

DISSERTATIONES DE MEDIIS ET COMMUNICATIONIBUS  
UNIVERSITATIS TARTUENSIS

**10**



DISSERTATIONES DE MEDIIS ET COMMUNICATIONIBUS  
UNIVERSITATIS TARTUENSIS

10

## **ROOSMARI KURVITS**

Eesti ajalehtede välimus 1806–2005



TARTU ÜLIKOOLI  
KIRJASTUS

Tartu Ülikooli sotsiaal- ja haridusteaduskond, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

Väitekirja on filosoofiadoktori kraadi saamiseks kaitsmisele suunanud Tartu Ülikooli sotsiaal- ja haridusteaduskonna nõukogu 12. oktoobril 2010.

Juhendaja: prof Epp Lauk

Oponendid: prof Seppo Zetterberg (Jyväskylä Ülikool),  
prof Rein Veidemann (Tallinna Ülikool)

Kaitsmine toimub 13. detsembril 2010 kell 10.00 Tartu Ülikooli Nõukogu saalis

Väitekirja valmimist on toetanud Tiit Hennoste, Eesti Teadusfondi grant nr 7547 “Ajakirjanduskultuurid muutumises: võrdlevaid perspektiive” ja sihtfinantseeritav teema “Kultuuri-kommunikatsiooni kompleksus ja kultuuriuurimise metodoloogilised väljakutsed” (SF0180002s07), Euroopa Sotsiaalfondi doktoriõppe ja rahvusvahelistumise programm “DoRa”, Hermann Reaside stipendium 2005



Euroopa Liit  
Euroopa  
Regionaalarengu Fond



Eesti tuleviku heaks



Euroopa Liit  
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti tuleviku heaks

ISSN 1406–2313

ISBN 978–9949–19–514–5 (trükis)

ISBN 978–9949–19–515–2 (PDF)

Autoriõigus Roosmarii Kurvits, 2010

Tartu Ülikooli Kirjastus

[www.tyk.ee](http://www.tyk.ee)

Tellimus nr 623

## EESSÕNA

1995. aastal, pärast seda, kui kaitsesin Tartu Ülikoolis magistritöö ajalehe kujundamisest, kinkis Peeter Vihalemm mulle Pekka Mervola värske doktoriväitekirja “Kirja, kirjavampi, sanomalehti. Ulkoasukierre ja suomalaisten sanomalehtien ulkoasu 1771–1994”. Siiski kulus üheksa aastat, kuni ma diskreetselt vihjest aru sain ja asusin uurima eesti ajalehtede välimuse ajalugu. Nüüd, kuus aastat hiljem on väitekirja valmis.

Eelkõige kuulub minu lõputu tänu Tiit Hennosteale, kes on väitekirja valmimist igati toetanud kõik need aastad, andnud mulle aega ajalehti vaadata ja lugeda ning jaksanud ära oodata ideede settimise.

Suur tänu kõigile headele kolleegidele kaasamõtlemise ja nõuannete eest (vead ja väärtõlgendused jäävad minu vastutusele). Eelkõige tänan juhendajat Epp Lauku ja Peeter Vihalemma, kelle heatahtlik toetus oli abiks doktoritöö igas etapis.

Palju tänu

– väitekirja eelretsensentidele Seppo Zetterbergile ja Rein Veidemannile, kelle sisukad tähelepanekud ja küsimused aitasid väitekirja oluliselt täiustada;

– bibliofiilidele Juhan Hennosteale ja Mart Oravale, kes juhatasid raamatute juurde, mille olemasolust mul aimugi polnud;

– Sulev Uusile, kelle teadmised viimase 60 aasta ajakirjandusest on hindamatud;

– Andrus Peeglile, Väino Koorbergile, Vahur Kalmrele ja Merike Pinnile, kes vastasid kannatlikult kõigile küsimustele;

– Krista Arule, kellega oli hea probleeme (h)arutada;

– kaasdoktorantidele eesotsas Aune Undi ja Tiiu Kreegipuuga;

– nutikatele tudengitele, kes ajalehekujunduse ja teabegraafika loengutes-seminarides küsimusi esitades aitasid mõndagi paremini taibata;

– lahetele raamatukoguhoidjatele, eelkõige Kirjandusmuuseumi arhiivraamatukogus, kes aastate jooksul tassisid minu tsentnerit ajalehti minu jaoks lugemissaali ja tagasi hoidlasse;

– Maio Vanikole ajalehtede, ajakirjade ja raamatute otsimise eest;

– Tartu ülikooli ajakirjandusliku ‘tugitooli’ sekretärile Katrin Lendokile, Maiu Reinholdile ja Nele Nemvaltsile, kes olid rõõmsalt abiks bürokraatia ja kõige muuga hakkama saamisel;

– Elari Kingole ja Juhan Oskar Hennosteale tehnilise abi ja konsultatsioonide eest;

– Marcus Dentonile tõlkeabi eest;

– Aive Maasalule Tartu Ülikooli Kirjastusest meeldiva koostöö eest;

– vanematele kõige eest;

– Juhan Oskar Hennosteale, kes on selle väitekirja valmimist näinud rohkem kui pool oma elust ja kelle hääletu piketeerimine plakatiga “KAS SA JUBA ÜLE EI TÖÖTA?!” mõjus lõpuks väga vabastavalt.

Ja *last but not least*: tänu DEA-le (<http://dea.nlib.ee/>), ESTER-ile (<http://ester.utlib.ee/>) ja HELKA-le (<https://helka.linneanet.fi/>), mis tegid näidete leidmise ja kirjanduses orienteerumise palju lihtsamaks. Tänu mulle tundmatule isikule, kes leiutas fliisi (asendamatu materjal raamatukogus töötamisel). Tänu kõigile kasvatajatele-tootjatele hea šokolaadi ja tee eest – neid aineid kulus kuue aasta jooksul palju.



# SISUKORD

<b>Sissejuhatus</b> .....	<b>15</b>
1. Väitekirja eesmärgid ja uurimisküsimused .....	15
2. Väitekirja struktuur .....	16
<b>1. peatükk. Eesti ajakirjanduse ajaloo historiograafia ja periodiseeringud</b> .....	<b>19</b>
1. Eesti trükiajakirjanduse (eelkõige ajalehtede) arenguloo uurimisest .....	19
2. Eesti ajakirjanduse arenguloo periodiseerimine .....	20
3. Ajalehe välimuse senised uuringud Eestis .....	27
<b>2. peatükk. Teoreetiline raamistik ja varasemad uuringud</b> .....	<b>29</b>
1. Mõiste 'ajalehe välimus' piiritlemine .....	29
2. Ajalehe välimuse uuringud .....	30
2.1. Ajalehe välimus eri kontekstides .....	31
2.2. Ajalehe välimuse periodiseeringud .....	36
2.3. Ajalehtede välimuse muutumise seletamine .....	45
2.4. Info vastuvõtu uurimine ja ajalehe välimus .....	51
3. Käesoleva väitekirja teoreetilised lähtekohad .....	54
<b>3. peatükk. Uurimismeetodid ja materjal</b> .....	<b>57</b>
1. Kontentanalüüsi olemus .....	58
2. Kontentanalüüsi kasutamine käesolevas väitekirjas .....	59
2.1. Analüüsitava materjali valimise põhimõtted .....	59
2.2. Kontentanalüüsis kasutatavad ühikud .....	60
2.3. Valimi koostamise põhimõtted .....	65
2.4. Kontentanalüüsi tulemuste kontroll ja kasutamise piirid .....	68
Kokkuvõte .....	70
<b>4. peatükk. Eesti ajalehtede välimuse muutumise üldpilt</b> .....	<b>71</b>
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Lehenumbri keskmine maht .....	71
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	81
3. Ajalehenumbri struktuur .....	86
4. Kuulutused ja reklaam .....	87
5. Värv .....	89
<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	90
2. Paratekstitid .....	96
2.1. Pealkirjad .....	98
2.2. Rubriiginimed jm sildid .....	101
2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks .....	103
2.4. Infokastid ja tsitaat-väljavõtted .....	104

3. Visuaalid .....	105
3.1. Joonistused .....	109
3.2. Fotod .....	110
4. Teabegraafika .....	116
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokid .....	118
2. Lehekülg .....	120
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	<b>123</b>
<b>5. peatükk. Eesti ajalehtede välimusperioodid</b> .....	<b>125</b>
1. Eesti ajalehtede välimus kuni 1870. aastateni. Raamatuliku ajalehe periood .....	125
2. Ajalehtede välimuse muutumine 1870. aastate lõpus. Lineaarse ajalehe periood .....	126
3. Ajalehtede välimuse muutumine 1920. aastatel. Hierarhilise ajalehe periood .....	129
4. Ajalehtede välimuse muutumine 1940. aastate alguses. Ideologiseeritud ajalehe periood .....	132
5. Ajalehtede välimuse muutumine 1990. aastatel. Disainitud ajalehe periood .....	137
Kokkuvõte .....	142
<b>6. peatükk. Raamatulik ajaleht. Eesti ajalehtede välimus kuni 1870. aastateni</b> .....	<b>144</b>
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus .....	145
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	146
3. Ajalehenumbri struktuur .....	147
4. Kuulutused ja reklaam .....	149
<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	151
2. Paratekstitid .....	153
2.1. Pealkirjad .....	153
2.2. Rubriiginimed .....	155
2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks .....	157
3. Joonistused .....	157
4. Teabegraafika .....	160
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokid .....	161
2. Leheküljed .....	161
<b>KOKKUVÕTE</b> .....	<b>161</b>
<b>7. peatükk. Lineaarne ajaleht. Eesti ajalehtede välimus 1870.–1910. aastatel</b> .....	<b>162</b>
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus .....	163
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	166
3. Ajalehenumbri struktuur .....	168
4. Kuulutused ja reklaam .....	175



