

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

Eesti sotsiaalsete gruppide representatsioon meedias
Eesti Päevalehe näitel

Bakalaureusetöö

Signe Kaurson

Juhendaja: Maarja Lõhmus (PhD)

Tartu
2005

Sisukord

1. SISSEJUHATUS	4
2. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD	6
2.1. TEKST, TÄHENDUS, KONTEKST, KULTUUR.....	6
2.2. SOTSIAALNE RUUM, SOTSIAALSED GRUPID.....	11
2.2.1. Sotsiaalne ruum, sotsiaalse grupi määratlemine.....	11
2.2.2. Sotsiaalsete gruppide vahelised suhted.....	15
2.3. SOTSIAALSETE GRUPPIDE REPRESENTATSIOON.....	17
2.3.1. Gruppide omadused ja selle tähendus.....	17
2.3.2. Sotsiaalsete gruppide mõju eripärad.....	18
3. TÖÖ EMPIIRILINE MATERJAL. UURIMISKÜSIMUSED, VALIM, MEETODID	23
3.1. UURIMISKÜSIMUSED.....	23
3.1.1. Kontentanalüüsi uurimisküsimused.....	24
3.1.2. Kvalitatiivse meediatekstide analüüsi uurimisküsimused.....	24
3.2. UURIMISE MATERJAL EHK VALIM.....	25
3.3. MEETODID.....	27
3.3.1. Kvantitatiivanalüüs. Kontentanalüüs.....	27
3.3.2. Kvalitatiivanalüüs. Põhistatud teooria.....	30
3.3.3. Analüüsija positsioon.....	31
4. UURIMUSE EMPIIRILISED TULEMUSED	32
4.1. KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED. SOTSIAALSETE GRUPPIDE REPRESENTATSIOON.....	32
4.1.1. Seoseid ajalehe struktuurilise ülesehitusega (rubriik).....	35
4.1.2. Seoseid objekti (kõnealune) ja subjekti (kõneisik) vahel.....	37
4.1.3. Seoseid objekti (portreeritav) ja teema vahel.....	39
4.1.4. Representatsiooni seoseid kujunduslike elementidega (fotod ja pealkirjad).....	40
4.1.5. Indikaatorite omavahelised seoseid objekti representatsioonil.....	42

4.2. KVALITATIIVANALÜÜSI TULEMUSED. POLIITILISE VÄLJA JA SOTSIOKULTUURILISE VÄLJA REPRESENTATSIOONIDE ANALÜÜS.....	46
4.2.1. RIIGI TOIMIMINE. POLIITILINE VÄLI JA POLIITILINE KAPITAL.....	46
4.2.2. SOTSIALISEERIMINE JA SOTSIAALSFÄÄR.....	57
4.2.2.1. Sotsiokultuuriline väli ja sotsiokultuuriline kapital.....	57
4.2.2.2. Majandusväli ja majanduslik kapital.....	69
4.2.2.3. Sotsiaalsfääri representatsioonid.....	74
4.2.2.4. Sümbolne kapital. Meediaväli.....	76
4.2.3. SOTSIODEMOGRAAFILISTE STRUKTUURIDE REPRESENTATSIOONE.....	77
4.2.3.1. Elukohaga seotud liigitus. Maainimesed versus linnainimesed.....	78
4.2.3.2. Rahvuslik liigitus. Eestlased versus mitte-eestlased.....	80
4.2.3.3. Vanuserühmade (ja generatsioonide) representatsioonid. Noored versus eakad.....	81
4.2.3.4. Sooline liigitus. Mehed versus naised.....	85
5. DISKUSSIOON.....	90
6. KOKKUVÕTE.....	96
7. SUMMARY.....	100
8. KASUTATUD KIRJANDUS.....	102
LISAD	
Lisa 1. Kontentanalüüsi kodeerimisleht	
Lisa 2. Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend (2 lk)	
Lisa 3. Sotsiaalsete gruppide ja objektide kajastamise sagedus	
Lisa 4. Sotsiaalsete gruppide representatsioon rubriikide lõikes	
Lisa 5. Objektide (kõnealuste) ja subjektide (kõneisikute) representatsiooni seoseid	
Lisa 6. Sotsiaalsete gruppide representatsioon teemade lõikes	
Lisa 7. Foto kasutamine sotsiaalsete gruppide representatsioonil	
Lisa 8. Pealkirja suurus sotsiaalsete gruppide representatsioonil	
Lisa 9. Indikaatorite omavahelised seosed objekti representatsioonil	
Lisa 10. Kontentanalüüsi kodeerimistabel (27 lk)	

1. SISSEJUHATUS

Meedial on väga oluline mõju ühiskonnas toimuvatele protsessidele ning nende mõtestamisele, kuna meedias esitatu kujundab ühiskonna liikmete arusaamu ja suhtumist. Väga taunimisväärne on, kui meedia kommertslike eesmärkide saavutamise nimel läheb lihtsamat teed, tegeledes vaid nende sihtrühmade või teemadega, mis võimaldavad tekitada skandaale, püüavad haarata laiade rahvakihtide kõrgendatud tähelepanu ning mis eelkõige aitavad tõsta väljaande läbimüüki. Sellega meedia kommertsialiseerub ka ise ning muutub nendesamade sihtrühmade poolt üha manipuleeritavamaks. Pseudoprobleemidega tegelemise kõrval jäävad aga tähelepanuta teised, tihti ühiskonna ja tema tasakaalustatud arengu seisukohalt palju olulisemad teemad või sihtrühmad, mistõttu paratamatult nende sihtrühmade võimalused end ühiskonnas ning avalikus sfääris esindada vähenevad. Eesti meediapilti tervikuna kritiseeritakse üha enam ühekülgsuse ning skandaalimaigulisuse pärast, kollase ajakirjanduse kõrval tehakse etteheiteid ka nn. kvaliteetlehtedele. Kui kollast ajakirjandust peetakse peamiseks äärmuste esitlejaks (rikkad ja ilusad versus kurjategijad ning kodutud) ning see ongi nende puhul taotluslik, siis kvaliteetajakirjandus peaks siin positiivselt eristuma.

Meedia representatsiooni on Eestis uuritud peamiselt kitsamate sotsiaalsete kihtide või gruppide kaupa – “võitjad” ja “kaotajad”, “naised”, “spordikangelased”. Nende uuringute valimi kaalukauss on kandunud suures osas kollase ajakirjanduse kasuks.

Oma empiirilises uuringus olen seadnud fookuse sotsiaalsete gruppide terviklikule ja nende samaaegsele kajastusele ja meediakujutise iseloomule. Meediakanali osas olen samuti kõrvale jätnud kollase meedia kui end avalikult kergemaks meediaks tituleerivad väljaanded ning võtnud sihikule Eesti Päevalehe, üle-riigilise kvaliteetajalehe, kellel on hea katvus üle Eesti ning kelle enda seatud eesmärgiks on just tasakaalustatud ning objektiivne ühiskonnaelu kajastamine ning kes on viimastel aastatel ajalehes läbi viinud ka mitmeid muutusi, et olla rohkem nõ. “lugeja lähedal ja näoga tema poole“.

Uurimistöös vaatlen erinevate sotsiaalsete gruppide representatsiooni, jälgin nende kujutamise omapärasid ja ajakirjanduslikke võtteid. Analüüsin konflikte erinevate sotsiaalsete gruppide representatsioonil, mis võiksid iseloomustada laiemaid sotsiaalseid probleeme ühiskonnas ning erinevate gruppide mõjuvõimu suhtes teistega.

Teoreetiline osa, millel käesolev uurimistöo põhineb, on kantud viimaste aastakümnete kaalukamate autorite töödest, kelleks on Bourdieu ja van Dijk, aga samuti teksti ja tähenduste uurimise klassikutelt nagu Hall, Saussure, Barthes, Gerbner. Eesti konteksti mõtestamisel olen saanud abi, mõtlemissainet ja võrdlevat sisendit TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna poolt läbi viidud uuringu Mina. Maailm. Meedia materjalidest.

Antud töö võib olla ka praktiline väljund meediaettevõtete jaoks, kuna käsitleb muuhulgas ka sotsiaalsete gruppide representatsiooni seoseid ajalehe struktuurilise ülesehitusega ning viitab seal esinevatele mõjuteguritele.

2. TÖÖ TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

Kommunikatsiooniteadus on kiiresti arenev teadusharu, kus valdav osa teaduslikku materjali pärineb eelmise sajandi keskpaigast, massimeediat puudutavad olulised diskursused on vaid paarkümmend aastat vanad. Sarnaselt on lood ka representatsiooni uurimise ja seletamisega (Hall 1980, 1997). Kuigi kommunikatsiooniteadus kasutab oma fundamentaalsete alustaladena väga palju vanu põhitekste filosoofia- ja ühiskonnateadust, siis kommunikatsiooni diskursusest ühiskonnas toimuvate protsesside mõtestamine on alles algusjärgus.

Meediarepresentatsiooni puhul on oluline mõista ja teada teksti või laiemalt märgi diskursust, asjade tähistamist ja sõnumite tõlgendamist, keele toimimist laiemalt. Lisaks märgisüsteemile on representatsioonis olulised selles osalejad, nii inividid, grupid kui institutsioonid. Samuti osalejate vahelised jõu-, võimu- jm suhted, mis kommunikatsiooniaktides tähtsat rolli mängivad. Seega on representatsiooni puhul tegemist laiemalt kultuuri uurimise ja seletamisega.

2.1. TEKST, TÄHENDUS, KONTEKST, KULTUUR

Lingvistikute, eesotsas **Stuart Hall** (1997), käsitluse järgi ühendab representatsioon tähendused ja keele kultuuriga. **Representatsioon on tähenduste andmine meie meeltes asuvatele mõistetele läbi keele.** Ta küsib (1997:1): “Kuidas keel saab konstrueerida tähendusi? Ja vastab: “Keel on võimeline looma tähendusi sellepärast, et ta toimib kui representatsiooniline süsteem. Me kasutame keeles märke ja sümboleid – olgu nad siis hääled, kirjutatud sõnad, elektroonilised pildid, muusikalised noodid, isegi objektid – et representeerida teistele inimestele mõisteid, ideid ja tundeid. Hall ütleb (1997:3), et see kuidas me asju esitleme (represent) – kuidas me asju kasutame, mida me nende suhtes ütleme, mõtleme või tunneme – sellega me anname neile tähenduse. Tähendust toodetakse ja vahetatakse pidevalt igas personaalses ja sotsiaalses interaktsioonis, milles me osaleme.

Seega on keelel kui peamisel märgisüsteemil väga oluline roll representatsioonil. Ta toimib ka ise representatsiooni läbi, tähistades ning andes tähendusi asjadele, mille kohta midagi tahetakse öelda. Küll on aga oluline tähele panna, et keeles eksisteerivatel märkidel ei ole ühte ainumat ja konkreetset tähendust, mida oleks võimalik universaalselt mõista või tõlgendada. Selle ideoloogia arenemist näitab Hall'i kästitlus.

Hall (1997:24) märgib, et laiemas käsitluses on kolm vaatenurka, mis seletavad kuidas tähenduse representatsioon läbi keele toimib.

- Peegeldava (*reflective*) lähenemissuuna järgi on objekti, inimese, idee või reaalse sündmuse tähendus neis endis olemas ning keel toimib kui peegel, mis peegeldab peegeldub nende tõelise tähenduse reaalsesse maailma tagasi. Nii nagu poet Gertrude Stein on öelnud: "Roos on roos on roos"
- Tahtlik (*intentional*) teooria väidab, et kõneleja ja autor omistavad ise läbi keele soovitud tähendusi erinevatele objektidele. Seega sõnad tähendavad seda, mida autor tahab, et nad tähendaksid.. Kriitikute järgi aga ei saa keel olla kunagi privaatsüsteem. Meie privaatselt mõeldud tähendused, mistahes personaalsed meie endi jaoks, peavad olema ühendatud reeglite, koodide ja tavadega keeles, mida on võimalik vastastikku jagada ja mõista. Keel on läbi ja lõhki sotsiaalne süsteem.
- Konstruktivistliku (*constructionist*) lähenemise järgi luuakse objektidele tähendus representeerivate süsteemide – mõisted ja märgid – kaudu. Selle teooria kohaselt me ei tohi segi ajada materiaalsel maailma, kus asjad ja inimesed eksisteerivad, ning sümbolistlike tegevusi ja protsessi, läbi mille toimivad representatsioon, tähendused ja keel. Siin on väide, et tähendusi toodab keele või mistahes muu süsteem, mille kaudu me presenteerime mõisteid.

Seega jõuab Hall (1997: 26) arusaamisele, et **tähendus sõltub mitte tema märgi materiaalsest kvaliteedist, vaid selle märgi sümbolistlikust funktsioonist.**

Hall'i konstruktivistlikku käsitlust arendas edasi ja Sveitsi keeleteadlane **Saussure**,

kes analüüsis märki läbi kahe täiendava elemendi – vormi ja idee ehk mõiste, millega see vorm seotud oli. Esimest elementi kutsus ta tähistajaks (*signifier*) ning teist tähistatavaks (*signified*). Hall (1997:31) viitab, et märgid, nagu Saussure väitis, on süsteemi liikmed ja on defineeritud suhtes teiste selle süsteemi liikmetega. Seega Saussure viitab eristuvuse olulisele keeles ja tähendust kandvates märgisüsteemides. Eristuvuse mõiste on representatsioonilise kandva tähendusega. Sellel peatun pikemalt Prantsuse filosoofi Bourdieu sotsiaalse ruumi ning seal toimivate gruppide käsitlemisel.

Lingvistide, eeskätt Saussure, keele toimimisel põhinevat teooriat arendasid edasi semiootikud, kelle hulgas on üks olulisemaid Prantsuse kriitik **Roland Barthes**. Barthes kandis semiootilise märgimõistmise üle ka laiemale kultuurile ning analüüsis erinevate situatsioonide puhul selle olukorra tegelikku tähendust. Seega laienes tõlgendamise **küsimus keelelt kultuurile**. Barthes väidab, et asjadel on mitmetasandiline tähenduste süsteem lähtuvalt nende erinevatest kultuurilisest tähendusest – esmast lihtsat kirjeldavat (konsensus on üldine) tasandit nimetab ta **denotatsiooniks** (denotation) ning teisest tähendust (individuaalsem ja üldisem seos kultuuri ning tähendusliku väljaga) **konnotatsiooniks** (connotation). Konnotatsioonid on seotud müütiliste tähendustega ning mitmetasandiliste kontekstide struktuuriga.

Saussure'i ja Barthes'i mudelite juurest liikus edasi **Michel Foucault**, kes omistas sõnale „representatsioon“ uue nüansi, teda huvitas teadmise produktsioon, mida ta kutsus diskursuseks. Hall (1997:43) tutvustab Foucault'i diskursiivset lähenemist representatsioonile tõstes esile kolme tema peamistest ideedest:

- diskursuse mõiste
- võimu ja teadmise küsimus
- subjekti küsimus

Kui tavaliselt kasutatakse terminit „diskursus“ lingvistilise mõistena, siis Foucault' käsitluses tähendab „diskursus“ lisaks keelele ka selle kasutust (reeglid ja praktika). Foucault väitel sõltub diskursusest see, kuidas me asjadest räägime ja neid mõistame, tema meelest ei saa tähendus eksisteerida väljaspool diskursust, mis tähendab, et

füüsilised objektid saavad tähenduse just lähtuvalt kasutuse kontekstist/kasutusviisist. Foucault' käsitluses on oluline ka ajaloolise diskursuse mõiste. Hall (1997: 46) viitab: "Ta väidab, et asjad tähendavad midagi ja on tõesed vaid spetsiifilises ajaloolises kontekstis."

Seega kasvab tähenduse tõlgendamisel olulisemaks mitte niivõrd märgisüsteem, vaid süsteem, milles märgisüsteem toimib, ja mille võimuses on märgisüsteemi muuta.

Foucault käsitles ka võimu ja teadmiste seoseid – kuidas võim toimib institutsionaalses aparaadis. Hall (1997: 48, 49) viitab, et Foucault väitis, et mitte teadmine ei ole alati võimu vorm, vaid võim väljendub küsimuses, kas ja mis tingimustel teadmist rakendatakse. Ta pidas võimu ja teadmise küsimust olulisemaks "tõe" küsimusest. Teadmiseiga ühendatud võim mitte ainult ei omasta "tõe" autoriteeti vaid tal on võim teha ise tõe.

Foucault poolt välja toodud võimu printsiip on oluline hilisemas käsitluses sotsiaalsete gruppide omavahelisest toimimisest.

Konteksti tähendust ja selle osa representatsioonis arendab edasi **Teun A. van Dijk** (1998), tuues sisse uue arusaama ja mõiste diskursuse analüüsile.

Dijk (1998: 198), käsitleb diskursuse analüüsi kui süstemaatilist teksti ja kõne seletust läbi nende komplekssete struktuuride ja strateegiate, mis on produtseeritud nende sotsiaalses kontekstis.

Dijk'i diskursuse struktuuri moodustavad:

- graafika
- helid
- morfoloogia ((sõnad)
- süntaks (lause struktuur)
- semantika (täendus ja tõlgendus, väljendamine, propositsioon)
- skemaatiline teksti struktuur (sissejuhatus-kokkuvõte, probleem-lahendus jne)
- retooriline struktuur (stiil, kordused, asendused)
- kõneaktid (lubadused, ähvardused)

- tegevus (autori sotsiaalne positsioon, võim , kontroll ja suhtumine auditooriumi)

Dijk (1998: 211) defineerib **konteksti kui sotsiaalse situatsiooni omaduste struktureeritud asetust**, mis on võimalikult relevantne teksti või kõne produktsiooni, struktuuri, interpretatsiooni ja funktsiooniga.

Dijk viitab, et kontekstide, nagu ka teiste mentaalsete mudelite puhul, on oluline hinnanguline komponent. Nad representeerivad lisaks teadmistele ja uskumustele ka sotsiaalses situatsioonis osalejate arvamusi. Konteksti ja sotsiaalse representatsiooni seostest väidab Dijk (1998: 226), et kommunikatiivses sündmuses toimub kõikide sotsiaalsete aspektide erinev jälgimine osalejate sotsiaalse representatsiooni nagu grupi-, kategooria- ja institutsionaalse kuuluvuse põhjal.

Seega ei ole tõlgendamise ja representatsiooni mõistmine võimalik ilma kontekstita, mis omakorda tuleneb ja on mõjutatud kultuurist, milles teadetevahetus aset leiab.

Gerbner (1969) keskendub sõnumite uurimisel massimeedia diskursusele, kus vaatab sõnumite süsteeme, mis on massimeedia vahendusel adresseeritud heterogeensele ja anonüümsele publikule. Gerbner (1969) ütleb, et massimeedia sõnumite süsteemi uurimisel on olulised kolm aspekti: tähelepanu (meedia teemavaliku fenomen), rõhutamine (prioriteetsuse ja asjakohasuse kontekst), tendentsid (vaatenurk) ja struktuur (kontekstidevahelised seosed). Ta soovib massimeedia sõnumite uurimisel kasutada kultuuriindikaatorite mudelit, mille lähtekohaks on olemasolevate teemade, nende vaheliste seoste ja teemade hierarhiate kaardistamine. Gerbner`i (1969) mudeli järgi aitab kollektiivsete sõnumite tähendust tõlgendada järgnev skeem.

<u>Küsimus?</u>	<u>Definitsioon</u>	<u>Mida mõõdab - indikaator</u>
Mis on (olemas)?	Teema	Tähelepanu
Mis on tähtis?	Prioriteetide kontekst	Rõhutamine
Mis on õige?	Vaatenurk	Tendentsid, hoiakud
Mis on millega seotud?	Loogilised assotsiatsioonid	Kontekstide struktuur

Kasutan Gerbneri kultuuriindikaatorite mudelit tekstide kultuurilise tähenduse analüüsimisel ning sõnumite tõlgendamisel.

Hall (1980) käsitleb samuti sõnumite vahetamise protsessi massimeedia diskursusest. Ta vaatab lähemalt sõnumite kodeerimise ja dekodeerimise protsessit tulenevaid aspekte, mis mõjutavad tähendust. Ta ütleb (1980: 128), et enne kui sõnum saab efekti, rahuldab vajaduse või saab kasutusse, peab talle eelnevalt olema omistatud tähendust omav diskursus ja ta peab saama mõtestatult dekodeeritud. Sellise süsteemi kaudu saavad sõnumid efekti, lõbustavad, juhendavad või mõjutavad vastuvõtjat väga komplekssete, tunnetuslike, emotsionaalsete, ideoloogiliste ja käitumuslike tagajärgedega. Siinjuures peab Hall (1980) samuti tähtsaks denotatsioonide ja konnotatsioonide kasutamist. Ta väidab, et enamus märke kannavad samaaegselt nii denotatiivseid kui konnotatiivseid tähendusi, kuid ideoloogiliste väärtuste kandmisel on konnotatsioonidel olulisem roll. Ta ütleb, et mingi märgi konnotatsioon, mis omab kontekstist ja positsioneerimist tulenevaid tähendusi ja assotsiatsioone, sisaldab omakorda kodeeritud märke, millel on sügavamad kultuurist lähtuvad semantilised koodid ning mis seetõttu omandavad täiendavaid ideoloogilisi dimensioone.

Hall (1980) käsitleb ka dominantse ja hierarhiat, mis mõjutavad tähendust. Ta väidab, et erinevad valdkonnad sotsiaalses ruumis on hierarhiliselt "korrastatud" dominantsete ja eelistatud tähendustega. Kõigi uute sõnumite puhul tõlgendatakse neid eelnevalt nende dominantsete hoiakute läbi, enne kui nad saavad oma tähenduse. Seega käib Hall'i järgi peamine võitlus sotsiaalses ruumis selle üle, et kehtestada uusi dominantseid märke olemasoleval probleemse sotsiaalse reaalsuse kaardil.

2.2. SOTSIAALNE RUUM, SOTSIAALSSED GRUPID

2.2.1. Sotsiaalne ruum, sotsiaalse grupi määratlemine

Sotsiaalse ruumi ja seal toimuvate sotsioloogiliste protsesside toimimise üheks viimase aja tunnustatumaks analüüsijaks ja mõtestajaks on Prantsuse filosoof **Pierre**

Bourdieu, kelle töödel on oluline panus nii kultuurifilosoofia kui sotsiaalteaduse arengu seisukohalt.

Bourdieu (2003:21) ütleb, et sotsiaalne ruum on konstrueeritud nii, et agentide või gruppide paiknemine vastab nende positsioonile kahel eristusprintsibil, majanduslikul kapitalil ja kultuurilisel kapitalil põhinevas statistilises jaotuses. Sellest järelduvalt on agentidel seda enam ühist, mida lähemal nad paiknevad üksteisele neis kahes dimensioonis, ja seda vähem on neil ühist, mida kaugemal nad üksteisest on. Bourdieu (2003) võrdleb ettevõtete juhte ja õppejõude, kes on sarnased selle poolest, et valdavad enim kogukapitali (mis on majandusliku ja kultuurilise kapitali summa) ja eristuvad sellega näiteks lihttöolistest, kel on kõige vähem kogukapitali. Samas vastanduvad õppejõud ja suurettevõtete juhid selgelt üksteisest kultuurilise ja majandusliku kapitali hulga poolest.

Sotsiaalsete gruppide iseloomulikuks ja siduvaks omaduseks peab Bourdieu *habitus*´t ehk maitse-eelistust.

Igale positsioonide klassile vastab *habitus*´te klass, mis on vastava positsiooniga kaasnevate sotsiaalsete tingimuste tulemus. Habitus on see generatiivne ja ühendav printsiip, mis tõlgib ühe positsiooni seesmised omadused ja relatiivsed karakteristikud ühtseks elustiiliks ja ühtseteks valikutervikuteks isikute, hüvede ja praktikate osas (Bourdieu 2003:24, 25). Miks on *habitus*´ed olulised? Kuidas nad aitavad mõista ja seletada meedia representatsioone? ***Habitus*´ed on need omaduste kogumid, mida avalikkuses ja selle peegeldusena ka meedias või meedia enda initsiatiivil teatud sotsiaalsetele gruppidele omistatakse.** Need omadused võivad peegeldada nii selle grupi sotsiaalseid ressursse kui ka väärtusi ning elufilosoofiat. Nagu ütleb Bourdieu (2003: 25): “Nende abil eristatakse head ja kurja, õiget ja valet, peent ja labast jne. Ent põhiline on, et tajutuna sotsiaalsete tajukategooriate läbi, taju- ja eristusprintsipi läbi, muutuvad praktikate, omatud hüvede ja väljendatud arvamuste erinevused sümboolseteks erinevusteks, ning moodustavad tõelise keele.”

Seega iga sotsiaalse grupi väärtused, iseloomulikud omadused ja nende suhtestumine teistega mõjutab representatsiooni ning gruppidevahelist suhtlemist.

Gruppide eksisteerimisel peab Bourdieu oluliseks nende **eristuvust**. Bourdieu (2003: 57): “Näivad ja silmaga nähtavad olendid, individid või grupid eksisteerivad ja

püsivad vaid erinevuses ja erinevuse kaudu, see tähendab sedavõrd, kuivõrd nad hõivavad suhtelisi positsioone suhetuumis.” Bourdieu (2003:58): “Kõik ühiskonnad esinevad sotsiaalsete ruumidena, see tähendab erinevuste struktuurina, mida on võimalik tõeliselt mõista vaid sel tingimusel, kui konstrueeritakse see genereeriv printsiip, millel need erinevused objektiivselt põhinevad. Printsiip, mis pole midagi muud kui vaadeldavas sotsiaalses maailmas toimivate ja seega aja ja ruumi lõikes varieeruvate võimuvormide või kapitaliliikide jaotusstruktuur.” Võimuväli ei ole siin mitte poliitiline väli, vaid ta näitab jõusuhteid eri liiki kapitalide vahel, ta on jõusuhte ruum. Seega tegevus võimuväljal hoogustub alati, kui seatakse küsimuse alla erinevat liiki kapitalide suhteline väärtus (Bourdieu 2003: 61).

Seega viitab Bourdieu, et eristumisel on olulised nii gruppide omadused kui ka nende mõju ja suhted teiste gruppidega.

Sotsiaalsete gruppide tekke ja iseloomulike omadustega on tegelenud ka Dijk.

Tema peab sotsiaalsete gruppide alustalaks ideoloogiat, mida see grupp kannab. Dijk (1998: 33) väidab, et ideoloogiate puhul eeldatakse tihti, et nad ütlevad gruppidele ning nende liikmetele mis on hea või paha, vale või õige. Seega, ideoloogiad tõstavad esile uskumusi ja arvamusi. Dijk toob välja erinevuse mõistete arvamus ja uskumus vahel. Dijk ütleb, et arvamused (opinion) ei ole uskumused (belief), mis ütlevad meile midagi maailma kohta, vaid rohkem nende inimeste kohta, kelle omad need on või nende inimeste suhete kohta maailmaga. Suhtumist (attitude) defineerib Dijk kui üldisi, sotsiaalselt jagatud uskumusi, mis on omistatavad mingile sotsiaalsele grupile. Dijk (1998:48) jõuab järeldusele, et ideoloogia on grupi faktiliste ja hinnanguliste uskumuste – milleks on teadmised ja arvamused – kogum. Seega ideoloogiad ei ole inimeste, gruppide või sootsiumite “kohal” või “vahel”, vaid on selle liikmete vaimu/meele osad.

Represenatsioonil peab Dijk määravaks just ideoloogiaid. Dijk (1998:49) ütleb, et on üldiselt teada, et ideoloogiad kontrollivad grupi arvamusi ja suhtumist. Ühiselt jagatud arvamused on olulised grupi tegutsemise, koordineerimise ja taastootmise koha pealt ning selleks on vaja väärtusi ja üldisi printsiipe, mis tavaliselt erinevad gruppide

vahel. Ka Dijk (1998) märgib, et ideoloogiad saavad eksisteerida ja neid saab analüüsida vaid siis, kui eksisteerivad ka alternatiivid, teised näited, kultuurid, konfliktid kultuuride vahel – vastasel juhul ei ole need ideoloogiad vaid üldiselt jagatud teadmine mingi asja kohta.

Jällegi, eksisteerimise aluseks on erinevus ja selle eristuvuse tajumisega saavad asjad tähenduse.

Dijk kirjeldab **ideoloogiate struktuuri** (1998:69):

- liikmelisus (*membership*) – kes me oleme? Kust me tuleme? Kes meie hulka kuuluvad? Kuidas me välja näeme?
- Tegevused (*activities*) – Mida me teeme? Mida meilt oodatakse? Miks me siin oleme?
- Eesmärgid (*goals*) – Miks me seda teeme? Mida me soovime saavutada?
- Väärtused/normid (*values/norms*) Mis on meie peamised väärtused? Kuidas me hindame ennast ja teisi? Mis peab ja mida mitte tegema?
- Positsioon ja grupisuhted (*position, group-relations*) Mis on meie sotsiaalne positsioon? Kes on meie vaenlased? Kes on angu meie ja kes on erinevad?
- Ressursid (*resources*) Mis on meile omased sotsiaalsed ressursid, mis meie grupil on või peaksid olema?

Dijk (1998: 70) ütleb, et need kategooriad on fundamentaalselt ka sotsiaalsete gruppide tähistajad, gruppide eksistentsi ja taastootmise tingimused. Koos defineerivad nad nii **grupi identiteeti kui ka huvisid**. Samas, grupi defineerimiseks võib küll vaja minna kõiki kategooriaid, kuid gruppe saab identifitseerida ka mingi kindla kategooria alusel. Näiteks feminism on oma tüübi poolest eesmärgi-ideoloogia ja rassism osalus-ideoloogia. Ajakirjanduses toimib see läbi tegevus-ideoloogiana, märgib Dijk. Ajakirjanik näeb oma tegevust läbi uudiste hankimise ja ühiskonna ette toomistena. Tema tegevuse eesmärk on sootsiumi informeerimine ja tema teenimine, olles ühiskonna valvekoer. Samas on see samas ka ideoloogiline eesmärk – eesmärk, mille saavutamise poole ajakirjanikud püüdleavad.

Ideoloogiate kujunemisel peab Dijk oluliseks **väärtusi**. Väärtustel on keskne roll ideoloogiate konstrueerimisel. Sarnaselt kultuurilised jagatud teadmisega, on nad osa

kultuurilisest maailma tunnetusest. Kui ideoloogiad on grupi uskumuste aluseks ja väärtused on veel laiemad ja fundamentaalsema tähendusega, siis väärtused peavad olema hinnangute süsteemi aluseks kultuuris tervikuna. Väärtused on sambad, millel seisab ühiskonna moraal (Dijk 1998:74).

