	4	5	9		4

Teemad lehetüüpide ja aastate lõikes

	Tavaväljaanne		Lisad		Online
	1995	2005	1995	2005	2005
Film:festival	5	13		1	2
Film:kino	4	33	11	6	26
Film: televisioon	1	12	3	1	3
Filmikunst	6	3	1		1
Teater:fest	4	5			
Teater:muu					
Teater: koreograafia	3	6			
Teater:draama	11	16			
Teater:muusikal		4		1	3
Teatrikunst	8	6		1	
Kunst:festival	5	1			
Kunst:maalikunst	5	5		1	6
Kunst:skulptuur	2	2			3
Kunst:fotograafia	2	6		1	1
Kunst:arhitektuur	5	4	1	2	2
Kunst:muu	7	2	4	1	2
Kunst:moekunst		1	5		1
Kunst üldiselt	8	6			1
Muusika:festival	7	11	2	4	
Muusika:klassikaline	7	16	3		3
Muusika:modern	9	11			
Popmuusika/ <i>mainstream</i>	11	32	18	14	18
Rahvamuusika	5	6	2	2	
Muusika üldiselt	10	5	3		
Kontsert	5	9			3
Kirjandus:luule	4	1	1		
Filosoofia vms	15	5			3
Kirjandus üldiselt	5	5	1		2
Kirjandus: ilukirjandus	18	17		1	10
Meedia	1	6		1	
Meedia:reklaam	2	10	2	1	3

Meedia: press	1	9			1
Meedia:televisioon	2	15		1	6
Meedia:raadio		2			
Uus meedia	5	7	1	1	1
Folkloor/keel	21	7	16		4
Haridus/teadus		11	2	1	11
Turism		1	8	12	4
Staarielu		7	11	1	26
Pärimus/kohalik kultuur	38	33	3	29	29
Religioon	12	18	1	4	8
Kultuur	29	23		2	4

Lisa 4 Ekspertintervjuud

Jüri Talvet

Eesti ajakirjandus/*Postimees* kui kultuurikajastaja:

- 1. Milline on/võiks olla ajakirjanduse roll kultuuri vahendamisel? Milline oli see 1995.a. (üleminekuajal) ja 2005.a. (tänapäeval) Eestis?**

Mõiste „ajakirjandus“ alla mahuvad nii ajalehed kui ka ajakirjad. Võib olla peaks selguse mõttes hakkama kasutama mõistet „ajalehendus“. Eesti peamised kultuuriajakirjad on iseseisvusest saadik püüdnud kultuuri tõsiselt kanda, kuid just ajalehenduses on olukord küll kesisemaks muutunud. Üks ajaleht, nagu antud juhul *Postimees*, ei saa kuigi esinduslikult peegeldada üldist tendentsi, sest kultuurileheküljed sõltuvad tugevasti sellest, kes just toimetajateks juhtuvad olema.

- 2. Mille poolest erinevad 1995.a. ja 2005.a. *Postimehe* kultuuriküljed? Kas on muutunud pigem see, millest kirjutatakse, või see, kuidas kirjutatakse?**

Mul ei ole täpsemalt silme ees taasiseseisvuse algusaja PM. Mäletan, et mõnda aega oli seal tugev postmodernistlik hoiak – see oli pigem elitaarne kui suurtele hulkadele. Praegune PM kultuur on küll ilmselt suunatud suurtele hulkadele.

- 3. Millised on teie kogemuse järgi uudisväärtuslikud lood kultuurikülgedel?**

Suurimaid sündmusi, nagu näiteks Nobeli kirjandusauhind, on kõik peajalehed ikka piisavalt peegeldanud, aga muus oleneb see toimetajate isiklikust maitsest ja nende sõpruskonnast.

- 4. Mis on Teie arvates kõige iseloomulikum kvalitatiivne muutus seoses kultuurilugudega *Postimehes* aastal 1995 (üleminekuajal) ning 2005 või tänaselgi päeval?**

Järjest enam jälgitav tendents visuaalsusele, sisulise sõnumi nappus, analüüsi vähesus, kirjandusteoste arvustamise allakäik.

5. Milline on lisalehtede ja *online*-lugude roll ja tähtsus tavaväljaande kõrval? Kas *online*-lood toovad kultuurikajastamisesse mingeid kvalitatiiuseid muutusi?

Online-iga ma ei ole paraku kursis. PM-l pole mingit kultuurilisa. EPL tegi hiljaaegu vägagi tervitatava katse sisse seada igakuine kirjanduslisa Arkaadia, kuid kuuldavasti on see sattunud majandusraskustesse ja ilmub praegu korrapäraselt ja harva.

6. Kas *Postimees*/Eesti ajakirjandus üldiselt ilmutab eelistusi kultuurivaldkondade suhtes (rohkem filmi, muusikat vms)? Kas olete täheldanud tähelepanu muutumist aastate jooksul?

Audiovisuaalset kultuuri peegeldatakse märksa rohkem kirjandusest, see on selge.

7. Kuidas kommenteeriksite *Postimehe* meelelahutusliku ja kunstilise ning pärimusliku kultuuri kajastamise suhet? Kas aastate jooksul on toimunud muutusi?

Meelelahutuslik kultuur valitseb, tõsisemale jääb järjest vähem ruumi. Samas on see mingi paratamatus, sest kui teatrites meelelahutuslikkus valitseb, siis kuidas teatrielu peegeldades ajalehenduski saaks üle või ümber meelelahutuslikkusest?

8. Kas *Postimees*/päevalehed üldse annavad mitmekülgset kultuurilist infot piisavalt?

Ega eriti ei anna küll.

Rahvusvaheline kultuuriruum:

9. Kuidas on Teie meelest muutunud Eesti rahvusvaheline kultuuriline ruum viimase 10-12 aasta jooksul? Minu uurimus viitab USA ja Euroopa tsentriiriikide (Prantsusmaa, Saksamaa, Inglismaa) ülekaalukale domineerimisele ning näiteks Ida-Euroopa piirkonna järjepidevale vähesele kajastamisele ja põhjamaade kajastamise tõusule kultuurilugudes. Kas olete täheldanud mingeid erinevusi kultuurikontaktides Venemaaga?

Jah, „suurkultuuride“ domineerimine on ilmselge, muud esineb aru harva. Ka Venemaalt ei tule midagi korrapärasemat.

10. Kas kultuurivahendusel eksisteerivad ja mängivad rolli mingid rahvusvahelised magistraalid? Millest need sõltuvad?

Eks „suurkultuurid“ domineerivad kõikjal, kuid siiski tehakse paljudes paikades päris head tööd, et süvakultuuri, sealhulgas kirjandust mitmekesisemalt peegeldada. Olin näiteks meeldivalt üllatunud, kui mulle sattus kätte Luxembourgigi pealehe „Tageblatti“ „Raamatute“ (Livres) vaheleht: 14 suurt lehekülge, igapähe küll kõnesoleva autori suur pilt, aga ka piisavalt suur ruum teose käsitlemiseks. Eks selline oli ka EPL Arkaadia-lisa taotlus, kuid paraku näikse see nüüd kokku kuivavat.