<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	177
2. Paratekstitid .....	179
2.1. Pealkirjad .....	179
2.2. Rubriiginimed .....	185
2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks .....	187
3. Visuaalid .....	188
3.1. Joonistused .....	188
3.2. Fotod .....	191
4. Teabegraafika .....	194
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokid .....	198
2. Leheküljed .....	200
KOKKUVÕTE .....	203
<b>8. peatükk. Hierarhiline ajaleht. Eesti ajalehtede välimus 1920.–1930. aastatel .... 204</b>	
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus .....	205
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	206
3. Ajalehenumbri struktuur .....	207
4. Kuulutused ja reklaam .....	210
5. Värv .....	211
<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	214
2. Paratekstitid .....	216
2.1. Pealkirjad .....	216
2.2. Rubriiginimed .....	220
2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks .....	224
3. Visuaalid .....	225
3.1. Joonistused .....	226
3.2. Fotod .....	228
4. Teabegraafika .....	231
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokid .....	233
2. Leheküljed .....	234
KOKKUVÕTE .....	239
<b>9. peatükk. Ideologiseeritud ajaleht. Eesti ajalehtede välimus 1940.–1980. aastatel 240</b>	
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus .....	241
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	243
3. Ajalehenumbri struktuur .....	245
4. Kuulutused ja reklaam .....	253
5. Värv .....	254

<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	255
2. Paratekstitid .....	259
2.1. Pealkirjad .....	259
2.2. Rubriiginimed jm sildid .....	266
2.3. Vahepealkirjad jm võtted põhiteksti liigendamiseks .....	269
3. Visuaalid .....	273
3.1. Fotod .....	273
3.2. Joonistused .....	276
4. Teabegraafika .....	278
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokk .....	280
2. Leheküljed .....	281
KOKKUVÕTE .....	289
<b>10. peatükk. Disainitud ajaleht. Eesti ajalehtede välimus 1990.–2000. aastatel</b> .....	<b>290</b>
<b>RAAMISTIK</b>	
1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus .....	291
2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv .....	294
3. Ajalehenumbri struktuur .....	295
4. Kuulutused ja reklaam .....	301
5. Värv .....	303
<b>OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID</b>	
1. Põhitekst .....	305
2. Paratekstitid .....	309
2.1. Pealkirjad .....	309
2.2. Rubriiginimed jm sildid .....	314
2.3. Vahepealkirjad jm võtted põhiteksti liigendamiseks .....	318
2.4. Infokastid ja tsitaadid .....	319
3. Visuaalid .....	320
3.1. Fotod .....	320
3.2. Joonistused .....	322
4. Teabegraafika .....	325
<b>KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID</b>	
1. Tekstiplokkid .....	328
2. Leheküljed .....	330
KOKKUVÕTE .....	334
<b>11. peatükk. Eesti ajalehtede välimuse muutumise põhjused</b> .....	<b>335</b>
1. Esimeste eesti ajalehtede välimuse päritolu .....	335
2. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1850. aastatel .....	336
3. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1870.–1880. aastatel .....	337
4. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1920. aastatel .....	339
5. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1940. aastate alguses .....	343
6. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1950. aastate lõpus .....	345
7. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1970. aastatel .....	347
8. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1990. aastate esimesel poolel .....	349

9. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1990. aastate teisel poolel .....	352
10. Lehtede välimuse muutumise põhjused 2000. aastatel .....	353
Kokkuvõte .....	354
<b>12. peatükk. Eesti ajalehtede välimuse muutumise mudelid .....</b>	<b>355</b>
1. Ajalehenumbri keskmise mahu muutus ja sellega seotud tegurid.	
Eesti ajalehtede välimuse muutumise põhimudel .....	355
2. Mahust sõltumatud muutused lehtede välimuses .....	359
2.1. Tüpopograafilise stiili muutused .....	359
2.2. Visuaalsuse kasv .....	360
2.3. Liikumine kirevuse–lihtsuse skaalal .....	361
3. Ajalehe välimus ja tehnoloogilised muutused .....	364
4. Vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele kujundusele .....	366
5. Eesti ajalehed ja modernistlik ajalehekujundus .....	369
4. Postmodernistlik ajaleht .....	371
Kokkuvõte .....	372
<b>13. peatükk. Ajalehtede välimuse universaalne kolme-epohhiline arengumudel ...</b>	<b>373</b>
<b>Kokkuvõte .....</b>	<b>377</b>
<b>Kirjandus .....</b>	<b>383</b>
<b>Summary .....</b>	<b>405</b>
<b>Lisad</b>	
Lisa 1. Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend .....	411
Lisa 2. Lühendid ja tingmärgid. Tsiteerimispõhimõtted .....	420

## Joonised

Joonis 2.1. Soome ajalehtede välimusperioodid 1771–1994 ja välimusspiraali mudel .....	42
Joonis 4.1. Ajalehtede formaadid, mahud ja veergude arv .....	71–81
Joonis 4.2. Ajalehenumbri keskmine maht ja reklaami osakaal .....	82–83
Joonis 4.3. Keskmine leheküljesuurus .....	82–83
Joonis 4.4. Veergude arv .....	84–85
Joonis 4.5. Põhiline veerulaius .....	84–85
Joonis 4.6. Reklaami paigutus ajalehes .....	88–89
Joonis 4.7. Värv ajalehes .....	90
Joonis 4.8. Põhiteksti keskmine maht lehenumbris .....	92–93
Joonis 4.9. Lugude hulk .....	92–93
Joonis 4.10. Lugude keskmine maht ja liigendatud lugude osakaal .....	94–95
Joonis 4.11. Tekstikirja rassid .....	95
Joonis 4.12. Tekstikirja tihedus .....	96–97
Joonis 4.13. Lugude, paratekstide ja visuaalide suhtarv .....	96–97
Joonis 4.14. Pealkirjastamisviisid .....	98–99
Joonis 4.15. Alapealkirjastamise osakaal .....	100–101
Joonis 4.16. Pealkirja-kirjad .....	100–101
Joonis 4.17. Suurtähelised pealkirjad .....	102
Joonis 4.18. Siltide hulk .....	104–105
Joonis 4.19. Info tekstilisus ja visuaalsus .....	106–107
Joonis 4.20. Joonistuste ja fotode mahu osakaal .....	106–107
Joonis 4.21. Joonistuste hulk .....	108–109
Joonis 4.22. Karikatuuride ja koomiksrite osakaal .....	108
Joonis 4.23. Fotode hulk .....	111
Joonis 4.24. Fotode laius .....	112
Joonis 4.25. Fotode keskmine suurus ja mittetäisveeruliste fotode osakaal .....	112
Joonis 4.26. Fotode kuju .....	113
Joonis 4.27. Fotode allkirjastatus .....	113
Joonis 4.28. Teabegraafika hulk .....	114–115
Joonis 4.29. Teabegraafika liigid .....	116–117
Joonis 5.1. Eesti ajalehtede välimusperioodid .....	125
Joonis 8.1. Joonistuste liigid 1920–1940 .....	227
Joonis 9.1. Päevalehtede tiraažid 1945–1985 .....	242
Joonis 9.2. 'Alasti' veergudega lood .....	262
Joonis 10.1. Päevalehed 1988–2005 (tiraažid, maht, hind) .....	292
Joonis 10.2. Infokastide ja tsitaatide hulk 1995–2005 .....	319
Joonis 12.1. Eesti kesksete ajalehtede mahuhüpped ja välimusperioodid .....	356
Joonis 12.2. Mahust sõltumatud välimusmuutused ja välimusperioodid .....	363

## Tabelid

Tabel 1.1. Eesti ajakirjanduse arenguloo periodiseering .....	21
Tabel 2.1. USA ajalehtede periodiseering 1780–2000 .....	40
Tabel 3.1. Analüüsitud ajalehtede valim .....	66
Tabel 4.1. Ajalehenumbri struktuurid .....	87
Tabel 4.2. Ajalehekülje struktuurimudelid .....	121
Tabel 5.1. Ajalehtede välimus 1806, 1820. aastatel ja 1865 .....	126
Tabel 5.2. Ajalehtede välimus 1875 ja 1885 .....	127
Tabel 5.3. Ajalehtede välimus 1920 ja 1930 .....	130
Tabel 5.4. Ajalehtede välimus 1935 ja 1945 .....	133
Tabel 5.5. Ajalehtede välimus 1955, 1965 ja 1975 .....	136–137
Tabel 5.6. Ajalehtede välimus 1990 ja 2000 .....	138
Tabel 7.1. Joonistuste arv uuritud ajalehtede aastakäikudes 1875–1920 .....	189
Tabel 7.2. Fotode arv uuritud ajalehtede aastakäikudes 1895–1920 .....	192
Tabel 13.1. Ajalehtede välimuse epohhid ja periodiseeringud .....	374

## Näited ajalehtedest

Näide 6.1. Raamatulik ajaleht 19. sajandi alguses .....	144
Näide 6.2. Raamatulik ajaleht 19. sajandi keskel .....	144
Näide 6.3. Kuulutuste kujundus 1860.–1870. aastatel .....	150
Näide 6.4. <i>Eesti Postimehhe</i> esikülj kroonupühal .....	156
Näide 6.5. Tartu sündmuste sildistamine 1821–1878 .....	156
Näide 6.6. Esimene uudisjoonistus eesti ajalehes .....	159
Näide 7.1. Lineaarne lehekülj joonealusega .....	162
Näide 7.2. Esimese maailmasõja aegne ajaleht .....	172
Näide 7.3. Esimesed pealkirjad uudistes .....	181
Näide 7.4. Esimesed mitmeveerulised pealkirjad .....	183
Näide 7.5. Tartu sündmuste sildistamine 1878–1920 .....	186
Näide 7.6. Esimesed fotod <i>Postimehes</i> .....	193
Näide 7.7. Tüpopograafiline teabegraafika .....	197
Näide 8.1. Tähtsaimate uudiste lehekülj .....	204
Näide 8.2. Värv 1930. aastate ajalehes .....	213
Näide 8.3. Kujundatud (klišeeritud) pealkirjad .....	221
Näide 8.4. Tartu sündmuste sildistamine 1920–1940 .....	222
Näide 8.5. Erialane teabegraafika .....	232
Näide 8.6. Hübriidne küljendamine .....	234
Näide 8.7. Puslestruktuuriga lehekülj .....	237
Näide 9.1. Ametlik pidupäevakülj ideologiseeritud ajalehes .....	240
Näide 9.2. Ajalehe esikülj 1940.–1950. aastatel .....	247
Näide 9.3. Ajalehe esikülj 1960. aastatel .....	249
Näide 9.4. Ajalehe esikülj 1970.–1980. aastatel .....	251
Näide 9.5. Ideologiseeritud ajalehe pidupäevanumber .....	256
Näide 9.6. Tartu sündmuste sildistamine Nõukogude anneksiooni algul 1944–1945 ..	268–269
Näide 9.7. Tartu sündmuste sildistamine 1962–1967 .....	270
Näide 9.8. Tartu sündmuste sildistamine 1975–1982 .....	271
Näide 9.9. Tartu sündmuste sildistamine 1983–1990 .....	272
Näide 9.10. Plakatlik teabegraafika .....	279
Näide 9.11. Topeltlineaarne leheküljestratuur .....	283
Näide 9.12. Lineaarne leheküljestratuur .....	287
Näide 10.1. Fokuseeritud lehekülj .....	290
Näide 10.2. Kirev lehekülj 1990. aastate algusest .....	299
Näide 10.3. Kujundatud pealkirjad 1990. aastate alguses .....	313
Näide 10.4. Tartu sündmuste sildistamine 1991–2005 .....	316–317
Näide 10.5. Kultuurikülj 1990. aastate algusest .....	323
Näide 10.6. Teabegraafika 1990. aastate algusest .....	326
Näide 10.7. Disainitud ajaleht .....	332
Lisanäide 1. Reklaam ja toimetuse materjal .....	412
Lisanäide 2. Rõhutatud algusega lood .....	414
Lisanäide 3. Lühiuudiste kogum, fotokollaaž, eri kirjarassid .....	415