Moraali võib Bourdieu (2003: 275) järgi pidada universaalseks antropoloogiliseks seaduseks. Sellest tõuseb (sümboolset ja mõnikord ka materiaalselt) kasu, kui alistatakse universaalsusele, rüütatakse end vähemalt väliselt voorustega, painutatakse end vähemalt näiliselt ametliku reegli alla.

Dijk (1998) viitab, et inividid võivad samaaegselt kuuluda erinevatesse sotsiaalsetesse gruppidesse. Representatsiooni seisukohalt peab ta õigeks **indiviidi gruppikuuluvuse identiteedi määramisel** spetsiifilist tegevust või situatsiooni, milles indiidid sel hetkel on. Näiteks feministist ajakirjanikku, kui ta kogub ja kirjutab uudiseid, peaks kõigepealt identifitseerima kui ajakirjanikku (ja sellest lähtuvat ideoloogilist suhtumist, arvamust) ja alles teisena kui feministi. Vastupidine on õige, kui seesama naine osaleb feministide aktsioonis. Dijk (1998: 118).

Dijk (1998) viitab, et grupi tekkimiseks piisab juhuslike inimeste hulgast, kes osalevad mingis järjepidevas tegevuses. Teiseks ja sidusama grupi tekke põhjuseks on mingi ühine jagatud probleem, millest inimesed sõltuvad ja millest nad koos tegutsedes soovivad üle saada. Üldisemalt, tüüpilised grupi tekkimise põhjused on erinevat liiki sotsiaalsed konfliktid inimrühmade vahel. Dijk (1998:141).

2.2.2. Sotsiaalsete gruppide vahelised suhted

Bourdieu (2003: 172) väidab, et sotsiaalsete protsesside ja agentide mõistmisel on oluline mõiste "**huvi**". Huvi on oluline, sest sotsioloogia väidab, et selles, mis agendid teevad, on varjul mingi põhjus. Bourdieu seostab huvi mõistega illusiooni, mis oma alguses tüves *ludus* tähendab mängu. Huvi tähendab tõsiasja, et sotsiaalsele mängule omistatakse tähtsust, et see, mis mängus aset leiab, läheb neile, kes on sellesse haaratud (*interesse*), kes selles osalevad, korda. Ta lisab, et me suudame mõista ja osaleda mängudes, kui meie *habitus* ühtib või on meie maailm

struktureeritud sarnaselt selle maailma struktuurile, milles me mängime. Meil ei tekigi küsimust, kas mäng väärrib mängimist – kõik paistab meile ilmselge. Inimesed, kes paiknevad välja vastaspositsioonidel ning näivad kõiges radikaalselt vastanduvat, on varjatult ja vaikimisi ühel meelel selles, et nende asjade eest, mis on antud väljal mängus, tasub võidelda (Bourdieu 2003:175). Vastasel juhul (kui meil suhe väljaga ehk huvi puudub) tunduvad mängud meile mõttetus ja arusaamatud.

Seega peab Bourdieu gruppide omavahelistes suhetes oluliseks seda, kuivõrd gruppidel on ühiseid või vastandlikke huvisid mingi asja suhtes.

Samas viitab Bourdieu (2003), et huvi ei pea olema alati seotud mingi kasu saamisega. Ta ütleb, et, et huvid võivad olla ka seotud eesmärkide mõju all, seega meil võib olla huvi antud mänguvälja vastu, kuna meile meeldib see mäng, ilma, et me selles mängus osalemisest mingit kindlat mõõdetavat või tunnetatavat kasu lõikaksime.

Gruppidevaheliste suhete ja nendevaheliste mõjude seletamisel pean oluliseks peatuda Bourdieu erinevate sotsiaalsete kapitalide laiemal käsitlusel. Bourdieu sotsiaalsete kapitalide määratlust kasutan ka töö kvalitatiivanalüüsis gruppide vastastikust mõjude ja seoste uurimisel (peatükk 4.2.)

Kui gruppide määratlemisel pidas Bourdieu esmaoluliseks majanduslikku ja kultuurilist kapitali, mida need grupid omavad, siis gruppidevaheliste mõjude mõistmiseks on oluline tema käsitlus täiendavatest kapitalidest, milleks on **poliitiline ja sümboolne kapital**.

Poliitilise kapitalina käsitleb ta riigivõimul põhinevat kapitali, mille pärast erinevat liiki kapitali valdajad võitlevad. Poliitiline kapital annab neile võimu erinevate kapitaliliikide ja nende taastootmise üle. Lisaks poliitilisele kapitalile räägib Bourdieu (2003: 217) ka sümboolsest kapitalist, mida tajutakse sotsiaalsete agentide poolt kui mis tahes erilist omadust, rikkust, mida on võimalik ära tunda ja tunnustada, kuivõrd ta vastab teatud “kollektiivsetele ootustele”, usule.

Sümboolse kapitali suurimateks omistajateks on kindlasti erinevate spetsiifiliste gruppide eliidi esindajad ehk mingi valdkonna arvamuslimid, aga sealhulgas ka meediategelased, kel on suurem mõjuvõim tänu kommunikatsioonikanalite omamisele ning kes seetõttu saavad teha valikuid selles osas, mida ja millises valguses lasta avalikkusele paista. Meedial on võimalus suunata seda, mida ühiskonnas tunnustatakse ja mida mitte, mida peetakse õigeks, mida taunimisväärseks jne. Tema kui “ühiskonna valvekoer” peaks nägema ja tunnetama ühiskonna erinevaid tahke ja tervikut, mistõttu ta nagu peaks omama privileegi neid asju ka teistele esitada ja “objektiivselt” tõlgendada.

2.3 SOTSIAALSETE GRUPPIDE REPRESENTATSIOON

2.3.1. Gruppide omadused ja nende tähendus

Sotsiaalsete gruppide representatsioonil on olulised need eristuvad omadused, mille põhjal nad eristuvad teistest gruppidest ja moodustavad mingite omaduste poolest homogeense grupi – erinevus annab tähenduse.

Nagu viitab ka Bourdieu (2003: 26), tähenduslik ehk erinevus, eristav tunnus saab nähtavaks, tajutavaks, mitte-indiferentseks, sotsiaalselt *relevantseks* alles juhul, kui seda tajub keegi, kes on suuteline vahet tegema.

Seega on erisuste tajumise aluseks erinevad vaatenurgad asjadele, mis erinevad sotsiaalsete gruppide lõikes.

Dijk kasutab sotsiaalse representatsiooni mõistet kui sotsiaalselt jagatud uskumuste organiseeritud rühmasid (Dijk 1998: 46). Ta ütleb, et **teadmised, suhtumised ning ideoloogiad on seega sotsiaalse representatsiooni näited.**

Dijk (1998) juhib tähelepanu erinevatele liigitusvõimalustele ja sealt tulenevatele erisustele. Dijk viitab, et tuleb teha vahet sotsiaalsete kategooriate (social categories) ja sotsiaalsete gruppide vahel. Peamise erinevusena märgib ta ideoloogiaid, mida kannavad sotsiaalsed grupid, aga mida ei pruugi kanda sotsiaalsed kategooriad.

Sotsiaalsetesse kategooriatesse jagunevad inimesed vanuse, soo, rassi, etnilisuse, pärinevuse, klassi, keele, religiooni, seksuaalse orientatsiooni ja ameti järgi. Need grupid on liiga üldised ning reeglina ei moodusta ideoloogilisi gruppe. Samas, nagu leiab Dijk, on osadel kategooriatel tuntavad seosed ideoloogilise gruppikuuluvusega (näit. klassikuuluvus, ametialane kuuluvus, sotsiaalsed liikumised, sotsiaalne positsioon). Ta järeldab (1998: 146), et sotsiaalne grupp peab olema rohkem või vähem püsiv, rohkem või vähem organiseeritud/institutsionaliseeritud ja reprodutseeritav liikmete kaasamise kaudu mingi spetsiifilise identifikaatori baasil, rohkem või vähem püsiv omandisuhete osas (sugu või sissetulek), jagatud tegevuste ja/või eesmärkide, normide ja väärtuste, ressursside ja spetsiifilise positsiooni poolest (tavaliselt võistlus või konflikt) suhtes teiste gruppidega.

Kuna meediateksti analüüs on suhteliselt piiratud võimalustega analüüsimeetod indiviidi gruppikuuluvuse määramisel ning omakorda sõltuvuses ajakirjaniku käsitlusest asjale, siis oma töös kasutan gruppikuuluvuse määramisel valdavalt indiviidi paiknemist sotsiaalse kategooria alusel.

Seega on representatsiooni analüüsi aluseks esmalt sotsiaalsete gruppide määramine – nende iseloomulike, eristuvate omaduste äratundmine– ning nende eristuvuste mõtestamine ehk selle tähenduse tõlgendamine.

2.3.2 Sotsiaalsete gruppide mõju eripärad

Bourdieu (2003: 30) viitab, et **sotsiaalse ruumi**, see tähendab eri liikide kapitalide, mis on samas ka relvad, **jaotusstruktuuris hõivatud positsioon tingib kujutlused sellest ruumist ja seisukohad, millele asutakse võitluses selle positsiooni säilitamise või ümberkujundamise eest.**

Seega on sotsiaalne ruum, sotsiaalsed grupid ja nende positsioon ruumis dünaamilises liikumises vastavalt sellele, kuidas grupid ennast ja oma huvisid teiste suhtes määratlevad ning millised vahendid, võimalused ja huvid on neil oma positsioone muuta.

Sotsiaalsete gruppide omavahelise mõju eripärade käsitlemisel on olulised just **mõjuväljadest lähtuvad erinevused**, sest nagu eelpool märgitud, grupi iseloomu ja omaduste eripärad on grupi toimimisel eksistentsiaalse tähtsusega nagunii.

Bourdieu vaatleb, kuidas kehtib sotsiaalse kapitali ja ruumi mudel “**nõukogude**” **ühiskonnas**. Nõukogude aja märk on Eesti tingimustes väga oluline, kuna suur osa meie täisealise elanikkonna (alates 30-ndatest eluaastatest) sotsiaalsest mälust ja vaatenurgast asjadele on mõjutatud nõukogudeaja-perioodi ehk ka sotsiaalse küpsemise perioodiga nende inimeste elus.

Bourdieu (2003) märgib, et suurim vahe mudelis seondub majandusliku kapitaliga, kuna nõukogude ühiskonnas oli majanduslik kapital ehk tootmisvahendite eraomandus mängust välja jäetud, samas võis ligipääs eelistele, mida selline kapital pakub, olla võimaldatud mingil muul viisil. Seetõttu oli ka kultuurilise kapitali osakaal sellistes ühiskondades palju olulisema väärtusega. Selle muu viisina kultuurilise kapitali kõrval viitas Bourdieu (2003: 36) poliitilisele kapitalile, mis tagab selle valdajatele avalike hüvede ja teenuste teatava omandamisviisi. Sellist poliitilist tüüpi sotsiaalset kapitali hakati nõukogulikes ühiskondades edasi andma perekondlikke liine pidi, mis viis poliitiliste dünastiate tekkimiseni.

Poliitilist ja sümboolset kapitali peab Bourdieu oluliseks **riigi** puhul. Ta soovitab (2003: 117) olla väga ettevaatlik, kuna: “riigi langetatud valikute mõju on end nii täielikult reaalsuses ja inimeste peades maksma pannud, et algselt kõrvale jäetud võimalused näivadki täiesti mõeldamatud.” Ta väidab, et kultuuriasjad, iseäranis nendega seonduvad sotsiaalsed jaotused ja hierarhiad, on olemuselt kujundatud riigi tegevuse poolt, mis, kehtestades need korraka nii asjades kui inimeste peades, laseb kultuurilisel meelevaldsusel paistagi loomulikkusena. Eriti tuntav on riigi mõjuvõim just sümboolse tootmise vallas: avalikud ametiasutused ja nende esindajad on “sotsiaalsete probleemide” suurtootjad, mida sotsiaalteadus sageli üksnes ratifitseerib, võttes nad üle sotsioloogiliste probleemidena. Riigi konstrueerimine käib paralleelselt võimuvälja konstrueerimisega, mille piirides eri liiki kapitali valdajad võitlevad põhiliselt riigivõimu pärast, see tähendab riikliku kapitali pärast, mis annab neile

võimu erinevate kapitaliliikide ja nende taastootmise üle (peamiselt haridussüsteemi kaudu) (Bourdieu 2003: 123).

Praktikatele kehtestatud raamide kaudu rajab ja süvendab riik ühiseid taju- ja mõtemisvorme ja –kategoriasid, taju, mõistmise või mälu sotsiaalseid raame, mentaalseid struktuure, klassifikatsiooni riiklike vorme. Selle kaudu loob ta tingimused *habitus* te vahetuks kooskõlastamiseks, mis ise on aluseks omamoodi konsensusele nende kõigile ühiste endastmõistetavuste osas, millest koosneb terve mõistus (Bourdieu 2003: 144).

Kultuuri- ja teadusvaldkonna mõjuteguriks peab Bourdieu majandus- ja võimuhete põhjuseita eitamist. Sarnaselt kunstiloomega iseloomustab Bourdieu ka teadustegevust kui sotsiaalset tegevust. Ta väidab, et teadusväli on samasugune sotsiaalne universum nagu teisedki, kus nagu mujal on tegu võimuga, kapitaliga, jõusuhetega, võitlusega nende jõusuhete säilitamise või muutmise nimel (Bourdieu 2003: 107).

Kunstnike ja teadlaste puhul hoiatab Bourdieu teatud müstifitseeritud terminite eest, millega need väljad ja seal tegutsevad agendid püüavad end **distantseerida majadussuhetest ja sellega omistada endale spetsiifilist sümboolset kapitali:** “tootmise” asemel “loomingu”, kaubitseja asemel galerii juhataja või kirjastaja jne.

Perekonna diskursuses mõistab Bourdieu (2003: 155) perekonda kui aktiivset, taht omavat, mõtlemis-, tundmis- ja tegutsemisvõimelist agent, mis on rajatud hulga kognitiivsetele eeldustele ja normatiivsetele ettekirjutustele, mis puudutavad õiget viisi koduste suhete elamiseks: perekond kui universum, kus on peatatud tavalised majandusmaailma seadused, on paik, kus kehtivad usaldus ja andmine – vastandina turule ja “käsi peseb kätt” põhimõttele. Perekonna funktsioonina näeb Bourdieu integratsiooni, mis on selle üksuse eksistentsi ja säilimise tingimus. Integratsiooni aluseks on **kohustuslikud tunded ja rituaalid**. Sarnaselt teiste mõjuväljadega, toimub ka perekonnas pidev võitlus jõudude vahekorra säilitamise või muutmise nimel. Bourdieu (2003: 161) väidab, et perekond oma legitiimse definitsiooni järgi on privileeg, mis on kuulutatud üleüldiseks normiks. Privileeg olla nagu kord ja kohus,

vastata normile, saada normipärasusest sümboolset kasu. Perekond mängib otsustavat rolli sotsiaalse korra säilitamisel, mitte üksnes bioloogiliselt, vaid ka sotsiaalsel taastootmisel, seega siis sotsiaalse ruumi struktuuri ja sotsiaalsete suhete alalhoidmisel. Ta on ideaalne paik erinevat liiki kapitali akumulereerumiseks ja põlvest põlve edasiandmiseks (Bourdieu 2003: 162).

Bourdieu (2003:228) leiab, et “pensionipõlv” on üks neid kollektiivseid leiutusi, mis on lubanud usaldada riigile varem perekonna hooleks olnud vanade elu korraldamise või täpsemalt öeldes, mis on asendanud perekonna sees toimuva põlvkondadevaheliste vahetuste otsese korraldamise nende vahetuste korraldamise riigi poolt, mis teostab vanuritele määratud ressursside kogumist ja ümberjaotamist.” Selle ühe põhjusena näeb ta tänapäeva peremudeli muutumist, mis omakorda on põhjustatud tööga seotud migratsioonist ja egoistliku vaimulaadi prevaleerimisest.

Dijk'i käsitus grupi mõjude erinevustest baseerub mõjudest ideoloogiatele.

Dijk (1998:187) viitab institutsioonidele, kes mõjutavad ideoloogiate teket läbi enda poolt produtseeritavate ideoloogiate. Nendeks institutsioonideks on näiteks kirikud, perekond, koolid, ülikoolid. Samas viitab Dijk (1998:187), et **massimeedia** kui institutsioon on tänapäeva infoühiskonnas võtmas üle neid ideoloogiaid kujundavaid rolle, mis varem kuulusid perekonnale, kirikule ja koolile. Ta järeldab, et ideoloogiate reproduktsioonil on meedial keskne roll. Meediategelased haldavad seda läbi professionaalse ekspertiisi, suhtumise ning ideoloogiate, mis on õige või vale (fakt või arvamus), huvitav või mittehuvitav, uudisväärne või mitte, asjakohane või mitte jne. Dijk (1998: 109) ütleb, et me võime öelda, et et me teame et *p* on tõsi, kui me usume või meil on häid põhjusi ja tõendeid selleks. Seega, avaldused mingi teadmise kohta võivad olla õigustatud kultuuriliselt aktsepteeritud tõe kriteeriumite kohaselt nagu näiteks personaalne tähelepanu, usaldusväärne allikas (meedia, eksperdid jne), loogiline järeldus, terve mõistus või konsensus (“Kõik teavad et ..”). On selge, et meedial on võimalus kõiki eelmainitud tingimusi oma selektsiooni ja esitlusviisiga mõjutada. Dijk (1998) väidab ka, et suurem osa enamus gruppide teadmisest on jagatud ka teiste gruppidega. Ehk suurem osa teadmisest on üldine.

Samuti mõjutab ideoloogiate levikut asjaolu, kel on juurdepääs meediale, keda intervjueritakse ja küsitletakse. Dijk (1998:188) väidab, et on hästi teada, et eliiti kuuluvatel isikudel, organisatsioonidel ja riigil on eelised juurdepääsule ja seetõttu ka nende arvamustel ja ideoloogiatel. Kokkuvõtvalt, meedia mõjutab suurel määral just dominantsete, eliidi ideoloogiate, reproduktsiooni.

3. TÖÖ EMPIIRILINE MATERJAL.

UURIMISKÜSIMUSED, VALIM, MEETODID

Bakalaureusetöös analüüsin Eesti sotsiaalsete gruppide representatsiooni trükiajakirjanduses. Empiirilise uurimuse eesmärgiks on saada ülevaade, millised sotsiaalsed grupid on meedias esindatud, kuidas meedia neid esitab, milliseid teemasid, tähendusi ja kontekste nendega seostatakse ning millisena kujutatakse gruppidevahelisi suhteid sotsiaalses ruumis.

3.1. UURIMISKÜSIMUSED

Uurimust üldiselt läbivad uurimisküsimused on:

- millised sotsiaalsed grupid on meedias esindatud
- millega on erinevad sotsiaalsed grupid meedia tähelepanu keskmes ehk mis on meedia jaoks nende puhul oluline
- milliste võtetega meedia neid representeerib, milliseid vormilisi võtteid ta kasutab
- kes on sotsiaalsete gruppide kujutamisel kõnelejad (subjektid) ja kes on kõnealused (objektid), kellest kõneldakse
- milliseid tähendusi, ideoloogiaid, väärtusmaailmu meedia seostab eri gruppidega, millised on grupe üksteisest eristavad omadused
- milliseid sotsiaalsete gruppide vahelisi seoseid või vastuolusid võime mediarepresentatsioonis leida, kuidas need suhtestuvad poliitilisel, majandus- ja kultuuriväljal.

Minu uurimistöö **hüpotees** on, et sotsiaalsete gruppide mediarepresentatsioon on reeglina ühekülgne ja kantud meedia ja avalikkuse eelhoiakutest selle grupi suhtes, sotsiaalsete gruppide esindajatel enestel on suhteliselt vähe võimalusi oma mediarepresentatsiooni kujunemise ja mõjutamisel kaasa rääkida.

Minu hüpoteesi puhul pean vajalikuks märkida, et selle juures ma ei väida, kes ja kuidas on ühekülgsel pildil tekkimisele teadlikult või alateadlikult kaasa aidanud või mis seda põhjustab. Minu väide põhineb sellel, kuidas see tekstidest avaldub.

Uurimisküsimustele vastuste leidmiseks pean otstarbekaks kvantitatiivse ja kvalitatiivse tekstianalüüsi läbiviimist. Kvantitatiivanalüüsiga kaardistan sotsiaalsete gruppide olemasolu, meedia tähelepanu fookusi, erinevate representatsiooni mõjutegurite kasutamist (pealkirjad, fotod, kõneisikud, tekstide paigutus), tekstide kultuurilist tähendust. Kvalitatiivanalüüsis vaatlen tekstide kultuurilise tähenduse konstrueerimist, sotsiaalsete gruppidega seostatud ideoloogiaid, nende suhtes esinevaid eelhoiakuid ja suhtumist ning gruppide omavahelisi suhteid ja mõjusid sotsiaalses ruumis.

3.1.1. Kontentanalüüsi uurimisküsimused

Kontentanalüüsis vaatlen:

- sotsiaalsete gruppide esinemise sagedust
- seoseid ajalehe rubriigilise jaotuse ning sotsiaalsete gruppide kujutamise vahel
- teksti mõjuelementide nagu pealkirjade ja fotode kasutamist
- kõneisikuid sotsiaalsete gruppide kujutamisel
- tekstide kultuurilist tähendust Gerbner'i (1969) kultuuriliste indikaatorite mudeli järgi (Mis on teema? Mida peetakse oluliseks? Mida peetakse õigeks või valeks? Mis on millega seotud?)

Kultuurilise tähenduse puhul on vastused neile küsimustele esitatud lühidalt ja üldistavalt. Antud küsimustebloki kontentanalüüsi lisamise eesmärk oli saada laiem ja üldistamist võimaldav ülevaade sotsiaalsete gruppide representatsiooni kandvatest sõnumitest - milliseid kontekste ja tähendusi meedia selle grupiga enam seostab.

3.1.2. Kvalitatiivse meediateksti analüüsi uurimisküsimused

Tekstide kvalitatiivanalüüsil vaatlen teksti ja konteksti kaudu esitatavaid ning sotsiaalsetele gruppidele omistatavaid ideoloogiaid, väärtusi, sümboleid jm tähendust

kandvaid ning kujundavaid representatiivseid märke ning nende märkide omavahelisi seoseid erinevate gruppide ning erinevate sotsiaalse kapitali väljade vahel. Vaatlen:

- millisena iseloomustatakse ning kujutatakse erinevaid sotsiaalseid gruppe
- milliseid tähendusi ja ideid erinevate gruppide representatsioonid kannavad, kes neid tähendusi annavad, kes on subjektid
- kuidas sotsiaalsed grupid omavahel suhtestuvad, millised on gruppidevaheliste vastuolude või seoste allikad.

3.2. UURIMISE MATERJAL E. VALIM

Uurimise materjaliks on 1.-30. november 2004.a. ilmunud üle-riigilise ajalehe Eesti Päevaleht paber kandjal väljaanded. Kontentanalüüsi valimi kriteeriumiks oli sotsiaalse grupi esindaja esinemine ajakirjanduslikes tekstides. Lõplik valim tekkis kontentanalüüsi tegemise käigus kõigi vaadeldaval perioodidel ilmunud trükiväljaannete läbilugemisel. Kvalitatiivanalüüsil kasutasin põhistatut teooriat (*Grounded Theory*, Glaser & Strauss 1967), mistõttu lõplik valim kujunes samuti analüüsi tegemise käigus materjali korduval läbilugemisel. Kvalitatiivvalimi kriteeriumiteks oli sotsiaalse grupi representatsiooni tähenduslikkus st. eristuvate omaduste, ideoloogiate, väärtusmaailmade esilekerkimine, gruppidevaheliste konfliktide või seoste avaldumine, tähenduse andmisel, tekkel tegutsevate subjektide ilmnemine.

Töö tasakaalustatuse huvides toon välja vaadeldaval perioodil meedias aktiivsemat kajastust leidnud teemad, mis kindlasti avaldasid mõju sotsiaalsete gruppide kajastuse sagedusele ja iseloomule:

- Kunstiakadeemia rektori krediitkaardiskandaal
- Endise riigiametnikuga seotud "lindiskandaal"
- Tallinna Ülikooli nimeskandaal
- Politseiniku tapmine tööülesannete täitmisel
- Sõjaväelase hukkimine välismissioonil
- Rahvuste ajaloolise pärinemise ajakirjanduslik debatt
- Spordialaliitude ning olümpiakomitee juhtide valimised

- Uue kaitseministri ametissemääramine peale endise ministri riigisaladuse lekkimise skandaali.

Kontentanalüüsi valim

Kontentanalüüsi meediatekstide valimiks on Päevaleht trükiväljaandes ilmunud ajakirjanduslikud tekstid (uudised, juhtkirjad, repliigid, artiklid, arvamus- ja portreelood, lugejakirjad jm tekstid), kui seal esines ja kujutati Eestis elavaid inimesi või sotsiaalseid gruppe.

Analüüsitavast valimist jäid eelnimetatud tingimuse (kujutab ja iseloomustab Eesti sotsiaalseid gruppe, on iseloomult ajakirjanduslik) puudumise pärast välja järgnevad allikad:

- uudised ja artiklid välisriikide või nende kodanike kohta.
- uudisnupud ja teadaanded
- kuulutused, TV kavad ja rubriik meelelahutus (koomiksid, ilm, horoskoop, ristsõnad, anekdoodid jms)
- reklaamid
- Eesti Päevalehe lisaleht – Ärileht – mis ei kata kogu Eesti Päevalehe lugejaskonda, on eraldi lisalehena tellitav ja hinnastatud väljaanne.

Analüüsitava valimi suuruseks kujunes kontentanalüüsis 606 teksti.

Kvalitatiivanalüüsi valim

Kvalitatiivanalüüsi tekstide valim moodustus nagu eespool mainitud representatsiooni tähenduslikkuse läbi ja põhistatud teooria meetodil – tekstides ja/või subjektide seisukohtades avaldusid kõige selgemalt sotsiaalsete gruppide eristuvad iseloomuomadused, tähendust kandvad ideoloogiad, väärtused, suhtumine ja suhe ühiskonda.

Seetõttu ei kata kvalitatiivanalüüs kõiki kvantitatiivanalüüsis kajastatud gruppe, vaid ainult neid, kelle representatsioonis avaldusid selgelt eristuvad ja sotsiaalse ruumi suhtes tähenduslikumad omadused või konfliktid – nende kajastus oli oluline või määrav mingi konkreetse sotsiaalse kapitali välja aspektist. Selliste tähenduslike

fookuste tõttu on kvalitatiivanalüüsis esindatud nii keskmisest suuremas kui vastandina ka väiksemas mahus kajastust leidnud sotsiaalseid grupe. Näiteks eakate (üldine esindatuse maht kvantitatiivanalüüsis alla 2 protsendi) representatsiooni analüüsin seetõttu, et nad on osalised ühes olulises väärtuskonfliktis, mis ilmnes erinevate põlvkondade kajastuse kontekstis.

Kvalitatiivanalüüsi valimiks, mille puhul viitan tekstides olevatele tsitaatidele, kujunes 161 teksti.

3.3. MEETODID

Sotsiaalsete gruppide representatsiooni analüüsimisel kasutan segameetodit, kombineerides kontentanalüüsi (Berelson 1952, Krippendorff 1980) ja teksti sisu kvalitatiivanalüüsi põhistatud teooria (*Grounded Theory*, Glaser & Strauss 1967) ning sotsiaalsete gruppide eristuvuse teooriate (Dijk 1998, Bourdieu 2003) alusel.

Kvantitatiiv- ja kvalitatiivmeetodite paralleelne kasutamine oli vajalik lähtuvalt uurimise lähteülesandest ja uurimisküsimustest, et saada tulemuste argumenteeritud esitamiseks piisavalt empiirilist materjali sotsiaalsete gruppide esinemise, representatsiooni iseloomu ning esitatud tähenduste kohta.

3.3.1. Kvantitatiivanalüüs. Kontentanalüüs

Kontentanalüüsi tegemiseks moodustasin esialgse kodeerimistabeli kategooriate ja koodidega, mille järel viisin läbi esimese kolme kuupäeva tekstide proovikodeerimise. Proovikodeerimise käigus selgines vajadus määratleda kogu uurimuse seisukohalt selgemalt “portreeteritava isiku” määratlemise ja koodide moodustamise süsteem. Portreeteritav isik tähistab, millist sotsiaalset gruppi tekstis kujutatud ja portreeteritav isik esindab. Sellel peatun põhjalikumalt järgmises lõigus. Peale kategooriate ja koodide täpsustamist kodeerisin kogu valimi tekstid, v.a. tekstide kultuurilise tähenduse osa (Gerbneri 1969 alusel), mille kohta kandsin tabelisse vabas vormis märkmed. Kontentanalüüsi tabel on esitatud lisan 10. Kodeerimisleht ja kodeerimisjuhend on esitatud lisades 1 ja 2.

Uuringus "Portreeteritava" määratlemine

Portreeteritava isiku adekvaatne määratlemine on töös väga olulise tähtsusega, kuna see mõjutab otseselt hilisemaid töö põhijäreldusi eksisteerivate gruppide ja nende representatsiooni kohta. On selge ja samale asjaolule viitab ka Dijk (1998), et sotsiaalset indiviidi võib samaaegselt iseloomustada erinevate tunnuste alusel ning seetõttu liigitada erinevatesse sotsiaalsetesse kategooriatesse või gruppidesse.

Pidasin oluliseks rakendada isiku määratlemisel *Grounded Theory* põhimõtet (vt Glaser & Strauss 1967), kus ei eksisteeri etteantud kategooriate ja koodide süsteemi, vaid isiku määratlemine tuleneb tekstist enesest, st sellest, millisena see isik ise tekstis avaldub. Lähtun siin Dijk'i (1998) indiviidi gruppikuuluvuse identiteedi määramise ideest, kus määramiseks aluseks on spetsiifiline tegevus või situatsioon, milles indiviid on. Konkreetse juhtumi gruppikuuluvuse määramisel (mis on oluline representatsiooni seisukohalt) saab seega otsustavaks, millises esmases sotsiaalses rollis esitatud indiviid konkreetsel juhul on ja lähtuvalt sellest rollist, kelle (millise grupi) huve ta esindab. Kokkuvõtvalt on minu töös "portreeteritav isik" isik, kes on antud tekstis kõige olulisem tegelane, kes teeb või ütleb või kelle kohta teised ütlevad midagi, mis iseloomustab teda kui sotsiaalset indiviidi sellest konkreetselt situatsioonist lähtuvalt.

Näiteks artiklis "HIV-positiivsete rasedate hulk kahekordistumas" (allikas 449) määratlen ma peategelase esindama HIV-positiivseid, mitte naisi või rasedaid. Artiklis kirjeldatakse HIV-positiivsete lapseootel naiste probleeme, mis tulenevad nende haigusest ning mis seega on iseloomulikud neile kui haigetele - HIV-positiivsetele.