11. Kas mõningad regioonid/riigid annavad kindlate kultuurivaldkondade kajastamisel ilmselgelt enam tooni (näiteks filmis, teatris, kujutavas kunstis, muusikas)? Nt. ballett Venemaalt, film USAst vms.

Balletti Venemaalt ei ole tähele pannud, küll aga laiutab USA film üle kõige kõikjal. Olen sellest pikemalt kõnelnud oma raamatus „Sümbiootiline kultuur“ (Tartu, 2005).

Globaliseerumine ja kommertsialiseerumine:

12. Kommenteerige kultuuri kommertsialiseerumise nähtust, mis on selle tunnused ja mõjud maailmas? Kuidas on see seotud globaliseerumisega ning kas on seotud amerikaniseerumisega? Kuidas on olukord Eestis?

Eks see nähtub kõigepealt mingite kindlate stampide matkimises, levitamises ja juurutamises (telesaadete tüübid, muidugi üldine tendents visuaalsusele, kirjaliku läkituse kahanemine). Süvakultuuri globaliseerumise vastu ei saa midagi olla, praktikas on see aga just ameerikaliku elu- ja kultuuritüübi levitamine maailmas. See hakkab tõesti vastu. USA enda ajakirjanduse kultuurivaegus on enam kui ilmne.

13. Milline on Eesti meedia seisund kommertsialiseerumise seisukohast ning kas/kuidas mõjutab kultuuri kajastamist ajakirjanduses?

Eesti meedia on kommertsist läbi imunud. Jäänud on vaid kaks enamvähem tõsiselt võetavat päevalehte, PM ja EPL, ka need kõiguvad poliitikatultes tugevasti. Eesti Ekspressis on raske kultuurilehti üles leida paksu kommertsipolstri vahelt. Eriti groteskne tundub, et mingi

endastmõistetavusena refereerib riigiraadio Vikerraadio hommikuti ka Õhtulehte, mil on tugevad rämpsajalehenduse tunnused.

14. Kuivõrd tuntav on kultuuri kommertsialiseerumine Eestis ning rahvusvahelises kultuurikajastuses? Kas oskaksite tuua paralleele *Postimehega*?

Mainisin ülalpool, et Euroopa peaaajalehtedes on siiski osatud tagada kultuurisektsiooni teatav soliidsus, ei püüta iga hinna eest ameerikalikku stiili jäljendada.

15. Kas on olemas „oma-“, „võõras-“ või „globaalkultuur“? Mis võiks olla tunnused, kuidas neil vahet teha?

Maailmakirjandus on globaalkultuur heas mõttes – see ongi katse „teist“ ja „võõrast“ lähendada, koduseks ja omaseks teha. Paraku on seda tugevasti kõrvale tõrjunud üheülbaline massikultuur, mille peamallid tulevad suurriikidest.

16. Kuidas avaldub globaliseerumine kultuuris?

Millised võiksid olla globaliseerumise tunnused kultuuri kajastamisel meedias? See ongi peamiselt massikultuuri tung esiplaanile, süvakultuuri eemaletõrjumine.

17. Kas/kuidas aitab meedia kaasa kultuuri globaliseerumisele?

Meedia aitab pealiskaudsele globaliseerumisele tõhusalt kaasa, õigemini ongi selle peamine kanaldaja.

18. Millistes kultuurivaldkondades avaldub globaliseerumine/ kommertsialiseerumine enim?

Kino eeskätt, aga kahjuks on see tungimas ka teatrisse. Tõsist teatrit riskivad praegu Eestis teha vähesed. Häid näitlejaid on, aga nende anne kulutatakse publiku naerutamise peale.

19. Minu uurimuse järgi on globaliseerumise ja kommertsialiseerumise tendentsid *Postimehes* vähenenud. Eeldades, et see representeerib tegelikkust- kuidas seletaksite sellist nähtust?

Võib-olla tõesti. Kuid ma ei julgeks seda seada tegelikkuse representeerijaks. Nagu öeldud, oleneb see väljaande üldistest direktiividest ja konkreetselt kultuuritoimetajate (vahelduvast) seltskonnast. Võrreldes PM-ga on praegu tõsisem kultuur paremini esindatud EPL-is – mis aga ei tähenda, et see seis esindaks mingit püsivamat tendentsi. Need seisud muutuvad kiiresti. Soliidsust ei ole Eesti ükski väljaanne iseseisvusajal saavutanud. Kõik on liiga juhuslik, kergesti tendentslikkusele alluv.

20. Kas staarielu-artiklid on kultuur ning kas turismialased artiklid on pärimuskultuuri kroonika?

Need ei ole kultuur kui loovus, pigem on see osa massikultuurist – jäljenduslikkusest, milles loovust pole eriti vajagi. See ei arenda ühiskonda. Turism on teine ala, selles pole midagi taunitavat, aga seda ei peaks peegeldama kultuurilehekülgede arvel.

Kadi Herkül

Postimees/meedia kui kultuurikajastaja:

1. Milline on ajakirjanduse roll kultuuri vahendamisel/loomisel? Milline oli/võis olla see 1995.a. (üleminekuajal) ja 2005.a. (tänapäeval) Eestis?

Mulle näib, et tegelikult on nende kümne aastaga muutunud meie arusaam kultuurist üleüldse, kultuuri rollist ja ulatusest. (Samas - mälu on petlik ja kuna mul toonaseid ajalehti otse silme ees pole, siis võib eelnev olla puhas kujutus.) Täna on kultuur taandunud märksa piiratumaks ja määratletumaks alaks, ennekõike kaunisteks kunstideks nende lähiümbruseks.

90ndate alguses (kahtlen, kas enam 1995) oli tooniandev kultuuripilt väga homogeenne - me kõik olime lugenud-näinud-kuulanud enam-vähem kõike, mis Eesti maastikul kättesaadav.

2005. aasta kultuuriajakirjandus on ses mõttes saati spetsiifilisem, nii kunstialati kui kunstialade sees/ kõrval asuvate nišside mõttes. Igaüks ajab oma asja, kokkupuutepunkte on vähem, nõ renessansiinimesi veelgi vähem.

2. Millisena näete *Postimehe* põhiväljaande ja lisalehtede teemadejaotust ja ülesannet kultuuri kajastamisel?

Hetkel näikse tasakaal põhilehe ja laupäeva vahel olevat üsna selgelt paika pandud, põhilehe asi on igapäevane kultuurikajastus, lühivormid, arvustused; pikemad pajatused kuuluvad laupäeva. Arvamuslugusid on kultuuris jätkuvalt vähe. Samuti nõ uurivaid või probleemlugusid.