# SISSEJUHATUS

Nii nagu ajalehe sisu ei ole koopia tegelikkuses toimuvatest sündmustes, nii pole ka ajalehe vorm ehk välimus täielikult 'läbipaistev', objektiivne ega neutraalne väline kest, mis võimaldab sisul muutmata voona lugejani jõuda. Ajalehe välimus ei ole ka juhuslikult kujunenud ega lihtsalt graafilise disaini moevooludega koos muutuv ajalehe visuaalne vorm. Ajalehe välimus on ajalooliselt determineeritud, tekkinud ajalehtede kaasaegses sotsiaalses ilmumiskontekstis ja mõjutatud mitte üksnes kitsalt graafilisest disainist, vaid laiematest sotsiaalsetest, majanduslikest, kultuurilistest, ajakirjanduslikest ja tehnoloogilistest muutustest. Ajalehe sisu, ilmumisaeg ja -koha kohta saab palju teada juba *enne* lugemist, ajalehte *vaadates*, uurides selle välimust ja struktuuri.

Seni on ajalehtede ajalugu uurides traditsiooniliselt keskendunud ajalehe sisule, vaadates mööda sellest, *kuidas* see sisu visuaalselt on esitatud. Siiski on ilmunud ka üksikuid uurimusi eri maade ajalehtede välimusest. Ulatuslikumad neist on kirjutanud Allen Hutt (1973) ning Kevin G. Barnhurst ja John Nerone (2001) angloameerika ajalehtedest, Aleksei Kisselev (1990) vene ajalehtedest ja Pekka Mervola (1995) Soome ajalehtedest.

See väitekirj on esimene monograafia eesti ajalehtede välimusest, mis käsitleb teemat esimese eestikeelse ajalehe ilmumisest kuni tänapäevani süstemaatiliselt ja kvantitatiivsetele andmetele tuginedes. Varasemad uurimused on tehtud 1960.–1970. aastatel Tartu Riiklikus Ülikoolis diplomitöödena ning käsitlevad üksikuid alateemasid ja lühemaid perioode kuni 1940. aastani.

## I. Väitekirja eesmärgid ja uurimisküsimused

Käesoleval väitekirjal on kolm eesmärki ja kolm kesket uurimisküsimuste komplekti.

1. Kirjeldada ja analüüsida eesti ajalehtede välimust 1806–2005 ja tuua välja erinevate välimusparameetrite muutumise põhisuunad. Sellise empiirilise ülevaate andmine on hädavajalik, kuna seni puudub detailne kvantitatiivne ülevaade eesti ajalehtede välimusest.

2. Periodiseerida eesti ajalehtede välimus, esitades perioodide kesksed tunnused.

3. Leida ajalehe välimuse muutumise põhjusi, selgitades, kuidas on ajalehe välimus mõjutatud ühiskonna, tehnoloogia ja ajakirjanduslike standardite muutumisest. Leitud põhjuste alusel on eesmärgiks sõnastada teoreetiline mudel eesti ajalehtede välimuse geneesi kirjeldamiseks ja seletamiseks. Võrreldes eesti ajalehtede välimuse periodiseeringut teiste maade andmetega, sõnastada ajalehtede välimuse muutumise universaalne mudel.

Lähenemine teemale on kahetine. Ühest küljest on tegemist võrdlev-ajaloolise käsitlusega, milles kirjeldatakse eesti kesksete ajalehtede välimust ühiskondlike ja ajakirjanduslike muutuste kontekstis alates aastast 1806, kui ilmub esimene eestikeelne ajaleht *Tarto maa rahwa Näddali-Leht*, ja lõpetades aastaga 2005. Teisest küljest on suur osa infost kogutud sotsioloogiliste uurimismeetodite abil ja see seob uurimuse sotsioloogiaga.

Teoreetiliselt uurib väitekirj ajalehe välimust meediasotsioloogilisest vaatepunktist, toetudes kontseptsioonile ajalehe välimuse seostest ühiskonna muutumisega (Barnhurst & Nerone 2001; Ekecrantz & Olsson 1994; Becker, Ekecrantz & Olsson 2000), ajakirjanduse ajaloo ja kaasaegsele ajalehekujunduse teooriale, mida esitavad lehekujundusõpikud ja mis on loodud lähtudes erinevatest info vastuvõtu uuringutest (tüpograafia, lehekülje struktuuri, fotode, värvi, teabegraafika mõju ajalehe lugemisele ja info meeldejätmisele). Sellise transdistsiplinaarse lähenemise tingib ühest küljest ajalehekujunduse asend mitme teadusala piiril (ajakirjandus, graafiline disain, fotograafia) ja teisest küljest töö kahetine eesmärk: kirjeldada ajalehe välimuse muutumist ja leida muutuste sotsiaalsed põhjused.

Materjali kvantitatiivse analüüsi keskseks meetodiks on erinevate kujunduselementide kontentanalüüs (elementide esinemissagedus, elementide maht, alajaotused) ja lisameetodiks eelkõige kvalitatiivne sisuanalüüs. Need on kesksed lähenemisviisid ka teistes lehe välimuse uuringutes.

Väitekirjas on analüüsitud kolme keskset eesti ajalehte viieaastase intervalliga. Uurimuse empiirilised andmed on kogutud 20 492 lehenumbri, mis on ilmunud aastatel 1806–2005. Kontentanalüüs hõlmab 13 507 lugu, 7092 pealkirja, 5172 rubriiginime jm silti, 5760 joonistust, 5060 fotot, 5914 teabegraafikat.

Kuigi käesoleva töö teemaks on ajalehe välimus, on tulnud lühidalt kirjeldada ja analüüsida ka välimuse jaoks olulist sisu (nt ajalehtede temaatika, pealkirjade laad), kuna eesti ajakirjandusloos puuduvad neist teemadest terviklikud ülevaated.

Rahvusvahelises mastaabis annab käesolev uurimus Soome ja USA lehtede põhjal loodud lehe välimuse muutumise mudelitele (Mervola 1995; Barnhurst & Nerone 2001) vähemalt kaks lisadimensiooni.

Esmalt on oluline, et nende maade lehed on ilmunud 20. sajandil valdavalt demokraatlikus ühiskonnas, kus ajalehtede välimus on saanud kujuneda riigivõimude otsese sekkumiseta. Eesti ajalehed ilmusid 1940.–1980. aastatel totalitaarses riigis, kus riik tegi otseseid ettekirjutusi ajalehtede sisule ja välimusele, kõrvaldades samas majandusliku konkurentsi, mis lääne ajalehtede välimusmudelites on üks oluline tegur. Nii annab eesti materjali analüüs võimaluse võrrelda, kuidas muutub ajalehe välimus erinevates ühiskondades (demokraatlik *versus* totalitaarne/autoritaarne). Ja lisaks annab see võimaluse kontrollida mitmete välimust mõjutavate tegurite mõju, eriti seda, millist rolli mängib majanduslik konkurents ajalehtede välimuse kujunemisel.

Teiseks võimaldab kahe varasema ajalehevälimuse periodiseeringu (ja üksikute muude riikide ajalehtede välimuse mõnede empiiriliste andmete) olemasolu esmakordselt eri periodiseeringuid integreerida ja üldistada ajalehtede välimuse arengu seaduspärasusi rahvusvaheliselt.

Metodoloogiliselt on käesoleva väitekirja oluline uuendus mõningate kontentanalüüsi mõõtühikute väljatöötamine, eelkõige ajalehtede visuaalse intensiivsuse mõõtmiseks ja info fragmentaarsuse mõõtmiseks. Need mõõdikud võimaldavad edaspidi teha suure üldistusastmega võrdlusi eri riikide ajalehtede välimuse vahel.

## 2. Väitekirja struktuur

Väitekirja esimeses peatükis annan ülevaate eesti ajakirjanduse ajaloo uurimisest ja võtan kokku eesti trükiajakirjanduse arenguloo.

Teises peatükis defineerin ajalehe välimuse mõiste ja annan ülevaate varasematest uurimustest sel teemal. Eraldi on esitatud ajalehe välimuse uuringud ajakirjanduslikus, kunstilises ja semiootilises kontekstis, seejärel ajalehe välimuse periodiseeringud ning ajalehe välimuse muutumise põhjused ja lõpetuseks info vastuvõtu uuringud, mis lähtuvad ajalehe välimusest. Peatüki lõpus sõnastan oma väitekirja teoreetilised lähtekohad.

Kolmandas peatükis kirjeldan väitekirjas kasutatud uurimismetoodikat ja valimit.

Sellele järgneb kogutud andmete tõlgendamine, mis on esitatud kolme suurema alaosana.