Kõige mitmekesisem identiteet avaldus poliitikas osalevatel isikutel, kes võisid olla sõltuvalt tegevusest või situatsioonist ehk esindatava grupi huvide kontekstist kas poliitikut (esinesid poliitilise partei liikmena), valitsustegelased (esinesid valitsuse liikmena), riigi-, linnaametnikud või ettevõtjad (esinesid ametialase positsiooni järgi), aga samas ka näiteks mehed (sooidentiteedi järgi).

Seega kujunes portreeritavate isikute koodide süsteem lähtuvalt empiirilisest ainesest uurimise käigus ning oli omakorda aluseks lõplike gruppide kujunemisele.

Etteantud kategooriate ja koodide kasutamine indiviidi määratlemisel oleks minu hinnangul oluliselt uuringut piiranud (vastava etteantud struktuuri tõttu) ning seega tulemust kallutanud vastava struktuurse kontseptsiooni käsitle kaudu.

Portreeritava isiku koondamine uuringu objektiks

Eeltoodud tekstist lähtuva indiviidi määratlemise eripärast tulenevalt kujunes erinevate sotsiaalsete gruppide (portreeritavate) arvuks 68. Analüüsis ülevaatlikkuse tagamiseks koondasin sotsiaalseid alamgrupe nende ühiste huvide põhjal koondgruppidesse ehk uuringu objektideks. Selleks lisasin kontentanalüüsi vastava täiendava andmevälja.

Gruppide koondamisel lähtun Dijk'i (1998: 141) ideest, et üldisemalt, tüüpilised grupi tekkimise põhjused on erinevat liiki sotsiaalsed konfliktid inimrühmade vahel. Seega peavad koondatavad esindama samuti mingit ühist huvi või konflikti.

Kontentanalüüsi tarbeks olen moodustanud järgmised koond-grupid: ettevõtjad, haiged, kultuuritegelased, lapsevanemad, meediategelased, sportlased, teadlased, noored, kaitsevälased, töövõtjad, muu.

Koondamisel lähtusin nende gruppide esindajate ühise huvi esindatusest ning nende representatsioonide tähenduslikust sarnasusest. Näiteks kultuuritegelaste gruppi on koondatud filmikunstnikud, kirjanikud, kultuuritegelased, kunstnikud, muusikud, popmuusikud, rahvatantsijad ning teatritegelased. Haigete gruppi on koondatud haiged, HIV-positiivsed ja invaliidid; töövõtjate gruppi on koondatud erinevad erasektoris ametis olevad grupid; noorte gruppi noored, õpilased, üliõpilased. Samas ei ole koondatud riigisektoris representeeritud gruppe nagu poliitikud, valitsustegelased, riigi- ja omavalitsustegelased, kuna nende gruppide representatsioonis ilmnesisid märkimisväärsed erisused.

Koond- ja alamgruppide struktuur on toodud lisa 3.

3.3.2. Kvalitatiivanalüüs. Põhistatud teooria

Gruppide, gruppidevaheliste suhete ning sotsiaalsete väljade tekstipõhisel analüüsil kasutan sarnaselt grupi esindajate defineerimisele **põhistatud teooriat** (Glaser & Strauss 1967). Nagu viitab Jensen (2002: 247) on põhistatud teooria lähenemise aluseks metodoloogia, mis peab enesestmõistetavaks, et teooria “leitakse” ainesest enesest, et uurimustegevus põhineb kategooriatel, mis sisalduvad uurimuse aineses eneses. See on pideva võrdlemise meetod, millega uurijad koguvad ja analüüsivad empiirilisi andmeid. Borgatti (1996) viitab põhistatud teooria kasutamise metoodikale, mille osad on avatud kodeerimine (*open coding*), koodide suhtestamine (*axial coding*) ja selektsioon (*selective coding*), teoreetiline seostamine (*theoretical memos*) ning tulemuse koostamine (process).

Oma uurimuses võtsin kodeerimisel aluseks gruppidevahelised erisused, vastuolud või siduvad elemendid, nende erisuste esilekerkimise viisid ja väljendused meediatekstides. Gruppide eristuvuse elementide analüüsil ja määratlemisel lähtusin sotsiaalsete gruppide eristuvuse, ideoloogiate ning vastastikuste mõjude teooriatest (Bourdieu 2003, Dijk 1998).

Kvalitatiivanalüüsi käigus on esmalt tekstidest kaardistatud kujutised erinevate sotsiaalsete gruppide eristuvate iseloomuomaduste, väärtusmaailmade, ideoloogiate kohta ning nende esinemist illustreerinud vastavad iseloomulikud tsitaadid. Tsitaadid tekstidest on analüüsis esitatud kursiivkirjas ja põhitekstist väiksema fondisuurusega (fondisuurus 10) ning nende juures on sulgudes viide allikale kontentanalüüsi tabelis (lisa 10). Seejärel on saadud materjali võrreldud ja täiendatud kontentanalüüsi käigus ülestäheldatud teksti kultuurilise tähenduse (Gerbner 1969) analüüsi tulemustega. Analüüsi järgnevas etapis on saadud materjal korrastatud, kategoriseeritud ning koondatud sotsiaalsete gruppide kaupa ning seejärel on tulemusi võrreldud ning täiendatud teoreetiliste kontseptsioonidest ning lähtekohtadest tulenevalt.

Kvaliteetanalüüsi lõplik tulemus on koondatud ja esitatud erinevate sotsiaalsete väljade (Bourdieu 2003) representatsioonina, sisaldades nende väljade kujutisele olulisemat mõju avaldanud sotsiaalsete gruppide ning gruppidevaheliste suhete representatsiooni kirjeldust.

3.3.3. Analüüsija positsioon

Töö autor on positioneerinud ennast tekstide tõlgendamisel lihtsa lehelugeja rolli ehk selliseks lugejaks, kellel puuduvad süvendatud teadmised mingis kindlas valdkonnas. Antud positsiooni pidasin oluliseks üldistuste tegemiseks, sest tähenduste tõlgendused võivad erinevate sotsiaalsete gruppide ja/või üksikindiviidide jaoks olla väga erinevad ning üldistuse tegemine seetõttu võimatu. Valisin lihtsa lugeja positsiooni seetõttu, et Eesti Päevalehe kui laiale lugejale suunatud väljaande esmane eesmärk on rahuldada just lihtsa lugeja / ühiskonnaliikme teabevajadusi.

4. UURIMUSE EMPIIRILISED TULEMUSED

Käesolevas peatükis esitan ülevaate empiirilise materjali kvantitatiivse ja kvalitatiivse analüüsi tulemustest.

Kvantitatiivanalüüsi tulemustes on esitatud ülevaade sotsiaalsete gruppide representatsiooni sagedusest, erinevate representatsiooni elementide ja indikaatorite nagu kõneisik, foto, pealkiri, teema kasutamisest gruppide kujutamisel ning indikaatorite kasutamise omavahelistest seostest.

Tekstide kultuurilise tähenduse kontentanalüüs Gerbner'i (1969) põhjal on kaardistatud märksõnadena kontentanalüüsi tabelis. Seda materjali kasutan poliitilise ja sotsiokultuurilise välja representatsiooni kvalitatiivanalüüsil toetava andmebaasina, et iseloomustada sotsiaalsete gruppide representatsioonil esinevaid teemasid, suhtumist, eelhoiakuid, kontekste ning nendevahelist hierarhiat.

Kvalitatiivanalüüsi tulemustes on kajastatud sotsiaalsete gruppide representatsiooni kultuurilist tähendust laiemalt, analüüsin gruppidega seotud eristuvaid ideoloogiaid, gruppide representatsiooni sotsiaalses ruumis ning sotsiaalsete gruppide vahelisi mõjusid ja seoseid.

4.1. KONTENTANALÜÜSI TULEMUSED.

SOTSIAALSETE GRUPPIDE REPRESENTATSIOON

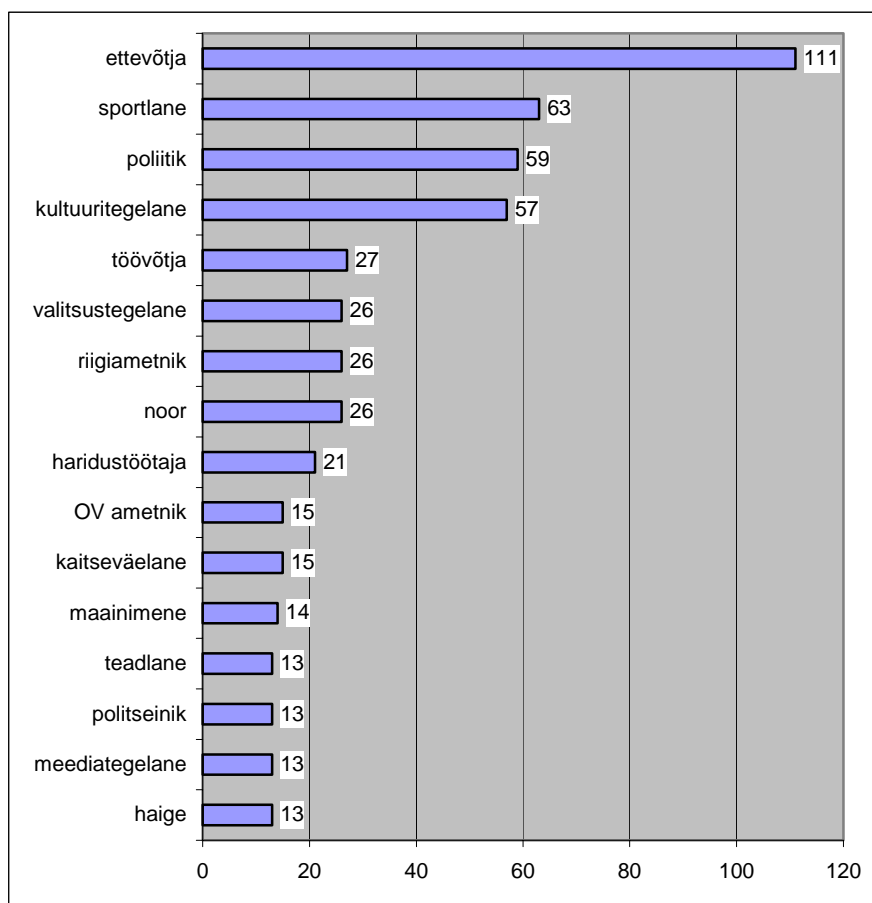
Sissejuhatava ja ülevaatliku pildi andmiseks meedia poolt kujutatavatest sotsiaalsetest gruppidest käsitlen esmalt sotsiaalsete gruppide esindajate esinemise sagedust tekstides. Analüüsitud materjal is representeeriti mistahes sotsiaalse grupi esindajat kokku 628-1 korral ning lähtuvalt meetodikast ja kodeerimisjuhendist moodustus kontentanalüüsi lõplikuks analüüsiobjektiks 34 sotsiaalset gruppi. Nendele lisandub analüüsi tulemuste esitamisel grupp "muu", mis ei moodusta homogeensete huvidega omaette sotsiaalset gruppi, vaid sinna on koondatud vähem kajastust leidnud, väga spetsiifiliste omaduste ja käesoleva uurimuse seisukohalt vähemolulised grupid (nagu

kirikutegelased, loomaarmastajad). Andmete terviklikkuse huvides on aga grupp “muu” esitatud analüüsis koos teiste sotsiaalsete gruppide kohta kogutud andmetega.

Uuringu objektide (sotsiaalne grupp) ning nende alamgruppide täielik nimekiri ja kajastuse sagedus kordades ja osakaaluna on esitatud lisa 3.

Üldise kajastuse seisukohalt kõige enam esinenud sotsiaalsed grupid on toodud Joonisel 1, nende 16 grupi osakaal kogukajastustest moodustas 81,5%. Joonisel 1 on esitatud enimkajastatud gruppide pingerida kajastuste arvu järgi. Kõigi nende gruppide iseseisev kajastuse osakaal moodustas kogukajastustest üle 2%.

Joonis 1. Enam kajastust leidnud sotsiaalsed grupid (kajastuse osakaal üle 2%)



Jooniselt 1 on näha, et suurimat tähelepanu ja kajastust saavad meedias ettevõtjad, kes edastavad järgnevaid sotsiaalseid gruppe peaaegu kahekordselt.

Ettevõtjate grupi sees leiavad suhteliselt võrdselt tähelepanu ja kajastust nii suured (52%) kui keskmised ja väikeettevõtjad (41%). Välisettevõtjate kajastuse osakaal ettevõtjate grupi sees on 7%.

Ettevõtjate järel jätkavad pingerida omavahel suhteliselt sarnase kajastuse mahuga grupid nagu sportlased, poliitikud ja kultuuritegelased. Sportlaste puhul on märkimisväärne, et 98%-l sportlaste representatsioonist kujutab meedia tippportlasi – Eestis või maailmas vähemalt meistriliiga tasandil võistlevaid professionaalseid sportlasi.

Suure poliitilise ja majandusliku kapitaliga gruppide esinemine enim tähelepanu saavate gruppide hulgas on üsna ootuspärane, küll aga viitab pingerea nelja esimese sotsiaalse grupi koosseis teisalt ka kultuurilise kapitali tuntavale esindatusele meedias. Esimese nelja suurima kajastusega grupi puhul võib märgata sõltuvust ja mõjutatavust ajalehe struktuurilisest ülesehitusest, lähemalt peatun selle juures punktis 4.1.1.

Pingerea kolmanda ning kajastuse osakaalu seisukohalt samuti võrreldava koosluse moodustavad töövõtjad, valitsustegelased, riigiametnikud, noored ja haridustöötajad. Selle grupi puhul võib valitsustegelaste, haridustöötajate ning riigiametnike kontekstis tulemus olla mõjutatud skandaalidest, millistele viitasin uuringu valimit tutvustava peatüki sissejuhtavas lõigus. Märkimisväärne on siin aga töövõtjate ning noorte kajastuse suur osakaal. Kui töövõtjate puhul võib samuti näha seoseid ajalehe struktuurilise ülesehitusega (iga nädal ilmub lisaleht “töö”), siis noorte suurt kajastuse osakaalu pean antud töö üheks tähelepanuväärsemaks näitajaks. Noorte grupi sees on pooltel juhtudel kujutatud noori üldiselt, 31%-l juhtumitest on portreeritud üliõpilasi ning 19%-l juhtumitest kooliõpilasi. Noorte kajastuse osakaalu teeb märkimisväärseks selle suhe nende mingis mõttes sotsiodemograafilise vastandgrupi – eakate – representatsiooni osakaalu. Eakaid kujutatakse 3-l korral versus noorte 26 korra vastu, so üle 8 korra vähem.

Enimkajastatud gruppide neljanda võrreldava osakaaluga koosluse moodustavad omavalitsusametnikud, kaitseväelased, maainimesed, teadlased, politseinikud, meediategelased ja haiged. Siin pean oluliseks maainimeste ning haigete representatsiooni, teiste puhul võivad kajastust mõjutada valimi peatükis viidatud

skandaalsed teemad või ajalehe rubriigiline ülesehitus (meedia TV). Maainimesi on portreeteritud ligikaudu kolm korda rohkem kui linlasi (vastavalt 14 ja 5 korda), seda vaatamata asjaolule, et ajalehel on püsiv erirubriik Tallinn. Haigete representatsioon on oluline sotsiaalvaldkonna kontekstis – suurima seda valdkonda esindava grupina võiks neid seetõttu nimetada sotsiaalvaldkonna referentsgrupiks.

Vähem kajastust leidnud sotsiaalsetest gruppidest tahaks lisaks mõnedele eespool juba mainitud gruppidele peatuda ajakirjanike, lastevanemate, laste ja kurjategijate representatsiooni osakaalul. Viimase kolme grupi (alates lapsevanemad) kajastuse osakaal on praktiliselt võrdne (7-9 korda), seega tuleb siit järeldada, et meedia jaoks on kurjategijate, laste ning peretemaatika käsitlemine prioriteetidelt või atraktiivsusest võrdsed. Ajakirjanike representatsioon on oluline samuti suhtes meediategelastega. Nagu metoodikas viidatud, on meediategelaste puhul tegemist meedia kommertsiaalse poole esindajatega ning analüüsitud materjalid edestab seega meedia kommertsiaalne pool meedia tähelepanu seisukohalt ajakirjanduslikku.

4.1.1. Seoseid ajalehe struktuurilise ülesehitusega (rubriik)

Nagu kontentanalüüsi sissejuhatava osa mitmes lõigus on osutatud, viitab sotsiaalsete gruppide kajastuse osakaal selle seotusele ajalehe ülesehitusega. Ajalehe ülesehitus põhineb temaatilisel jaotusel, kus mingi teemaga seotu koondatakse kindlale leheküljele või lehekülgedele ning eristatakse muust materjalist temaatilise rubriigina. Eesti Päevalehes esinevad püsirubriigid (uudised, majandus, arvamus, kultuur, sport) ning erineva sagedusega ilmuvad erirubriigid (poliitika, Tallinn, meedia TV, melu, töö, kodu ja kinnisvara, laupäev jms). Ajalehe rubriigile jaotus paneb seega laias laastus paika teemade struktuuri, mida antud väljaanne peab oluliseks kajastada.

Representatsiooni seisukohalt on oluline, et sotsiaalsete gruppide kajastuse sageduse pingerea neli esimest gruppi omavad vastava valdkonna temaatilist rubriiki: ettevõtjad – majandus; kultuuritegelased – kultuur, sportlased – sport, poliitikud – poliitika. Joonis 2 näitab temaatilise rubriigi ja vastava valdkonnaga seotud sotsiaalse grupi kajastuse osakaalu selles rubriigis.

Joonis 2. Sotsiaalse grupi kajastuse osakaal (%) vastava valdkonna rubriigis

	kultuur	sport	majandus	poliitika	meedia TV
kultuuritegelane	85				
sportlane		82			
ettevõtja			74		
poliitik				70	
meediategelane					63

Kui sotsiaalse grupi kajastamine vastava valdkonna rubriigis tuleb lugeda ootuspäraseks, siis ajakirjanduslikku fookust illustreerib mõjuvamalt nõ. valdkonnast vähem sõltuvate rubriikide ning seal representeeritavate sotsiaalsete gruppide osakaal. Detailne rubriikide ja sotsiaalsete gruppide kajastuse seoste tabel on esitatud lisan 4.

Meedia fookuse seisukohalt joonistuvad seal välja mitmed omanäolised ja seega märkimisväärsed seosed nagu:

- ettevõtjate ja poliitikute suurim esindatus (vastavalt 16% ja 15%) uudiste rubriigis, mis on omakorda materjali hulgalt suurim rubriik ajalehes (29% sotsiaalsete gruppide kajastustest leidsid aset uudiste rubriigis);
- poliitikute kõige suurem kajastatus juhtkirjades ja repliikides (vastavalt 23% ja 20%), mis näitab toimetuse fookust nende enda seisukohavõttudes;
- arvamuskülgedel poliitikute kajastuse suurim osakaal (13%);
- Tallinna rubriigis ettevõtjate ja omavalitsusametnike prevaleerimine (vastavalt 25% ja 18%), vastukaaluks linlaste 2%-ne osakaal;
- kodu ja kinnisvara rubriigi ettevõtjatekesksus (100%)
- töö rubriigis töötute ja ettevõtjate (mõlemad võrdselt 33%) suurim esindatus.

Meedia mõjutusvõimaluste diskursusest (Dijk 1998, Gerbner 1969) lähtuvalt avaldub siin väga ilmekamalt meedia roll läbi uudisväärtusliku ja olulisuse valiku.

Sotsiaalsete gruppide tasakaalustatud kajastuse poolest erinevad teistest rubriikidest uudised ja arvamused. Uudistes ei leia kajastust ajakirjanikud ja meediategelased ise ning eakate ja eestlase profiil. Samas eristub uudistes suhteliselt suurem tähelepanu

jõustruktuuridel ning kurjategijatel – neid portreeritakse kõige sagedamini just uudisrubriigis, vastavalt kurjategijaid 86%-l, politseinike 85%-l ning kaitseväelasi 73%-l juhtudest.

Arvamusküljed eristuvad samuti väiksema kontsentreerituse astmega. Kuigi arvamuste rubriik on samuti vältimatult mõjutatud toimetaja valiku printsiipidest, siis siin avaldub adekvaatsemalt pilt sellest, mis on aktuaalne tegelikult või tõenäolisemalt sotsiaalses ruumis. Kuna siin toimub teksti koostamine mitte ajakirjaniku vahendusel, vaid erinevate gruppide esindajate eneste poolt, siis väljendab see tõsemalt või vahetumalt neid ideoloogiaid ja konflikte, mis erinevate gruppide sees või vahel esinevad. Näiteks eakad leiavad oma üldise väikse kajastatuse juures 67%-l juhtudest käsitlemist just arvamusküljel. Samuti joonistuvad arvamuskülgedel välja mitmed viited sotsiaalsete gruppide vahelistele võimalikele vastuoludele, mis väljendub nende gruppide suhteliselt suuremal kajastusel just arvamuskülgedel (mis on peamine seisukohtade esitamise ja vahetamise koht): eestlane (40%) – mitte-eestlane (33%); mees (33%) – naine (33%). Ka teadlaste ja haridustöötajate representatsioon leiab suures osas aset arvamusküljel (vastavalt 38% ja 24%).

Kokkuvõtvalt on rubriigi ja sotsiaalsete gruppide representatsiooni seoste seisukohalt olulised järgmised printsiibid ja asjaolud:

- väljaande struktuuriline ülesehitus omab mõju sotsiaalsete gruppide representatsioonile
- kõige suuremat mõju representatsiooni sagedusele omab uudiste rubriik, kuna see on tekstide arvult kõige suurem rubriik
- meedia ise peab oluliseks võtta seisukoht enim poliitikute suhtes
- arvamusküljed on sotsiaalsetele gruppidele võimaluseks tähelepanu saada – see rubriik on uudiste järel kajastatuse tasakaalustatuselt teisel kohal.

4.1.2. Kõneisikute (subjektid) ning kõnealuste (objektid) representatsiooni seoseid

Vaatlen siin lähemalt kõneisikute (aktiivsed tegelased, subjektid) ja kõnealuste (passiivsed tegelased, objektid) tekstilisi positsioone.

Sotsiaalsete gruppide representatsioonil saavad kujutatavad ehk objektid ka kõneisikutena sõna keskmiselt 45% juhtudest. Keskmisest enam ehk üle 50%-l juhtudest antakse objektidele enestele sõna ajakirjanike (73%), kultuuritegelaste (72%) ning eakate (67%) representatsiooni ning riigi ja avaliku ja riigisektori esindajate puhul: meditsiinitöötajad (64%), poliitikud (59%), riigiametnikud (55%), kaitseväelased (53%), omavalitsusametnikud (53%), haridustöötajad (50%) ning sotsiaaltöötajad (50%). Ka ettevõtjad ning kolmanda sektori organisatsioonide esindajad kuuluvad enam sõna saavate objektide hulka (mõlemad 56%).

Riigi ja avaliku sektori esindajatest saavad aga keskmisest vähem enda representatsioonil sõna päästetöötajad (25%), valitsustegelased (35%), president (40%) ning politseinikud (43%). Valitsustegelaste representatsioon eristub siin ülejäänud avalikust sektorist selle poolest, et nende kujutamisel saavad kõige rohkem sõna ajakirjanikud ise (38%) ja seda läbi arvamuskülgede (3 arvamuskülge, 3 juhtkirja ja 4 repliiki). Presidendi representatsiooni eripäraks on poliitikute märkimisväärne osakaal kõneisikute hulgas (40%).

Üldse ei saa objektidest sõna lapsed, mehed ja vaesed. Meeste kujutamisel on enam sõna saavad subjektid meditsiinitöötajad (31%), naised (15%) ning riigiametnikud (15%). Ajakirjanikud ei ole kõneisikud, vaid representeerivad objekte läbi teiste sotsiaalsete gruppide esindajate või objektide enda eakate, linlaste, omanike, vaeste, presidendi, päästetöötajate, sotsiaaltöötajate ning töövõtjate puhul. Vaesed on siin selgelt eristuv sotsiaalne grupp, kes ei saa ise sõna ning kelle osas ei võta sõna ka ajakirjanikud. Teistest gruppidest eristuv on ka töötute representatsioon, kelle puhul on peamine kõneisik ettevõtja (60%-l juhtumitest).

Kõnealuste ja kõneisikute vaheliste seoste detailne tabel on esitatud lisa 5.

Kokkuvõtvalt võib uuringu objekti ja subjekti seostest välja tuua, et:

- kõige rohkem saavad enda kujutamisel kaasa rääkida ajakirjanikud ja kultuuritöötajad, üldse ei saa sõna lapsed, mehed ja vaesed;
- riik ja avalik sektor esinevad representatsioonil valdavalt ja keskmisest enam nii objekti kui subjektina, siin eristub teistest selgelt valitsustegelaste grupp, kelle puhul peamine kõneisik on ajakirjanik;

- erasektoris saavad keskmisest enam enda representatsioonil sõna institutsiooni esindavad objektid (ettevõtjad, kolmanda sektori organisatsioonide esindajad).

4.1.3. Seoseid objekti ja teema vahel

Teemade ja sotsiaalsete gruppide representatsiooni seoste analüüsimisel vaatlesin, milliste teemade kaudu toimub grupi representatsioon.

On loomulik, et sotsiaalsed grupid leiavad enam käsitlust nendel teemadel, mis on seotud nende gruppide peamiste huviväärdega. Näiteks haigeid (85%) ja meditsiinitöötajaid (90%) representeeritakse peamiselt tervishoiu teemadel. Seetõttu on teemade aspektist sisuliselt määravam ja huvipakkavam nende sotsiaalsete gruppide representatsioon, kelle huviväär ei ole sedavõrd selgelt mingi konkreetse valdkonnaga seotud. Eakate representatsioonil on kandev ühiskonnatemaatika (67%), laste puhul sotsiaalne kaitse (44%) ning noorte puhul haridus (38%) ja kultuur (27%). Meeste representatsioonil on olusamad teemad tervishoid (33%), kuritegevus ja perekond (kumbki 22%), samas naistel perekond (67%) ning tervishoid (22%). Linlaste kajastus leiab aset valdavalt keskkonna (60%), kuritegevuse (20%) ning majandusteemadel. Maainimeste puhul on aga esikohal kultuur (43%) ning järgneb keskkond (29%). Mitte-eestlaste representatsiooni kandev teema on haridus (67%), eestlaste puhul majandus (40%). Riigisektori fookused on vastavalt omavalitsusametnikel keskkond (47%), valitsustegelastel ja riigiametnikel riigivalitsemine (46%).

Kõige mitmekesisemalt teemade aspektist representeeritakse ettevõtjaid (14-l erineval teemal 17-st) ja poliitikuid (11-l erineval teemal 17-st). Ettevõtjate puhul on lisaks majandusele (50%) olulised ka suhted keskkonna (14%), kuritegevuse (9%) ning töö (8%) valdkondadega. Poliitikute kajastuse puhul on temaatiline pingerida: poliitika (64%), sotsiaalne kaitse (8%) ning haridus (7%).

Teemal on representatsioonis väga oluline roll, kuna teema annab viiteid objekti sotsiaalse positsiooni ning suhete kohta ühiskonnas. Seetõttu näitab mingi temaatika kontsentreeritult suur osakaal objekti kujutamisel kas olulisi konflikte või

iseloomustab konkreetse objekti mõjuvõimu ulatust selles valdkonnas. Mida mitmekesisem on grupi representatsioon temaatiliselt, seda suuremat sidusust ühiskonna erinevate valdkondadega see grupi puhul ilmestab.

Detailne ülevaade teemade ning sotsiaalsete gruppide representatsiooni seostest on esitatud lisas 6.

4.1.4. Representatsiooni seoseid kujunduslike elementidega (fotod ja pealkirjad)

Kujunduslike elementide puhul jälgin objekti ja subjekti kajastamist fotodel ning pealkirja suuruse seoseid kajastatavate sotsiaalsete gruppidega. Detailne ülevaade fotodel kujutatust on toodud lisas 7 ning pealkirjade suuruse kasutamisest lisas 8.

Tekstide fotoga illustreerimise keskmine tase oli 70%, mida hindan representatsiooni aspektist märkimisväärselt kõrgeks keskmiseks näitajaks. Pakub ju illustratsioon isiku portreeterimisel nii tähelepanu haaramiseks kui kontekstide loomiseks tunduvalt mitmekesisemaid võimalusi. Tekstide puhul, kus fotot on kasutatud, kujutatakse fotol representeeritavat objekti keskmiselt 55%-l ehk üle pooltest juhtudest, subjekti kujutamise keskmine osakaal on 8%. Fotod ei kajasta ei objekti ega subjekti 37%-l juhtumitest, reeglina on siis tegu fotodega, kus üldse puuduvad inimesed – seal on hooned, rajatised, looduspildid vms.

Objekt esineb fotol alati (ehk 100%-l juhtumitest) mitte-eestlaste ning presidendi puhul. Keskmisest oluliselt enam (üle 70%-l juhtumitest) on objekt fotol ka sportlaste (88%), kaitseväelaste (82%), kurjategijate (80%), noorte (85%), maainimeste (70%) ja haridustöötajate (70%) puhul. Sarnaselt kõneisikutega on ka fotol objekti kajastamise puhul eelistatud seisus ehk keskmisest rohkem esindatud riik ja avalik sektor: eelnimetatule lisaks (kaitseväelased ja haridustöötajad) politseinikud ja meditsiinitöötajad (mõlemad 67%), poliitikud (62%) ning valitsustegelased (54%).

Selles sektoris eristuvad fotodel kujutatu aspektist omavalitsusametnikud, kes on objektina kujutatud vaid 9%-l fotodest.

Sotsiaalse grupi representatsioonil ei esine objektina fotodel eakaid, vaeseid, sotsiaaltöötajaid ning mehi. Üldse puuduvad fotod eakaid representeerivate tekstide juures ning vaeste representatsiooni puhul on fotol 100%-l juhtudest kujutatud subjekt.

Objekti kujutamisel fotodel ilmnevad mõned huvipakkuvad erisused sotsiodemograafiliselt vm viisil seotud sotsiaalsete gruppide osas. Osad grupid on meedia jaoks visuaalselt atraktiivsemad:

- naised (67%) versus mehed (0%)
- töötud (67%) ja töövõtjad (52%) versus ettevõtjad (28%)
- noored (80%) versus eakad (0%) ja lapsed (20%)
- maainimesed (70%) versus linlased (33%)
- meditsiinitöötajad (67%) versus haiged (33%).