3. Millised on teie kogemuse järgi uudisväärtsuslikud lood kultuurikülgedel?

Loomingulised skandaalid ja vastasseisud; raha; eestlaste pääsemine mõnele märgilisele rahvusvahelisele kultuurisündmusele.

4. Mis on Teie arvates kõige iseloomulikum kvalitatiivne muutus seoses kultuurilugudega *Postimehes* aastal 1995 (üleminekuajal) ning 2005 või täna selgi päeval?

Kvalitatiivne osa sõltub vist ennekõike autoreist ja nende pädevusest/ oskustest. Kvantitatiivselt on muutus kindlasti olnud järsem - lühemad lood, suuremad pildid, rohkem lisaklotse, sidebare jne. Nii et ilmselt on üks suur küsimus, kas ja kuis autorid nende muutuvate nõudmistega

kohanevad. Sisuliselt ei ole küll märganud, et nt kultuurilugudel nõutaks a priori lihtsamat keelt, lühemaid lauseid vms. Ehkki mis seal salata, mulle küll meeldib lugeda tekste, millest on võimalik aru saada, selle asemel, et surfata boreaalsete narratiivide meres.

5. Milline on lisalehtede ja *online*-lugude roll ja tähtsus tavaväljaande kõrval? Kas *online*-lood toovad kultuurikajastamisesse mingeid kvalitatiivseid muutusi?

Online on vastuoluline nähtus: ühest küljest muudab ta kajastused väga kiireks ja lühidaks. Teisalt - kuna nett on suhteliselt piiramatult mahuga, siis kehtib ka vastupidine - just siin saab avaldada väga pikki arutlusi (intervjuu täisteksti loe internetiversioonist).

6. Kas *Postimees*/Eesti ajakirjandus üldiselt ilmutab eelistusi kultuurivaldkondade suhtes (rohkem filmi, muusikat vms)? Kas olete täheldanud tähelepanu muutumist aastate jooksul?

Vastus on üsna traditsiooniline - film, teater, (pop)muusika on ilmselt kultuurikülgedel magusamad palad kui kunst või klassikaline muusika. Iseenesest on ilmselt tegu üsna normaalse jaotusega, lähtudes publiku arvust ja seega ka vähemalt potentsiaalsest lugejate/ huvitujate arvust. Samas ei ole ükski jaotus muidugi kusagil raamatusse raiunud, kui on uudislikkust (mis ei pruugi, aga võib olla ka teatav kõmulus), siis tõusevad esile teisedki valdkonnad.

7. Kuidas kommenteeriksite *Postimehe* meelelahutusliku ja kunstilise ning pärimusliku kultuuri kajastamise suhet? Kas aastate jooksul on toimunud muutusi?

Pärimuskultuur (kui välja arvata Viljandi folk) on ilmselt võrdluses alakajastatud, meelelahutuse ja kunsti vahele omakorda ei oska väga selget piiri vedada, mis ühele üks, see teisele teine. Pigem tunnen/ olen tundunud puudust nõ hõlmavatest kultuurikäsitlustest, mis kajastaksid paljusid valdkondi koos, vastasmõjus. Samuti - aga see on juba isiklik soodumus - näeksin lehes meeeldi rohkem kultuuripoliitikat, rahastamist jne käsitlevaid lugusid.

8. Kas *Postimees*/päevalehed üldse annavad mitmekülgselt kultuurilist infot piisavalt?

Ju siis annavad, kui lugeja üldjuhul ei nurise :)

Rahvusvaheline kultuuriruum:

- 9. Kuidas on Teie meelest muutunud Eesti rahvusvaheline kultuuriline ruum viimase 10-12 aasta jooksul? Minu uurimus viitab USA ja Euroopa ülekaalukale domineerimisele ning näiteks Ida-Euroopa piirkonna järjepidevale vähesele kajastamisele kultuurilugudes. Kas olete täheldanud mingeid erinevusi kultuurikontaktides Venemaaga?**

Kontaktid/ kajastused ida-suunalt on tõenäoselt tõesti muutunud harvemaks, Venemaast aeg-ajalt midagi kirjutatakse, aga nt Valgevene või Ukraina kultuurist on pilt ilmselt pehmelt öeldes udune. Samas - ka läänepoolsest (nii Euroopa kui USA) kultuurist loeme Eesti päevalehtedest ju vaid harvu killukesi, väita, et lehest saab mingilgi määral ülevaatliku pildi oleks ilmselt selge liialdus. Selleks tuleb surfata suuremates lehtedes. Teatud määral on see kindlasti imeväikese ja Euroopa keskmest kauge keeleruumi paratamatus, samas ei anna Eesti ajakirjandust hetkel kuidagi võrrelda ka nt Hesaritega, kes kajastab maailma kultuuri väga järjepidevalt ja pädevalt.

- 10. Kas mõningad regioonid/riigid annavad kindlate kultuurivaldkondade kajastamisel ilmselgelt enam tooni (näiteks filmis, teatris, kujutavas kunstis, muusikas)? Nt. ballett venemaalt, film USAst vms.**

Sõltub muidugi vaatepunktist. Väga üldises ja pinnapealses kontekstis: film - USA, popmuusika - USA, Suurbritannia, balleti puhul ei julgeks täna enam otseseost Venemaaga tõmmata, mõjud ja taustad on mitmekesisemad, vast ennekõike Belgia-Hollandi-Madalmaade rõhuga.

Globaliseerumine ja kommertsialiseerumine:

- 11. Kas on olemas „oma-“, „võõras-“ või „globaalkultuur“, mis võiks olla tunnused?**

Siia vist sobiks Pirandello pealkiri "Nii on (kui teile nii näib)". Ilmselt saab võrdse veenvusega tõestada nii võõra-oma-globaalse-lokaalse vastandlikkust kui samasust. Aga ma pole selles vallas kunagi tugev olnud. Minu jaoks on kultuurinähtuste puhul 2 märksõna, mida ma enda jaoks oluliseks pean: ehe ja uus. Täiesti asjassepuutumatu kommentaarina olgu lisatud, et üks peamisi põhjusi, miks ma kultuuriajakirjandusest lahkusin ja viimastel aastatel äärmiselt harva kultuuriüritusi külastan, oli ühel hetkel saanud arusaam: ma olen seda kõike juba näinud.

12. Minu uurimuse järgi on globaliseerumise ja kommertsialiseerumise tendentsid *Postimehes* vähenenud. Eeldades, et see representeerib tegelikkust- kuidas seletaksite sellist nähtust?