Esmalt (4. peatükis) annan kontsentreeritud ülevaate uuritud välimusparameetrite muutumistrendidest kahe sajandi jooksul. Sellesse peatükki on koondatud ka kontentanalüüsi tulemuste põhjal tehtud joonised, mis aitavad trende visualiseerida. Seejärel (5. peatükis) loon eesti ajalehtede välimuse periodiseeringu, toetudes eelnevalt analüüsitud pikaajalistele



trendidele. Toon esile need muutused, mis defineerivad perioodide piire, ning eri välimusperioodide kesksed tunnused. Ühtlasi esitan perioodide sisemise liigenduse alaperioodideks ehk faasideks.

Järgmises osas (6.–10. peatükis) annan detailsema ülevaate eesti ajalehtede välimuse muutumisest perioodide kaupa. See osa põhineb kontentanalüüsi ja kvalitatiivse empiirilise analüüsi andmetel. Siia on koondatud ka 42 ajalehenäidet, mis visualiseerivad ajalehtede välimuse muutumist kahe sajandi jooksul. Analüüsi tulemused on esitatud viies peatükis: 1806 kuni 1870. aastad, 1870.–1910. aastad, 1920.–1930. aastad, 1940.–1980. aastad, 1990–2005. Iga perioodi analüüs on jagatud kolme suurde alaossa: raamistik, olulisemad kujunduselemendid ja kujunduselementide kombinatsioonid. Iga perioodi

Raamistik koondab parameetreid, mis mõjutavad kogu ajalehe välimust: ajalehtede maht, formaat ja veergude arv, lehenumbri struktuur, kuulutuste ja reklaami välimus ning paigutus, värvi kasutamine.

Olulisemad kujunduselemendid on analüüsitud kolme suure rühmana: põhitekst, paratekstitid ja visuaalid. Põhitekstina on analüüsitud lugude hulka ja pikkust ning teksti tüpograafiat, lisaks kuulub siia autorinimede analüüs. Paratekstitena on analüüsitud pealkirju, alapealkirju, rubriiginimesid, vahepealkirju. Visuaalidena on analüüsitud joonistusi ja fotosid. Omaette alaosa moodustab teabegraafika, mis jääb paratekstitide-visuaalide piirialale.

Kujunduselementide kombinatsioonid on tekstiplokkid ja leheküljed. Tekstiplokkide analüüs hõlmab nende kuju ja lisaelementide (paratekstitide ja visuaalide) paigutust põhitekstis. Lehekülgede puhul on analüüsitud lehekülgede struktuuri ja visuaalset kontrastsust.

Viimases osas (11.–13. peatükis) esitan ajalehe välimuse muutumise mudelid. Esmalt (11.–12. peatükis) analüüsin eesti kesksete ajalehtede välimuse muutumise põhjusi, tuues välja ajalehtede välimust mõjutanud sotsiaalsed, kultuurilised, majanduslikud ja ajakirjanduslikud tegurid konkreetsetel ajahetkedel. Seejärel esitan eesti ajalehtede välimuse muutumise mudelid. Keskne on mahupõhine mudel, mis selgitab eesti ajalehtede välimusperioodide vaheldumist. Esteetilised muutused on mahust sõltumatud ja neid käsitlen eraldi.

Kolmeteiskümnendas peatükis sünteesin ajalehtede välimuse muutumise universaalse kolme-epohhilise mudeli, võttes aluseks enda loodud eesti ajalehtede välimuse periodiseeringu ning Soome ja angloameerika lehtede periodiseeringud.

Väitekirja lisana on esitatud kontentanalüüsi kodeerimisjuhend.



# I. EESTI AJAKIRJANDUSE AJALOO HISTORIOGRAAFIA JA PERIODISEERINGUD

Käesolevas uuringus on tähtsal kohal eesti ajalehtede areng 200 aasta jooksul. Pidades eesmärgina silmas ajalehe välimuse periodiseeringu loomist, annan ülevaate eesti ajakirjanduse arenguloost, senisest periodiseeringust ning vaatan seda suhestatuna Jürgen Habermasi avalikkuse sfääri muutumisega ja vastavate ajakirjanduslike epohhidega (Habermas 2001).

## I. Eesti trükiajakirjanduse (eelkõige ajalehtede) arenguloo uurimisest

Eesti ajakirjanduse ajalugu on uuritud akadeemilisel tasemel alates 1950. aastatest, kui Tartu Riiklikus Ülikoolis hakati Juhan Peegli juhtimisel õpetama ajakirjandust. Esmalt uuriti eesti ajakirjanduse ajalugu kursuse- ja diplomitöodes, alates 1964. a avaldati ajakirjandusloolisi uurimusi kahes rotaprintisarjas: *Eesti ajakirjanduse ajaloost* (aastatel 1964–1996 ilmus kümme kogumikku) ja *Fakt. Sõna. Pilt* (aastatel 1964–2001 ilmus 13 kogumikku).

Enamik varasemaid käsitlusi vaatleb eesti varasemat ajakirjandust sarnaselt kirjandusega. Ajakirjandusuurimise kirjanduslikku konteksti näitab ka ajakirjanduse ülevaatlik käsitlemine eesti kirjanduse ja eesti raamatu ajalugudes, näiteks “Eesti kirjanduse ajalugu” I–V (Sõgel 1965, 1966, 1969, 1981, 1984, 1987, 1991), “Eesti rahvaraamat” (Vinkel 1966), “Eesti raamat 1525–1975. Ajalooline ülevaade” (Miller jt 1978). Üksikuuringud keskenduvad üksikute väljaannete ideoloogiale, temaatikale ja rubriikidele, kaastöölistele, keelelisele arengule, üksikutele graafilistele elementidele (karikatuurid, tiitlipildid<sup>[1]</sup>). Sel ajal ei analüüsita ajalehtede žanrilist arengut, ajalehemajandust jm ajakirjandusspetsiifilisi aspekte.

1990. aastatel ilmuvad seniste empiiriliste uuringute põhjal esimesed üldistavad käsitlused eesti ajakirjanduse kujunemisest (Høyer jt 1993; Peegel jt 1994; Lauk 1996a, 2000; Aru 2002). Neist esimene annab ülevaate kogu Baltikumi meedia arengust kuni 1990. aastate alguseni, teised Eesti ajakirjanduse arengust kuni 1940. a.<sup>[2]</sup>

2000. aastatel ilmuvad esimesed pikemad uurimused, mis analüüsivad ajakirjandusspetsiifilisi muutusi eesti ajakirjanduses. Uurijate tähelepanu on keskendatud põhiliselt kahele ajastule: 19./20. sajandi vahetus ja 1990. aastad. Ajakirjaniku elukutse kujunemist 1878–1940 selgitab Anu Pallas (Pallas 2000a, 2000b, 2001; ka Lauk & Pallas 2008), ajalehe toimetamiskultuuri muutumist 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi esimesel poolel uurib Krista Aru (2008). Piret Tali (2010) ja Maret Einmann (2010) analüüsivad ajakirjaniku elukutse muutusi 1990.–2000. aastatel (vt ka Abel 2006). Esmakordselt kirjeldatakse ajalehetoimetuste igapäevast tööprotsessi (1990. aastad võrdluses nõukogude ajaga; Harro 1998; Uus 1998; Korv 2000; Karell 2003; vt ka Uus 1968). Esmakordselt uuritakse žanride arengut: uudisžanride muutumist 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses (Rüga & Lauk 2000) ning alates 1920. a kuni sajandi lõpuni (Harro 2000, 2000a, Harro-Loit 2005<sup>[3]</sup>; Lauk 2005). Esmakordselt antakse ülevaade meediamajanduse arengust (19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses ning 20. sajandi lõpus uues Eesti Vabariigis; Avistu 2000; Paju 1999, 2004; Uus 1999).

[1] Tiitlipildid – ajakirjandusväljaannete päismikes kasutatud joonistused.

[2] Peegel jt 1994 kuni 20. sajandi alguseni.

[3] Kahjuks käsitleb Halliki Harro žanride jm ajakirjanduslike konventsioonide muutumist ainult üksikutel valitud aastatel: 1920, 1923, 1929, 1931, 1936, 1938, 1971, 1981 ja 1999. Seega üheksast uuritavast aastast kuus jäävad 1920.–1930. aastatesse, kolm 1970.–1990. aastatesse, uurimise alt jääb välja stalinismiaegne ja ‘sulaaegne’ ajakirjandus. Nii ei ole ülevaade ajakirjanduslike konventsioonide muutumisest järjepidev, vaid markeerib situatsiooni autori jaoks olulistel aastatel.

Põhjalikumalt ongi käsitletud eesti ajakirjanduse ajalugu enne 1940. a (nõukogude okupatsiooni eelset aega) ja viimasel kümnendil üha rohkem kaasaegset ajakirjandust. Nõukogudeaegset ajakirjandust käsitletakse esmakordselt põhjalikumalt raamatus “Rajoonileht ja lugeja” (Lauristin jt 1987), keskendudes kohalikele ajalehtedele. Monograafia kirjeldab lühidalt kõigi kohalike lehtede (s.o linna- ja rajoonilehtede) nõukogudeaegset arengut ning annab põhjaliku sotsioloogilise ülevaate lehtede loetavusest ja lugejatest, lisaks ka eesti kohalike lehtede varasemast arenguloost.

Esimese ülevaate kogu nõukogudeaegsest ajakirjandusest teevad Marju Lauristin ja Peeter Vihalemm, fookus on ajakirjanduse muutumisel ühiskondlike olude teisenemise mõjul (Høyer jt 1993: 189–226). Ulatuslik statistika näitab ajalehtede arvu ja tiraažide muutumist nõukogude aja jooksul (Høyer jt 1993: 337; 343–347; Vihalemm & Kõuts 2004: 64–65). Hilisemad käsitlused on 1980. aastatest ja annavad nõukoguliku ajakirjanduse kirjeldamisega taustainfo 1990. aastate ajakirjanduse järskude muutuste analüüsile (Lauristin & Vihalemm 1990, 2002; Päril-Lõhmus 1997; Saks 2002; Vihalemm & Lauristin 2004; Vihalemm & Kõuts 2004: 61–75). 2000. aastatel on ilmunud mitmeid käsitlusi nõukoguliku ajakirjanduse funktsioneerimisest (nt Mõistlik 2007; Kreegipuu 2007, 2009).