Pealkirjade kasutamisel sotsiaalsete gruppide presenteerimisel võib täheldada erinevusi võrreldes fotode ja kõneisikutega. Siin on riigisektori esindatus tagasihoidlikum – tekstide osakaal, kus kasutatakse kõige suuremat pealkirja, on riigisektori gruppides valdavalt alla keskmise. Kõige suuremate pealkirjade osakaal kogutekstidest on keskmiselt 59%, poliitikute puhul on see näitaja 47%, presidendi puhul 25%, valitsustegelaste puhul 46%, riigiametnike puhul 42%, kaitseväelaste puhul 53%. Ka ettevõtjate puhul on kõige suuremate pealkirjade osakaal vaid 52%.

Samas on üldiselt vähem kajastatud sotsiaalsete gruppide representatsioonil kõige suuremat pealkirja kasutatud oluliselt sagedamini. Näiteks omanike, sotsiaaltöötajate, päästetöötajate ja naiste puhul 100%-l juhtumitest. Suurim pealkiri esineb valdavalt ka meeste (89%), linlaste (80%), töövõtjate (78%), teadlaste (77%) ning maainimeste (71%) representatsiooni puhul.

Seega on siin huvitav aspekt, et pealkirja kontekstis on tähelepanu fookus mitte enim kajastatud gruppidel vaid sageduse poolest vähem tähelepanu saavatel gruppidel. Ühelt poolt võib seda seletada sellega, et sagedamini kajastust leidvad grupid on ajakirjanikele nõ. kindel viis lehekülje täitmisel ja kuna nende üldine kajastuse maht

on suur, siis leiavad osad tekstid kajastamist väiksemas mahus ja vastavalt ka väiksemate pealkirjadega. Teisalt võib seda aga seletada ka omamoodi peegeldusena, kuidas meedias muidu vähem tähelepanu väärivad sotsiaalsed grupid jõuavad meediasse läbi oluliste teemade, milles nad on osalised, ning suur pealkiri väljendab siin meedia huvi eelkõige teema vastu. Sealjuures siis see sotsiaalne grupp, kui ta ise ei ole meedia jaoks piisavalt atraktiivne, ei leia enda representatsioonis väljundeid fotodele ja kõnelejana. Kõige markatsem näide on siin meeste representatsioon, kelle puhul kõige suuremate pealkirjade osakaal kajastustest on 89%, kuid meeste esinemine nendes tekstides kõneisikutena või fotodel objektidena on 0%-i ehk puudub.

4.1.5. Indikaatorite omavahelised seosed objekti representatsioonil

Vaatlen sotsiaalsete gruppide mediarepresentatsiooni sellest aspektist, millised grupid millise indikaatori poolest on meediale atraktiivsemad ehk läbi mille neid rohkem esitatakse. Selleks võrdlen kahte indikaatorit, mille abil kujutati erinevaid sotsiaalseid gruppe ehk uuringu objekti – nendeks on foto ja kõneisik.

Indikaatorite võrdlemisel võtsin aluseks:

- objekti fotol kujutamise osakaalu tekstides (visuaalne atraktiivsus)
- objekti kõneisikuna esinemise osakaalu tekstides (arvamuse atraktiivsus)

Võrdluses on sotsiaalsed grupid rühmitatud eristuvateks (representatsioon on vastandlik) siis, kui kahe indikaatori osakaalude muut on suurem kui 30%.

Indikaatorite võrdluse tulemus on toodud joonisel 3.

Joonis 3. Sotsiaalsete gruppide representatsiooni eripärad kõneisiku ja foto alusel

<u>Visuaalne atraktiivsus,</u> kõneisikuna vähem esitatud	<u>Arvamuse atraktiivsus,</u> visuaalselt vähem esitatud
Sportlased	Ettevõtjad
Mitte-eestlased	Omavalitsusametnikud
President	Ajakirjanikud
Kurjategijad	Eakad
Töötud	Sotsiaaltöötajad

Indikaatorite kasutamise võrdlus foto ja subjekti aspektist kõigi sotsiaalsete gruppide lõikes on toodud lisa 9. Siit joonistuvad välja huvitavad seosed sellest, millised sotsiaalsed grupid on meediale rohkem atraktiivsed visuaalselt, aga mitte niivõrd kõnelejana ning vastupidi. Lisa 9 illustreerib ka, milliste sotsiaalsete gruppide kujutamisel kasutab meedia erinevate representatsiooni indikaatorite lõikes kõige enam objekti ennast. Lisas 9 on sotsiaalsed grupid seatud pingeritta vasakult paremale selle alusel, kelle representatsiooni puhul esineb objekt samaaegselt ka kõnelejana ning on kujutatud fotol. Seega iseloomustab see joonis objekti enda osalemise võimalusi representatsioonil.

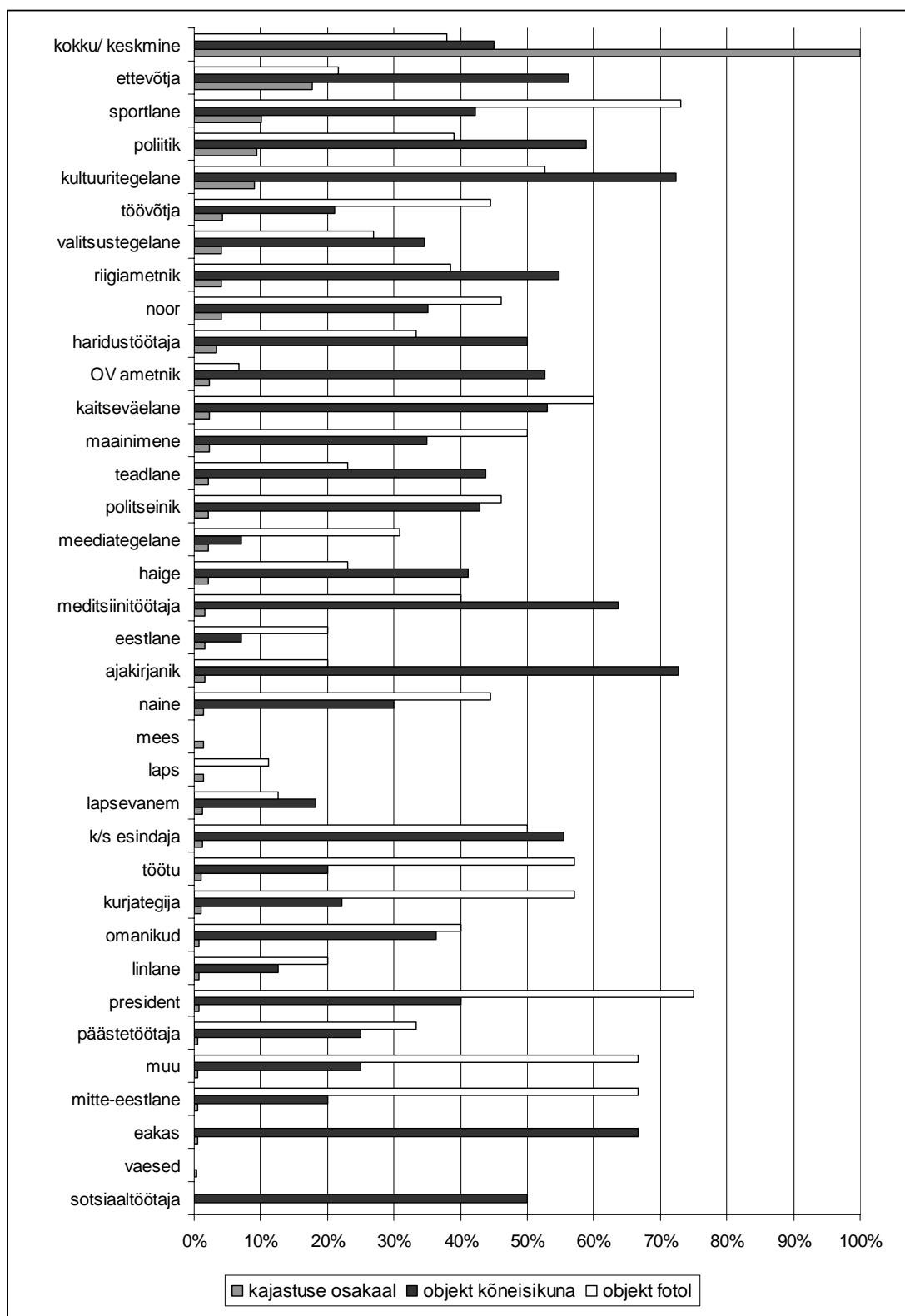
Kõige rohkem on objekti objekti enda abil kujutatud kultuuritegelaste, sportlaste, presidendi ning kaitseväelaste puhul, kultuuritegelaste puhul on siin oluline, et edetabeli tipus olles on nende arvamusel ainukesena suurem kaal kui fotol. Edetabeli järgneva homogeense grupi moodustavad kolmanda sektori organisatsioonide esindajad, meditsiinitöötajad, poliitikud, riigiametnikud ja ajakirjanikud. Nemad eristuvad esimestest kooslusest (va kultuuritegelased) selle poolest, et nende kõrge esindatuse juures mängib olulisemat rolli nende arvamuse suurem kajastus, mitte niivõrd visuaalil esinemise osakaal.

Keskmiselt on objekti kujutamisel läbi objekti kasutatud rohkem objekti arvamust (45%) kui visuaali (38%). Kõige vähem osalevad oma representatsioonil visuaali ja arvamuse summeeritud aspektist lapsed, mehed ja vaesed.

Eeltoodud indikaatorite omavahelisest võrdlusest näeme, kuidas meedia erinevate sotsiaalsete gruppide kujutamisel võib omada teatud eelistusi erinevate representatsiooni indikaatorite kasutamisel. Osad grupid võivad olla visuaalselt atraktiivsemad, teiste puhul aga prevaleerib arvamuste suhteliselt suurem eelistamine.

Kokkuvõttev tabel sotsiaalsete gruppide kajastuse sagedusest ning iseloomust objekti kujutamise seisukohalt on esitatud joonisel 4.

Joonis 4. Sotsiaalsete gruppide kajastuse iseloom erinevate indikaatorite lõikes



Kontentanalüüsi kokkuvõtteks

Kontentanalüüsi tulemusena võib täheldada järgnevaid tendentse:

- väljaande struktuuriline ülesehitus omab mõju sotsiaalsete gruppide representatsiooni sagedusele, sh kõige suuremat mõju omab uudiste rubriik, kuna see on tekstide arvult kõige suurem rubriik
- meedia peamine fookus meedia enda seisukohtade väljendamisel (juhtkirjades ja repliikides) on poliitikutel
- teemal on representatsioonis väga oluline roll, kuna teema annab viiteid objekti sotsiaalse positsiooni ning suhete kohta ühiskonnas. Mingi temaatika kontsentreeritult suur osakaal objekti kujutamisel näitab kas olulisi konflikte või iseloomustab konkreetse objekti mõjuvõimu ulatust selles valdkonnas.
- erinevate sotsiaalsete gruppide puhul eelistab meedia erinevaid representatsiooni võtteid, osad grupid on atraktiivsemad visuaalselt, teised kõnelejana (subjektina) ning kolmandad teema tõttu (suured pealkirjad).

Kontentanalüüsi kokkuvõtte põhjal jõudsin alljärgnevate **järelduste ja probleemideni:**

- väga erinev representatsiooni võtete kasutamine erinevate sotsiaalsete gruppide representatsioonil viitab meedia suurele mõjule lõpliku representatsiooni kujunemisele
- meediaväljaande struktuuriline ülesehitus paneb suuresti paika selle, millised sotsiaalsed grupid ja teemad on meedias rohkem esindatud (sotsiaalsfääri vähene kajastus võib olla tingitud vastava temaatilise rubriigi puudumisest)
- uudised on kõige olulisemad representatsiooni koondpildi mõjutajad, kuna 29% kogukajastustesst leiab aset uudiste rubriigis
- meedia eelistab kajastada suuremat sotsiaalset kogukapitali omavaid sotsiaalseid gruppe (nii majanduslikku kui kultuurilist), vähemedukad ja vähem sotsiaalselt kapitaliseeritud on tagaplaanil.

4.2. KVALITATIIVANALÜÜSI TULEMUSED.

POLIITILISE VÄLJA JA SOTSIOKULTUURILISE VÄLJA REPRESENTATSIOONIDE KVALITATIIVNE (TEKSTIKESKNE) ANALÜÜS

Kvalitatiivanalüüsil kaardistasin sotsiaalsete gruppide representatsiooni põhistatud teooria (*Grounded Theory*) meetodil. Vaatlesin sotsiaalsete gruppide representatsiooni tekstide kultuurilisest tähenduse (Gerbner (1969)) seisukohalt ning sellest tulenevat gruppide eristuvate iseloomuomaduste kogumit (*habitus`t*) ja gruppide omavahelist suhtestumist poliitilisel ning sotsiokultuurilisel väljal.

Gruppide iseloomulike omaduste ja eristuvuse analüüsil lähtusin Bourdieu (2003) *habitus`e* ning van Dijk`i (1998) grupi ideoloogia käsitlustest. Gruppidevaheliste mõjude ja seoste analüüsi puhul lähtusin Bourdieu (2003) poliitilise, majandusliku, kultuurilise ning sümboolse kapitali käsitlusest.

Kvalitatiivanalüüsi tulemusena joonistusid mediarepresentatsioonis välja mitmed sotsiaalsete gruppide vahelised ideoloogiatest, väärtustest või sotsiaalse kapitali omanduse stuktuurist tulenevad vastuolud või seosed.

4.2.1. RIIGI TOIMIMINE. POLIITILINE VÄLI JA POLIITILINE KAPITAL

Riigi toimimise ja poliitilise välja representatsiooni analüüsil vaatan poliitilisel väljal tegutsevate sotsiaalsete gruppide kujutamist, nende omavahelist eristuvust ning poliitilise kapitali tulenemise kultuurilisi kontekste.

Siia on koondatud poliitikute, riigi- ja omavalitsusametnike, valitsustegelaste, presidendi, sõjaväelaste ning politseinike representatsiooni kvalitatiivanalüüsi tulemused.

Eeltoodud grupid on poliitilise välja suhtes olulised, kuna nad omavad suurt mõju poliitilise välja representatsiooni iseloomule ja selle kujunemisele – nad on seal väljal

peamised tegutsejad ning nad eristuvad üksteisest nii ideoloogiate, väärtuste kui poliitilise kapitali tulenemise iseloomu poolest.

Poliitikud

Poliitikud on vastavalt kontentanalüüsis toodud tulemustele kõige rohkem tähelepanu pälvivad riigisektori esindajad. Samuti on nad meediarepresentatsioonis subjektidena aktiivsed tegutsejad – neid kujutatakse ja nende arvamust representeeritakse nii nende enda representatsioonil kui ka teiste gruppide kajastamisel.

Poliitikute representatsioonil on nende iseloomustamisel meediale olulised järgmised probleemid või konfliktid, mille tõttu nad meedia tähelepanu all on:

- ebakompetentsus

Ajakirjanik (allikas 22): *“On täiesti kuritegelik määrata kasumit hankima inimesed, kes teevad seda põhitöö kõrvalt... Veskimäe avaldus on sulaselge kapitulatsioon... Kui minister väidab, et kõik on puhas äri, saab ta oma ülesannetest avaliku huvi esindajana ehk rahva teenrina 100% valesti aru...”*

- vastutustundetus (mõnede valdkondade olukord on nagu sotsiaalne kaitse ja meditsiin on viidud kriitilise piirini)

Poliitik (allikas 62): *“See on meile külge poogitud, et meil puudub sotsiaalne mõõde ning oleme pankurite partei...”* Koalitsioonipartner (allikas 62): *“Rikkad ja ilusad ei müü enam...”*

- ebaetilisus, ameti kuritarvitamine (lubadustest ei peeta kinni, omakasu otsustes, tegevusetus)

Keskerakonna venitamistaktika kohta parlamendi eelarve eelnõu osas. Poliitik (allikas 64): *“Keskerakond küsib sisuliselt altkäemaksu,... väljapressimisele ei saa demokraatias alluda.”*

- majanduseliidi mõjusfääris olemine

Koalitsioonipartner (allikas 69): *“Ansip on selgelt transiidiarimeeste huvide teenistuses... Samamoodi allus Reformierakond viinatootjate lobile...”* Riigiametnik (allikas 34): *“Tallinna Sadama nõukogu istungil oldi patiseisus...”*

- poliitika persooni- mitte parteikesksust

- poliitikute-poolset ühiskondlike püsiväärtuste alavääristamist

Kolumnist Kaarel Tarand (allikas 19) tsiteerib poliitikuid: *“Savisaar: Pulmaöö hakkab meenutama rohkem kriminaalset vägistamist kui õnnelikku vastastikust andumist ühises abieluvoodis. Rosimannus: On loomulik, et perest, kus füüsilist tugevam ei oska end muudmoodi maksta panna kui*

perevägivalla abil, kõnnitakse ära. Atonen: Kui ma kurameerin naisega, kelle puhul tuleb hiljem välja, et tegemist on narkomaaniga, kas ma pean siis temaga kokku jääma?”

Poliitikute endi arusaam iseendast peegeldab aga enesekindlust olemasoleva suhtes nii eetiliste normide kui võimu realiseerimise koha pealt.

Kuigi nad näitavad avalikult üles kibestumust selle osas, kuidas avalikkus neid näeb või mida neile ette heidab, jookseb alltekstides läbi arusaam, et poliitikas osalejad ongi ühiskonnas eristaatuses ja meie väiksusest tingituna peame siin moraalinormides mööndusi tegema.

Samasugust tolerantsi kokkulepetest ja põhimõtetest mitte kinni pidamise suhtes väljendab näiteks poliitilises kontekstis üldtuntuks saanud väljend “kõik on läbirääkimiste küsimus”, kus parteide-vahelises suhtluses ja valitsuste moodustamisel ei ole oluline mitte niivõrd maailmavaade kui võimul olemine.

Siit paistab välja leppimine oma kuvandiga, sest “eesmärk põhendab abinõu”. Poliitik (allikas 23): *“Sõna “poliitik” on kui tapamaja tempel lihakehal, mis peatselt pärast valimisi parlamendiliikmele otsaette lüüakse. Templijäljendilt võime lugeda, et poliitik on kasuahne ja pole usaldusväärne. Enamik neist on dokumenteeritud kelmid. Tekib küsimus, miks juba mitmendat korda järjest ei õnnestu rahval usaldusväärseid inimesi parlamenti valida? Kui rahvas on valinud rumala parlamendi, ei saa ka rahvast targaks pidada. Rahvas on kõrgeima riigivõimu kandja, kes ei eksi kunagi... Poliitiliseks otsuseks peetakse seda, kui otsuse argumendid ja motiivid on segased... Oleme kollektiivse poliitilise otsustusprotsessi maine sedavõrd madalale lasknud, et peatselt sobiks Eestit valitsema rahva poolt palavalt armastatud kuberner.”*

Mingil määral vastandumine ja eemaldumine ühiskonnast: arvake, mida tahate – võim on nagunii meie käes ja me ajame oma asja.

Poliitikute iseenda käsitlemise peegeldus meedias viitab sellele, et poliitikud ise peavad oma poliitilise kapitali põhinemisel peamiseks võimu printsiipi. Sellest ananb märku ka poliitiku fraas: *“Nagu üks hea sõber mulle ütles - kui sa tahad olla kursis sellega, mis Eestis toimub, siis parteitu ei tasu liiga kaua olla.”*

See illustreerib arusaama, et ka ühiskonnas üldisemalt seavad mängureegleid ja tõmbavad niite peamiselt poliitikud. Sellele võimuambitsioonile viitab ka Bourdieu (2003) poliitilise kapitali rakendamise seletustes.

Valitsustegelased

Valitsustegelaste representatsioon on kantud pidevatest valitsusesisestest tülidest, mis on seotud võimuvõitlusega ja samuti kompetentsi või õigemini selle puudumise probleemistikuga. Valitsustegelaste representatsiooni iseloomulikuks aspektiks kontentanalüüsis oli nende suhteliselt tagasihoidlik esinemine enda representatsioonis subjektina. Nad olid ainukesed riigi sektori esindajad, kelle representatsioonil said ajakirjanikud rohkem sõna kui objektid ise.

Ajakirjanik (allikas 159): *“Kuigi võimuliidus käib vastastikku avalik ärapanemine, püsib valitsus kindlasti kuni riigieelarve kinnitamiseni detsembris... Viimase sisevaenu löi lõkkele... Sõimlemise taustal üritab peaminister Juhan Parts koalitsiooni koos hoida... Kõige vaoshoitumalt käitub Reformierakond, kes pole viimastel nädalatel partnerite rünnakutele vastanud. Näiteks neelati alla ...”.*

Sagedane valitsusliikmete vahetus (vaadeldaval perioodil vahetus kaitseminister) annab meediale võimaluse tegeleda uute ministrite portreeterimisega. Võimuvõitluse ja üha uute ja uute “spetsialistide” kinnitamise taustal ei ole tähelepanu enam sisulisel ministri töö, see on meedia jaoks teisejärguline, sest tõsise töötegemise võime ning kompetentsi olemasolu selleks seatakse üldiselt kahtluse alla - kõik mäletavad ja teavad skandaale, millega ministrid üksteise järel koha kaotavad. Seetõttu otsib meedia valitsustegelaste representatsioonil huvitavaid ja löövaid detaile, millega “üldiselt nukrat pilti” rahva jaoks meeleolukamaks teha.

Repliigi pealkiri (allikas 148): *“Provintsipoiss tahab koju”..* Ajakirjanik (allikas 137): *“Ühekorraga on Eesti sõjaväe juhtimine endise lillelapse käes.”* Kuigi valitsustegelased ise näitavad valmisolekut tööle pühendumiseks – uus kaitseminister (allikas 157): *“Tahaks ka oma silmaga näha, mis kasarmustes ja polügoonidel on toimumas”,* siis tänu ajakirjanike suuremale kõneajale tekstides prevaleerivad negatiivsed ja naeruvääristavad hoiakud.

Võimuvõitluste tagajärjena peegeldatakse probleeme, mis tulenevad selgete poliitiliste sihtide puudumisest ning ebakompetentsusest asjaajamistel. Valitsuse otsustele

heidetakse ette poliitilistes tõmbetuultes triivimist. Selle hea näide sillaehitusteemadel (allikas 150). Artiklis saavad sõna vaid teadlased, jutt käib samas valitsuse otsustest ja tegevustest. Teadlane: “*Kõigepealt tuleb saada Lääne-Eesti saarte transpordiühendus korda ja alles siis arutada püsiühenduse ehk silla või tunneli rajamis... Pole siiani tehtud vettpidavaid tasuvuse analüüse... Ma ei ole silla vastu, kui saarlased seda tahavad, kuid soovin näha kompleksset lähenemist ja põhjalikku uurimist, enne kui midagi otsustada*”.

Valitsustegelaste representatsioon on seega tugevalt mõjutatud poliitikute kohta konstrueeritud kujutisest. Kuna valitsuse tegevus on mõjutatud poliitilisest võitlusest, mis valitsuskoalitsiooni sees ning poliitikas üldisemalt aset leiab, siis on ka nende kujutis seotud sarnaste ideoloogiate ja väärtustega kui poliitikutel. Jõulisemalt eristuvad siin kompetentsi kahtluse alla seadmine ja vastutustundetud.

President

Presidendi representatsioon on oluline mitte niivõrd poliitilise mõjuvõimu ja aktiivse poliitilisel väljal tegutsemise tõttu, vaid teistest riigisektoris tegutsevatest gruppidest täieliku eristuvuse tõttu.

Presidendi representatsioonil kumab läbi pühaduse oreool. President on justkui müütiline tegelane, kelle positiivset kuvandit meedia ise ja ka ühiskond tervikuna tahab igal juhul säilitada. Arvamusavaldused presidendi suunas, isegi kui need on kriitilised, on esitatud delikaatselt, konnotatsioonidega ja pigem “imestades”. Riigikogu väliskomisjoni liige Tiit Matsulevits kommenteerib presidendi Armeenia visiiti (allikas 88): “*Eesti välispoliitika seniste prioriteetide taustal pioneerlik, uudislik, üllatuslik ja huvitav... Riüitli visiidid on kulgenud viimasel ajal eksootilistesse paikadesse, viimane kord Jaapanisse.” Välisminister Kristiina Ojuland: “*See on riik, kus on jõude, kes ootaksid Euroopa Liidu riikidelt suuremat tähelepanu. Me ei saa öelda, et Armeenia tulevik meid ei huvitaks.*”*

See on justkui kokkuleppeline tsensuur, mis on kantud rohketest konnotatsioonidest ja müütilistest kujutistest ning põhjendab ennast läbi nõukogude konteksti. Presidendi puhul, kelle poliitilise kapitali ja karjääri taust on tihedalt seotud nõukogude ajaga, kasutab meedia ja ühiskond endiselt nõukogudelikust ideoloogiast kantud representatsiooni võtteid. Määravaks on siin poliitilise legitiimsuse iseenesestmõistetavus ja positiivse kujutluspildi mitmetähenduslikkus.

Presidendi ametkond töötab aga ka sisuliselt positiivse kuvandi nimel ning hoiab eekätt fookuses haridust ja teadmist. Presidendi pressinõunik (allikas 89): *“Meie presidendi visiiti on siin Armeenias väga näha ja tunda.... President sai näiteks ülikooli audotoriks, tema põhjalikku ettekannet ülikoolis oli kuulama tulnud puupüsti täis saal inimesi. Pärast esitati palju teraseid küsimusi...”* Teadmise konteksti olulisuse taga võib näha soovi võidelda või tasandada üldisi hoiakuid ühiskonnas, kus president Rütli sõnavõtte peetakse tihti sisutühjadeks ja neisse suhtutakse üleoleva irooniaga.

Riigiametnikud

Riigiametnike representatsiooni kandvad teemad ja kontekstid on riigiametnike ametist lähtuvad privileegid ning nende realiseerimine isiklike kasude nimel. Teine läbiv kontekst on seotud riigi mõistliku majandamisega.

Riigi mõistlik majandamine riigiametnike representatsioonil on tähenduslik teema, mida riigiametnikud ja valitsustegelased jõuliselt presenteerivad. Riigi kinnisvara juht (allikas 110): *“Osa poliitikuid väidab, et kui seda raha jagama hakatakse, siis kaob sellest osa paratamatult ära... Meie puhul on tegu konkreetsete inimestega, kellel on konkreetne vastutus... Meie raha tuleb odavamalt, suudame hoida ehituse efektiivsena kui iga kool eraldi... Tegemist on ikka natuke päästeoperatsiooniga.”* Rahandusminister: *“Riik peab omanikuna käituma sama majandusliku loogikaga, millega eraomanikud.”*

Siin on tegemist poliitilise kapitali kogumisega, mis põhineks asjatundlikkusel ja usaldusväärsusel - näidatakse teiste tegematajätmissi ja enda jõulisi samme asjade parandamisel.

Meedia aga serveerib selle kõrval palju jõulisemalt privileegide temaatikat. “Privileegide pink” vastupidiselt “spetsialistide pingile” on poliitikas pikk: ametiautode kasutamine, palgalisad, erioigused liikluses, jälitustegevus, juurdepääs kasulikule (loe: müüdavale) infole, poliitiline ametikoht. Privileegide puhul kasutab meedia rohkesti allegooriaid ja metatekste. Ajakirjanik (allikas 107): *“Ehkki siseministerium võttis Vitali Faktulini ministri nõunikuna palgale kaks kuud tagasi, on töö viinud teda siiani ainult Lasnamäe elamuühistusse.”* Repliigi pealkiri (allikas 104): *“Riiklik vilkuritüli”*.

Riigiametniku portreeloos iseloomustab ajakirjanik endist riigiametnikku Jaan Tootsi (allikas 96): "Hellitavaltsutsuti neid Savisaare "gorilladeks"... Toots ei suuda taas kord taltsutada oma kirge autode vastu". Tootsiga lahutamatu konnotatsioon on kallis auto. Tema ametialase karjääri kajastamisel riigiametites on peateemaks tema tegevus sõidukite hankimisel. Erinevate ametite puhul iseloomustatakse teda läbi uute ja kallite sõidukite, mida ta ametis olles firmadesse soetab.

Teine tähistaja Tootsiga seoses on skandaal. Selle on ajakirjanik valinud ka artikli pealkirjaks (allikas 96): "Jaan Skandaal Toots". Tootsi lahkumisi erinevatest ametitest ilmestavad skandaalid seoses ülekulutamise jm rikkumistega, tema vallandamised lõpevad aga reeglina kohtus õigeksmõistmise ja suurte kompensatsioonidega.

Suhtumist riigiametnikesse ja nende väärtushinangutesse portreeritakse muuhulgas läbi Jaan Tootsi abikaasa. Samas portreeloos tsiteeritakse Tootsi abikaasa Kersti Tootsi ütlemisi seltskonnaajakirjas "Kroonika": "Kui Jaan riigitööl oli, sain ma endale väga vähe lubada." Ajakirjanik: "Kui Kerstikesel meel väga kurvaks läheb, siis teeb ta endale lohutuskingituse. Ja miks ei või tuju kurvaks minna, kui habras naisterahvas üksipäini terve Lollidemaal asuva villa peab korda kraamima?"

Sellega näidatakse majandusedule orienteeritud elufilosoofiat, kus eesmärgiks on omamine ja selle nautimine. Viide Lollidemaale on konnotatsioon varakatele inimestele, see positsioneerib omakorda riigiametnikud selgelt ühiskonna kõrgematesse kihtidesse nii majandusliku kapitali (ressursside) kui poliitilise kapitali (mõjuvõimu) kontekstis. Samuti viitab tekst metatasandil sissekirjutatud ootustele, et riigiamet peaks pakkuma hulgaliselt hüvesid.

Omavalitsusametnikud

Omavalitsusametnike representatsioon erineb oluliselt riigiametnike omast. Kontentanalüüsist ilmnas, et omavalitsusametnike puhul on peamiseks teemavaldkonnaks keskkond (47%-l juhtudest) vastandina valitsustegelastele ja riigiametnikele, kelle kajastamisel on temaatiline fookus riigivalitsemisel (46%).

Sarnaselt riigiametnikele saavad ka omavalitsusametnikud oma mediarepresentatsioonis olulisel määral subjektidena kaasa rääkida (üle 50%).

Eristuvus ilmnes ka tekstianalüüsis, kus omavalitsustegelased on tunduvalt vähem enese- ja rohkem kodanikukesksed ja tegelevad (loe: raporteerivad) erinevate eluoluliste probleemide lahendamisega.