Olen veidi kõhklev globaliseerumise ja kommertsialiseerumise vahele võrdusmärgi asetamises. Ehkki teisalt - nagu elu näitab, ilmselt ei pääse me ühest ega teisest. Samavõrra ei oska tõmmata selget piiri kommertsia ja kunsti vahele. Teie küsimust kommenteerides oskan ehk vaid märkida, et ilmselt oli vahepeal üks ajajärk, mil "kõik müügiks" lähenemises mindi äärmuseni, nüüd on ühiskond veidi rahunenud, taas on selgeks saanud, et teater-muusika-kino ei sure ka omis vanades vormides ilmselt veel lähiajal ja kajastamised seevõrra rahulikumaks-tasakaalukamaks muutunud. Samuti - ilmselt on eesti ajakirjandusmaastik tänaseks leidnud teatud sisemise tasakaalu, turg on nishideks ära jaotatud, PM ja EPL tajuvad selgelt, et päris Kroonika-Justi mängumaale pole põhjust ega vajadust ronida.

13. Kas staarielu-artiklid on kultuur ning kas turismialased artiklid on pärimuskultuuri kroonika?

Kui igaviku silmis on igasugune kirjandus ajakirjandus, ju siis võivad staariartiklid ka kultuur olla (igaviku silmis muidugimõista). Veidi lühemas ajaperspektiivis - isiklikult ei arva, et nimetatud staariportreed tingimata eesti kultuuriajakirjanduse üldpilti tuleks arvata.

Lisa 5 Artiklid

1995 Postimees

3.jaanuar
Üksteist jaapanlast sõi ennast aastavahetusel surnuks
Jalgratta leiutamise sündroom
Üheksakümne viies
Salman Rushdie süvenev pagendus
Täht ilma kärata
10.jaanuar
Rooma paavsti ringsõit Aasias
Inimene ja ajastu
Sokikuduja, konservator ja klaverikunstnik
Peter Greenaway: olen intellektuaalne ekshibitsionist osa 1.
18.jaanuar
Holland tahab maad mereks muuta
Shveitsi teadlane Dominik Müller: Shveits on kummaline maa
Mäng. Ilu. Tühjus
Eestlate kaitseks ehk Pühadest, kultuuriarhetüübist ja muudest mõtetest
27.jaanuar (26. asemel, puudus arhiivist)
Filmikunsti 100ndat aastapäeva varjutavad mured
Kosmiline on koomiline
Saaga maa ja mere tagant
Antropoloogia arheoloogia IV
Leo'n'hard? Aga tema kutsikad?
3.veebruar
Mozarti sünnimaja taas lahti
Põhjamaade kirjanduspreemia Islandisse
Berliinis tuleb tähesadu
Antropoloogia arheoloogia V

11.veebruar
...
Ringtants rahakatla ümber
13.veebruar
Zvon -kutse estetiseeritud mänguruumi
Tegevuspaik Berliin
21.veebruar
Ajakirjanikuna Tsetseenias.
Uus või ununev?
Kuidas kala näkkab
Postist Postini
1.märts
Rio karnevalil jõudis peomeeleolu haripunkti
Aafrika-ihalus
9.märts
Claudia Schiffer ei kannu enam ehtsaid karusnahku
Fuga Saksamaa teemal
17.märts
Kunst, mida me tarbime
Asfaldi all on rannaliiv
25.märts
Tahad armastada ema, vihka Jumalat!
Must kroonika
27.märts
Helsinki Biennale '95. Interpretatsioonilised avarused
Berliner ensemble kõnnib kuristiku serval

4.aprill
Michael Jacksoni lauluga peletatakse Indias metssigu
Serbia püüab mainet parandada
Kesk-Aasia:valik stabiilsuse ja vabaduse vahel
Koreograafia kõrgem matemaatika: 3-1
Kui absurdne võib olla absurd?
12.aprill
Prantslased näevad islamifundamentalismis suurt ohtu.
20.aprill
Poolakad ja vene keel
Asju koos hoidev pinge.
28.aprill
Subkultuur: Scene.
Päri-ja vastukarva.
Kultuuri püsivus.
6.mai
Kuujönes-jaapani lastelood Tartu Lasteteatrit.
8.mai
Hiigelmembraal,mida ehitati aastakümneid.
Mõistmisest, mittemõistmisest ja hammastest.
16.mai
Maavalla koda-mis see on?
Areenilt kõrbesse.
Kunsti kiituseks
24.mai
Miks sa astusid parteisse?
Balti Ekspressiga maailmateatri manu
Ära ütle kes on mõrvar

1.juuni
Neevalinn pidutses, turismihooaeg Sankt Peterburgis on alanud.
Ääremärkusi Poola teatrifestivalilt.
9.juuni
Klaveriga vaikselt ookeanil.
Maski ees ja maski taga.
Merevaiguhoovused.
17.juuni
Sotši-elamusi pakkuv kuurortlinn.
Aken Euroopasse.
Manerism. Manerismi eetika ja teoloogia.
19.juuni
-
27.juuni
Corrida.
Ühel ilusal ööhakul. Andre Breton
....Robert Desnos
Vangistatud mõte
Muljeid püramiidi alumistelt korrustelt
5.juuli
Jane Gingell: barokktantsus peegeldusid inimeste positsioonid ühiskonnas ning universumi jumalik korrastatus.
Vaga nunnakese armuke.
Lobe värsiveeretaja contra sotsiaalne luuletaja.
13.juuli
Paljad naised tulevad.
Elektrifikatsioon maal.
Terveteadmine ja poolepealteadmine.

21.juuli
Paljurahvuselistes Singapuris püütakse jõuda kokkuleppele heade kommete suhtes.
Uued provintsimuuseumid ja kaunid kunstid.
Tuulest viidud.
29.juuli
Euroopa Liidus usutakse ühe vähem jumalat
Nägemus Pesunaise hukkamisest-sündmus ehk üks müüt.
31.juuli
Dresdeni Jumalaema kirik taastatakse 2006.aastaks.
8.august
Kontsertmõistatus jaapanlannaga.
Õilsa kõlvatuse kiituseks?
16.august
Ajaloo vabrik ja Artell Saaremaal.
Aafrika, Pariis, Pühajärv.
24.august
Clevelandis avatakse peatselt rock'n'rolli muuseum.
Prantsuse köök versus fast food.
Mis on semiootika(ga)?
Rembrandti visandid on hävimisohus.
1.september
Rumaluse tunnused.
Aeg-luup ja kaja -lood.
9.september
Vaesena võõral maal.
Ajalugu algab juba täna hommikul.
Helsingin Juhlaviikot'95.Heiner Mülleri juhtum.

11.september
Miss Internationaliks valiti norralanna
Väga maru aruga karu.
19.september
Mida ma tean?
27.september
LAVi suulude provintsis leidis aset veretöö
Olla keegi teine.
Rettigi palee: uus muuseum Turus.
5.oktoober
Peter Sellars contra postmodernistlik hamburger.
Mäng, mis rikastab elu.
13.oktoober
-
21.oktoober
Kui kõnelevad kahurid.
Milan Kundera:kunstniku püha õigus.
23.oktoober
Oi-oi oinalugu
Kuidas võita sõpru ja toetada vaenlasi.
Iroonia müüb.
31.oktoober
-
8.november
Luukere
Mobile 1.ehk vaataja haarab kirve.