Kaasaegse ajakirjanduse üldistavaid käsitlusi on avaldatud suhteliselt vähe. Lisaks eelnevale veel Tiit Hennoste ülevaated ajakirjanduse (eelkõige trükiajakirjanduse) muutumisest 1990.–2000. aastatel (Hennoste 2001b, 2006, 2010) ja Iiona Martsoni uurimus, mis avab eesti ajakirjanduse muutumist alates nõukogude aja lõpust kultuuriajakirjanduse teisenemise kaudu (Martson 2003). Ilmunud on inglisekeelseid ülevaateartikleid nõukogudejärgsetest arengutest (nt Lauk & Harro 2003; Harro-Loit 2005a; Harro-Loit & Saks 2006; Lauk 2008, 2009; Balcytiene 2009).

Eraldi uurimisvaldkonna moodustavad tsensuuri uuringud. Esmalt uuriti tsaariaegset tsensuuri (Issakov 1971; Lauk 1989, 1998; Jansen 2000), 1990. aastatest alates üha enam nõukogude tsensuuri (Maimik 1994, 1996; Veskimägi 1996; Lauk 1999a; Lõhmus 2002, 2004; Aesma 2005).

Lisaks akadeemilistele uurimustele pakuvad väärtuslikku sissevaadet ajakirjanike igapäevatoesse ajalehtede juubelinumbrid (nt *Postimees* 12. dets 1926, 22. dets 1928, 12. dets 1931, 17. juuni 1937; *Waba Maa* 4. dets 1920, 5. dets 1923, 5. dets 1928; *Päewaleht* 16. dets 1930, 16. dets 1935) ja juubeliraamatud (*Postimees* 1909; Jõgeda 1999; Kokk & Aru 2005), samuti ajakirjanike mälestused ja kirjad (Masing 1995–1997; Kitzberg 1924; Hindrey 2010 [1931]; Visnapuu 1995 [1951]; Woitk 1959; Raag 1971, 1974; Roolah 1990; Männi 2008; Vaarandi 2006; Vähkjas 1973; Helemäe 1980; Treimann 2005; Lillemäe 2008; Rajamets 2009: 63–108; Pallas & Uus 2004, 2009; Pallas jt 2006). Biograafilised tekstid lisavad ajakirjanduse ajaloo teistsuguse vaatenurga ja aitavad paremini mõista konkreetset ajastut ja konteksti, milles eesti ajakirjandust loodud on.

## 2. Eesti ajakirjanduse arenguloo periodiseerimine

Koos pikemaid perioode hõlmavate üldistavate käsitluste loomisega tõuseb esile ajakirjandusloo periodiseerimise probleem. Svennik Høyer on ajakirjanduse ajaloo periodiseerimise aluseks võtnud kolm tegurite rühma (Høyer 1998: 4):

- ajakirjanduse materiaalne baas ehk tootmistehnoloogia ja majanduslikud tegurid;
- ajakirjanduse institutsionaalne baas ehk poliitilised tegurid – sõna- ja trükivabadus, ajakirjanduse seotus poliitiliste institutsioonidega;
- ajakirjanduse kultuuriline baas ja ajakirjandusspetsiifilised tegurid (nt žanrid, ajakirjanduse professionaliseerumine). Siia rühma kuulub ka ajalehe välimus.

<b>Tabel 1.1. Eesti ajakirjanduse arenguloo periodiseering</b>		
1. Hälliperiood ehk mitteregulaarse ajakirjanduse periood(1766–1857)		
2. Regulaarne ajakirjandus Vene keisririigi ajal (1857–1918)	2.1. Programmilise ajakirjanduse teke (1857–1878)	
	2.2. Politiseeruv ajakirjandus (1878–1904)	
	2.3. Parteipoliitiline ajakirjandus (1905–1918)	
3. Ajakirjandus Eesti Vabariigi ajal (1918–1940)	3.1. Demokraatlik ajakirjandus (1920–1933/34)	
	3.2. Ajakirjandus autoritaarses Eestis (1933/34–1940)	
4. 'Okupeeritud' ajakirjandus (1940–1991)	4.1. Ajakirjandus Nõukogude okupatsiooni ajal (juuni 1940 – juuni/juuli 1941)	
	4.2. Ajakirjandus Saksa okupatsiooni ajal (suvi 1941 – sügis 1944)	
	4.3. Ajakirjandus Nõukogude annektatsiooni ajal (sügis 1944 – 1980. aastate lõpp)	4.3.1. Stalinistlik ajakirjandus (sügis 1944 – 1955/56)
		4.3.2. Sula-aegne ajakirjandus (1955/56–1968/69)
		4.3.3. Stagnatsiooniaegne ajakirjandus (1968/69–1986/87)
4.3.4. Perestroika-aegne ajakirjandus (1986/87–1991)		
5. Ajakirjandus Eesti Vabariigi ajal (alates 1991)	5.1. Vabaduse ja segaduste faas (1991–1995)	
	5.2. Stabiiliseerumise ja kontsentreerumise faas (alates 1995)	
Allikad: Helm 1936; Peegel 1966; Lumiste 1977; Høyer jt 1993; Peegel jt 1994; Lauk 1996a; Hennoste 2001b, 2006; Aru 2002; Lauristin & Vihalemm 2002; Martson 2003; Paju 2004; Vihalemm & Lauristin 2004		

Ajakirjanduse arengulugu saab periodiseerida lähtudes ühest teguriterühmast (nt ajakirjandusspetsiifilised tegurid) või ka selle alaost (nt žanriline areng). Üldiselt on erinevad tegurid omavahel vastastikusel seoses, nii et neid pole võimalik päris isoleeritult analüüsida.

Pikemate tervikkäsitluste loomisel ei ole eestikeelse ajakirjanduse ajaloo periodiseerimine olnud uurijate jaoks omaette eesmärk, vaid on aidanud autoritel käsitlust süstematiseerida. Nii on üsna loomulik, et senised ülevaated, mis kirjeldavad eesti ajakirjandust eelkõige lähtudes ajalehtede ideoloogiast ja riigivõimude takistustest väljaannete ilmumisele (eriti 19. sajandil ja 20. sajandi alguses), lähtuvad periodiseerimisel peamiselt ühiskondlik-poliitilistest teguritest ja nende mõjust ajakirjandusele. Loodud periodiseeringud näivad autoritele nii enesestmõistetavad, et nende loomisprintsipi ei määratleta ega põhjendata. Teistest erinev on Epp Laugu artikkel "Ajakirjanduse ajaloo periodiseerimisest", mis seab eesmärgiks just eesti ajakirjanduse üldistava periodiseeringu loomise ja püüab sealjuures arvesse võtta ajakirjanduse arengu kõige iseloomulikumaid nähtusi, tendentse ja muutusi (1996a: 768).

Ükski senine uurimus ei hõlma kogu eesti ajakirjanduse 250 aastat, aga eri perioodide käsitlusi (Helm 1936; Peegel 1966; Høyer jt 1993; Peegel jt 1994; Lauk 1996a; Hennoste 2001b, 2006; Aru 2002; Lauristin & Vihalemm 2002; Martson 2003; Paju 2004; Vihalemm & Lauristin 2004) liites ja üldistades saab eesti ajakirjanduse ajaloo jagada viieks perioodiks. Neid perioode on autorid omakorda jaganud alaperioodideks (nimetan neid faasideks), mille eristamisel on keskne ühiskondlike olude muutumine, viimastel kümnenditel ka majandustingimuste muutumine (vt tabel 1.1).

Pidades eesmärgina silmas eesti ajakirjanduse seniste periodiseeringute võrdlemist ajalehtede välimumise periodiseeringuga, annan lühülevaate eesti ajakirjanduse arengust, toetudes eelmainitud autoritele ja keskendudes trükiajakirjanduse iseloomulikele joontele.

**Hälliperiood** (1766–1857) hõlmab esimesi lühiajaliselt ilmunud eestikeelseid väljaandeid. Neid on kokku kaheksa, sh esimene ajakiri *Lühhike õppetuis...* (1766–1767), esimesed ajalehed *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* (1806) ja *Marahwa Näddala-Leht* (1821–1823, 1825), esimene illustreeritud ajakiri *Ma-ilm ja mõnda mis seal sees leida on* (1848–1849). Need kõik on rahvalgustusliku sisuga, eeskujuks saksakeelsed väljaanded, toimetajateks estofiilidest sakslased või saksakeelse hariduse saanud eestlased, kes teevad eesti ajakirjandust põhitoo kõrvalt missioonitundest. Väljaannete tiraažid, levik ja mõju on väga väikesed, põhiline ilmalik trükisõna eestlaste jaoks on sel ajal ikka kalender ja rahvaraamat.

Hälliperiood on võrreldav Habermasi avalikkuse<sup>[4]</sup> muutuste teise etapiga, literaatide ajakirjandusega, kus ajakirjandust tehakse pedagoogilistel ja hiljem üha rohkem poliitilistel kaalutlustel, ärihuvid on täielikult tagaplaanil (Habermas 2001: 244).

Huvitav on, et esimese eestikeelse ajalehe *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* (1806) sisu pärineb suures osas tollasest *Dörptsche Zeitungist*. Üle 60% *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* kirjutistest käsitleb sündmusi väljaspool kodukubermangu (Tarto 1998: 14). Nii võib seda väljaannet pidada osalt Habermasi avalikkuse esimesse etappi kuuluvaks, mil ajalehed olid lihtsad uudistelehed, mille kirjastajate eesmärk oli teenida kasumit välismaiste lehtede uudiste ümbertrükkimisega. Samas ei saa öelda, et esimese eesti lehe tegijate eesmärk oli kasumit teenida, neil olid ikka rahvaalgustuslikud taotlused (Tarto 1998: 17–18).

**Regulaarne ajakirjandus Vene keisririigis.** 1856. a lõpus saadakse võimudelt luba kahe eestikeelse nädalalehe väljaandmiseks ja 1857. a suvel hakkavad ilmuma *Perno Postimees* ja *Tallorahwa postimees*. See on järjepideva eesti ajakirjanduse algus. Periood jaguneb kolme faasi.