Artiklite pealkirju, kus kõneisikuna esines objekt ise ehk omavalitsustegelane (allikas 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 15):

“Ohtlik Haabersti ringristmik saab tuleval nädalal uue liiklusskeemi”

“Talve esimene lumetuisk pani linna teepuhastajad proovile”

“Mustamäe kinnikasvanud Parditiik saab kuue kuuga värskema näo”

“Linnavolikogu tähistab eestikeelse linnavõimu 100. aastapäeva”

“Rannamõisa tee äärne tühermaa on kiirelt arenemas elurajooniks”

“Liiklusohhtlikul Haabersti ringristmikul alustati eile ümberehitust”

“Maarjamäel valmib tänavu linna kaunima vaatega jalgrattatee”

“Krõbeda talve korral võivad linlased saada kümnekond liuvälja”

“Otepää ja Võru sõbralik kähmlus turistide pärast”

Omavalitsusametnike representatsiooni kannab seega usalduslik suhtumine nende arvamusedesse ning meedia negatiivsete eelhoiakute vähesus. Meedia on kriitikas pigem heatahtlik ja julgustav. Ajakirjanik (allikas 2): *“Läinud aastate suured ja sageli ootamatud lumetormidest tekkinud hanged ja nii pealinna kui ka väikeste linnakeste häiritud liiklus on kodanikel alati paremini meeles kui linnaametnikel. Aga nende kohus ongi just muretseda iga päev eelarvesse minevate lumekoristusrahade ning –masinate kasutamise eest... Rohketest taasiseseisvusaastatest peaks juba küll piisama, et aastaegade looduslikule eripärale rahulikult vastu astuda.”*

Jõustruktuurid – sõjavägi ja politsei

Jõustruktuuridel nagu sõjavägi ja politsei on oluline mõju riigi kujutisele. Suurimaks mõjuteguriks on siin suur kajastuste maht ning muuhulgas märkimisväärne visuaalne atraktiivsus. Kontentanalüüsist ilmnes, et kaitseväelaste (kellest 87% olid sõjaväelased) puhul oli objekti fotol kujutamise osakaal üle 80% ning politseinike puhul üle 65%. Samuti tulenes kontentanalüüsist, et ka kõneisikutena on jõustruktuurid meediale atraktiivsed.

Jõustruktuuride kujutis erineb teistest poliitilisel väljal tegutsejatest positiivse ja idealiseeritud kuvandiga, kus kandvateks väärtusteks on austus riigi suhtes ja asjatundlikkus töös.

Sõjaväelased

Sõjaväelaste representatsioonil võib tähele panna patriotismi idealiseerimist, sõjaväelase kujutamist müütilise kangelasena, kes salgab maha isikliku eraelu ja pühendub fanaatiliselt eesmärgile – riigi kaitsele. Patriotismi-ideoloogia kandjad on peamiselt vanemohvitserid, aga samuti sõduri ema lugejakirjas (allikas 125): *“Maailm ei vaja ühtki sõda.”*

Artiklid kannavad endas otse ja metatekstidena sõnumeid sellest, et sõduriks olemine on auasi ja “püha” kohus (allikas 130): *“Iraagist lahkumine oleks sõduritele solvav”*, et riik hoolitseb igati oma sõdurite eest ja nad on nii vaimselt kui füüsiliselt hästi ette valmistatud, et Eesti peab toetama oma liitlasi.

Sõjaväelase kujutamisel müütilise kangelase ja patrioodina on kindlasti tuntav mõju positiivse hoiaku kujundamisele riigi osalemiseks välismissioonidel. Selle ideoloogilise eesmärgi täitmise huvides tegutsevad (ja see väljendub nende arvamusalaldustes) peamiselt kõrgemad sõjaväetegelased. Asjaga kaasnevad negatiivsed nähtused (sõdurite surmasaamine) on peidetud pehmeduste taha. Rahuoperatsioonide värbamise projektijuht Ly Lepik (allikas 124): *“Surmasaamine on küsimus mida ei küsita. Ma ei teagi, mis põhjusel, kas ei taheta või julgeta...Paljud langetavad otsuse selle alusel, et tunnevad selleks tööks kutsumust.”* Bagdadis teeniv pressiohvitser leitnant Andres Sang (allikas 131): *“Oli väga kõva pauk, aga õnneks oli see meie baasist suhteliselt kaugel. Siin ikka juhtub. Kõik poisid jätkavad igapäevast teenistust ning kodustel pole muresemiseks põhjust.”*

Pikem portreelugu sõdurite enestega on rubriigis laupäev ning sealt peegelduvad vastuolulisemad hoiakud ja suhtumine missioonidesse.

Ajakirjanik toob artikli sissejuhatuses seose USA-st, kus dokumentalist Michael Moore näitab, et Iraagis sõdivad ameeriklased pärinevad valdavalt vaestest peredest ja äärealadelt. Ajakirjanik tõstatab küsimuse – Kas Eestis on samuti?

Sõdur Andres Tartumaalt (allikas 124): *“Mõtlesin, et teenin seni, kuni saan jalad alla, et edasi minna... Minu arvates ei tulda missioonidele au ega kuulsust taga ajama ning avalikuks kangelaseks ta saada ei taha. Töö nagu iga teine. Ei saaks öelda, et palk ei oleks määrav. Ma ei mõtle sellest, et*

missioonidel võiks surma saada. Kes mõtleks Tallinna-Tartu maanteel autoroolis olles, kui palju on seal liiklusõnnetusi?”

Eiko Lääne-Virumaalt: “Kõik minu vanemate neli poega on .. Paldiskis teeninud. .. Ma arvan, et ema on harjunud. Kui seal teenida, ei mõtle sellele, et kodus oodata võib olla palju raskem. Missioonil ohust ei mõtle.”

Sõdur Rein Järvamaalt: “Palk on määrav, alati mujalt sellist ei saaks.” Rein on ka välismissioonil käinud “Ma läheks kohe uuesti,” väidab ta. Ajakirjanik: “Tundub, et siira entusiasmi. Ehkki tema väeosas oli neidki, kes pärast esimest missiooni sellest elukutsest loobusid.” Sõdur: “Kui kuulsaks tahaksin saada, läheksin reality-showsse Baar, mitte ei tuleks Paldiskisse tööle.”

Eelnev sõduri lause peegeldab muuhulgas ilmekalt ühiskonna väärtusi ja meedia osa nende kujundamisel. Väärtuseks on “olla kuulus, populaarne, silma paista”, omades piisavalt sümboolset kapitali (mida saab hankida meediakajastuse abil), on sul võimalus hankida “lugupidamist ja tähelepanu” teiste poolt. Teisalt peegeldab see meedia kommertsiaalsust, kus sümboolset kapitali ei koguta mitte kvaliteetsetes meediakanalites asjatundlike seisukohtade läbi, vaid meedia meelelahutuslikus ning kommertsiaalses väljundis.

Seega avaldub sõdurite eneste ja kõrgemate sõjaväelaste representatsioonis vastuolu selles, milliseid väärtusi peetakse nende puhul oluliseks. Sõdurid ei otsi sõjaväest kuulsust või au, nende jaoks on see reeglina puhtalt majanduslik otsus, samas leiab meedias arvukalt kajastust alternatiivne, sõduri elukutset ja väärtusmaailma au- ja kohustetunde osas idealiseeriv käsitlus.

Politsei

Politseinike representatsiooni märksõnad on pühendumine ning professionaalsus. Kadunud poisi otsingud Saaremaal. Politseinik (allikas 81): “Oktoobri keskel käisid kuni 100 inimest päevas Tambatit roostikus üle põlvede ulatuvas vees otsimas, kuid tulemust ei andnud seegi...” Uudiste pealkirju (allikad : 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86):

“Narkopolitsei tabas Tallinnas suurdiilerid”

“Pealtkuulajate salapärase töö meenutab spioonifilmi süzeed”

“Politsei otsib poissi merepõhjast”

“Politsei plaanib suurt püstoliostu”

“Politei puistas reedel suurveivi CuBase”

“Politsei uurib Tallinna tekstiilärimehe salapärast tapmist”

“Kaitsepolitsei uurib uut lindiskandaali”

Politseinik on kindlalt ühiskonnas auväärne ja prestiizne amet, seda aitavad rõhutada meediakajastuste fookus ameti spetsiifilistel nõ. peenetel kontekstidel nagu narkojälitus, jälitustegevus, uus tehnika, ärimehe tapmise uurimine. Artikleid kiremõrvadest agulirajoonides või joodikute ja asotsiaalide kantseldamistest me Eesti Päevalehest ei leia. Sellised “verised” ja “teise Eesti” teemad on televisiooni politseisaadete pärusmaa.

Politsei negatiivne representatsioon avaldub poliitilises kontekstis. Ühelt poolt politseijuhi kui juhtiva riigiametniku keerutamises, teisalt Lihula sambaloos, kus politsei viis ellu valitsuse korraldusi.

Ajakirjanik (allikas 108): *“Politseijuht keeldub selgitamast... ei soovi jätkuvalt täpsustada enda sattumist... ega anda hinnangut juhtumile...Lisaks küsisime, kas Antroopov saab käsi südamel öelda... Antroopovi vastus kõigile küsimustele oli ühelauseline... (loe ühesugune, S.K.)”*

Lihula juhtum (allikas 350): *“Poiss, kellele püüti vägivallatsemist pähe määrada...”*

Tüdruk ülekuulamisest Lihula juhtumi artiklis: *“See oli nii vastik kogemus. Nad küsisid imelikke küsimusi ja põhiliselt ikka nimesid..”*

Negatiivset hoiakut ja suhtumist representeerib ka toimetuse repliik kuritegevuse võrdlusest teiste riikidega (allikas 498): *“Mõrvade suhtarvult kuulub Eestile maailma riikide edetabelis silmapaiste 8 koht – meist eespool on vaid Colombia, LAV, Jamaica, Venezuela, Venemaa, Mehhiko ja Leedu...”*

Poliitilise välja representatsiooni kokkuvõttena iseloomustavad seda välja vastandlikest ideoloogiatest ja väärtusmaailmadest kantud sotsiaalsed grupid. Kesksed grupid sellel väljal ja seega peamised välja enda representatsiooni mõjutajad ja kandjad on poliitiline eliit (poliitikud ja valitsusjuhid) ja riigiametnikud, kellega seostatakse ebaeetilisust, võimu ehk poliitilise kapitali enda huvides ärakasutamist, ebakompetentsust, põhimõtetest ja väärtusnormidest mittekinnipidamist ning tihedat seotust ning lihtsustatud juurdepääsu majanduslikule kapitalile. Poliitiline kapital nende gruppide puhul põhineb representatsiooni põhjal võimu omamisel ja selle ärakasutamisel vastavalt poliitilistele või erahuvilistele ambitsioonidele.

Vastanduvaks ning vähem mõju avaldava ideoloogia kandjaks on omavalitsustegelased ja president, kelle puhul avaldub ühiskonnakeskem ja empaatilisem väärtuskuvand. Jõustruktuurid tasakaalustavad oma suuremahulise esindatusega samuti riigi võimukeskset kuvandit. Ka nende representatsioon kannab ühiskonnakesksemat ideoloogiat ning nemad on riigi “au- ja kohusetunne.”

4.2.2. SOTSIALISEERIMINE JA SOTSIAALSFÄÄR

Sotsialiseerimise toimimise seisukohalt analüüsin kultuuri- ning majandusväljade representatsioone nendel väljadel eksisteerivate ja tegutsevate sotsiaalsete gruppide representatsioonide ning nende gruppide omavaheliste mõjude põhjal. Muuhulgas vaatlen ka meedia enda representatsiooni.

Sotsiaalsfääri analüüsil vaatlen sotsiaalvaldkonna peamiste mõjugruppide nagu meditsiinitöötajate ning haigete representatsioone, vähemal määral ka laste representatsioone. Nimelt avaldus ka kontentanalüüsi tulemustes asjaolu, et laste representatsioonil on peamiseks teemaks sotsiaalne kaitse (44%). Teiste sotsiaalvaldkonnaga seotud gruppide representatsioon vaadeldavas kanalis praktiliselt puudus.

4.2.2.1. Sotsiokultuuriline väli ja sotsiokultuuriline kapital.

Kultuurivälja representatsioonil vaatlen haridus-ja kultuuritegelaste ning sportlaste representatsiooni. Haridustöötajate puhul võiks tulla kõne alla ka sotsialiseerimise kui sotsiaalse kapitali kasvatamise vaatlemine, ent laiemalt olen need rühmad koondanud üldisema sotsiokultuurilise kapitali alla (versus poliitiline kapital ja majanduslik kapital).

Haridustöötajad

Haridustöötajate representatsioonil saab rohkem tähelepanu kõrgharidus. Selle põhjusteks võivad olla kaks olulist juhtumist, mis jäid vaadeldud perioodi ning mis oma skandaalse sisu tõttu pälvisid meedia kõrgendatud tähelepanu. Nendeks on ka valimi peatükis mainitud kunstiakadeemia rektori krediitkaardi-skandaal ning Tallinna Ülikooli loomise ja nimega seotud poleemika.

Haridustöötajate ja hariduselu representatsioonis avalduvad mitmed sellele valdkonnale püsivalt iseloomulikud kontekstid nagu haridusasutuste alarahastamine, suurtes koolides levinud vähene tähelepanu lastele, õpetaja “laitmatu eeskuju” ning ühiskonna eetiliste väärtuste edasiandja roll lastele ja noortele. Enim tähelepanu said aga hariduselu korraldamisega seotud poliitiline ning majanduslik kontekst.

Haridustöötajate representatsioonis avaldub poliitikute üha jõulisem sekkumine haridusellu, mis tekitab pahameelt haridus- ja kultuurieliidi hulgas. Haridustöötajad on pidevates tõmbetuultes – neid ohustavad sagedased muutused rahajagamises, haridussfääris ebakompetentsed poliitilised otsused, pikaajalise ning avalikkuses laiemapõhjalist konsensust pälviva visiooni puudumine hariduse arendamisel, hariduspoliitika muutumine poliitiliste mängude ja manipulatsiooni objektiks. Tallinna Ülikooli loomise plaaniga võimendub Tallinna ja Tartu akadeemiline vastasseis. Rein Raud (allikas 474): *“Arutelu Tallinna ülikooli võimalikkuse ja vajalikkuse üle on väljunud igasugustest mõistlikest raamidest ja kujunenud patriootiliste emotsioonide purskkaevuks... Jutt sellest, et Eestis ei ole piisavalt ressursi rohkem kui ühe ülikooli ülalpidamiseks, viitab ühemõtteliselt kellegi soovile koondada kõik ressursid oma kätte.”*

Teiseks vastuolulisemaks ning hariduselu eneseotsingutele keskenduvaks diskursuseks meediarepresentatsioonis on konkurentsi ning kommertsiaalsuse osa tänapäeva koolis. Turumajandussuhetel ja majanduslikul kapitalil põhinev ideoloogia näeb kooli paigutamist teenindusettevõtte rolli, kus õpilased ja lapsevanemad on vaid teenuse tarbijad, millele viitab ettevõtja Algis Perensi arvamislugu (allikas 467): *“Kool ei tohiks turutermineid karta.”* Sellele omakorda oponenteerib kultuurieliit kirjanik Tõnu Õnnepalu isikus arvamuses (allikas 468): *“Vanamoodsa kooli kaitseks”.*

Tundub, et tasulise õppe tulekuga on mitmed hariduse andmise ning saamise fundamentaalsed põhitõed lõõnud ühiskonna erinevates kihtides kõikuma ning erinevate gruppide huvid on põimunud vastuolude kogumiks:

- poliitikut sooviks haridust efektiivistada ning rakendada selleks majanduses toimivaid hoobasid nagu konkurentsi soodustamine ja konsolideerimine,

vaidlused tasuta koolitoidu ja vihkute üle on olulisemad kui kvaliteetse koolihariduse tagamine;

- kõrgkoolid näevad konkurentsi kasvu positiivselt, kuid puudub konsensus selles, kas siseriiklik konkurentsi kasv aitab neil ka maailmas konkurentsipüsida või killustatakse sellega riigi teaduslikku potentsiaali ja ressursse;
- üldhariduskoolides võitlevad õpetajad oma eksistentsi pärast, mitmeid väiksemaid koole ootab sulgemine, samas häid õpetajaid leida on üha raskem;
- lapsevanemate ootused koolile üha kasvavad, sest neil endil on laste jaoks üha vähem aega – selle lünga peaks täitma kool;
- muukeelsete koolide õpilased kurdavad, et riigikeele õpe on väga kehvast seisusest ja riigikeele oskuse puudumine on neile hilisemas elus suureks takistuseks oma eluga hakkama saamisel.

Omanäoline diskursus, mis hariduse kontekstis kerkib, on Eesti ajaloo mõtestamine ning selle edasiandmine uutele põlvkondadele. Vaadeldaval perioodil leidis Eesti Päevalehes aset mitmekülgne arvamusteavaldus Eesti ajaloosündmuste tõlgendamise uute ilmunud ajalooõpikute valguses. Hariduse kontekstis ilmestab seda kõnekas fakt toimetuse repliigis, kus viidatakse TÜ Narva kolledzi direktori Katri Raigi öeldule (allikas 469): *“Narvas pole praegu mitte ühtegi ajalooõpetajat, kes oleks saanud hariduse Eestimaa pinnal. S.t, et ka mitte ENSV-s.”* Toimetus jätkab: *“Ajalugu oli, on ja jääb ideoloogiliseks relvaks. Kui meie seda enda huvides ära kasutada ei taha ega oska, siis teeb seda keegi teine.”* Tõstatatakse küsimus sellest, et kooli roll peaks olema ka lojaalse riigikodaniku kasvatamine ning me ei tohiks lubada, et Eesti kultuuri ja ajaloo õpetamine oleks mõjutatud nõukogude-aegsetest ideoloogiatest.

Õppejõud versus kunstnik

Kõrgema haridusasutuse juhi representatsiooni omanäoliselt võimsaks näiteks on kunstiakadeemia rektori ametikohalt taandatud Ando Keskküla skandaal (allikas 461). Portree loomisel joonistub välja tegelaskuju rollidest lähtuv vastandlik kolmnurk: tunnustatud kunstnik – jõuline poliitik – äpardunud ametnik.

Endist rektorit (avalikke teenuseid osutava asutuse juhti/ametnikku) portreeritakse tema kunstiringkondadest pärinevate tuttavate-kolleegide iseloomustuse ja sõnade kaudu, milles avaldub tema kui kultuuritegelase mitte kui ametniku prisma. Kuigi ajakirjanik ise viitab tekstis kultuuriringkondades valitsevale ringkaitsele: “Viidatakse kunstiringkondades levinud vaikivale kokkuleppele, et kunstnik kunstnikku ei musta”, on kunstniku kolleegid tema suhtes kriitilised eetiliste normide ületamisel. Kunstnik Jaan Elken: “Ma saan öelda, et Keskküla on väga erudeeritud inimene ja uutel tehnoloogiatel põhineva kunsti maaletooja... Aga see olukord, mis on praegu... Tema kunstisaavutustest ei sobi vist praeguses kontekstis üldse rääkida.” Kunstiteadlane Jaak Kangilaski: “Kui ma vaatan tema praegust olukorda, siis ei näe ma ühtegi võimalust, kuidas ta saaks rektorina jätkata. Ükskõik, kas tema olukorras on süüdi ajakirjandus või tema ise.” Kriitikaga koos avaldub kolleegide tunnustus Keskküla kui kunstniku suhtes.

Keskküla kunstniku-portree on tunduvalt positiivsem kui ametniku-rolliga seonduv krediitkaardiskandaal. Kunstiteadlase Ants Juske iseloomustuse järgi on Keskküla õnnelik kombinatsioon heast kunstnikust ja võimekast administraatorist. Juske: “Ma arvan, et temaga koos kokteiliklaasi taga istudes olen pidanud maha ühed paremad ja sisukamad vestlused...” Tema kui suurepärase loomeinimese kuvand ühelt poolt lubab ja teisalt ka justkui vabandab (tuletan meelde Bourdieu viidet kultuuritegelaste kalduvusele mütologiseerida loomingulisust, mis toodab juurde sümboolset kapitali) mõningaid kunstnikueluga kaasaskäivaid kontekste. Ajakirjanik tsiteerib Jusket: “Pole saladus, et ebakonventsionaalsed käitumisnormid on talle omased... Muidugi ei saa välistada, et kõik nii juhtuski, nagu ajakirjandust lugedes praegu paistab... Samas, kui ta siiski käis kooli raha eest lõbutsemas, siis pidi ta küll väga sügavas joobeastmes olema. Pealegi on see ju paari aasta tagune asi ja ta tõepoolest ei pruugi enam mäletada, mis juhtus.”

Kultuuritegelaste tsitaatides avaldub meedia usaldusväärse diskursus, kus mitmel korral seatakse pretsetendi tegelik toimumine kahtluse alla ning viidatakse siin meedia skandaalihuvile.

Ajakirjanik ise portreerib Keskküla poliitikuna. Siin on tegemist jõulise ning järeleandmatu tüübi representatsiooniga: “Skandaal, mis eeldaks kohe kõrgeist ametist loobumist, pole Keskküla siiski hirmutanud. Vastupidi – Keskküla on asunud agaralt võitlusse oma nime puhastamiseks. Tallinna volikogu Res Publica fraktsiooni kuuluva liikmena kutsus ta omal

algatusel kokku erakonna aukohtu...” Skandaali usaldusväärsus seatakse kahtluse alla ka läbi poliitilise konteksti sissetoomise: “Keskküla *raiub tänaseni, et süüdistus krediitkaardi kuritarvitamises on vaid püüid mustata teda enne jaanuaris algavat uue rektori valimise kampaaniat.*” Siit lähtub, et Keskküla ise end mingil juhul süüdi ei tunnista ja serveerib seda vaid poliitilise kompromiteerimise taotlusega - Keskküla kui poliitik ei murdu.

Keskküla juhtumist joonistuvad välja mitmed Eesti ühiskonnas laiemalt kanda kinnitanud ideoloogiad: poliitikas on kõik võtted lubatud ehk eesmärk pühendab abinõu, hunt hunti (kunstnik kunstnikku) ei murra, loomeinimestele on vabamad käitumisnormid, sh alkoholilembus lubatud. Samas kinnitab see juhtum juba mitmel viimasel aastal ühiskonna surve järgimist leidnud käitumisnormi avaliku elu tegelaste kontekstis: sattudes vastuollu ühiskonnas kehtivate eetiliste tõekspidamistega, tuleb oma viga tunnista ning oma positsioonist loobuda. Aga siin tuleb tähele panna, et see ei tähenda avaliku sektoriga igavesti jumalaga jätmist. Ühele “pehme maandumise võimalusele” viitab Kaarel Tarand oma arvamuses, mille pealkiri on üsna ühemõtteline (allikas 20): “*Patu palgaks töökoht riigikogus.*”

Kultuuritegelased

Kultuuritegelaste representatsioonis saab eristada erinevat käsitlust “klassikalise ja traditsioonidehoidja” ja “avangardistliku” diskursuse vahel. Oluline on siin see, et klassikalise ja avangardistliku piir ei jookse siin mitte vanuse järgi – ka noorte hulgas on traditsioonihoidjaid ja vanemate hulgas katsetajaid.

Bourdieu (2003) seab kahtluse alla kultuuritekstide analüüsi- ja mõtestamise viisid selle järgi, et kunstiteose mõistmine tähendab selle sotsiaalse grupi, kelle huvisid see teos esindab, maailmavaate mõistmist. Ta väidab, et iga tootja, kirjanik, kunstnik, teadlane rajab oma isikliku loomingulise projekti vastavalt selle, kuidas ta tunnetab tema ees avanevaid võimalusi, mille kindlustavad talle teatud trajektoori kaudu tema *habitus*’esse sissekirjutatud taju- ja hindamiskategooriad. Jõudude vahekorrad “konservatiivide” ja “novaatorite” vahel sõltuvad väga tugevalt väljavälise võitluste seisust ning toetusest, mida ühed või teised võivad leida väljastpoolt (Bourdieu 2003: 79).

Bourdieu (2003: 80) viitab, kuidas võimuvälja struktureeriv kunsti ja raha vastandus esineb kirjanduslikul väljal ühelt poolt sümbolsest domineeriva "puhta" kunsti ja teiselt poolt majanduslikult domineeriva kommerts-kunsti vastandusena. Kommerts-kunsti hulka liigitab Bourdieu "korraliku kasumi ja kodanliku pühitsuse" objektid nagu bulvariteatri (komöödiateater), vodevilli (operett), rahvaliku romaani, ajakirjanduse, kabaree.

Eesti Päevalehe kultuuritegelaste iseloomustamisel võime tähele panna, et konservatiivide ja novaatorite telg ei ühti nii nagu eespool mainitud ei noorte ja vanade ega ka "puhta" ja kommerts-kunsti teljega.

Klassikalise traditsioonidehoidja diskursuse ideoloogiat iseloomustab kirjanik Andrus Kivirähk (allikas 137): *"Eestlaste relv ongi ju alati olnud just laul ja tants... Me laulsime ennast vabaks... Seal, kus mõnel sõjakal rahval sündis polk, sündis meil RAM (Riiklik Akadeemiline Meeskoor, SK)"* Sellega kinnitatakse uskumust, et Eesti rahva sügavad kultuuritraditsioonid on meie rahva lahutamatu osa – meie rahvaarvu väiksuse tõttu on meil intellektuaalsed relvad, sest füüsilise jõuga me nagunii vaenlase vastu ei saa. Lavastaja Ago-Endrik Kerge (allikas 312): *"Eesti teoste lavastamise vastu on mul suur nõrkus. Kes peaks seda eesti asja ajama, kui mitte meie ise."*

Klassikalise traditsioonihoidja portree läbib erinevaid kultuurivaldkondi, seda on nii rahvakunstis kui ka professionaalse kultuuri viljelejate hulgas. Neid kujutatakse auväärsete ning oma ala armastavate inimestena. Traditsioonihoidjaid ümbritseb valdavalt positiivne ning idealiseeritud aura. Käsitöö edendaja Liivi Soova (allikas 283): *"Kiirest elust ja paljudest kohustustest hoolimata.... tormab ruumides energiliselt ringi.... sõnab ta siiralt.... Eesti käsitöölised ei ole ammu juba maamemmekesed, vaid paljuski haritud noored...."* Rahvamuusik Luule Kann (allikas 295): *"Ma pole rahvamuusik mitte hariduselt, vaid pigem oma olemuselt".* Samas tekstis laulja Jaak Johanson: *"See, mida me rahvamuusikaks nimetame, ongi mingid seisundid, meeolud, mis on seotud maastiku ja elulaadiga. Need seisundid hakkavad sealt muusikast välja kiirgama."*

Ajakirjanik maalikunstnik Roosvald`ist (allikas 277): *"Pressiteade nimetab teda õigustatult viimaseks mohikaanlaseks. Akadeemiline kool, klassikalised maastikuvaatus ja elukestev truudus*

kunagi omaksvõetud käekirjale iseloomustavad Roosvalti ka praegu... Palju selliseid kunstnikke tõesti enam pole, kel realistlik kunstikõne loomulikult, ilma erilise pingutuseta välja tuleb.... Veerandsada aastat on ta kunstiakadeemias maaliprofessorina seda ka õpetanud, ent näe, väärilist järglast pole talle ikka võrsunud...”

Tiit Härm uuest lavatusest (allikas 306): *“Nii on ka publikul rohkem avastamisrõõmu... Repertuaari koostamisel mängis kaasa soov näidata mitut maailmaesiettekannet, mis on loodud spetsiaalselt Estonia balletitrupile... “*

Samas kannab klassikalise traditsioonihoidja ideed ka komöödiateatri ehk kommerts-kunsti näide. Ajakirjanik Eino Baskini ja Ita Everi uuest lavatusest (allikas 317), mille puhul juba pealkiri - *“Lavalaudade elavad legendid”* - viitab tegelaste müütilisusele: *“20 minutit enne kella seitset õhtul voolab Salme kultuurikeskuse udest sisse inimjõgi... Lavale astuvad Nemad ise – täpselt viiekümne aasta eest esmakordselt koos üles astunud, nii eraelus kui lavalaudadel paar olnud... Nendevaheline keemia toimib nii hästi... Oma poole sajandi pikkuse lavaelu juubelit tähistavate Everi ja Baskini puhul aga ei teki küsimust, kas nad kuuluvad võitjate või kaotajate sekka... “Ikka silm läheb kalkvele, olen publikule poolehoiu eest väga tänulik,” tunnistab Ita Ever, peos publikult tänutäheks saadud roosid.”*

Avangardistliku diskursuse esindajad püüavad kunsti mõtestada mitte ajaloolis-kultuurilise pärandi ja traditsiooni läbi, vaid rohkem tänapäeva ühiskondlike sümbolite ja mallide järgi. Siin on tuntud tegijaid, kes on leidnud uusi väljakutseid uutest massikultuuri vormidest ning naudivad nende kunstivormi valamist. Ajakirjanik (allikas 288): *“Rein Rannapi oskus teha akadeemilisest kontserdiõhkkonnast lõbus võistlus pakkus ka ärevust ja põnevust, nagu ehtsale spordivõistluselegi kohane.”* (jälle on segamini “puhas” ja kommerts). Kunstikriitik Johannes Saar kunstnik Enn Põldroosist (allikas 276): *“Massikultuuri kuvandid tungivad takistamatult maailmameistri piltidele... Peale on jäänud hoopis vaimustus digikultuuri võimalustest ja ta (kunstnik, SK) mängib nendega nagu seninägematu pintsliaga. Mingi hõllandus ja vabanemistunne on neis uutes piltides. Pääsemine kohustusest olla tõsine maailja, kes maalib end otse kunstiajalukku.”*

Samas leidub avangardistliku lähenemise juures ka ühiskonnakriitilist diskursust, kus juhitakse tähelepanu konsumerismi varjukülgedele. Agur Kruusingu kunstinäituse avamise loos kirjutab ajakirjanik (allikas 274): *“Kunstnik sattus hiljuti lehte lugema ja sai targemaks. Selgub, et Eesti kodanikele pakuvad enim pinget seks, vägivald, lemmikloomad ja sport.”*

Vastu tulles publiku nõudmistele ongi ta oma uutest maalides kombineerinud just neid teemasid... Ta annab rahvale seda, mida too tahab, kuid segab andmisse tubli annuse arseeni, pilget ja kihvtist irvitust.”