16.november
Grand pas.Pavarotti surm.
Romantismi hävitaja.
Lüneburg.Lübeck.Tartu.
Küsimus rütmist.
24.november
Vägivald massimeedias mõjutab laste agressiivsust.
Eesti rahvusluse soomeugrilikud mõõtmed.
Hiina püüab leida Tiibeti juhtvaimuliku taaskehastust
Uus konstruktsioon.Sõna surm.
Armasta mind, mina hüüan appi.
Kruiisile kahega.
2.detsember
Peegeldatud poeese:
Teadusfilosoofia ja klamehed.
Ahvatlsevad püünised.
4.detsember
Kukkumise eelaimus
Oo, kaunis heli, sa viibi veel.
12.detsember
Vea vari
Kui vaid mäletaksin.
20.detsember
Vastasseina nael.
28.detsember
Objektiivsuse olematus.
Kokku 130 artiklit

1995 Postimees Extra

11.veebruar:
Traditsiooniline meditsiin ei ole traditsiooniline
Valgel mehel viskab üle
Jaapanlanna tegi magistritöö eesti keeles
Roll over Vivaldi
Rubriigid: Popsünnad ja Tsiklimees
Hollywoodi kauneim noorpaar
Ives Saint Laurent ajatu elegants
Venemaa rikkad naised
25.märts
Ka Eestist võib leida supermodelli
Punastest Sänikaeltest
Tsiklimees
Kivililled ja talvemunad?
Püha õhtusöömaaeg: Pizza??
Me ei vihka mustanahalisi, me vaid armastame valgeid??
Reis: Saksamaa
6.mai
Bruno O'Ya näitab oma elu
Armastab, ei armasta....armastab
Rubriik: Tsiklimees
100000\$ lepingu võitis 15aastane Helen Sürje
Eesti neiu Ketlin Priskus tõi rahvusvaheliselt iludusvõistluselt tiitli
Sharon Stone: Väliselt vanamoodne filmidiiva
Hansalinn Köln
Nädal Nuubia kõrbe väravas.
Koonus ja muna on kosmilised sümbolid
17.juuni
Pisarad ja mahenukker Rock'n'Roll

Maagilised näod:väikestest puudustest saavad voorused
29.juuli
Mis värvi on muusika?
Folkmuusika suvine pealinn Viljandi
Kas Vaenlasega voodis on Julia Robertsi parim film?
Doktor Frankensteini saatuslik eksitus
Volditult värvitud kardin
Thierry Mugleri loov hullus
Chris Isaak ei tohi üksi koju jääda
Kuulsuste veidrused
Tsehhimaa
Vanessa Williams
Paberossid „Ermitaz“
Õhupalliga ümber maakera
Dylan Thomase kiri müüdüd
9.september
Noor, noorem ja lootusrikkalt veel noorem
Muusikafestivalil Inglismaal tegid ilma eestlased
Clevelandi rokimuuseumis elustus ajalugu
R.E.M on kuri maiustuse reklaami peale
Vähk murdis Velvet Undergroundi basskitarrist.
Rob Roy, mees, kellest sai legend
Robotinimeste aeg on tulnud
Larry Drake: tööli maniakk, kodus eeskujulik pereisa
Trendid Helsingis ja Tallinnas
Marilyn Monroe: arglik väike tüdruk
Reis: Tai kuningriik
Kas loodus võib soodustada kirjutamist?
21.oktoober
Flöödi uuenemine võttis aega kolmsada aastat
Vapper ja ilus Eric Forrester kohtus Tallinnas austajatega
Reede kolmteist, Motörhead

Morten Harket ennustab A-ha uut võidukäiku
Varjatud ilu vaka alt välja
Sandra Bullock: minu armuelu on katastroof
Reis: Alpid
Ilon Wikland on kogu aeg joonistanud Haapsalut
2.detsember
Odav kraam, lihtsad inimesed
The Beatles
Sügisel elavneb veinielu
USA rahvuspargid
Kokku 63 artiklit

2005 Postimees kõik artiklid

3.jaanuar
Eesti koor astus üles Lu1embourgi ooperis
Festivali kõrghetked ehk punktile i alla – lõppakord
John Adams – kas oled sa uneskõndija või vallutaja?
Inimesed või jumalad
11.jaanuar
Soome nüüdisarhitektuuri õppetund kulub ära meilegi
«Pool südant on sinimustvalge»
Anderseni auks korraldatakse Eestis mitu lastevõistlust
Põhja-Korea võitleb pikkade juuste vastu
19.jaanuar
Isa! Mu isa! Miks sa mind oled jätnud?
New York Times kiitis Anu Tali kontserti
Bob Marley põrm igatseb Etioopiasse
Pet Shop Boys käis salaja Tallinnas

27.jaanuar
Hiinlased ehitasid Siberisse vene näidisküla
Vali klassikaline muusika, vali kord
Ellujäämise kunst Korea moodi
Eesti seosega film sai Rootsis neli auhinda
Rock Café's esineb tuntud USA jazztrompetist
REM ei pääsenud üle Vene piiri
Eesti seosega film sai Rootsis neli auhinda
4.veebruar
New Yorgi leht Eestit täis
Meediaarvustus: Lugusid läinud aegadest
Mägine Šveits – väike, aga tubli
Kuidas ka ei püüa, välja tuleb ikka nagu alati
Reisifotovõistluse parimad selgunud
Valgustablood armunute päralt
Britid hädas mustlastega
Katar tahab saada turismiriigiks number üks
12.veebruar
Lahkus USA tuntumaid näitekirjanikke Arthur Miller
Hollandis on 1000 islamiäärmuslast
Saksamaa kahepalgeline mäng kodakondsusega
Millist vandenõu valida?
Positiivne kangelanna Hanna-Liina
Etiopias tähistati Bob Marley 60. sünniaastapäeva
Itaalias keelati «usuvastane» reklaam
Hiinas anti välja kullast ajaleht
Uued plaadid
14.veebruar
Meie mees Berliinis
Abba andis taas kontserdi
«Tähesõdade» viimane film on lastele keelatud