Aastaid 1857–1878 on nimetatud programmiline ajakirjanduse tekkefaasiks. Selle aja kõige olulisemad väljaanded on Johann Voldemar Jannseni *Perno Postimees* ja *Eesti Postimees*, mis õpetavad ja harjutavad eestlasi ajalehte lugema. Ajakirjanduse funktsioonid muutuvad järk-järgult mitmekesisemaks, õpetamisele-valgustamisele lisandub lugeja informeerimine laiemast maailmast ja meelelahutamine (peamiselt ilukirjandus lisalehtedes). Ajakirjandus on ka rahvusliku liikumise üks organiseerijaid. Üha laiemalt leviv eestikeelne ajakirjandus piltlikult öeldes vormib Eesti talurahva rahvuseks ja loob eestlaste ühiskonna, kui kasutada Benedict Andersoni ideed rahvusest kui kujuteldavast ühtekuuluvusest (*imagined community*; 1991).

Carl Robert Jakobsoni *Sakala* ilmumahakkamist 1878. a loetakse uude, politiseeruva ajakirjanduse faasi alguseks, sest *Sakala* väljendab rahvuslikke taotlusi varasemast palju jõulisemalt ja poliitilise värvinguga (vt Jansen 1971; Jansen & Peegel 1979). 1870./1880. aastate vahetusel on eesti ajakirjanduses välja kujunenud kaks vastandlikku poolt: radikaalsed ajalehed eesotsas *Sakalaga* ja alalhoidlikud ajalehed eesotsas *Eesti Postimehega*. Kahe poole vaheline võitlus äratav rahva aktiivsemale osalemisele avalikus elus. Suureneb ajakirjanduse osa avaliku arvamuse väljendajana, ajakirjandus muutub kahepoolseks, ajalehtedes ilmub lisaks toimetajate tekstidele järjest rohkem kirjasaatjate omi. Eesti ajakirjandus omandab kindla koha ühiskondlike institutsioonide hulgas (Lauk 1999).

Alates 1880. aastate keskpaigast muudab eesti ajakirjanduse rolli venestamise surve. Kuna (rahvus)poliitilisi küsimusi pole võimalik käsitleda, kasvab ajalehtede osatähtsus informeerijana ja meelelahutajana, taas ilmub rohkem valgustuslikku ja harivat materjali.

1880.–1890. aastatel emantsipeerub eesti ajakirjandus varasemast trükiväljaannete traditsioonist. Ajaleht eristub lõplikult rahvaraamatust ja tekivad ajakirjad oma spetsiifiliste joontega. Väljaanded hakkavad omavahel konkureerima ja kujuneb ajakirjandusturg (vt Avistu 2000). Ajakirjanikutööst saab harrastuse asemel elukutse (vt Pallas 2000a, 2000b; Aru 2008). Toimetused suurenevad ja hakkab tekkima tööjaotus. Materjali esitus ja lugejaga suhtlemine muutuvad personaalsest impersonaalseks. Ilmuvad esimesed päevalehed (1891 *Postimees*, 20. sajandi alguses järgmised).

See faas on võrreldav Habermasi ajakirjanduslikest epohhidest kolmandaga, kodanliku avalikkuse kuldajaga, mil arutlev ajakirjandus toimib mõtete vahendaja ja võimendajana kasusaamise eesmärgiga (2001: 246–246). Aga samas ei ole eesti ajakirjanduses rollid nii

[4] See võrdlus ei saa olla üks-ühene, sest tollases Eestis (Vene keisririigis) puuduvad tsensuuri ja muude piirangute tõttu habermaslikule avalikkuse sfäärile tunnuslikud vabadused (sõna-, arvamuse-, trüki-, ühinemis- ja koosolekutevabadus).

selgesti eristunud, kui Habermas kirjeldab. Eestis ajalehtedes tegutsevad küll ka palgalised toimetajad, aga olulisimad ajakirjanikud on ajalehtede omanikud ise (kes on samal ajal ka trükikodade omanikud), kellele oma väljaannete majanduslik edu ei ole sugugi vähetähtis.

1905. a revolutsiooniliste sündmuste ajal, mil ajalehetoimetused kujunevad poliitilise elu keskpunktiks, saab alguse parteilise ajakirjanduse faas. Tekivad eesti esimesed poliitilised erakonnad, ajalehed on erakondade häälekandjateks. Ajalehed, mis seni olid poliitikasündmuse vaid edastanud, hakkavad poliitilisi ideid väljendama. Esmakordselt võitlevad eesti väljaanded sõna- ja trükivabaduse eest (vt Lauk 1989).

1905.–1907. a on ka massiajakirjanduse ajastu algus: ilmuma hakkab erakordselt palju uusi väljaandeid (enamik neist jääb küll lühiajaliseks), suurenevad tiraažid, laieneb ilmunisgeograafia. Enne 1910. a ostetakse esimesed ladumismasinad ja trükkimiseks rotatsioonimasinad. Enne I maailmasõda algab kapitali koondumine, tekivad esimesed kirjastusühisused. Ajakirjad saavutavad kvalitatiivselt uue seisundi – ajalehtede lisade asemel ilmub üha rohkem iseseisvaid ajakirju. Põhijoontes kujuneb välja mitmekesine eesti ajakirjanduse süsteem, aga edasist arengut pidurdavad I maailmasõda ja Vabadussõda.

Habermasi teooria järgi võib seda faasi pidada üheaegselt parteilise ajakirjanduse ja massiajakirjanduse alguseks Eestis. Ajalehe välimuse seisukohast on olulisem massiajakirjanduse teke, millele on iseloomulik kaubastumine nii sisult kui vormilt. Leht on piisavalt odav, et majanduslikult hõlbustada üha suurema publiku juurdepääsu ajakirjandusele, ja ajalehed hõlbustavad üha suurema publiku juurdepääsu ka psühholoogiliselt. Loobutakse “niisugustest elementidest, mille vastuvõtt eeldab teatavat kvalifikatsiooni,” sõnastab Habermas. Vormilisest küljest toob Habermas massiajakirjandusele iseloomulikuna esile illustratiivsuse suurendamise (2001: 226, 228–229).

**Ajakirjandus Eesti Vabariigi ajal (1918–1940).** 24. veebruaril 1918 kuulutatakse välja iseseisev Eesti Vabariik. Iseseisvusmanifestis kuulutatud sõna- ja trükivabadus teostub siiski alles pärast Vabadussõja lõppu ja sõjatsensuuri kaotamist aprillis 1920. Siis ei piira seadused ajakirjanduse vabadust märkimisväärselt. Ajakirjandus politiseerub veelgi, suurematel erakondadel on oma ajalehed, aga demokraatlikes oludes ei kujune need propagandalehtedeks. Ajakirjandusest saab ühiskondlik-poliitilise elu jälgija, vahendaja, hindaja, võimendaja. Järsult suureneb väljaannete hulk, nende maht ja tiraažid, päevalehed hakkavad ilmuma seitse korda nädalas varasema kuue asemel.

Ajakirjandus moderniseerub kiiresti. Ajalehtede majandamises etendavad keskset rolli suured kirjastusühisused. Muuhulgas parandavad need omavahel konkureerides märkimisväärselt ajakirjanduse trükitehnilist poolt (ladumismasinad, võimsamad rotatsioonimasinad, klišeerimistökojad). Omavaheline terav konkurents muudab ajalehed uudislikumaks, operatiivsemaks, aga ka sensatsioonilisemaks ja meelelahutuslikumaks. Kasutusele võetakse uusi žanre (reportaaž, intervjuu), uudiste ülesehitus muutub hierarhiliseks (nn ümberpööratud püramiidi struktuur; vt Harro 2000, 2000a). Uudiste osatähtsuse tõusuga tekib uus amet: reporter, kelle ülesanne on uudiseid otsida. Ajakirjanikud hakkavad temaatiliselt spetsialiseeruma, tekivad karikaturisti, fotoreporterite ja raadioajakirjaniku elukutsed.

Habermasi avalikkuse muutumise teooria valguses (2001: 244jj) hõlmab 1920. aastate eesti ajakirjandus ühtaegu kaht ajakirjanduslikku epohhi: see on massiajakirjanduse ja parteilise ajakirjanduse periood, suuremad ajalehed on üheaegselt parteilised ja kommertsväljaanded.

1930. aastate alguses jõuab Eesti lisaks majandus- ja demokraatiakriisi ka ajakirjanduskriisi (vt Harro 1994: 83–101; Lauk 1998). Ajakirjanduse ebaprofessionaalsusele apelleerides hakkab riik sõnavabadust seadustega piirama (1933. a kehtib mitu kuud isegi eeltsensuur). Erakondade tegevuse keelamine 1934. a tähendab ka mitmeparteilise ja demokraatliku

ajakirjanduse lõppu ja uue faasi algust eesti ajakirjanduses. 1934. a sügisel luuakse Riiklik Propaganda Talitus, ajakirjandus allutatakse riiklikule lojaalsus- ja meelsuskontrollile (vt Vaan 2005; Roolaht 1990). 18. detsembril 1934 ilmub siseministri sundmäärus perioodiliste trükitoodete kohta (*Riigi Teataja* 1934, nr 107, art 845), mis konkreetseid tõkendeid formuleerimata sätestab, et ajakirjanduse sisu peab olema positiivne ja ülesehitav, kohustab lehti avaldama ametlikke teadaandeid ja keelab kritiseerida Eesti Vabariiki, selle valitsejaid, ametiasutusi. Lisaks püüab sundmäärus ajalehtede sisu kõlbelisemaks muuta: keelatakse kirjutada vägistamistest, vallaslaste tapmistest, enesetappudest, suguellu ja abiellu puutuvast ning “üldse kodaniku intiimellu puutuvaist asjust” (Viks 1935: 30–33).

Nii jääb 1930. aastate teisel poolel ajakirjandusele “kontrollitud informeerija” roll. See halvab eelkõige ajalehtede arengut, nende arv väheneb järsult (samas tiraažid kasvavad). Ajakirjade hulk kasvab endiselt ja üha rohkem ilmub spetsialiseerunud sisuga väljaandeid.

**‘Okupeeritud’ ajakirjandus.** Molotovi–Ribbentropi pakti salaprotokolliga (23. aug 1939) jagavad Nõukogude Liit ja Saksamaa omavahel ära Ida-Euroopa alad. Eesti ja Nõukogude Liit sõlmivad nn baasidelepingu ning Nõukogude Liit saadab oma väed 1939. a sügisel Eestisse. 1940. a juunis pannakse NSVL-i nõudmisel Eestis ametisse Johannes Varese valitsus. Sellega on toimunud kommunistlik riigipööre. Augustis ühendatakse Eesti NSVL-ga ja ta saab nõukogude sotsialistlikuks vabariigiks.