Loomulikult leiab avangardistlikust seltskonnast ka üleforsseeritult lodeva keelekasutusega noori alternatiivmuusika viljelejaid (allikas 300): Ansambli Balloneer liikmed: *“Intellektuaalrokist siin ka heietama ei tasu hakata... Rahvas oli hullult käima läinud... Ma loopisin mingi loo ajal vanu taldrikuid vastu seina... Lindistas just sel hetkel, kui mingi taldrik eriti hästi servaga vastu seina lendas... Olen omal ajal Venemaal pikkade juuste pärast müütsate käest gaasi ja põlvega kõhtu saanud... Ükskord Nõmmel pärast mingit kontserti on ise ühele tüübile trummistatiiviga vastu pead anda tulnud. Hakkame kõrtsudes nutsu tasku panema... Olen rääkinud laevamuusikutega ja mõnikord on neil ikka pisarad silmas, kui mängima peavad minema...”*

Vaiko Eplik tutvustab oma uue bändi sihtrühma (allikas 301): *“Kõigile, kel kõrvad peas ja mõistus kõrvade vahel. Ainus piirang: meie sihtrühm ei ole idioodid... Meie kreedo on, et ei maksa midagi tõsiselt võtta, eriti mitte iseennast.”*

Kultuuritegelaste representatsioonil on oluline ka mitmekesine kultuurivaldkondade kaetus (vt kajastamise sagedus lisa 3) ning seega laiema lugejaskonna huvidele vastamine. Samamoodi, nagu Bourdieu viitab, et kultuuri mõistmine ja tõlgendamine selle tarbija poolt on vaba teose autori maailmavaate mõistmisest, viitab ka Lauristin (2004: 269) Eesti erinevate ühiskonnakihtide kultuuritarbimise mitmekesisusele ning auditooriumite segunemisele: *“Vaatomata ressursside erinevusele ei ole kihtide erinevused kultuuritarbimises nii suured kui eelpoolkirjeldatud erinevused materiaalses tarbimises.”*

Samas kultuuriküljel tähelepanu saamiseks peab kultuuritegelane olema millegi silmapaistvaga hakkama saanud, kuigi see võib olla ka mõnes marginaalses nishis saavutatu. Kultuuri “tarbija” ehk kultuuripublik kultuuri kontekstis sõna ei saa, kultuurist rääkima on representatsiooni põhjal “pädevad” valdavalt vaid kultuuritegelased ja –kriitikud ise ning ajakirjanikud.

Kultuuritegelaste representatsioon on ideoloogilisest ja väärtuste aspektist valdavalt homogeneenne ning vastandused ilmnevad kultuurivaldkonna väliste sotsiaalsete

gruppidega (poliitikud, ametnikud, ettevõtjad). Ajuti võib täheldada kultuuritegelaste idealiseerimist läbi loominguilisuse mütologiseerimise, mis omakorda põhjendab võimalikke kõrvalekaldeid ühiskondlikest käitumisnormidest (Keskküla representatsiooni *case*). Kultuuritegelaste representatsioonil on määravaks ka subjekti ehk kõneisiku aspekt, mistõttu kultuurivaldkonna käsitlusel kohtab sageli erialaste terminite ja retoorika rohkust, mistõttu tavalugejale võivad paljud kultuuritekstid kaugeks jääda.

Sporditegelased

Sportlaste representatsioon põhineb sportlaste saavutustel kodumaistel või rahvusvahelistel võistlustel. Spordiküljel kajastuse saamiseks peab sportlane näitama tõeliselt häid tulemusi võistlustel. Spordiartiklid räägivad peamiselt sportlaste võitudest või siis kõrgetasemeliste vastastega peetavatest mängudest. Meedia jaoks on sportlase kohustuslikeks põhiväärtusteks täielik pühendumine, võiduihalus ning järjepidev pingutus üha kõrgemate eesmärkide vallutamiseks. Võrreldes teiste sotsiaalsete kihtidega, võib just sportlaste kujutamisel rääkida totaalsest edule orienteeritud maailmakäsitlusest, kus kaotajate osaks saab häbipost ja kriitika. Ajakirjanik peale Eesti-Venemaa jalgpallikohtumist (allikas 523): “*Kaotus Venemaale pani rahvusmeeskonna tänavustele esinemistele nukra punkti... Ei saa tekkinud pettumust kuidagi leevendada... Koondise veaks ei saa pidada seda, et Venemaa vastu mindi viigilootuse ja võiduunistusega... Sest kõrgeid sihte seadmata ei jõua jalgpalliski isegi väikeste eesmärkideni...”*

Edu kriteeriumiks on ainult suurepärase sportlik tulemus. Nagu märgib Marko Martin presidendilt Punase Risti neljanda klassi teenetemärgi saamisel (allikas 564). Ajakirjanik: “*Martin vabandas, et ei saanud töökohustuste tõttu õigel ajal ordenile järele tulla ja et raiskab nüüd presidendi aega.*” Martin: “*Podiumikohad ja meistrivõistluste kohad on sportlasele tähtsamad, aga inimesena on orden tähtis ja see näitab, et aega pole niisama tühjalt raisata.*”

Sportlaste representatsioonil on oma koha säilitanud riigi ja rahva sümboli diskursus. Tippportlane ja tema saavutused ei kuulu mitte ainult talle endale, vaid riigile ja rahvale. Sellele trendile viitas Song (2003: 43), analüüsis 2000.a. spordikangelaste

kuvandit ning tsiteerides Erki Noolt: “Tunnen eelkõige enda ees kohustust võita Sydneys medal.” Aastal 2004 saab tunnustuse osaliseks ka suusataja Kristina Smigun. Toimetuse repliik (allikas 510) avab rahva eneseteadvuse ja sportlaste tulemuste vahelisi seoseid: “Väikeriigi sportlikud saavutused tähendavad alati enamat, kui seimine areenil. Nad kinnitavad meie eneseusku. Pärast MM-võistlusi Oberstorfis võib Kristina Smigun mahtuda ühte ritta Kristjan Palusalu, Erki Noole ja teiste hiidudega.”

Lisaks edukatele tulemustele peab professionaalne sportlane olema ka väga hea strateeg, kes planeerib oma hooaega põhjalikult ette ning ajastab oma vormi tippvõistlusteks – eesmärk on maksimeerida sportliku tulemuse väärtust.

Samale tendentsile viitas oma bakalaureusetöös ka Song (2003: 47): “Spordikangelane on planeerija, prognoosija, täpne. Sportlane teab, mida tahab.”

Kristina Smigun (allikas 525): “Lõpus püüdsin nii palju juurde panna, kui tuli. Kahju, et ühtki rakset tõusu sees ei olnud... Nüüd on tähtsaim MM. .. Võimalik on võita kolm medalit. Hakkan väga palju kontrollima enesetunnet. Kui vaja siis loobun isegi mõnest tavadistantsi MK-etapist.”

Lisaks oma võimete tundmisele ning maksimaalsele realiseerimisele peab sportlane olema ka hea oma ala asjatundja, ta peab teadma oma spordiala spetsiifikat. Ajakirjanik Marko Märtnist (allikas 512): “Rallimaailmas tuntakse Märtnit kui ühte tippmeest, kuid ka hiilgavat testijat, kelle nõuandeid insenerid hindavad.”

Sportlase võimekust ja potentsiaali hinnatakse juba tema sportlasekarjääri algul – kui õiged eeldused puuduvad, siis ei ole mõtet sportlase peale raha kulutada. Professionaali kujunemisel ei piisa ainult füüsilistest eeldustest, tal peavad olema õiged hoiakud ehk tahtmine tulemusi saavutada ning ta peab olema täisväärtuslik riigi ja rahva esindaja (riigikeele oskus ja head õpitemused). Noorsportlasele olulised omadused võtab kokku 13-aastase Narva võrkpallilootuse - Anna Kajalina – treener (allikas 508): “Selle, kas temast saab asja, otsustab füüsiline areng. Igatahes kõige tähtsam – koordineatsioon – on tal paigas. Suhtumise ja kahe kõrva vahel toimuvaga on samuti kõik korras.” Ajakirjanik: “Pikad on ka Kajalina käed – tema siruulatus on 258 cm... Nigel eesti keele oskus ei võimalda Kajalinal “täies mahus” koolitüdrukutest klubikaaslastega suhelda.” Sportlane ise: “Hiljemalt kahe aasta pärast on eesti keel selge”.

Sportlaste representatsioonil saavad kontentanalüüsi põhjal kõige rohkem sõna sportlased ise (42%-il juhtudest), teisel kohal on treenerid-eksperdid (31%-il juhtudest). See näitab, et sportlane peab olema ka hea meediaga suhtleja ning valmis oma tulemusi kommenteerima. Artiklites enne Eesti -Venemaa jalgpallikohtumist Krasnodaris (allikas 518) ajakirjanik: *“Fakt on see, et venelased on endassetõmbunud, peidus. Samal ajal Eesti koondis treenis avatult, andis pressikonverentsi, meeskond käis linnas jalutamas...”* Fotod näitavad rõõmsaid ja rahulolevaid sportlasi pargis jalutamas ja riietusruumis.

Nagu eespool märgitud, on peamine tähelepanu sportlaste tulemustel, vähem aga sellel, mille arvelt see saavutatakse. Kui Songi (2003) 2000.a. spordikangelasel on spordi kõrval ka teisi “tähtsaid asju”, nagu pere, lapsed, isaks ja rahva lemmikuks (sealhulgas seksisümboliks) olemine, siis 2004.a. representatsioonis allutatakse tervis ja perekond tippspordi nimel.

Eesti parimaks jalgpalluriks 2004.a. valitud Andrei Stepanov (allikas 526): *“Nüüd on tuju ka parem, aga poolteist kuud käisin karkudega.”* Kristina Smigun (allikas 555): *“Varem ei kuulnud ega näinud ma finishisirgel midagi. Nüüd ma ennast pildituks enam ei sõida, aga ega sisse ei jäänud ka midagi. Teine koht on ju tore,”* arvas Kristina, kuid ajakirjanik jätkab: *“Kuid tema toon polnud veenev. Sisimas elab kogenud suusahunt nappe lüüasaamisi kindlasti üle. Teistest eestlannadest on vähe rääkida. Kolme lapse ema Silja Suija (66.) imetleb tippude pühendumist, kuid tunnistab, et tema kolmekümnesena selline olla ei suuda.”* Suija: *“Ma ei taha, et pereelu või töö suusatamise pärast kannataks.”* Kristina Smigun külmakraadide mõjust sõitmisele (allikas 555): *“Kui teised sõidavad, sõidan mina ka. Ma pole mingi nannipunn, kes külma eest peitu poeb.”*

Katrin Smigun (allikas 525): *“Ikka väga jõhker andmine oli. Jõudsin pingutada küll. Rada oli kolmandaks etapiks õige vilets.”*

Tippportlase edasist elu peale sporti seostatakse enim treeneritööga - see võimaldaks oma ala asjatundjatel jätkata spordiala arendamist. Valik pealkirju (allikad 543, 553, 524):

“Rekordimees Marko Kristal kiikab treeneripingi poole”

“Imre Tiidemann puhub lemmikalale uut hingamist”

“Tiit Sokust saab Eesti koondise peatreener”

Teise liinina on tippportlaste mõju üha enam tunda ka spordipoliitikas. Kergejõustiku alaliidu juhtide valimisel tippportlane Nool (allikas 120): *“Kannupoisi nii loll jutt*

kahandas Seli väljavaateid.” Ajakirjanik: “Vanad vingamehed ajasid olümpiavõitja (Erki Nool, S.K.) keema. Ent Mikseri sõnavõtu ajal oli Nool hiirvaikne.”

Seega sportlaste jõuline representatsioon ning selle käigus saavutatud kuulsus on neile tugevaks sümbolse kapitali allikaks, mida hiljem on võimalik kergesti konverteerida poliitiliseks kapitaliks (Erki Noole näide).

Kultuuritegelaste ja sportlaste representatsioonil võib täheldada sportlaste ülemvõimu kultuuritegelaste üle - kuigi mõlemad on kontentanalüüsi tulemuste põhjal surutud peamiselt “oma” rubriiki, on sportlasi portreeritud kokkuvõttes rohkem ning mis eriti märkimisväärne – sportlaste maailmatasemel tulemused leiavad mitmel juhul kajastamist Eesti Päevalehe esiküljel, kultuuritegelased seda pinda “õigustada” ei ole suutnud.

Spordi ja kultuuri ideoloogilisele vastandumisprintsibile viitab Bourdieu (2003: 50). Ta paigutab spordi parempoolse maailmavaate hobide hulka ja kultuuritarbimise pigem vasakpoolsete vaadete hulka. Seega Bourdieu järgi peaks huvi spordi vastu olema seotud inimese majandusliku kapitali suure osakaaluga – ta on iseloomulik majanduslikult edukatele, vastupidiselt kultuurihuvide puhul peaks kogukapitali osakaalus oluliselt suurem kaal olema kultuurilisel kapitalil.

Sotsiokultuurilise välja representatsiooni kokkuvõtteks tahan esile tõsta kultuuriväljal tegutsejate ideoloogilist ning väärtusmaailma suhtelist homogeensust. Siin eristub vaid sportlaste edukeskne ja ainult professionaalse tulemuse saavutamisele orienteeritud maailmakäsitlus. Kultuuriväljal tegutsejad (nii hariduse, kultuuri kui spordi kontekstis) on professionaalsed ning pühendunud, nad hindavad ajaloolis-kultuurilisi väärtusi ning järjepidevust. Samas on kultuurivälja representatsioon suhteliselt idealiseeritud, enamus tekste on kantud positivismist. Probleemide korral ei toimu niivõrd nende ratsionaalset analüüsi (haridusvaldkond), kuivõrd taandatakse olukord väärtustele ning käivitub “emotsioonide purskkaev”. Sotsialiseerimisega seotud suurim konflikt avaldub haridusvaldkonnas, kus toimub kultuurilise ja majandusliku kapitali omavaheliste jõujoonte paikapanek.

4.2.2.2. Majandusväli ja majanduslik kapital

Majandusvälja representatsioonil vaatlen sellel väljal peamiste tegutsejate representatsiooni. Siia on koondatud ettevõtjate ning tööturul osalevate või sinna pürgivate (töötud) sotsiaalsete gruppide tekstipõhised representatsioonid.

Majandusvälja mõjukaimad tegelased on kahtlemata ettevõtjad. Vastavalt kontentanalüüsile on ettevõtjad üldse kõige rohkem presenteeritud (18% kogukajastustest) sotsiaalne grupp.

Suurettevõtjad

Suurettevõtjate representatsioon on ennekõike kantud edukuse ideoloogiast, nende enda sõnumitest kõlab läbi ambitsioon läbilöögivõimeks, innovatiivsuseks ning majandusliku edu kasvatamiseks. Edukat ettevõtjat iseloomustab äriplaneerimine ja loovus, järjekindlus ning aktiivne tegutsemine.

Suurettevõtete mõjuvõimu ulatust näitavad konfliktid keskkonna ja kultuuripärandi teemadel ning tarbimisega seotud kontekst. Tarbimiskonflikti ja jõumeetodite kasutamist oma "leivaisade" – klientidega – suheldes illustreerib artikkel Hansapangast. Ajakirjanik (allikas 231): *"Suurest rõõmust jäi aga paljudel kaardiomanikel kahe silma vahele asjaolu, et sama teate viimases lõigus ütles pank, et seni kuutasuta kaardi omamisel tekib kuutasu... Teatel oli kaunilt müüv pealkiri.. Summa ei ole suur, kuid viis selle sissekasseerimiseks on solvav – lihtsalt teatatakse et nüüd on nii.."*

Ajakirjanik viitab, et ettevõtteid kasutavad konkurentsist õpitud võtteid mitte ainult omavahel (võrdne võrdsega), vaid ka klientide (nõrgemate) peal. Samale eetilisele konfliktile viitab ka kultuuriringkondade sekkumine kultuuripärandi ja keskkonna kaitsel. Kuigi formaalselt peaks riik ettevõtjate ohjamisega hakkama saama ja selles peaks teda toetama tema enda poolt kontrollitav seadusandlus, siis ettevõtjate turumajandusest õpitud võtete vastu jääb riik tihti hätta. Siis tuleb kultuurieliidil riigile toeks olla ja tõstada küsimus eetilisel ehk väärtuste tasandil.

Suurettevõtjaid iseloomustab ka tihe seotus poliitilise kapitaliga. Ajakirjanik (allikas 254): *“Tootsi skandaal lahvatas läinud nädalal... Endist kõrget politseiametnikku ja suurärimeest kahtustatakse... Väidetavalt jälgis Toots ärimees Sõõrumaa firma korteris kaamerate ja mikrofonide abil oma politseiametis töötava sõbranna tegemisi. Korterit, kus kaamerad üleval olid, oli koos viie kolleegiga külastanud ka Antropov (politseiameti peadirektor, S.K.).”*

Suurettevõtjate poliitilist pagasit ja väärtusmaailma sarnasust poliitikute ning riigiametnikega iseloomustab ka repliik (allikas 235) *“Ilus kasum, inetud võtted”*: *“Kahjulikuks tunnistatud leping kestab kokku terve sajandi ja aastate eest selle riigi poolt allkirjastanud mehest on nüüd saanud üürnik.”*

Keskmised ja väikeettevõtjad

Keskliste ja väike-ettevõtjate representatsioon sarnaneb suurettevõtetega nii ettevõtjate maailmavaate kui ideoloogiliste konfliktide poolest teiste sotsiaalsete gruppidega. Ka siin põrkuvad erahuvid avalike huvidega ning valitseb majandusliku edukuse ambitsioon ja filosoofia.

Erisusena torkab silma mõjuvälja positsiooni erinevus. Kui suurettevõtted on enamuse/rahva suhtes jõupositsioonil, siis väike-ettevõtjad on rahvaga samal tasandil. Nende kuvand on inimlikum ja pigem on nad ise teiste mõjuväljas. Artiklis vaeste laste tausta toitolustamisest (allikas 327): Ajakirjanik: *“Vähe on neid, kes ütlevad, et neile hetkel ei sobi”*. Väikeettevõtja: *“See on kõige väiksem asi, mis me teha saame... See tekitab inimeses lihtsalt hea tunde... Ilma asjadeta saab elus hakkama, aga söögita paraku mitte... Kõik on koolis käivad lapsed, mitte hulkurid...”* Riigiametnik töölepingualaste muutuste kommenteerimisel (allikas 191): *“Suuremates ettevõtetes, kus on personalitöötajad, ilmselt probleeme pole. Küll aga võib infopuudust olla väikeettevõtetes. Loodan, et minu selgitustest siin on kasu.”*

Töövõtjad

Töövõtjate puhul portreeritakse küllalt laia spektrit erineva kategooria ameteid.

Maa ja linna skaalal töövõtjate kujutamise aspektist saab selge eelise linn või õigemini pealinn - rubriigis Tallinn toimub 37% töövõtjate representatsioonist.

Suurema osakaaluga grupi sees eristuvad arhitektid ning sõidukijuhid. Nende suurema osakaalu põhjusena võib eeldada nende ametite suurt seotust linlaste üldise eluoluga, mistõttu on nad ajakirjanduse veergudel teistest suhteliselt sagedamini. Ühel juhul kinnisvarabuumiga kaasas käiv kõrgendatud huvi linnaplaneerimise ja –ehitusvaldkonna vastu ning teisel juhul sõidukijuhtidega seotud ühistranspordi ja tänavate heakorruga seotud temaatika.

Töövõtjate representatsioonil avaldub noorte ja vanade teljel kaks erinevat ideoloogilist diskursust ametipositsiooni suhtes. Arhitektid, müügimehed esindavad töösuhetes “noorte põlvkonda”, nende konnotatsiooniks on uhked autod, uued ehitised, kogemuste hankimine välismaal, materiaalselt kindlustatud elu. Nende tööalasteks ambitsioonideks on pidev areng ja uute väljakutsete realiseerimine.

Noorte põlvkonna artiklite pealkirju (allikad 584, 585, 587, 591, 592):

“Veronika Valk - arhitekti mängud linnas ja linnaga”

“Euroopa vajab disainitud koostööd”

“Tuleval aastal asenduvad koledad plekkputkad ühtse tänavamööbliiga”

“Müügimehed, pange vaim valmis, tulekul on võistlus Müügiguru 2004”

“Isesulavate suuskade parseldamine aitas Eesti parimaks müügimeheks”

Nemad esindavad paljukirjutud ametialasel edul ning karjääril põhinevat elufilosoofiat. Ka fotod, mis artikleid illustreerivad, kujutavad noori spetsialiste triumfihetkedel (müügimees võiduautoga) või uute ideede otsinguil unistamas (arhitekt maja katusel vaatamas linnale).

Töösuhete “vanade põlvkonda” esindavad peamiselt sinikraed: lihtsad töölised, sõidukijuhid, 76-aastane müüja rahvusraamatukogu antikvariaadipoes. Nende portreerimisel kompenseerib majandusliku edu puudumist pühendumus ning armastus oma töö vastu. Nende töö on seotud kehvade oludega, halbade ilmastikutingimustega, on füüsiliselt koormav ja raske. Ometi armastavad need inimesed oma tööd, teevad seda pühendumuse ning rõõmuga, sest saavad sellega teistele inimestele kasulikud olla.

Valik vanade põlvkonna artiklite pealkirju (allikad 594, 595, 596, 598, 600):

“Bussijuhid saavad õiguse foorituld muuta”

“Robert Marlen - 50 aastat bussiroolis”

“Tänavapuhastusauto juht teeb lumesajuga kaheteist-tunniseid tööpäevi”

“Rahvusraamatukogu antikvariaadi hing on vanaproua Senta Puulinn”

“Pan Lindepuu täidab tõlgetega olulisi lünki”

Ajakirjanik lihttöolistest (allikas 589): *“Ladistas vihma, kui maamehed viimase lehekoti koormasse vinnasid... Muskliid, nimetas Arvo eduka leheveo põhilise töövahendi ja pingutas biitsepsid. Kuu aega enne tassisin kartulikotte... Põhitöö on ehitamine, leheveoga ametis vabast ajast...”*

Töömees (allikas 596): *“Pärast tööpäeva olin lõpuks nii läbi, et mõtlesin ainult voodisse pikali viskamisest... kui välitöös on paus vajab ikka auto nokitsemist või saab kollegidega lõõpida.”*

Ajakirjanik bussijuhist (allikas 595): *“Rooli keeramas hoiab teda armastus sõitmise vastu”.*

Artiklit illustreerivad kaks fotot, ühel bussijuht oma bussiga aastal 1967.a. ja teisel praeguse bussiga tänapäeval.

Töötud

Töötute portreerimisel peab tähele panema huvitavat tendentsi, kus sõltuvalt rubriibrüst võime kohata vastandlikke kontekste ja häälestatust.

Eesti Päevalehe lisas Töö tehtud eksperimendis kujutatakse töötuid ja nende väljavaateid positiivses ja optimistlikus võtmes. Valik pealkirjadest (allikad 579, 580, 581, 583):

“Tööotsija Isist teeb uus arvuti parasjagu ärevaks.”

“Elu edeneb: kolmest tööotsijast 2 läksid eelmisel nädalal uuesti tööle”

“Töötu laevamehhaanik õppis 7 kuuga kokaks.”

“Kümnetel avaneb uus töövõimalus.”

Sõnumitena jäävad kõlrama:

- arvuti ja internet tagavad tööotsijale vajaliku juurdepääsu infole
- inimesed soovivad leida tööd, et ise hakkama saada
- töötajate ümberõpe aitab inimestel elus hakkama saada
- huvi töövõimaluste kohta välismaal oli väike
- inimene peab ise tahtma tööd teha
- tööd otsides ei tohi kaotada optimismi

- inimesed peavad kohanema muutuva keskkonnaga

Töö rubriigis presenteeritakse töötuid töötaja vaatenurgast, mis on kindlasti positiivsem hetk inimese elus kui vastandina töö kaotamise hetk.

Ajalehe uudisveergudel aga avaneb pilt töötusest justnimelt selle vastandliku hetke läbi. Vedurijuhtide koondamise juhtum (allikas 597): *“Potentsiaalne töötu pole veel musta masendusse langenud ega järjele saamise lootust täielikult kaotanud... “Üle jäänud” inimesed... Ei saa välistada, et koondatavad vedurimehed ei korraldaks Eesti Raudtee vastu diversiooniakte... Põhimõtteliselt on koondatavad pikaajalised töötud, sest paljud neist ei valda keelt ja suurt muud ei oskagi teha...”*

Majandusvälja representatsiooni kokkuvõtteks tahan esile tõsta selle olulist mõjutatust ettevõtjate representatsioonist. Ettevõtete representatsioonil on kandvateks ideedeks tihe konkurents ellujäämise nimel, mille otsekui õigustus on ärifilosoofia: ”eesmärk pühendab abinõu” prevaleerimine ettevõtjate maailmavaates. Majandusedul põhineva elufilosoofia domineerimine ning edukuse positsioneerimine ühe põhiväärtusena tingib majandusliku kapitali mõjuvõimu jätkuvat kasvu.

Ettevõtjate omavahelistest ja majandusliku kapitali suhetest teiste väljade ja sotsiaalsete gruppidega joonistuvad representatsioonis välja mitmed olulised konfliktid, kus osapoolteks on ettevõtjad omavahel läbi konkurentsivõitluse, riik ja ametnikud keskkonna ning kuritegevuse kontekstis (ettevõtjate ohjamine ja seaduskuulekus), töövõtjad ja laiemalt kogu rahvas töösuhete ning sotsiaalse kindlustatuse kontekstis ning haridus- ja kultuuritegelased kultuurilise ja majandusliku kapitali struktuurse mõjuvõimu kontekstis.

Peamist ideoloogilist konflikti, mis jookseb majandusliku ja kultuurilise kapitali mõjuvõimu vahel, iseloomustab kultuurieliidi esindaja Anzori Barkalaja (allikas 162) arvamusartikkel *“Teenustest, turust ja Paluküla hiiemäest”*, mille alapealkirjaks on *“Liigkasuvõtmise piirid”*: *“Põrgu tee on sillutatud parimate kavatsustega... Otsuse taga on puudulik maailmavaade ja puudulik haridus... Rahaahnitsemise protsessid on muutumas ohtlikuks Eesti kultuuriruumi püsimajäämisele...”* Ta heidab ettevõtjatele ette kasuahnust, “vale”

maailmavaadet, ebaeetilisust (“parimad kavatsused”) ning kultuuripärandi allutamist majandushuvidele.

4.2.2.3. Sotsiaalsfääri representatsioonid

Sotsiaalsfääri representatsiooni käsitlen meditsiinitöötajate, patsientide ja laste representatsiooni kaudu. Nagu käesoleva peatüki sissejuhatuses mainitud, oli ülejäänud sotsiaalsfääriga seotud gruppide kajastus väga väike. Sotsiaaltöötajat representeeriti vaid korra ja seda samuti laste kontekstis. Vaeste representatsiooni esines kahes tekstis ning nendest üks kujutas samuti lapsi ja teine käsitles perekonnasuhteid üldisemalt.

Meditsiinitöötajad ja patsiendid

Meditsiinitöötajaid kujutatakse sarnaselt jõustruktuuridega pühendunud professionaalidena. Nad teevad oma igapäevast tööd vaatamata sellele, et riik ei suuda tagada ei tasemel töötasu, töötingimusi kui tasemel haigete teenindamist.

Minister (allikas 377): *“Riigil pole haiglale meditsiinitehnika ostmiseks võimalik eraldada rohkem...Sellest peab piisama elementaarse tehnika muretsemiseks”.*

Samas allikas meedik: *“Paljud arstid ja õed on haigla valmimist 20 aastat oodanud. Võimas tunne on, et lõpuks saame uhkusega patsiente haiglasse kutsuda. Lisanduvad uued perepalatid ja vettesünnitamise võimalus.”* Ajakirjanik: *“Uut haiglat hakati ehitama 1988.a., kuid 1990.a. jäi ehitus seisma. Sellest ajast peale on kõik võimul olnud peaministrid lubanud haigla valmis ehitada, kuid alles”*

Meditsiinitöötajatega seotud konfliktne kontekst on sarnane politseinikega – negatiivne tuleneb poliitikast/ametnikest. Meditsiini alarahastamise teema, ametnike asjatundmatuse ja meditsiinitöötajate ekspertiisi kontekst jookseb läbi artiklis raskest liigesehaigusest (allikas 456). Ajakirjanik: *“Kalli bioloogilise ravimi saamine on süveneva reumatoidartriidi puhul õnneasi, millest iga haige kinni haaraks. Viimane õnnelik oli 9-aastane Tartu tüdruk Erle, kelle jaoks koguti TÜ Kliinikumi lastefondi kampaaniaga (mida võis veidi aega tagasi paljudes lehtedes näha loosungiga “Annaksin Erlele oma jalad ära”) ... Fondi juhataja Merike Kaunissaare sõnul on Erle haigekassalt toetust saanud – toetatud on aga ravi, mis Erlet aidanud pole. “Praegu last solgutatakse, ta ei kasva, luud hõrenevad, ta on alailma haige ja mitmekordselt lõigatud.”*

Reumatoloog: *“Pean bioloogilisest ravist loobumist diskrimineerimiseks ja riigi raha raiskamiseks, sest see raha, mis kulub patsientide ravimiseks, ravimite tasakaalustamiseks, kõrvalmõjude ravimiseks ja haiglaraviks on kokkuvõttes nii suur, et riigil oleks kasulikum anda paremat ravi ja säilitada inimeste töövõime. Eestis on bioloogilise ravimi kättesaadavus kuni kakssada korda väiksem kui arenenud maades, ometi ei näe sellist mahajäämust näiteks meie valitsuse ja ministereeriumide autoparki vaadates.”*

Rahapuuduse probleemi mõjukusele viitab patsientide lootusetuse kontekst. Lootusetu haige (allikas 456): *“Kui haigus ei läheks nii ruttu edasi, siis elaksin 60 aastani niisuguses seisus, mis ma praegu olen, aga ma kardan, et ... ei tea, kas nii läheb.” ütleb ta (44-aastane haige, S.K.) vaikselt. “Arst ütles, et kui saaks bioloogilist ravi, siis see annaks väga häid tulemusi. Isegi mulle.”*

Meedik (allikas 459): *“Inimesed häbenevad seda, kui nad ei saa hakkama – Peaaegu kõik helistajad on keeldunud ega taha tulle ametlikus korras (arsti juurde S.K.) Inimesed küsivad ka, kas ravimid on tasuta, sest nad ei jaksa neid ise osta.”*

Haigete representatsiooni lootusetuse konteksti omakorda võimendab liikumispuudega ja kõnevõimetu haige lugu, kes näeb ainsa väljapääsuna enda ise aitamist. Meelis Luks (allikas 452): *“Poisikesed näitasid näpuga – on loll ja ei oska rääkida...”*

Pedagoog: *“Meelis on üks sealkandi tuntumaid inimesi.”* Ema: *“Paljud poisid, kes nüüd on meheks saanud ja kellest osa töötab arvutialal, on oma esimese arvutiõpetuse saanud just Meeliselt...”*

Meelis ise: *“Tahan näidata, et saab elada ja olla õnnelik ka nii... Ma saan hakkama kõigega, millega tahan hakkama saada...”*

Lapsed

Laste representatsioonile on iseloomulik, et lastega seotud teemade puhul ei ole otsene portreeteritav laps, vaid ametnikud, lapsevanemad. Ka fotodel on valdavalt subjektid. Selle põhjuseks võib olla laste representatsiooni negatiivne alatoon, sest valdavalt räägitakse sündimata lastest, probleemidest, mis on seotud Eesti negatiivse iibega ja vähemkindlustatud peredes ja lastekodudes elavatest lastest.