Ilmuma hakkas uus ajakiri B East
Totaalne tsirkus
22.veebruar
Kolbad näitasid inimsoo 200 000 aasta vanust
Itaalia keel kaotab Euroopas mõjujõudu
Lavastaja mõte: Viimase poole aasta palved ja paast...
Meediaarvustus: Soome andis alla
Iiri peo tegid eesti õlu ja kartulisalat
2.märts
Kära karikatuur-Jeesuse ümber
Moslemitüdruk sai briti kohtult õiguse islamirüüd kanda
Ungaris on esimest korda rohkem vallalisi kui abieluinimesi
Fossett on läbinud poole teekonnast
Sakslane avastas suurima algarvu
Egiptuses leiti 2600 aasta vanused muumiad
Sakslane avastas suurima algarvu
Bill Gates lüüakse rüütliks
Clint Eastwood tuntud headuses
Maarja-Liis Ilus osaleb muusikalis «Cats»
Jaapani observatooriumid otsivad märke maavälisest elust
Unistuste maja vulkaanide vahel
10.märts
Eesti kinopilet on üks maailma kallimaid
Egiptuse lapsvaaraod Tutanhamonit ei mõrvatud
Estonia hukk jõuab Discovery kanalile
Mudist täidab Helsingi kunsthalli
Jacksonit ahistamises süüdistav poiss tunnistas kohtus
West Side'i kassid ja Vanemuise kannel
DVD on vahel – ajakirjal TMK
Valgesse majja pääses esimene netiajakirjanik
Cannes Lions 2005 filmi, pressi & välimeedia žürii on välja kuulutatud

18.märts
Soome muuseumist kadusid Goya graafilised lehed
Seebiseriaal «Naabrid» saab 20-aastaseks
Ülekaalulisus langetab ameeriklaste keskmist eluiga
Vanemuine tantsib suveöö unelmaid
Apelsinid, hõbe ja vaibad – kõik kokku Maroko
26.märts
Vene miljonär aitas Lotmani arhiivi Eestisse jätta
Eesti eurolaul võistleb Kiievis 12ndana
Mitmed USA kinod evolutsioonifilmi ei näita
Kevad lõhnab teisiti
Vananevad geišad saavad toetusi
Uued plaadid
Euroopa pööraseim maja
Vene enda «Tuulte pesa»
Hooaeg šopahoolikute paradiisis Dubais
28.märts
Pödur paavst õnnistas Rooma tulnud usklikke
Monaco vürst rainieri seisund stabiliseerus
Pisa linn saab teise «viltuse» torni
Eesti näidend ilmus Venemaa näidendite kogumikus
Vähem ballett, rohkem multimeedia
ETVs algas prantsuse ja saksa filmide nädal
Kommentaar: Eesmärgita kangelastegu
5.aprill
Suurbritannia ja Hispaania vaidlevad uppunud aardelaeva üle
Talupoja hämar unenägu
Pepeljajevi Dostojevski-tõlgendus tõi NO-teatri puupüsti täis
Kravitzi konterdile 2000 lisapiletit
Lugemisega aega säästes III: Juri Lotmani «Filmisemiootika»
Meediaarvustus: Järjekordne miljonijaht
ETV näitab aprillis Põhjamaade menufilme

13.aprill
Saudi Araabias keelati sunnitud abielud
Märkusi Venemaa teatrifestivalilt
Klavdij Slubani näitus ERMis
Kui kõik jumalad on meilt lahkunud...
«Kuldne mask» tuleb oktoobris Tallinna
Britney Spears ootab last
Kevadine aiamesse Helsingis: põhjamaa aprikoosid ja lõputu suvi
21.aprill
Paavst andis lubaduse kristlased ühendada
Benedictus XVI tekitab USAs vastakaid tundeid
Michael Moore asutas sõnavabaduse stipendiumi
Teadlased leidsid Egiptusest iidse «surnute linna»
Noori kunstnikke toetades on võimatu eksida
Metseen – kas kaduv tõug?
Eesti trompetist NATO bigbändist
Mehed on tegijad, jee!
Meediaarvustus: Vahatamise vangid
USA paneb autoriõiguste rikkujaid vangi
Sting läks turneele USA ülikoolidesse
Leonard Cohenist võib saada Nobeli kirjanduspreemia nominent
Benedictus 1VI raamatud juhivad Saksamaal müügedetabeleid
29.aprill
Veerand sajandit Hollandi troonil
Edvard Munchi maal «Karje» võib olla põletatud
Po La Bwam, Coco
Pepeljajev mängib märkide teatris ustega
Avishai Coheni muusika loomulik ilu
Estonias kõlab juudi rapsoodia
Eestis esilinastub film Hitleri lõpupäevadest
«The Beatles» laialimineku kiri läheb oksjonile
Amsterdam – linn, mis võidab kõik südamed

Subkultuuri pilastus on vaimne terrorism
7.mai
Iraagi sõda laastas sumerite pärandit
Pastacas hüüab Tokyos: «Bellamor on hambus!»
Prima Vista tõi kirjanduse tänavale
Tead(v)use ääreala fantoom
Sten Nadolny Tartus
Läheme imelikuks...
Nii sünnib ooper
Eestilt 12 punkti
Moodne elu
Nädalavahetus Moskvas 33 tunniga
David Hasselhoff valiti indialaste lemmikstaariks
USAs tehakse Jeesuse-lõhnalisi küünlaid
Pariisis pakutakse iluravi šokolaadivannidega
Uued plaadid
Blockbuster meistri kallal
uued videod
9.mai
Hamlet lõpetab filmiprogrammi koolinoortele
Meeletu dzhässpianist esineb estonia konterdisaalis
Paavst kutsus meediat vastutustundlikkusele
Oma ajastu trendilooja Angelika Kauffmann
17.mai
Suntribe kiikas Kiievis kirikusse ja šoppas turul
Hiina fossiilid kõigutavad Aafrikast pärinemise teooriat
Therapy? – ehe rock
Von Trier ajab oma asja edasi
Pavarotti lahkumiskontsert Pariisis on välja müümata
Noorte jazzipäev Pelgulinna
Meediaarvustus: Väike vaade tulevikku
Lõuna-Aafrikas muudetakse inglise keel valikõppeaineks

Kylie Minogue'il avastati rinnavähk
25.mai
Jaapanlased tutvustavad koduroboteid
Itaalia ajakirjanikku süüdistatakse moslemite solvamises
Lähis-Ida demokraatia kevad
Hiina nõuab Yasukuni templi hülgamist
Kevadjazzi lõpetab brasiilia bossanoova
Identiteet või kostüüm?
Anderseni nädal toob muinasjutud raadiosse
Salaallikad lähevad surve alla
USA osariikides kehitvad siiani kummalised seadused
Ladina-USA riigid loovad CNNile konkurenti
Kamille Saabre maaliks kirjuks ka välisseinad
2.juuni
Vilniusest saab Euroopa kultuuripealinn
Baikonur tähistab 50. sünnipäeva
Muusika, mis tuli taevast
Detroidi orkester teeb kummarduse Neeme Järvile
VAT Teatri «Kalevipoeg» võitis Venemaal peapremia
Filmiajakiri «Empire» valis parimaks režissööriks Spielbergi
Nottingham kaotas linna vapilt Robin Hoodi
Sherlock Holmesi koopiad juhivad edetabeleid
Varastatud Munchi maalide leidja saab autasu
10.juuni
Ja vabad mehed ongi need kõige ja kõigist suuremad ketserid?!
22 Pistepirkko – veider põhjamaisuus
Jatsiv nädalalõpp Nõmmel ja Sael
Club UK toob Eestisse Talvin Singhi
USA koomiksitööstus võtab üha enam eeskuju Jaapanist
Hiinas avati maailma suurim ostukeskus
Vorkuta linnapea plaanib Siberis šokiturismi arendada
Malaisia – romantiline ja ultramoodne paradiis