Juba esimese nõukogude okupatsiooniaasta jooksul (juuni 1940 – juuni/juuli 1941) korraldatakse senine ajakirjandus kiiresti ümber nõukogulikuks. Ajakirjanikena pannakse tööle ideoloogiliselt sobivad inimesed, senised ajalehed suletakse ja nende asemele luuakse uued kommunistliku partei häälekandjatena. Kehtestatakse üleüldine range eeltsensuur (vt Veskimägi 1996). Ajalehtede mahtusid vähendatakse, reklaamide-kuulutuste avaldamist lehtedes piiratakse, turukonkurentsi asendab plaanimajandus.

22. juunil 1941 kuulutab Saksamaa sõja ka NSVL-ile ja suve jooksul vallutavad Saksa väed Eesti. Uued okupatsioonivõimud allutavad eesti ajakirjanduse omapoolsele rangele kontrollile ja tsensuurile. Vanad väljaanded suletakse, ilmumisloa saavad väga vähesed lehed. Kesksed väljaanded on *Eesti Sõna* ja *Maa Sõna*, kohalikest lehtedest *Postimees* (vt ka Kaunissaar 2009). Ajalehtede mahud on kitsenduste ja paberipuuduse tõttu väga väiksed.

Sügisel 1944 vallutavad Nõukogude väed Eesti ja algab Nõukogude anneksioon. Ajakirjandus reorganiseeritakse taas nõukogulike mallide kohaselt. Väljaanded kuuluvad riigile (= kommunistlikule parteile või sellele alluvatele institutsioonidele), nad ei pea kasumit teenima. Kehtib eel- ja järeltsensuur (vt lähemalt Veskimägi 1996; Maimik 1994, 1996; Lauk 1999a; Aesma 2005). Ajakirjandusväljaannete arv on mitu korda väiksem kui Eesti Vabariigi ajal, nende sisu ja struktuur kopeerib nõukogude keskväljaandeid. Ajalehtedes ilmub palju ametlikku infot, parteijuhtide kõnesid jms.

Nõukogude ajakirjanduse ülesanne ei ole lugejate informeerimine, vaid ideoloogiline mõjutamine. Juba 1901. a artiklis “Millest alata?” oli Lenin sõnastanud nõukoguliku ajalehe ülesanded: “Роль газеты не ограничивается, однако, одним распространением идей, одним политическим воспитанием и привлечением политических союзников. Газета – не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор.”<sup>[5]</sup> (Lenin 1901).

Nii on ajakirjandus kommunistliku partei tööriist kommunismi ehitamisel ja nõukogude inimese kasvatamisel. Selleks on ka info ideoloogiliselt selekteeritud ja käsitlusviisi ideoloogiliselt kanoniseeritud. Ajaleht on kui autahvel, mis näitab ‘õitsvat’ nõukogude elu ja

[5] Ajalehe roll ei piirdu siiski mitte üksnes ideede levitamisega, mitte üksnes poliitilise kasvatamisega ja poliitiliste liitlaste kaasamisega. Ajaleht pole mitte ainult kollektiivne propagandist ja kollektiivne agitaator, vaid ka kollektiivne organisator. (Kõik võõrkeelsed tsitaadid on autori tõlgitud.)



edukat kommunismi ehitamist. “Maailmas tegutse[va]d selgelt omad (nõukogulikud, sotsialistlikud, proletaarsed) ja võõrad (kodanlikud, imperialistlikud, fašistlikud) jõud. Eesrindlikel omadel lä[heb] kokkuvõttes hästi, tagurlikel võõrastel halvasti.” (Vihalemm & Lauristin 2004: 6; vt ka Mõistlik 2007; Kreegipuu 2009). Erinevate teemade käsitlemisel kehtib erinev kanoniseerituse aste: kõige reguleeritum on poliitika käsitlemine, kõige vabam kultuuri, populaarteaduse jms käsitlemine. Lähtudes ideoloogilise vabaduse määrast võib nõukogudeaegse ajakirjanduse jagada neljaks faasiks.

Stalinismi ajal (sügis 1944 – 1955/56) on ka ajaleht eelkõige repressioonivahend. Kommunistliku partei juhtkond kasutab seda ‘rahva vaenlaste’ paljastamiseks ja ründamiseks. Kritiseeritutel on kohustus avalikult vastata, mida nad puuduste kõrvaldamiseks on teinud. Ajalehtede sisu on paatoslik ja loosunglik, Stalini pilt ehib sageli ajalehtede esikülgi, kõigi saavutuste eest tänatakse Suure Juhi ja Õpetaja tarka tegevust. Üksikinimene on tähtsusetu nutrike suures kollektiivses masinavärgis, ajalehes temast ei kirjutata.

‘Sula’ ajal (1955/56–1968/69), pärast Stalini surma ja isikukultuse hukkamõistmist lõdveneb ideoloogiline kontroll ja leevenevad tsensuurinõuded. Ajalehtede sisu muutub mitmekesisemaks nii temaatiliselt kui žanriliselt, kirjutatakse elavamas stiilis, kirjutatakse üksikinimestest. See muutus teeb eesti lugejad vastuvõtlikumaks ajakirjanduslikule propagandale. Asutatakse uusi ajakirju, kasvavad väljaannete tiraažid.

1968/69. a hakkab poliitiline kontroll NSVL-s taas tugevnema. Tsensuurinõudeid karmistatakse, kuid 1970. aastate teisel poolel stagneerub ka tsensuuriaparaat ja kontroll muutub formaalsemaks. Inimestel kaob usk ‘inimnäolisse sotsialismi’ ja selle tulemusena muutub ka ajakirjandus. Ideoloogilisi rituaale kajastatakse nõutud määral, aga sageli formaalselt või irooniliselt (eelkõige vormivõtete abil). Keskendutakse individualistlikele väärtustele: kultuuril, meelelahutusel jms on ajakirjanduses kindel osa, kasvab publitsistlike žanride osatähtsus, isiklik vaatenurk lubab esitada ideid, mis erinevad ametlikust ideoloogiast.

Habermasi avaliku sfääri muutumise teooria (2001) mõistestikus on nõukogude ajakirjandus parteilise ajakirjanduse äärmuslik vorm. Ja teisalt on see kunstlikult tekitatud avalikkus, mis üksnes simuleerib vaba kriitilise arvamusalalduse areeni (nt ‘tööliste arvamusalaldused’ nõukogude ideoloogia toetuseks, mis tegelikult on ajakirjanike kirjutatud). See on simuleeritud avalikkus, tegelikkuses puudub sõna- ja trükivabadus, ajakirjandusvabadus, ühinemis- ja koosolekuvabadus.

Mihhail Gorbatšovi võimuletulek 1985. a märtsis ja tema algatatud *perestroika* ja *glasnosti* poliitika hakkab eesti ühiskonda ja ajakirjandust selgesti muutma 1987/88. a. Eestlased kasutavad võimalust peaaegu pool sajandit tagasi peale sunnitud liidust lahkumiseks.

Eesti ajakirjandus on ühiskondliku murrangu peamine organiseerija, läbiviija ja kajastaja. Ajakirjandus distantseerub võimust ja omandab 1990.–1991. a täieliku poliitilise autonoomia. Iga päevaga kasvab väljendusvabaduse määr, tsensuur kaotab ajalehtedes oma jõu 1990. a kevadel, 1. novembril 1990 likvideeritakse Glavlit (ENSV Ministrite Nõukogu juures asuv Trükistes Riiklike Saladuste Kaitse Peavalitsus) ka ametlikult. Asutatakse esimesed eraväljaanded (1988–1992 hakkab ilmuma 497 uut väljaannet, enamik ilmub vaid mõni kuu). Mõjukaim neist on nädalaleht *Eesti Ekspress* (asutatud 1989; vt pikemalt Jõgeda 1999), millest saab uue ajakirjanduse lipulaev.

Murrangupäevi läbielav ühiskond täidab ajakirjanduse uudistega, lugudega senistest tabuteemadest, kollektiivsete pöördumiste ja avaldustega. Suureneb stiililine mitmekesisus. Väljaannete tiraažid kasvavad enneolematult suureks. Tervikuna on ajakirjandus endiselt ideoloogiakeskne, ainult ideed on varasemast erinevad (rahvuslikkus, iseseisvus). Ei saa veel rääkida turusuhetest, lõviosa keskseid väljaandeid kuulub riigile (kuigi riik ei ole enam võimeline neid subsideerima), eraomanduslik ajakirjandus alles kogub jõudu.

Võib öelda, et 1980./1990. aastate vahetusel on eesti ajakirjandus kõige lähemal Habermasi kodanliku avaliku sfääri ideaalile, kus kriitilised kodanikud avaldavad vabalt arvamust, diskuteerivad ja mõjutavad nii ka riigi toimimist.

**Ajakirjandus Eesti Vabariigi ajal (alates 1991).** Eesti iseseisvus taastatakse 1991. a augustis. Uus Eesti Vabariik võtab sihiks liberaalse turumajanduse ja see seab paika eesti ajakirjanduse toimimise piirid. Iseseisvusaegset ajakirjandust on liigendatud kahte-kolme faasi, lähtudes eelkõige avalikkuse ning meediamajanduse muutumisest. Ajakirjanduse seesmise vabaduse määra aluseks võttes saab perioodi jagada laias laastus kaheks faasiks.

Esimest faasi (1991–1995) võiks nimetada ‘vabaduse ja segaduste ajaks’. 1991. a hakkavad väljaannete tiraažid langema ja kukuvad paari aastaga mitu korda (vt joonis 10.1 lk 292). 1991–1994 erastatakse enamik eesti trükiajakirjandusest (v.a kultuuri- ja mõned populaarteaduslikud väljaanded) peamiselt toimetuste liikmetele. Faasi lõpuks on aktsiad koonduvad üksikute aktsionäride kätte.