Lastega seotud kontekstideks on:

- vähene tähelepanu
- rahanappus nii sotsiaal-, haridus- kui meditsiinifääris
- ohud liikluses
- perekondade lagunemine, lastekodud

Samas ei ole pilt ainult negatiivne. Riigipoolse alarahastamise teemade kõrval on artiklid heategevusest ja eraettevõtlusest (allikad 322, 324, 327), aga samuti lastekodudest, kus tahetakse ja osatakse lapsi aidata (allikas 325).

Omapärane sissevaade laste maailmapilti avaneb artiklis, kus räägitakse Narva koolilaste suurenenud huvist riigikeele õppe vastu ning presidendi külaskäigust Narva Vanalinna kooli (allikas 394). Läbi laste küsimuste joonistub välja laste maailmakäsitlus elus olulistest asjadest ning presidendi (kui suurima eeskuju) suhtestumine neisse. Selgub, et presidendile: “meeldivad kõik loomad, ta mängib pilli, õppis koolis väga hästi, sööb eesti toitu, talle meeldib olla president ja ta tunneb endal sellest tulenevat vastutust”. Küsimusest presidendiprouale selgub, et “oma maja Tartus ja suvilat koristab presidendiproua ise”.

Ühtlasi peegelduvad selles arusaamad naise-mehe erinevatest rollidest elus, kõrged ootused ja vastutuse kandmine mehele ning naise kodukeskne roll. Mehe ja naise representatsioonil peatun pikemalt järgmises peatükis.

4.2.2.4. Sümbolne kapital. Meediaväli

Sotsialieerimise ja sotsiokultuurilise välja representatsiooni viimase teemana peatun meedia enda kujutise konstrueerimisel.

Meedia representatsiooni kandvaks ideeks on süüdistus kommertsiaalsuses ehk majandusedu filosoofia omaksvõtus. Seda mõjutab oluliselt televisiooniteematika kajastuse suur osatähtsus (52%), kus televisioon omakorda on esitatud ja on ka üldiselt tunnetatud kommertsliku taustaga meediakanalina.

Meedia peamisteks konfliktgruppiks on rahvas. Ka kritiseerijaks (nimetagem seda siis enesekriitikaks) on peamiselt meediategelased/ajakirjanikud ise. Meediat süüdistatakse vaataja vaimse (kultuurilise) taseme alahindamises, vaataja huvidega mitteamvestamises, “müüvate” versus “tõsiste” teemadega tegelemisel.

Lugeja Sirje Kalekin (allikas 354): “Päevaleht pidas presidendi tööviitidest olulisemaks seda, et Faktulin sai laua ja lehmad mõlkisid auto... Riigipea ei ole siiski mingi jobuke pereisa, keda

häbenedes maha vaikitakse. Kas ei ole siin tegemist eestlasliku alaväärsuskompleksiga kõike naeruvääristada, esile tuua ainult vigu ja kritiseerimisväärsset, püüdmatagi luua endast ja oma riigist positiivsemat pilti”

Ajakirjanik Lea Larin (allikas 355): *“Naiste kujutamine meedias on üks ühiskonna arengu mõõdupuid... Naisi kujutatakse meedias välimuse-, eraelu- ja koduprisma kaudu, hoolimata sellest, miks ta uudisekännise ületab.”*

Kommertsiaalsuse ehk skandaalidele fokusseerimise süüdistus tuleb esile ka poliitilises kontekstis. Sellele lisandub ka kompetentsi kontekst.

Poliitik (allikas 23): *“Kui parlamendi tegevuse sisu ei suudeta atraktiivselt avalikuks aruteluks pakkuda, siis pole midagi parata, kui valijahuvi kandub hoopis elulähedasematesse valdkondadesse, nagu parlamendiliikme palgad ja tööaeg.”*

Meedia eneserepresentatsioon on seega suuresti kantud negatiivsest foonist, kus probleemideks on kalduvus kommertsiaalsusele (majanduslik kapital) ja erialasel teadmisel põhineva ekspertiisi defitsiit (kultuuriline kapital). Meedia sümboolne kapital põhineb seega peamiselt juurdepääsul kommunikatsioonikanalitele, mitte niivõrd usaldusväärsusel. Seega ei eristu meedia sümboolse kapitali põhinemine siin oluliselt riigi poliitilise kapitali põhinemise printsiibist – meedia puhul on tegemist juurepääsuga kanalile, riigi puhul juurdepääsuga võimuga. Meedia ja riiklike institutsioonide usaldusindeksite sarnasusele viitab ka sotsioloogilise uuringu Mina. Maailm. Meedia tulemus (Lauristin 2004: 273. Joonis 15.21). Selle põhjal on meedia usaldusindeks keskmiselt vaid 0,07 palli võrra suurem kui riiklikel institutsioonidel (vastavalt 5 palli süsteemis meedial 3,09 punkti ning riigil 3,02 punkti).

4.2.3. SOTSIODEMOGRAAFILISTE STRUKTUURIDE REPRESENTATSIOONE

Alljärgnevalt vaatlen lähemalt erinevate sotsiodemograafilise struktuuri elementide representatsioone kui üldise sotsiopolitiilise struktuuri representatsiooni indikaatoreid.

Meediarepresentatsioonis avaldusid mõned vastuolulisi ideoloogiaid ning väärtusmaailmu kandvad sama sotsiodemograafilise kategooria läbi seotud sotsiaalsed

grupid. Mõnedele vastuoludele leidub viiteid ka kvalitatiivanalüüsi varasemates peatükkides.

Vaatlen siin järgmisi elemente ja vastavate sotsiaalsete gruppide representatsiooni:

- Elukohaga seotud representatsioone – maa- versus linnainimesed;
- Rahvusega seotud representatsioone – eestlased versus mitte-eestlased;
- Soolisi representatsioone – mehed versus naised;
- Erinevate vanuserühmade (ja generatsioonide) representatsioone – noored versus eakad.

4.2.3.1. Elukohaga seotud liigitus. Maainimesed versus linnainimesed

Maainimesed

Maainimeste representatsioonil kujundavad tooni karm eluvõitlus nii loodusjõudude, ettevõtluse kui avaliku sektoriga. Maainimestele vastanduvad konfliktised grupid on valdavalt ettevõtjad või avalik sektor. Põhiline on see, et maainimene peab pingutama ja võitlema, ja mitte ainult oma eluolu ja hakkamasaamise eest, vaid ka keskkonna säilimise ning kultuuripärandi hoidmise eest.

Valik artiklite pealkirju (allikad 339, 340, 345, 346, 347, 349, 350):

“Hunte on liiga palju”

“Pankrotihirmus kohalikud bussiliinid tõstavad hinda”

“Hiiumaa kalatööstus vaagub hinge tasemel tehases hoolimata”

“Elektrijaam kütab kirgi ja ujutab Anija valla maid üle”

“Liiale läinud hunte ähvardab surm salaküti kuuli läbi”

“Saaremaad räsitud torm tõi paksu lume”

“Lihula rahvas hoiab politsei pihta kive loopinute nimed enda teada”

Ajakirjanik (allikas 340): *“Varbla valla elanik Evi (35) käib tööl teisel pool Pärnut, sest kohapeal tööd ei leia. Päevas läheb 70 kilomeetri kaugusele Pärnusse kolm bussi, tööle jõudmiseks tuleb ümber istuda Tallinna maanteele väljuvale bussile. Vanasti sai tööle otsebussiga, mida enam käigus ei ole. Evi kurdab, et eriti tüütu olevat tagasisaamine, sest viimane buss väljub Pärnust juba kell 6 õhtul.” Kohal olla ei saagi, ainult sõida,” nendib ta (Evi, SK). “Olukord on hull,” ütleb Autoettevõtete Liidu sõitjateveo spetsialist Ivo Volt. Ajakirjanik: “Mis tähendab, et tulevikus ei pruugi liinibuss enam jõuda kaugemate maapiirkondade elanikeni... Bussijuhi kohustuste hulka kuuluvad remonditööd, nagu*

näiteks rataste kinnikeeramine. Lisakohustused ning logisevad bussid suurendavad stressi ja õnnetuste ohtu.”

Vaatamata rasketele tingimustele esitatakse maainimest siiski sitke ja elujõulisena, ta on endiselt “maa sool”, keda on toitnud ja katnud “emake maa”.

Artiklis Lihulast (allikas 350), mis sai kuulsaks nn. Madissoni sambaskandaalis, portreeritakse huvitava konnotatsiooniga Lihula elanike otsusekindlust ning kartmatust fotoga pereemast ja kahest lapsest jalgrattal lumisel teel. Foto allkiri ütleb: *“Kartmatud lihulased – libe lumese-gune tee ei sega koos kahe lapsega jalgrattal sõitmast.”*

Lisaks elujõulisusele avaldub maainimese representatsioonis ka kultuuripärandi kandja ja hoidja roll. Võitlusel Hiiemäe säilimise eest ettevõtja äriambitsioonide vastu leiab maainimeste initsiiv kajastamist uudistes ja toimetuse toetavas repliigis (allikad 343, 348):

“Õigus hiiemäele on inimese põhiõigus”

“Suusakeskuse ehitus Raplamaal jäi protesti tõttu juristide sõna ootama”

Aga maaelu ei ole meediakujutuses ainult kannatuste kants, maainimene armastab vaatamata raskustele oma kodukohta ning jagab seda armastust ka teistele (allikas 342):

“Annaliisalik taluelu: kide kutsa, metsik põrsas ja armunud hobud”

Artiklis kirjeldatakse endise linnaelaniku pöördumist maaelu poole ning seal oma juurte ning sisemise rahulolu ja õnne leidmist. Artiklis kasutatakse rohkesti alliteratsioone ja idüllilist konteksti, mis vastandub linnaeluga seonduva kiirustamise ja rahajahiga.

Ühiskonnakriitiline diskursus maainimeste portreerimisel tuleb sisse kultuurikülgedel Soome filmimehe Pekka Lehto dokumentaalfilmi “V.O.I.T.K.A. Metsavennad” arvustuses (allikas 338): *“Kõige valusam ongi filmis avanev pilt tegelikkusest. Ühest küljest sädelev meediakära, teisest küljest totalitaarsest ühiskonnast säilinud karmus – endised müütsid ei anna poistele armu... Film räägib ühiskondlikust reaalsusest – 1992. aasta Toompeal alanud desovetiseerimine ei ulatunud kaugemale Lõuna-Eesti metsapadrikutesse... Lehto oskab veel 21. sajandil leida müütsamõistusega ritta seatud sõnu. Lavastajale meeldivad Ülo ja Aivar. Kuid mitte*

meediasangaritena, vaid inimestena... Poiste siirus ja lihtsus on on see, millele Lehto ehitab üles peategelaste kuvandt, mis läheb teravasse vastuollu ühiskondlike kulissidega.”

Voitkade loost joonistuvad välja kaks konteksti – riigikorralduse nõukogulikkus ning meedia kommertslikkus. Rääkijaks on jälle kultuuritegelane, kes, idealiseerides oma välismaist kolleegi, avab Eesti ühiskonna väärtusmaailma. Riigi toimimist võrreldakse totalitaarse nõukogude ajaga, mille tähistajaks on “miilits”, kus riigi esindaja omas ülemvõimu riigi “alamate” üle. Selle vastand on demokraatlik ehk kodaniku(inimese)keskne ühiskond. Eesti meedia iseloomustusena jookseb siit samuti läbi pealiskaudsus ja orienteeritus meelelahutusele, kommertsiaalsusele, mis on kerge viis tähelepanu ehk lugejanumbrite kasvatamisel.

Linlased

Linlaste representatsioonil on teemadeks igapäevase eluoluga seotud küsimused nagu koduloomapidamine, liiklushuligaanid, jalakäijatele – autojuhtidele eraldatud alad.

Linnainimesi portreeritakse võrreldes maainimestega kontentanalüüsist tulenevalt kolm korda vähem.

Linnainimeste representatsioonile on võrreldes maainimestega iseloomulik see, et linlased ise esinevad tekstides subjektina suhteliselt vähe. Küll aga ilmestab linlaste portreed tema otsene seotus pealinnaga. Artiklid linnainimeste representatsiooniga räägivad eranditult vaid elust Tallinnas. Sellest aspektist on Eesti Päevaleht selgelt kaldu pealinna suunas ning linna ja maa teljel vastanduvad pigem Tallinn ja muu Eesti kui linnad ja maakohad.

4.2.3.2. Rahvuslik liigitus. Eestlased versus mitte-eestlased

Eestlast kujutatakse valdavalt sotsiaalselt passiivse või ükskõiksena, peresuhetes individualistina ning vastutustundetu kulutajana. See representatsioon on justkui koond erinevate sotsiaalsete gruppide “hädadest”. Tema väärtusmaailm on raha- ja indiviidikeskne. Üldist hoiakut peegeldab mõõteviis - need kellel läheb hästi, puhkavad loorberitel ja need kellel läheb halvasti, on ise süüdi. Endiselt

ilmestatakse ja seostatakse meid nõukogude kontekstiga, millega on hea põhjendada meie “lastehaigusi”.

Mall Hellam, Avatud Eesti fondi juhataja oma arvamuskirjas (allikas 489):
“Nõukogude ajal oli sõnal “kodanik” väga ebameeldiv tähendus. Nii pöördus miilits teie poole siis, kui olite võimuesindaja arvates midagi valesti teinud.... Taasiseseisvunud Eestis pole suudetud sõna “kodanik” täielikult rehabiliteerida... Kodanikupäeva on kasutatud selleks, et teadvustada muukeelsele elanikkonnale vajadust teenida auga välja Eesti pass... Tänapäeva maailmas mõistetakse kodanikuks olemist siiski hoopis laiemalt... Nõukogude võim surus maha igasuguse kodanikualgatuse ning vähemalt tänaseni on meie elu suunanud poliitika väärtustanud tugevasti individualismi ning rõhutanud majanduslikku edu ja ettevõtlust.”

Eestlase representatsiooni positiivsem kontekst avaldus kultuuri kontekstis, kus räägiti eestlaste kultuurilembusest ning kultuuritraditsioonide aushoidmisest.

Mitte-eestlaste representatsiooni märksõnaks on sarnaselt eakatega tõrjutus. Mitteeestlastega seotud temaatika on kantud kahest peamisest kontekstist. Ühelt poolt noored, keeleõpe ja soov paremini integreeruda ühiskonda, kusjuures mitteeestlased ise näitavad üles valmisolekut ja soovi saada riigikeele oskajaks, sest see on neile tagatiseks paremal elujärjel. Pealkirjad (allikad 393, 394):

“Eesti keel kohustuslikuks”

“Narvas tung eesti keele õppesse”

Keeleõppe teema jookseb läbi ka sportlaste kontekstis, millele viitasin eespool vastavas peatükis.

Teine mitteeestlaste representatsiooni kandev kontekst on töötuks jäämise oht ning sellest tulenev lootusetus.

4.2.3.3. Erinevate vanuserühmade (ja generatsioonide) representatsioonid. Noored versus eakad.

Noore ja vanema generatsiooni ideoloogiliste vastuolude meediapeegeldustele viitasin majandusliku kapitali välja ja töösuhete representatsiooni analüüsil. Teiseks oluliseks eristuvuseks on noorte representatsiooni maht versus eakate representatsiooniga. Noori on kontentanaalüüsi põhjal kujutatud üle 8 korra rohkem kui eakaid. Noored on

visuaalselt meediale väga atraktiivsed (80%-l on teksti juures oleval fotol kujutatud noort ennast), samas eakate puhul ei ole fotosid üldse. Eakad leiavad kajastust suuresti tänu enda aktiivsele kaastööle meediaväljaandega, ajakirjanike initsiatiivil eakate elu ja probleemid põhjalikumat tähelepanu ja kajastust ei leia.

Noored

Noorte representatsioonil räägitakse kõige enam haridusest, sagedasemat kajastust leiavad veel spordi, isetegemise ning kuritegevuse ja integratsiooniga seotud teemad.

Noorte peamine konfliktgrupp on poliitikud, kus konflikti allikateks on poliitikas selgete ning asjatundlike seisukohtade puudumine hariduse korraldamisel ja arendamisel, seda nii põhikooli- kui kõrghariduse tasemel. Noorte haridussfääri probleemistiku representatsioonil on vastuolud ootuste ja tegelikkuse vahel mitte niivõrd kvantitatiivses rahalisi ressursse puudutavas, kuivõrd just kvalitatiivsetes kategooriates nagu konkurentsivõimelise ja tööturu vajadustele vastava hariduse saamine.

Noorte väärtusmaailma kujutamisel teiste subjektide poolt on tunda negatiivse prevaleerimist. Noortele heidetakse ette ühiskonnas valdavaks peetava “lapsehaiguse” põdemist nagu karjäärikeskne ning materiaalsusel põhinev edufilosofia.

Õppejõud Aune Valk tsiteerib oma arvamuskirjandusartiklis professor Margit Sutrop`i (allikas 420): *“Noored püüdlevad ennekõike turvatunde ja prestiiži, vähem aga eneserealiseerimise poole... õpitakse selleks, et saada austusväärne amet või tasuv töö... soov saada haridust ei ole paljude noorte tegelik soov, vaid see, mida nad arvavad end soovivat... Noorte edukesksetes, ühele valikule keskendunud väärtustes peegelduvad Eesti ühiskonna piiratud võimalused... Tasuta haridust kõigile ei jätku...”*

Samuti kujutatakse noorte igapäevaelu pigem ette sõltuvusainete ning seksikeskselt.

Põffi filmiprogrammi tutvustavas artiklis ütleb festivali juht Elen Lotman (allikas 424): *“Seks, alkohol ja uimastid on tänapäeva teismeliste elu osa, tunnistatagu seda või mitte... Viimastel aastatel on teemade hulka tõusnud ka immigratsiooniprobleemid ning tolerantsus, mis varsti Eestiski päevakorraale võivad tõusta.”*

Samas tegelikud noorte kuritegevust kajastavad teemad ei ole seotud uimastite või alkoholiga. Nende kuritegudel on juures teatav intellektuaalsuse mõõde, kui nii võib

väljenduda: kahel korral on tegemist internetipettustega (allikad 425, 430) ning ühel juhul kirjandusklassik Dostojevski romaani “Kuritöö ja karistus” ajal toime pandud mõrvalooga (allikas 431) – seda samuti eakate ohvrite suhtes.

Noored endast

Noorte representeerimisel läbi nende endi tegevuste ja sõnade eristuvad noored aga selgelt teistest kihtidest oma innovaativsuse ning loomingulisusega. Noortel on võrreldes teiste kihtide kuvandiga palju positiivsem ja mitmekesisem suhe ühiskonna erinevate valdkondadega. Noored on initsiatiivikad ning aktiivsed. Portreeteritakse noori, kel on sügavad huvid ning kes tegutsevad tehnika-, humanitaar-, spordi- kui kultuuri valdkondades (allikad 432, 439, 443, 445, 426, 427). Noored on aktiivsed ka ühiskonnapoliitilises diskursuses, võttes ette protestiaktsioone oma peamise konfliktgrupi – poliitikute vastu.

Kohila gümnaasiumi 11. klassi noormees Martti Helde (allikas 429) tutvustab koolinoorte poolt toodetud filmi: *“Poliitikud ise ei näe, et võim ja raha on lihtsalt pori, et nende näod on mudaga koos.”* Ilmar Raag kommenteerib noorte varasemaid ja nüüdset filmi: *“Noored teevad tavaliselt filme kahel teemal: ühed imiteerivad filme, mida nad suures kinos näinud ja teised tegelevad noore inimese isikliku maailmavaluga. Aga et üritatakse ka maailma mõtestada, on haruldane.”*

Noorte sotsiaalse enesemääratluse omapärad ning selle vastuolulisus reaalsusega tuleb välja TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uuringus Mina. Maailm. Meedia, mis viidi läbi 2002 – 2003. aastal. Lauristin (2004: 261) märgib: *“Kui varasemalt on nn. võitjate põlvkonnana iseloomustatud kolmekümneaastasi, tundub meie andmetel, et nooremapoolsete eelisseisund on nüüd üle kandunud veelgi noorematele, 15-19-aastastele. Praeguste noorte nii kõrge enesemäärang võib tunduda paradoksaalsena selle taustal, mida me teame kõrgest tööpuudusest elu alustavate noorte seas ja lastega perede suuremast vaesusest.”*

Lauristin (2004: 261) lisab: *“Ilmselt on sellest objektiivsest olukorrast määravam noorte tulevikku suunatud ootuste mõju, üleminekuühiskonnale iseloomuliku kiire arenguga kaasev noorte suur sotsiaalne optimism, mille aluseks on iseseisvusajal kasvanud noore põlvkonna suurem enesekindlus, kohanemus turumajanduslike suhetega ning avatus maailmale.”*

Ka käesoleva töö mitmete sotsiaalsete gruppide representatsiooni analüüsis joonistuvad välja erisused vanuseteljel. Töövõtjate puhul on “noor põlvkond” (siin all mõeldakse hinnanguliselt vanuserühmi 20 – 35) hõivanud majanduslikult hästi tasustatud, uuendusmeelsed, arenenud turumajanduse konteksti hästi sobivad positsioonid. Seevastu vanadele on jäänud töörohke ja –armastus ning mittepopulaarsed (st madalamalt tasustatud) ametid. Samuti on ettevõtjate, kes valdavalt esindavad 30-40-ndate põlvkonda, portreerimisel fookus ärilisel edul ning läbilöögivõimel, kus edu nimel lööb aeg-ajalt lubatu ja keelatu piir nii seaduslikkuse kui eetilise koha pealt kõikuma.

Kui tööalane edukus on meediarepresentatsioonis nii selgelt positsioneerunud keskea eelsesse aega, miks peaksidki siis noored tundma hirmu oma tuleviku ees – neil on tõenäoliselt lihtsam end samastada noorema generatsiooni töövõtjate staatusega.

Eakad

Eakate representatsiooni iseloomustavaks jooneks nagu eespool mainitud, on selle sotsiaalse grupi ignoreerimine.

Eakate representatsioon on mõjutatud ühiskonnas tunnustatud ideoloogiatest, kus igaüks peab ise hakkama saama, igaüks peab võitlema oma ellujäämise nimel. Nende ideoloogiate nurgakiviks on individualism, mis on näidanud oma mõjujõudu nii majandusliku tegevuse kontekstis (ettevõtjad) kui inimestevaheliste suhete tasandil (perekonnaväärtuste asendumine sõltumatuslega). Samamoodi viitas Bourdieu, et pereväärtuste muutumine on viinud selleni, et vanad on jäänud riigi hooleks.

Eakad ütlevad, et ühiskond põlgab neid ära, alavääristab ja tahab ühiskonna “tagahoovi” suruda.

Eakas (allikas 406): *“Kuigi olen vana on kõik mu ümber sama – rohi on roheline, taevas sinine ja naised on ikka ilusad. Tunnen, et mul on jõudu veel paljuskski... Raske on mõista... (ajakirjanikke, S.K.), kes kujutavad pensionäri kui vaimupuudega, irisevat kesksõost olendit, kelle peaks parimal juhul sulgema spetsiaalsesse asutusse... Eakate seksi on kaua peetud tabuteemaks... Meestel on kaks iluideaali – noor jõuline mees ja vananev, hallide meelega ja vuntsidega elukogenud mees. Naiseilu standard seisneb aga üksnes tütarlapselikkuses ja nooruslikkuses.”*

Eakate endi sõnul on nad aga valmis olema täisväärtuslikud ühiskonna liikmed, mitte ainult abivajajad, nagu ühiskond neisse suhtub.

Eakas tartlane (allikas 407): *“Aprillis esitas ...seaduseelnõu, mis annaks eakatele inimestele rohkem võimalusi kohaliku elu mõjutamiseks... Eelnõu läbis esimese lugemise, misjärel läks tagasi põhiseaduskomisjoni. “Praegu seda prioriteetse teemana ei käsitleta,” on ametlik vastus komisjonist... Pole õige, et eakate huvid ja vajadused kuuluvad ainult sotsiaal- ja tervishoiupoliitika valdkonda. Euroopa heaoluriikides on ammu olemas eakatepoliitika.”*

4.2.3.4. Sooline liigitus. Mehed versus naised

Meeste ja naiste representatsioon on eristuvuselt samuti tähelepanuväärne. Nagu kontentanalüüsis tulemustes esitatud, iseloomustab meeste representatsiooni objekti enda seisukohtade ja ka visuaalse kujutise puudumine tekstides.

Mehed

Sooteljel on mehed pälvinud tunduvalt rohkem tähelepanu kui naised. Mehe kujutamiseks on seotud sellised kontekstid nagu kuritegevus, perekond, tervishoid, riigikaitse. Naise pärusmaaks on lapsed, perekond ja tervishoid. Mehe portree on seega tunduvalt negatiivsem, ta on nii iseenda kui ühiskonna poolt pakutavate kiusatuste ja väljendatud ootuste ohver.

Mehe portree kuritegevuse kontekstis on seotud naiste ja laste vastu suunatud vägivallega, millele viitavad ka artiklite pealkirjad (allikad 388, 390):

“Pedofiilid ja peksjad range jälgimise alla”

“Luhtunud suhe lõppes politseiniku tapmisega”

Vägivalla ühe põhjusena, aga ka eraldiseisva probleemina kerkib jõuliselt üles alkoholismi teema. Piret Tali artiklis *“Mis ajab Eesti mehed hauda? Viin!”* (allikas 385) räägivad oma lugu erinevad naised ning alkoholismipõhjusti kommenteerivad meditsiinitöötajad: *“Ma ei tea kunagi, millal ta koju tuleb, kas ta tuleb, kas ta on kaine või täis ja kas ta midagi teenis,”* räägib 36-aastane naine, kahe lapse ema oma mehest. Vanemteadur Taie Kaasik: *“Andmete analüüs näitab, et meie noorte ja keskealiste meeste juhtiv surmapõhjus on*

joovastavate ainete liigmanustamine.” Ajakirjanik: “Lääneriikides on surmapõhjuste seas esikohal kas enesetapp või liiklustrauma... Alkoholimürgistus jääb läänes pigem surmapõhjuste rea lõppu... Ka õnnetusjuhtumistest ja enesetappudest suur osa toimub (Eestis, S.K.) alkoholi mõjul”.

“Muidu on tore mees, aga joob palju,” seletab 28-aastne kõrgharidusega naine oma aasta vanema elukaaslase kohta. “Aga tema ütleb, et kõik ju joovad, ja alkoholivaba elustiili tema ette ei kujuta.”

Riigi suutmatusest probleemi ohjata räägib Wismari haigla peaarst Valdur Jänes: “Keeluajal, 1980.aastatel, kui alkohol oli raskemini kättesaadav ja selle tarvitamine ühiskondlikult hukka mõistetud, oli oluliselt vähem mürgistusi, enesetappe, surmaga lõppenud traumasid. Alkoholi tarvitamine oli ka avalikult taunitav, mida praegu ei ole... Võiks öelda, et praegu juuakse poole rohkem.... Just lahjasid jooke juuakse väga palju.... Ei ihka küll totalitaarset süsteemi tagasi, kuid selles oli ka positiivseid jooni. Ühelt poolt tervisespordiks loodud tingimused, teisalt oli alkohoolikute ravi lihtsamalt korraldatud ja voodikohti rohkem.”

24-aastane naine: “Kõik nurgad on poolikuid pudeleid täis. .. Isa on tal samasugune. Ema tassib iga päev poest koos toiduga Laua viina kaasa. Et mees ikka kodus jooks. Aga ega minu mees mind ei kuula, tema arvates pole midagi valesti... Ma ei kujuta ette, et ma temaga lapsi saaks.”

Ajakirjanik: “Eestis joob end igal aastal surnuks 25 meest 100 000-st, Rootsis aga vaid 1 mees sama suhtarvu kohta... Mitte et oleks vaja keelustada, alkoholil on ühiskonnas täita oma roll, aga mingigi seaduslikkus võiks alkoholisisüsteemi ohjata. Või on see poliitikute jaoks kõige lihtsam moodus populaarsust kaotada?”

Alkohol, hasartmängud ja perevägivald on vaid tagajärjed, nende analüüsil jõutakse meeste probleemide tegelike põhjusteni: Piret Tali artikkel (allikas 385):

“Muidugi ma kardan ta pärast,” räägib oma elukaaslasest 25-aastane naine, kes on 2-aastase lapsega kodus. “Kohe kui ta hakkas kõvasti teenima, sõitis tal nagu katus ära. Pooltel kordadel, kui ta autoga koju jõuab, on ta nii täis, et lihtsalt kukub autost välja... Hiljaaegu lõpetas üks tema sõpradest kraavis, autorattad ülespidi.”

Peaarst: “Eestis mõjub meestele see perekonnapea traditsioon, et tema vastutab kõige eest nii materiaalselt kui vaimselt. Osalt hakkavad sealt juba tervisehädad – enese takkapiitsutamine, kõrgvererõhutõbi, depressioon ja ärevushäired, alkoholi liigtarvitamine.”

34-aastane naine: “No meil on viis last, mees teenib neljalt-viielt otsalt täiesti korralikult..., tal on oma firma..., hakkas poodi tegema, aga nüüd ei saa enam öösiti magada, arst kirjutas talle antidepressandid. No peod ja teised naised mind niivõrd ei häirigi, põhiline, et ta ise peast segi ei lähe. Ma ütlen küll, et lapsed ei pea saama poest kõike, mida nad küsivad, aga tema ütleb, et peavad. Sellepärast ta teenibki.”

Psühholoog (allikas 391): “Kui välismaal kuulatakse, et meil on klassikaline kasiinosõitlane täies elujõus mees, siis ajavad kõik silmad pärani ega usu seda... Välismaal on kasiinode põhikliendid pensionäridest naised.” Samas artiklis viitab psühhiaater Ellu Eik: “Meie ühiskond nõuab ju poistelt ja meestelt, et peab olema toimetulija ja võitja. Nad jahivad võiduelamust – õige inimene on edukas ja edukust mõõdetakse eelkõige raha ja tarbimisega, et selle eest saab osta ka armastust ja kaaslasti.”

Meestearst Margus Punab (allikas 386): “Meeste rolli nähakse üheselt. Mees on sotsiaalse- ja majandusliku edu alustala. Mehe edukuse vorm on raha... Näen igal nädalal inimesi, kes püüavad meeleheitel majanduslikult läbi lüüa, kuigi nende huvid on mujal. Väga paljude mehe terviseprobleemide taga on rahamure ja see on seotud psühholoogilise- ja sotsiaalsfääriga.... Naised on harjunud oma muredest rääkima, mehed on harjunud probleeme eitama.” Ajakirjaniku küsimusele - kes on tüüpiline meestearsti patsient vastab meestearst: “Ületöötanud mees. Suurem osa vanuses 35-50.... See on Eesti mehe tüüpsituatsioon. Rabada raha nimel ja kaotada seeläbi lähisuhted.”