Turistid tunglevad Ida-Euroopasse
18.juuni
Paris ja Nicky Hilton toidavad kõmupressi
Venemaal elab pool tuhat amuuri tiigrit
Munchi muuseum Oslos on taas avatud
Laps leidis varastatud Rodini skulptuuri põõsast
Tom Cruise'i tüdruksõber hülgab katoliku kiriku
Hitleri autogrammiga «Mein Kampf» müüdi pea miljoni eest
Näitleja Sean Penn proovis Iraanis kätt ajakirjanikuna
Balkani prints kui estraadilava
Suur ajalugu väikeriigi silmade läbi
„Da Vinchi kood“ -bestseller või keelatud kirjandus?
Gaarderi udused metsad
uued plaadid
uued videod
20.juuni
«Kurjast vaimust vaevatud» nunn suri ristil
Marco Polona Veneetsia biennaalil
Batman Begins – filmisümboli sünd
Maalil olev pärl paljastas Raffaeli armuafääri
USA moefotograafid tulevad Tallinna
Kas te ise ka vaatate?
Ameeriklaste seas väheneb kino populaarsus
Venemaa püüab muuta luurajate imagot läbipaistvamaks
Tom Cruise pritsiti esilinastusel veega märjaks
Madonna kirjutab oma raamatule «Inglise roosid» järje
28.juuni
Algas Johannes Paulus II pühakuks kuulutamise protsess
Kõigi aegade suurimaks ameeriklaseks valiti Ronald Reagan
Tom Cruise'i sõnad pahandasid USA psühhiaatreid
Hollandi uus printsess sai nimeks Ale1ia
Prantsuse rahvusraamatukogust kadus 30.000 teost

Hiinas on enam kui sada miljonit internetikasutajat
Jane Birkin – filmi ja popi omapärane süntees
Birkini moodne «Rendez-vous»
Režissöör Peter Jackson süüdistab filmikompaniid pettuses
Päevavalgele on ilmunud uued teooriad Rappija Jackist
6.juuli
USAs võis inimene elada 40 000 aasta eest
Soomlased on solvunud Chiraci nalja peale
Berliini müüri memoriaal lammutati
Triatlonistid kindlustati Loch Nessi koletise vastu
Lloyd Webber müüb neli Londoni teatrit
Raimond Valgre kohtus Pärnus bhangraga
Meediaarvustus: Võta prillid ära!
Hispaania linn kattis tänavad libisemisvastase ainega
14.juuli
Venemaa koolides taastatakse sõjaline algõpetus
Britid valisid tähtsaimaks filosoofiks Karl Marxi
Tokyo linnapea solvas prantsuse keelt
Suurbritannias kasvatatakse aprikoose
Jordaanlased kardavad terrori sidumist islamiga
Stratfordis mängitakse aastaga kogu Shakespeare
«Harry Potter» tuleb Tallinnas öömüüki
Brad Pitt põeb viiruslikku meningiiti
Wesley Snipes jäi valepassiga vahele
Paavst ei kiida heaks Harry Potteri raamatuid
22.juuli
Digikunst galeriidesse ja veebi
Skandinaavlased folgil
BBC tootis teleajaloo ühe kallima seriaali
Meediaarvustus: Rahvaste lepitajate leht
30.juuli

Tavalised pommipanijad naaberkorterist
Mäng «Lemminkäinen» – eheda ürgpungi ilming
Miks kõneleme muudkui seksist?
Eepos, mis pandi kirja 20. sajandi keskel
Nii hea, nii hea
Baaride linn Donostia Baskimaal
Laliya pakub Piritat maailmasegadust
Folgilt leiab sõpru ja teletupse
julge lennuga linalakk
uued plaadid
uued videod
1.august
Kolmveerand folgiteed
Kas poogen käis folgil?
Algab eestikeelse Harry Potteri tellimine
9.august
Suri Ibrahim Ferrer
Seksuaalvähemuste filmid Sõpruses
Soomlasest geenius kõnetab kuulajat
Võitluskunstimuuseum kunstigaleriis
Alice Cooper Eesti rokipublikut ei heidutanud
Meediaarvustus: Sõjaprintsess & sõbrad
Lahkus suure telekolmiku viimane liige
Venemaal pole raha Moskva Suure Teatri renoveerimiseks
Phil Collins annab Tallinnas lisakontserdi
Chicagos avati kalade «hotell»
17.august
Venemaal süveneb paranoia külaliste suhtes
Amsterdamis lasti vette jäätisepulkadest viikingilaev
«Hairspray» garanteerib vaatajale hea tuju
Estonia esines Rootsi metsade vahel
Kalj järvel mängib Rootsi filmis peaosa

Helsingis lähevad lahti pidunädalad
Eesti muusikud maailma suurimal klassikafestivalil
Sõpruse kino toob ekraanile erootilise draama
Lapin, suprealism ja tema superstaarid
Meediaarvustus: Tahad staariks? Teeme!
Eesti päritolu naine tõmbab meediaäri niite
25. august
Laibach piirideta riigist
Miloš Forman plaanib filmi Francisco de Goyast
Mehhiko narkolinn pakub turistidele politsei eskorti
Telesari «Rooma» lööb laineid juba enne esilinastust
2.september
Lõuna-Aafrikas müüakse veini pimedatele
Nädalavahetusel keeb Tartus elektroelu
Rain Tamm imetleb Rwanda lapsi
Picasso keraamika pannakse oksjonile
Maailma edukaim helilooja oli gershwin
Eestlaste tööd pääsesid Euroopa meediafestivalile
Eestis algavad Kalevala ainetel kungfu-filmi võtted
«Seksi ja linna» autor avaldas uue raamatu
Göteborg – väike linn võimsa haardega
Põhjast Bukaresti
Jaapanlased näevad Eestis uut turgu
10.september
Kommentaari: Õppetunnid Hollandist
From Russia with love
Pelevini muutumatu Venemaa
Pulmad Egiptuses
uued plaadid
uued videod
12.september

Sloveenia pelgab euro tulekul kõrget kütusehinda
Eesti katoliiklaste piiskop tahab kirikut tavainimesteni tuua
Mehhiklased pöörduvad tequila juurest veini juurde
Saddam Hussein jäi kooliprogrammist välja
Hong Kongis avati Disneyland
«Othello»-ooper kui sotsiaalne sündmus
Veneetsia filmifestivali võitis kauboi-armastuse lugu
Foto või illustratsioon, valik on meie
Meediaarvustus: Desperaatne hüperbool
Anthony Hopkins kehastab kihutavat pensionäri
Veneetsia filmifestival vaevleb rahahädas
20.september
Rõivafirma H& M lasi Kate Mossi lahti
Prantslased nadivad aina vähem veini joomist
Vanemuise tantsijad ja lauljad käisid end Soomes tuulutamas
Klaus Härö filmis avaneb Soome kibe ja mahavaikitud ajalugu
Algamas on vene filmi Eesti-paraad
Arvo Pärt, Wolfgang Amadeus Mozart ning Häälte Teater
Emmy-tseremoonial võidutsesid HBO ja ABC
Johnny Depp sai Hollywoodi betooni oma jäljed
Status Quo hoiab Briti singlite rekordit
Anne Veski mängib Vene telesarjas iseennast
28.september
Festival on läbi, elagu festival, armastus ja anarhia
Tubli ja täiskasvanud
Hüperrealism tuleb tagasi, jälle kord
Mihkel Poll võistleb EBU talentide konkursil
USAs antakse uuesti välja Springsteeni läbilöögialbum
Elton John kirjutas vampiirimuusikali
Kaheksa inimest mõisteti filmi «Star Wars» varguses süüdi
6.oktoober
Valentin Kuik kirjutab filme, vahel jõuab mõni ekraanile ka

Sõjast ja naistest 60 aastat hiljem
Läti parim mängufilm on «Veepomm paksule kõutsile»
Deep Purple esineb taas Eestis
VAT-teater mängib Shakespeare'i «Tormi»
Pilt ja sõna
Meediaarvustus: Teatult kadunud
Kataloonia taotleb suuremat sõltumatust Madridist
Gerard Depardieu ründas paparazzot
Briti Nõukogu riputab oma kunstikogu internetti
Stevie Wonder võib nägema hakata
Cruise'i kihlatu Katie Holmes ootab last
14.oktoober
Moldova vajab, et Euroopa teda usuks
Harold Pinter sai kirjandusnobelistiks
Jelinek lõhkus akadeemia liikmeskonna
Eia Uus vormis kasvamise piinlikkuse romaaniks
Eksnaine paljastab Lennonit
Bookeri sai iiri kirjanik
Nikita Mihhalkovi filminädal kinos «Sõprus»
«Chewbacca» saab USA kodanikuks
Eric Clapton avaldab elulooraamatu
Uueks James Bondiks valiti Daniel Craig
Ventspils – lõunanaabrite uhke merevärav
Kogenematud eestlased saksa saunas ehk salapärane F.K.K
22.oktoober
Eestist jäi Pakistani sügav jälg
Originaalne olemine on intellektuaali needus
Vene elu ja vene hing
Ood plekk-kastimajade «moodsale» Jamaicaale
Kommentaar: Kõik need uued rokkbändid
uued plaadid
uued videod
Liikuv pilt vihmases Amsterdamis

Kõmuline raadiomees nihutab piire
Saareroad Turu kandist
24.oktoober
Veidrad asjad ühes kummalises kohas
1.november
Hiina arheoloogid leidsid eelajaloolise observatooriumi
Taani moslemid nõuavad islami mõnitamise lõppu
Prostituudid ohustasid Teises maailmasõjas liitlassuhteid
Festival, mis uitab kunstide vahemaastikel
Ja juttu jätkub kauemaks
Tartu noorte maalid ehivad kauget Portugali linna
9.november
Teksaslased hääletasid homoabielude vastu
Muusika nobeli saavad Led Zeppelin ja Gergijev
Filmides avaneb Saksa ja Austria ajalugu
Teadvuse ja alateadvuse ühisheli
Woland, Peemot ja Fagott ilmutavad end Tallinnas
Hiigelmõõtmega NYJD-festival
Heavy metal-nonstop
«Meeleheitel koduperenaiste» näitleja vallandati
Phil Collins kaalub Genesisi kokkukutsumist
17.november
Üle muusika, meemeres ja -taevas
USAs kirjastus avaldas bin Ladeni «kogutud teosed.»
Katariina Suure teemantkee pannakse oksjonile
Jazz'n Motion vol 7
Gob Squadilt festivalile väärikas punkt
Meediaarvustus: Varjamata reklaam
Anthony Hopkins saab elutöö Kuldgloobuse
Ozzy Osbourne kirjutas muusikali Rasputinist

25.november
Moskva müüs stalinistliku hotelli hiigelsummaga
Christopher Hitchens – tõsiusklik mees
Philip Roth: müüt või tegelikkus?
Monarhist Joseph Rothi kadunud maailm
Meediaarvustus: Julge Julgi
Elton John abiellub
Tšiili lapsmuumiate saladus leidis lahenduse
3.detsember
Norra kroonprintsess sünnitas poja
Kultuurikomm kultuuripommist
Pop-projektiga maailma murdma
Armastus ja kosmosebiit
Waltari taastulek
Hokimatš, mis muutis maailma
Eve Mutso reklaamib Šoti balletti
Tiina Lokk anastab Euraasia. Heas mõttes
Essee: Tulevikumälestus Eestist
uued plaadid
Kaitsetud lapsed
5.detsember
Hiina nõudlus elevantiluu järele ohustab aafrika elevant
Norra väike prints saab nimeks Sverre Magnus
Hispaania rokibänd reklaamib end natside vormimütsi kandes
Tulemusest, filmis ja vutimängus
Ellu jäävad ainult maniakid
Soome looduserootikat Vaal Galeriis
Väljavalituse tunne
Meediaarvustus: Ei taha õnne kauba peale
Eestlased avasid Leedus kinoketi
Lenny Kravitz plaanib omanimelist rõivafirmat
Roomas saab näha maailma ühte esimest jõulustseeni

13.detsember
Saudi prints annetas USA ülikoolidele islami õpetamiseks miljoneid
Baltoscandal 2006 lubab Iraani ja Liibüa teatrit
Heliplaat ja jõulukuu kingikott
Peter Jackson täitis King Kongi filmiga lapsepõlveunistuse
Näitleja Chris Rock loobub Oscari gala juhtimisest
Colin Farrell läks võõrutusravile
21.detsember
USA kohus keelas koolis kreationismi õpetamise
Euroliid toetab ainsat sõltumatut Valgevene ülikooli
Elton John «abiellus» David Furnishiga
Teleteater kohtub Disneylandiga, kuid ära söödud saavad kõik
Jaapanis leiti haruldasi Disney animafilmide katkeid
Charlize Theron keeldus Bondi-tüdruku osast
Tallinnas annab kontserdi maailmakuulus Simple Minds
29.detsember
«Birdy» esitab küsimusi
Sada aastat on ringiga tagasi – broomõlitehnikana
Chirac üritas filmi «Da Vinci kood» tegemistesse sekkuda
Venemaal valmis romaani «Meister ja Margarita» põhjal teleseriaal
Kokku 427