Inga Raitar arvamuseartiklis (allikas 383): “Küüniline kogu selle asja juures on riigi väärtussüsteem. Seesama, mis õpetaja või põllumehes palgasõdurist madalamale palgaskaalale ja seega vähemväärtusliku mehe rolli asetab.” Kui on madal palk, siis on vähemväärtuslik? Isaks, muide, saadakse kindlasti voodis, mitte armees.”

Mees on meediarepresentatsioonis ühiskonnas kehtivate arusaamade järgi vastutav nii enda kui pere hakkamasaamise eest, samas ei leia ta kellelki selleks tuge. Naised on need, kelle õiguste eest nii pere kui töösuhete osas võideldakse. Mehel on lähtuvalt tema kuvandist ka raske tuge küsida, sest sellega näitab ta ju välja oma nõrkust.

Ühiskonna surve all kannatavad erineva sotsiaalse staatusega mehed. Kõrgema sissetulekuga ja avalikkuse jaoks ettevõtlikud edukad mehed elavad oma pinged välja laia elu elades. Väiksemate rahaliste võimalustega mehed aga “uputavad” oma mured viinaklaasi. Oluline on, et mõlemal juhul on mees perekonna jaoks kadunud.

Meeste kuvandit tervikuna kallutab positiivsemaks nende suur osakaal ettevõtete ning jõustruktuuride representatsioonil. Seal leiavad kajastamist ja meestega seostamist need ühiskonna poolt soositud omadused, mille eest meedikud mehi hoiatavad. Samas

on ettevõtjate ja sõjaväelaste/politseinike kujutamisel olulisem mitte niivõrd nende meheks olemine, kuivõrd nende ametialasest positsioonist lähtuv diskursus.

Naised

Naiste representatsiooni üheks diskursuseks ongi olla “mehe ohver.” Naised on need, kes on võtnud julguse kokku ja hakanud meeste valgustkartvatest tegudest rääkima. Naised on varmad küll viitama ühiskonna väärtushinnangutest tulenevatele halbadele mõjudele mehe-naise suhetes, kuid enda rolli selles nägema ja mehele abi pakkuma nad sama varmad ei ole. Naiste positiivset kuvandit aitab ehitada laste ja emaks saamise temaatika. Ometi ei ole ka naised meediakujutises pahedest priid.

Ajakirjanik (allikas 391): *“Üks viiendat aastat mängusõltlane naine tunnistas: “Olen üsna juhtivad kohal, mitmekordse kõrgharidusega, hetkelgi õpin, aga kogu oma vaba raha tassin kasiinosse ajaviiteks ja lootuses võita.””*

Siit jookseb läbi diskursus naiste poolt meeste positsioonide ülevõtmisest.

Naiste-meeste ja peresuhtete representatsiooni kandvaks ideeks on ühiskonna väärtushinnangute muutus, mistõttu traditsiooniline peresuhte väärtusmudel enam ei kehti. See on avaldanud negatiivset mõju erinevate sugupoolte ootustele üksteise ning pereelu suhtes ning süvendanud vajadust suurema sõltumatuse järele. Ühiskonna väärtuste nihet individuaalsusele ning rahakesksusele illustreerib ajakirjaniku arvamusaavaldus (allikas 412): *“Me oleme küll kurjad prostitutsiooni peale, kuid mitte naise peale, kes abiellub uhke maja, hea taskuraha ja tasuta kõhutäie nimel... Me pigistame ammu silmad kinni, kui mõni meie kepsakatest tuttavatest ülemusega magab ja karjääriredelil üllatava hüppe sooritab... Ammu reegliks kivilinenud arusaam, et Eesti mehele (eriti keskeas mehele) on lubatud kõik.”*

Kvalitatiivanalüüsi kokkuvõttena pean oluliseks ära märkida peamised võtmetegurid, mis ilmsid sotsiaalsete gruppide ja sotsiaalse ruumi representatsioonil:

- riigi ja avaliku sektori representatsioonis avaldub põhilisena väärtuskonflikt ühiskonnas heaks tavaks peetud eetiliste normide ja poliitikas valitsevate põhimõtete vahel.

- kuigi riigisektori kuvand on sarnane, on representatsiooni võtted erinevate gruppide portree loomisel erinevad
- majandusliku edu keskse väärtusmaailma peamiseks kandjateks on ettevõtjad ja nooremad töövõtjad, laiemalt edukust ja silmapaistvust väärtustav on noorte ja sportlaste representatsioon
- kultuurivälja peamiseks konfliktiks on hariduse korraldamise filosoofiline diskursus, kus ristuvad kultuurilise kapitali ja majandusliku kapitali valdajate seisukohad
- põlvkondade vaheline konflikt avaldub noorte ja vanade representatsioonis – noored on elus hakkama saamise ja edukuse sümbolid ning vanad ühiskonnas tõrjutud ning mahakantud grupp
- meediarepresentatsioonis kohtab mõnede gruppide nõukogude-aegsest meediakäsitlusest lähtuvat valitseva ideoloogia põhise idealiseerimist – presidendi, töövõtjate ja maainimeste puhul
- perekonna käsitlus on mõjutatud indiviidikeskse maailmapildi domineerimisest, see väljendub meeste ja naiste vastandamises ning perekonna seostamisest vaid sotsiaalprobleemide kontekstiga
- sotsiaalsfääri iseloomustab lootusetusest kantud emotsioon, see võimendub läbi peamiselt kajastatud gruppide: HIV-positiivsed, invaliidid ning lootustetult haiged.

5. DISKUSSIOON

Sotsiaalsete gruppide ja sotsiaalse ruumi representatsiooni analüüsil ilmneseid mitmed märkimisväärsed aspektid gruppide meediakäsitluse iseloomu, võtete ning tähenduste osas, mis on leidnud käsitlemist ka teoreetilistes materjalides.

Riik ja avalik sektor on meedias tähelepanu fookuses, seda nii üldise kajastuse mahult kui ka subjektina.

Riigi ja avaliku sektori kujutus on seotud ja tugevalt mõjutatud nõukogulikust elulaadist (Bourdieu järgi oli nõukogulikus ühiskonnas majanduslik kapital allutatud riigile ehk osa riiklikust kapitalist). Seda kannavad nii poliitikute endi hoiakud, et nemad on kõiges niiditõmbajad, kui ka ühiskondlik hoiak, et kõik on ikka “vanaviisi” ja “käsi peseb kätt”.

Riigisektori väärtusmaailma avab hoiak võimuga seotud privileegide enesestmõistetavusele - poliitiline võim tagab mulle kui eraisikule majandusliku edukuse, mis on elus kõige tähtsam. Ma olen nõus olema peksupoisi rollis ja kannatan välja halvaks panu, kuna see aitab mul jõuda soovitud haljale oksale. See on laiem eetiline konflikt üldiselt tunnustatud ja poliitiliselt õigustatud eetikanormide vahel, kus ühiskonnas üldiselt tunnustatud normid on poliitilises tegevuses rakendatavad mõõndustega või seda vähemalt poliitikute enda arvates.

Meedia suure huvi taga riigisektori vastu võib ära tunda “huvi selle mängu vastu”, nagu viitas Bourdieu (2003) “huvi” käsitlemisel. Poliitikute kemplemine pakub meediale võimalust serveerida seda meelelahutuslikus vormis ning erutavana laiadele massidele. Selle varjus ei paista niivõrd välja meedia asjatundmatus poliitikute ja riigistruktuuride sisulise töö ja tegevuse analüüsi suhtes.

Riigisektori representatsiooni seisukohalt on oluline ka erinevate representatsiooni võtete kasutamise kaudu sarnase kuvandi loomise või tekkimise fenomen. Poliitikute

puhul avaldub väärtuskonflikt valdavalt nende endi sõnade (subjekti tsiteerimise) läbi. Nimetaksin seda poliitilise retoorika omaette fenomeniks, millega ise luuakse ja põhjustatakse ühiskonna negatiivset hoiakut. See tuleneb minu arvates suuresti poliitikute alavääristavast hoiakutest poliitikavälisesse sihtrühmadesse, nende analüüsi- ja arusaamisvõimet alahinnatakse („*Kui rahvas on valinud rumala parlamendi, ei saa ka rahvast targaks pidada.*“ „*Kui sa tahad olla kursis sellega, mis Eestis toimub, siis parteitu ei tasu liiga kaua olla*“). Valitsustegelaste representatsioonis avaldub väärtuskonflikt läbi objekti naeruvääristamise – siin on peamisteks subjektideks ajakirjanikud ning vähemal määral objektid ise. Sama väärtuskonflikt riigiametnike representatsioonis avaldub läbi „luukerede“ fenomeni, kus üksikjuhtumite narratiivsete jutustuste ja ajalooliste faktide tõlgendamise läbi kujundatakse kogu grupi kuvandit tänases ajahetkes.

Majanduslik kapital ja ettevõtlus on meedia representatsioonis samuti auväärsele kohal. Ettevõtlus esindab edukate ning “võitjate” gruppi. Ta on hästi kohanenud uue turumajandusliku ühiskonnaga ning oskab ennast maksma panna ning leida üha uusi võimalusi oma majandusliku varanduse kasvatamiseks. Ettevõtjad on majanduslikul edul põhineva ideoloogia peamised kandjad ning nad on võitluses oma positsioonide laiendamise ja mõjuvälja kasvatamise nimel. Uuringu Mina. Maailm. Meedia sotsiaalsete kihtide struktuuris paigutuvad ettevõtjad mediarepresentatsiooni põhjal suure tõenäosusega just kõrg- ja kõrgemasse keskkihti, seda nii oma materiaalse kindlustatuse kui positiivsete tulevikutunnetuse osas.

Majandusliku edu filosoofia kõrvalproduktiks on individikesksus, mis, võimendatuna ärilises kontekstis, on üha enam ajanud juuri ja üle kandunud ka sotsiaalse ühiskonna alustalale – peresuhetele.

Majanduse kontekstis võimendub ka väärtuste konflikt vanade ja noorte teljel tövõtjate kontekstis. Noored on hõivanud “võitjate” positsioonid ning omaks võtnud rahal põhineva edufilosoofia. Vanade mängumaaks on see, mis noortest üle jääb. Samas on vanad säilitanud respektist ja sallivusest kantud maailmavaate, nad on leppinud oma positsiooniga ja hindavad seda oma väärtusnormide kohaselt.

Kultuuri- ja haridusvälja representatsioonis käib võitlus majandusliku kapitali mõjuvõimu suurenemise vastu. Majanduslikud terminid ja ideoloogia tungivad eriti just haridusellu. Haridustöötajad ise vaevlevad kehvades majanduslikes nii elu- kui töötingimustes, nendest ei ole majanduslikule kapitalile võrdväärset vastast. Samas, nendes haridussfäärides, kus majandusliku kapitali ressursse juba on ja neil on kasvuallikaid (ülikoolid läbi tasulise õppe), seal võtab hoogu terav omavaheline konkurents majandusliku ressursi jätkuva hõivamise nimel. Haridus kui valdkond tervikuna ja selle arenguperspektiiv on aga üldiselt meediarepresentatsiooni põhjal ebamäärases seisus, käib võitlus selle nimel, kelle ideoloogia võidab – kas majanduslik või kultuuriline. “Vana ja usaldusväärse” hariduse kaitseks astuvad välja kultuuritegelased.

Mida siis arvata hariduse ja raha vahelistest seostest?

Bourdieu (2003:45) viitab hariduse ja poliitilise kapitali suhte kontekstis, et haridusinstituutsioon, millelt varasematel aegadel loodeti, et ta võiks luua teatud meritokraatiavormi, seades individuaalsed võimed kõrgemale pärilikest privileegidest, kaldub läbi õppimisvõime ja kultuurilise pärandi varjatud suhte moodustama tõelist riigiaadlit, mille võim ja legitiimsus on tagatud akadeemilise tiitliga.

Sama seost saab laiendada ka hariduse ja majandusliku kapitali seosele. Igal juhul peaks siin siis järelikult kehtima reegel, et kus on parem juurdepääs ressursile, sinna tekib neid võimalusi üha juurde – kui on piisavalt poliitilist või majanduslikku kapitali, on juurdepääs kultuurilisele kapitalile lihtsam.

Haridusinstituutsioonide olulisele rollile kultuurilise kapitali kontekstis viidates ütleb Bourdieu (2003: 41): “Kultuurilise kapitali jaotusstruktuuri taastootmine leiab aset perekondlike strateegiate ja haridusinstituutsioonide spetsiifilise loogika vahelise suhte raames. Seega on nii perekonnal kui koolil oluline mõju lapse kultuurilise kapitali tekitamisel.” Bourdieu toob välja seose, mille kohaselt mida suurem on perekonna kultuurilise kapitali osakaal võrreldes majandusliku kapitaliga, seda rohkem investeerib ta laste kooliharidusse. Mis on tähelepanuväärne, sest järelikult ei sõltu

haridusse investeerimine mitte niivõrd majandusliku või poliitilise kapitali mahust (nagu eespool viitasin), vaid selle kõrval ka juba eksisteerivast kultuurilisest kapitalist. Selletõttu on ka mõistetav, miks ka Eestis haridusteemadel ja pigem klassikalise (majanduskapitalist sõltumatu) süsteemi kaitseks võtavad nii jõuliselt sõna just kultuuriringkonnade esindajad. Küll aga tõstatud küsimus, mille eest siis võitleb majanduslik kapital, kuna nende väärtusmaailmas on majanduslik tähtsam kui kultuuriline. Tundub, et neil on võimalik osta, aga nad veel ei tea, mida nad tahavad haridussüsteemilt osta. Sotsiaalse kogukapitali struktuuri kontekstis Eestis on abi Mina. Maailm. Meedia uuringust, kus Pruulmann-Vengerfeldt (2004) viitab, et Eestis on erinevate kapitali omavaheliste seoste puhul majandusliku ja kultuurilise kapitali vahel suhteliselt väiksem seos kui teiste kapitalide (näiteks sotsiaalne ja majanduslik) vahel. Pruulmann-Vengerfeldt (2004: 229): “Kõrge kultuuriline kapital on vaid 19%-l juhtudest seotud kõrge majandusliku kapitaliga, samas kui madal kultuuriline kapital on omane 11%-le suure majandusliku kapitaliga inimestest.”

Bourdieu`le (2003) viidates võib ka järeldada, et kuigi haridussüsteemi taotlused kultuurilise kapitali jagamisel erinevate sotsiaalsete gruppide esindajatele võivad olla küll üllad (individuaalsed võimed on tähtsamal kohal), siis tänapäeva ühiskonnas, kus poliitilise ja majandusliku kapitali võim on märkimisväärselt suur ja läbi põimunud, jääb see idealistlikuks ootuseks.

Kultuurilise kapitali taastootmise- ja tulevikupotentsiaali tänases Eesti ühiskonnas ilmestab Mina. Maailm. Meedia uuringu joonis 15.13 (Lauristin: 2004: 266): Raha jätkumine erinevateks vajadusteks ühiskonnakihtides. Sealt nähtub, et raha laste koolitamiseks ja harrastusteks, sportimiseks, meelelahutuseks, kohvikus, restoranis käimiseks, õppimiseks, eneseharimiseks, raamatute ostmiseks või teatris, kontserdil käimiseks jätkub vaid kõrgkihil või kõrgemal keskkihil. Keskkihil jätkub raha laste koolitamiseks ja harrastusteks, kuid madalamas kihis ei ole ka see enam võimalik.

Sümboolse kapitali aspektist on oluline tähele panna selle tekkimise põhimõtete representatsiooni Eesti kontekstis. Selle suurimateks valdajateks uuringu põhjal liigitaksin poliitikud, suurettevõtjad, tippsportlased ning ajakirjanduse. Sümboolse

kapitali pöhinemisel on olulisemaks meediakajastuse maht ning seda just kvantitatiivis - oluline on olla kuulus, silmapaistev ning meedia poolt presenteeritav. Poliitikute sümboolse kapitali peamine allikas lisaks meediakajastusele põhineb võimul, meedia puhul aga massimeediakanali valdamisel. Teadmistel põhinevat sümboolset kapitali võiks meediarepresentatsiooni põhjal omistada teadlastele ning meditsiinitöötajatele, kes on meedias esindatud peamiselt ekspertidena.

Omaette fenomen on meedia **perekonnakäsitus** ja sellest tulenev laiem meeste – naiste – laste – eakate vaheliste suhete representatsioon. Bourdieu (2003) järgi on siin olulised kaks aspekti – perekonna sotsialiseerimise ning erinevat liiki sotsiaalsete kapitalide edasikandmise funktsioon ning individualistliku maailmakäsitluse tulemusena üleskerkinud vanema generatsiooni sotsiaalse kaitse probleem. Meediarepresentatsioonis võib täheldada sedasama individualistlikust käsitlusest tulenevat fenomeni, kus perekonna temaatikat ei käsitleta mitte perekonna kui grupi seisukohalt, vaid erinevate pereliikmete eraldi positsioonidelt – naised räägivad pereprobleemidest meeste kontekstis, lapsed positsioneeruvad pere sotsiaalprobleemide teljele läbi vaesuse ja lastekodutemaatika, eakad on ühiskonnas tõrjutult ja omaette. Kuigi traditsiooniliste pereväärtuste (kui ühiskonna põhiväärtuste) kaitse eest astuvad välja nii ajakirjanikud kui kultuuritegelased, siis neid väärtusi realselt kandvaid näiteid meediarepresentatsioonis ei ole.

Järeldused

1. Riigisektori representatsioonis avalduv väärtuskonflikt ühiskonna üldiselt heakskiidetud normidega on mõjutatud riigisektori seostamisest nõukogudeliku ühiskonnakorraldusega, kus poliitiline kapital oli domineeriv kapitali vorm.
2. Meedia tähelepanu riigisektoril on tingitud selle välja atraktiivsusest meedia jaoks, ühelt poolt pakub selleks põhjust poliitiline ebastabiilsus ja sellest tingitud pidevad muutused, teisalt aga poliitilise retoorika fenomen, kus poliitiline arveteklaarimine leiab valdavalt aset meedias, mitte poliitiliste kulisside taga.
3. Majandusvälja representatsioonis ettevõtete majandusedul ja individualismi domineerimisel põhineva maailmavaate suurim mõju avaldub põlvkondadevaheliste

suhete representatsioonis – noorte representatsioon on kantud positivismist ning vanem generatsioon on meedias tõrjutud kohal.

4. Sotsialiseerimise seisukohalt on oluline majandusliku ja kultuurilise kapitali vahelise võitluse representatsioon, mille kaudu selgitatakse ja pannakse paika mõjuvõimu haridusväljal. Samuti võib sotsiaalsfääri ja perekonnatemaatika vähese kajastuse taga näha seoseid meedia mõjutatusest individualistliku maailmakäsitluse domineerimisest.

6. KOKKUVÕTE

Oma bakalaureusetöös analüüsisin Eesti sotsiaalsete gruppide representatsiooni trükiajakirjanduses. Selleks viisin läbi empiirilise uurimuse eesmärgiga teada saada, millised sotsiaalsed grupid on meedias esindatud, kuidas meedia neid esitab, milliseid teemasid, tähendusi ja kontekste nendega seostatakse ning millisena kujutatakse gruppidevahelisi suhteid sotsiaalses ruumis.

Minu uurimistöö hüpoteesiks oli, et sotsiaalsete gruppide mediarepresentatsioon on reeglina ühekülgne ja kantud meedia ja avalikkuse eelhoiakutest selle grupi suhtes ning et sotsiaalsete gruppide esindajatel enestel on suhteliselt vähe võimalusi oma mediarepresentatsiooni kujunemisel ja mõjutamisel kaasa rääkida. Siinjuures oli oluline, et ma ei uurinud selle fenomeni põhjuseid, vaid seda, kuidas see meediatekstides avaldub.

Uurimisküsimustele vastuste leidmiseks viisin läbi kvantitatiivse ja kvalitatiivse tekstianalüüsi. Kvantitatiivanalüüsiga kaardistasin sotsiaalsete gruppide olemasolu, meedia tähelepanu fookusi, erinevate representatsiooni mõjutegurite kasutamist (pealkirjad, fotod, kõneisikud, tekstide paigutus) ning tekstide kultuurilist tähendust. Kvalitatiivanalüüsi viisin läbi põhistatud teooria (*Grounded Theory*) meetodil ja vaatlesin tekstide kultuurilise tähenduse konstrueerimist, sotsiaalsete gruppidega seostatud ideoloogiaid, nende suhtes esinevaid eelhoiakuid ja suhtumist ning gruppide omavahelisi suhteid ja mõjusid sotsiaalses ruumis.

Gruppide võrdluses jälgisin muuhulgas ka seda, kuidas representatsioon toimub: kes on tegelased ehk objektid, kellest kõneldakse, kes on kõnelejad ehk subjektid, kes on konfliktide osapooled, millistel võimuväljadel käib võitlus, milline on nende gruppide sotsiaalse positsiooni representatsioon ühiskonnas.

Kvantitatiivanalüüsi tulemustest selgus:

1. Mediarepresentatsiooni mahule avaldab olulist mõju väljaande struktuuriline ülesehitus, sh just uudiste, kui tekstide arvult kõige suurem, rubriik.

2. Meedia tähelepanu põhifookus on meedia enda seisukohti peegeldavate tekstide (juhtkirjad ja repliigid) põhjal poliitikutel ning et üldises meediakajastuses prevaleerivad ettevõtjad, poliitikud, sportlased ja kultuuritegelased.
3. Meediarepresentatsiooni objekti ja subjekti seostes oli oluline, et kõige rohkem saavad enda kujutamisel kaasa rääkida ajakirjanikud ja kultuuritöötajad ning suhteliselt esinduslikult riigi ja avaliku sektori ning erasfääris institutsionaalsed grupid (ettevõtjad, kolmanda sektori organisatsioonide esindajad).
4. Teema on oluline representatsiooni komponent, kuna teema annab viiteid objekti sotsiaalse positsiooni ning sotsiaalsete suhete sidususe kohta ühiskonnas. (näiteks noored ja ettevõtjad)
5. Representatsiooni indikaatorite omavahelisest võrdlusest ilmnes, kuidas meedia erinevate sotsiaalsete gruppide kujutamisel võib omada teatud eelistusi - osad grupid olid atraktiivsemad visuaalselt, teised aga kõneisikute ehk subjektidena. Näiteks omavalitsustegelased on atraktiivsed kõneisikutena, president aga visuaalselt).

Kvalitatiivanalüüsis avaldus ühelt poolt selgemalt meediarepresentatsiooni kallutatuse ühekülgsuse kuvandite loomisele sotsiaalsete gruppide lõikes ning teisalt nende kuvandite tekkimise detailsem kontekst ning gruppidevahelise probleemistiku ning vastuolude maatriks.

1. Riigi ja avaliku sektori representatsioonis avaldus põhilisena väärtuskonflikt ühiskonnas heaks tavaks peetud eetiliste normide ja poliitikas valitsevate põhimõtete vahel.
2. Ettevõtjad ja nooremad töövõtjad olid majandusliku edu keskse väärtusmaailma peamised kandjad.
3. Kultuurivälja peamiseks konfliktiks oli hariduse korraldamisega seotud vastuolu kultuurilise kapitali ja majandusliku kapitali seisukohtadelt.
4. Perekonna ja põlvkondade kontekstis avaldunud konfliktid olid mõjutatud individikeskse maailmapildi domineerimisest ning sellest tulenevatest muutustest ühiskonnas kehtivates väärtusnormides.
5. Meedia enda kujutis on üha rohkem kommertslikest ideoloogiatest kantud. Meedia huvi on seotud “suurte” asjadega, sellega, mis on populaarne või mida peetakse edukaks. See on oluline just meedia üldise mõjuvõimu kasvu tõttu kultuurilise kapitali

taastootmisel, millele viitas Bourdieu (2003) ka majandus- ning kultuurivälja mõjude käsitlemisel.

Uuringu tulemuste põhjal järeldan, et:

1. meediaväljaande struktuuriline ülesehitus paneb suuresti paika selle, millised sotsiaalsed grupid ja teemad on meedias rohkem esindatud (sotsiaalsfääri vähene kajastus võib olla tingitud vastava temaatilise rubriigi puudumisest).
2. väga erinev representatsiooni võtete kasutamine erinevate sotsiaalsete gruppide representatsioonil viitab meedia suurele mõjule lõpliku representatsiooni kujunemisele. Erinevad representatsiooni võtted mõjutavad oluliselt sotsiaalse grupi representatsiooni iseloomu meedias, rohkem sõna saavatel gruppidel on suurem võimalus oma representatsiooni iseloomu mõjutada, visuaalselt ja temaatiliselt atraktiivsetel vähem. Näiteks omavalitsustegelaste representatsioon erineb riigi ja avaliku sektori representatsioonist ning nende kajastuses domineerib ka selgelt kõneisikuna esinemine.
3. meedia eelistab kajastada suuremat sotsiaalset kogukapitali omavaid sotsiaalseid grupe (nii majanduslikku kui kultuurilist), vähemedukad ja vähem sotsiaalselt kapitaliseeritud on tagaplaanil
4. meedia tähelepanu põhifookus on meedia enda seisukohti peegeldavate tekstide (juhtkirjad ja repliigid) põhjal poliitikutel ning selle tähelepanu taga võib näha seoseid poliitilise retoorika fenomeniga.
5. meediarepresentatsioonil on tendents kalduda ühekülgsete kuvandite loomisele sotsiaalsete gruppide kujutamisel, vormilises väljenduses võib selle juures kõige määravamateks teguriteks lugeda kõneisikute ja teema omavahelist kombineerimist sotsiaalse grupi representatsioonil. Kõneisikute puhul on oluline piirangu efekt, mida vähem objekt ise sõna saab, seda rohkem võib olla tema kuvand ühekülgselt kallutatud (näiteks meeste representatsioon). Teema võib representatsiooni mitmekülgsust mõjutada positiivses suunas - ta annab viiteid objekti sotsiaalse positsiooni ning suhete representatsiooni kohta ühiskonnas, seega mida mitmekesisem on grupi representatsioon temaatiliselt, seda mitmekesisem on reeglina ka üldine kuvand (näiteks noored ja ettevõtjad).

Põhjärelduste kokkuvõttena leian, et minu poolt püstitatud hüpotees leidis empiirilise uuringu raames kinnitust. Minu uuringus avaldus, et sotsiaalsete gruppide meediarepresentatsioon on sageli ühekülgne ja kallutatud mõne hoiaku suunas ning et meedial endal on selle hoiaku keskse meediarepresentatsiooni kujunemisel olulisem roll, kui sotsiaalse grupi esindajatel enestel. Sellele viitab asjaolu, et hoiaku kujunemisel mängib olulist rolli representatsiooni erinevate võtete omavaheline kombineerimine, mitte niivõrd sotsiaalse grupi esindaja kajastus kõneisikuna.

7. SUMMARY

In my Bachelor's Thesis, "**The Representation of Estonian Social Groups in the Media – the Case of Eesti Päevaleht Newspaper**", I examined the representation of Estonian social groups in the print media. To do this, I conducted an empirical study with the aim to find out which social groups are represented in the media, how they are represented, which themes, meanings and context they relate to, and how the interactions between the groups are seen in the social environment.

The hypothesis of my thesis paper is that the representation of social groups in the media is, as a rule, one sided and carries a preconceived notion regards that group, and that the social representatives of those groups have relatively few opportunities to have a word in and influence how the media portrays them. It must be noted here that I did not investigate the causes of this phenomenon but rather how it is published in media texts.

To find answers to these questions I conducted a quantitative and qualitative analysis of texts. With the quantitative analysis I graphed the existence of social groups, the focus of media attention, the use of different types of influencing items (headlines, photos, sound bytes, placement of text) and the cultural meaning of the text. I carried out the qualitative analysis using the Grounded Theory method. I examined the texts for cultural meaning, ideology tied to the social groups, attitudes and warnings issued against them, and interaction between groups and influences in the social environment.

In comparing the groups I took into account how representation takes place: who the players or objects are, who is being discussed, who are the speakers or subjects, who are participants in the conflict, on what battlefronts the competition takes place, what is the social position of representation of the groups in the community.

The results of the quantitative analysis showed that the way the published information was structured had an influence on media representation, which in the case of text was

the size of the column. That the main focus of media attention are texts which mirror the media's own position (editorials, rebuttals) and politics; and that in the general media, business people, politicians, athletes and celebrities dominate.

In the relationship of the subject and the object of media representation it was found that reporters and cultural workers have the most say in their representation, but relatively well represented are also public and private sector institutions (entrepreneurs, civil society representatives).

It was also found in the research that the topic plays an important role in representation – it refers to the object's social position and its relationships in the community. The more thematically diverse a group's representation is, the greater the ties of the group to the different sectors of the community. The comparison of representation indicators revealed how the media can have certain preconceptions regarding certain social groups – some groups were more attractive visually, others as speakers or subjects.

The qualitative analysis revealed, on the one hand, that the media has a tendency toward creating one sided images when it comes to social groups. On the other hand, it also revealed more detailed context of how these images are created and the matrix of inter-group problems and conflicts. The main discrepancy in the government and private sector representation was between ethical norms and the principles of governing politics. The notion of economic success as a value was primarily carried by entrepreneurs and younger employees. In the cultural sector the main conflict in education policy was between the cultural capital and the economic capital. Conflicts related to family values and different generations were influenced by the dominance of a self-centred world view, and thereby changes in ethical values of the community.

Attention must also be paid to the increasing influence of media on reproduction of cultural capital, which was also referred to by Bourdieu (2003) in the influences of economic and cultural environment. The later especially because the media's own idea of self is more and more guided by commercial ideology. The media is interested in “big” things, in what is popular or deemed successful.

8. KASUTATUD KIRJANDUS

1. Borgatti, S (1996). Konverentsi „Midwest Research-to-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education“ ettekande materjal 17.-19 oktoober 1996. Lincoln: University of Nebraska-Lincoln.
2. Bourdieu, P. (2003). *Praktilised põhjused. Teoteooriast*. Tallinn: Tänapäev.
3. Dijk T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.
4. Gerbner, G. (1969). Toward “Cultural Indicators”: The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. *AV Communication Review* 17, pp. 137-148.
5. Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
6. Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Centre for Contemporary Cultural Studies (ed.): *Culture, Media , Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972 – 79*. London: Hutchinson, 128-138.
7. Jensen, K.B. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge.
8. Kalmus, V., Lauristin, M., Pruulmann-Vengerfeldt, P. (2004). Eesti elavik 21. sajandi algul. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
9. Song, Matis (2003). Spordikangelase kujutise konstrueerimine Eesti trükiajakirjanduses: 4 Eesti spordikangelast aastast 1989 ja aastast 2000. Tartu
10. **Empiirilise uuringu allikad:** Eesti Päevaleht trükiväljaanded ajavahemikul 1.-30. november 2004.a. (kontentanalüüsi tabel lisa 10)