See on optimistlik ja lootusrikas aeg, õppimise ja katsetamise aeg, mil lehetoimetused tegutsevad ühise missiooni nimel. Ajalehtede mahud kasvavad järsult, järjest rohkem ilmub reklaami. Lehtede sisu ja struktuur sarnastub lääne ajalehtedega. Žanrid muutuvad selgemalt defineeritaks (eraldatakse uudis ja arvamus, uudislugusid hakatakse kirjutama hierarhilise struktuuriga alustades olulisimast infost; vt Harro 2000a).

1995. a algab stabiliseerumise ja kontsentreerumise faas. *Postimees* (põhiomanik Helder Tõnisson) ja *Eesti Ekspress* (põhiomanik Hans H. Luik) hakkavad looma ajakirjanduskontserne. Selleks ostetakse ja liidetakse ajalehti ning ostetakse ja asutatakse eritüübilisi ajakirju. 1995. a suve-sügise jooksul jääb senisest kuuest üldpäevalehest alles neli. Alates 1995. a hakkavad eesti ajalehed oma sisu ka internetis avaldama. Esialgu tähendab see lihtsalt, et osa paberlehe tekstide tehakse ajalehe koduleheküljel elektroonilist kättesaadavaks (vt lähemalt Tähismaa 2003; Vengerfeldt & Runnel 2004: 236–243).

Konkurents teravneb. Ajakirjanduse ‘õige’ suuna üle vaieldakse tuliselt, aga võitluses turuosa ja reklaamiraha pärast hakatakse ajakirjandust arendama kindlalt ja sihipäraselt kommertslikkuse ja meelelahutuslikkuse suunas. Samas tekib selles faasis ka arvestatav uuriv ajakirjandus.

Suvel 1998 ostab Norra kontsern Schibsted ASA 92,5% *Postimehe* firma aktsiastest, Rootsi kontsern Tidnings AB Marienberg (Bonneri tütarfirma) poole Hans H. Luige omandusest, sh *Eesti Päevalehest* ja *Õhtulehest*. Eesti trükiajakirjandust hakkab suunama Põhja-maade kapital (novembris 2001 ostab Luik siiski Bonnerilt aktsiad tagasi). Uute omanike juhtimisel muudetakse väljaannete orientatsiooni, saneeritakse ja restruktureeritakse, et muuta meediaäri kasumlikuks. Ajalehtedest saavad üha rohkem turumajanduslikud tooted ja ajakirjanikest lihtsalt palgatöölised, väikesed mutrikesed suures süsteemis.

Kuna lehed ei tooda ikka kasumit, kontsentreeritakse ajakirjandusturгу veelgi. 2000. a kevadel lepivad kaks suurt kontserni kokku *Õhtulehe* ja *Sõnumilehe* ühendamises, ajakirjade väljaandmiseks luuakse ühine Ajakirjade Kirjastus. Nii jääb alles kolm üleriigilist üldpäevalehte: *Postimees* ja *Eesti Päevaleht* kuuluvad ‘valgete’, kvaliteetlehtede hulka ja *SL Õhtuleht* ‘kollaste’, tabloidse sisuga ajalehtede hulka, kuigi kõik kolm on sisult valge ja kollase piiri lähedal. Suurem osa sissetulekust saadakse reklaamist ja nii tõstetakse reklaam lehes üha silmatorkavamale positsioonile. “[K]ollektiivsest propagandistist on saamas kollektiivne müügemees.” (Hennoste 2006: 120; vt ka Lauk 2009).

Habermasi avalikkuse sääri mõistestikus (2001) on 1990. aastate esimene pool ülemineku-faas arutleva meelsusajakirjanduse ja kommertsliku massiajakirjanduse vahel, edaspidi aga on päevalehtede puhul tegemist läbinisti kommertsajakirjandusega.

### 3. Ajalehe välimuse senised uuringud Eestis

Eelnevast nägime, et suurem osa seniseid eesti ajalehtede uurimusi on keskendunud ajalehtede verbaalsele sisule, lehtede välimust pole oluliseks peetud. Selline lähenemine ei ole omane mitte ainult Eesti ajakirjanduse uurimisele. Sisule keskendudes ja välimust eirates käsitlevad ajalehtede ajalugu ka teiste maade teadlased (nt Boyce jt 1978; Schudson 1978; Tommila 1992).

19. sajandi lehtedest kirjutades mainivad eesti uurijad möödaminnes väljaannete formaate, veergude arvu ja üksikuid muid kõige silmatorkavaid jooni. Näiteks: “MNL [= *Marahwa Näddala-Leht*] on kujunduselt raamatulik, nagu see veel kaua tavaks oli – jooksva paginatsiooniga, seega kokkukõidetava aastakäiguna, millele aasta lõppedes trükiti sisukord ja *errata*.” (Peegel jt 1994: 74). *Perno Postimehhe* kohta märgitakse, et see ilmus kvartkaustas, kaheksaküljelisena kahel veerul, ajapikku hakati selles kirjutisi pealkirjastama; lisaks tuuakse tiitlipildi eeskujuna välja saksa talurahvaleht *Schwarzwälder Bote* (Peegel jt 1994: 93–95).

20. sajandist tuuakse esile 1920.–1930. aastate suured uuendused eesti ajalehtede välimuse atraktiivsemaks muutmisel: lisaks fotode ja joonistuste kasutuselevõtule “[i]lmusid mitmesugused rubriigid, artiklitele pandi mitmekorruselisi pealkirju, muutus materjali paigutus lehekülgedel, kasutati erisuguseid kaunistusviise.” (Lauk 2000: 19). Lühidalt markerib eesti ajakirjandusgraafika (ajakirjade kaanekujundused, visuaalsus) selleaegset muutumist ka Rein Loodus “Eesti raamatukunsti tekkes ja arengus” (Loodus 1982: 126–128).

Üksikuid uurimusi on tehtud mõne visuaaliliigi kohta ajalehtedes (karikatuurid, fotod, maakaardid), vaadates neid lahus verbaalsest sisust (nt Nikker 1958; Loodus 1964; Palm 1971; Sillaste 1979; Linnap 2000; Gayibli 2002; Pedastsaar 2002; Paesüld 2007) või uurides visuaalide kaudu ajalugu (Laugaste 1939; Medijainen 1998). Teistest erinev on Margit Tamm meediasotsioloogiline käsitlus poliitiliste karikatuuride arengust eesti ajakirjanduses 1905–2000 (Tamm 2001). Lisaks on uuritud üksikuid kujunduselemente, eelkõige pealkirjastamist nõukogude ajalehes ja ka 1920.–1930. aastatel (Ojand 1966; Lausvee 1973, 1975: 33–72; Peinar 1976: 6–18, 55–70; Randloo 1987; Valmis 1990).

Ajalehtede välimuse muutumist on uuritud Tartu ülikoolis diplom- ja kursusetööde tasemel. Ulatuslikumaid käsitlusi on kolm, kõik need annavad lühikese kirjeldava ülevaate käsitletavast perioodist. Aita Nigol (1968) on uurinud aastaid 1766–1920, Aili Kokk (1971) aastaid 1900–1940 ja Sirje Lausvee (1975) aastaid 1918–1940. Kõik kolm uurimust on sarnase struktuuriga, näidetega illustreeritult kirjeldatakse ajalehtede päismikke, formaate (Richard Antiku 1932. a bibliograafia järgi), lehekülgede arvu lehenumbris, veergude arvu, trükikirju, küljendamisi, kasutatud rubriike ja nende järjestamist, pealkirjastamist, joonistusi ja fotosid. Aita Nigol pöörab erilist tähelepanu ajalehtede päismikele (teema hõlmab rohkem kui veerandi diplomitöö mahust), Sirje Lausvee pealkirjastamisele (teema hõlmab peaaegu poole töö mahust).

Nõukogudeaegse ajalehe kujundamise printsiipidest ja praktikatest annab hea ülevaate Jüri Peinari diplomitöö “Väärtustamisprintsiibi rakendamine ajalehes” (1976). Autor on diplomitöö kirjutamise ajaks töötanud Rakvere rajooni ajalehe *Punane Täht* vastutava sekretäri ja toimetaja asetäitjana ning tunneb peensusteni tollase ajalehe igapäevaseid kujundamiskonventsioone.

Napi ülevaate “Eesti ajalehe kujundus läbi aegade” annab ka Leho Lumiste “Eesti ajakirjanduse ajaloos” (1977: 220–225). Ta markerib siiski vaid olulisemaid muutusi 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi esimestel kümnenditel (lehtede formaadi, mahu ja veergude arvu kasv, lehenumbri rubriigistatud struktuurist loobumine, üleminek üheveeruliselt küljendamiselt

mitmeveerulisele, pealkirjade ja joonistuste-fotode kasutuselevõtt), 1930. aastate ja hilisematest ajalehtedest juttu ei ole.

Nii kirjeldavad senised empiirilised käsitlused enamasti lühidalt ajalehtede välimuse olulisemate parameetrite esmast muutumist 19. sajandil ja 20. sajandi alguses, mõõtmata muutuste tendentse kvantitatiivselt ja ajalisel täpsemalt.

Sama üldistavad ja detailivaesed on ka üksikud lühikesed remargid ajalehe välimuse kohta teistes ajakirjanduslikes uuringutes, kusjuures eri autorid annavad vastuolulisi andmeid. Näiteks lugude pealkirjastamise kohta saame ühest allikast andmed, et 19. sajandi lõpus uudiseid ei pealkirjastatud, 1913. aastaks kujunes *Postimehes* välja enam-vähem tänapäevane pealkirjade kasutamise viis, kus pealkirjad on lühikesed, konkreetseid ja informatiivsed (Rüga & Lauk 2000: 77). Teisal asetatakse sarnane muutus kümnend hilisemasse aega, üldistades, et enne 1920. aastate keskpaika kasutati pealkirju vähe, seejärel pealkirjastamine muutus, deklaratiivseid pealkirju hakati kasutama 1920. aastate alguses (Harro 2001: 177–178; Harro-Loit 2005: 192; ka Lumiste 1977: 223–224). Seega puuduvad täpsed kvantitatiivsed andmed eesti ajalehtede välimuse muutumise kohta.

Ajalehe välimust on Eestis uuritud ka info vastuvõtu kontekstis, nimelt *Edasi* sotsioloogilisel uurimisel 1967.–1968. a (lähemalt vt Vihalemm 2004: 49–59). Selleks viidi läbi kaks eksperimendiga kombineeritud küsitlust: “Kas ajaleht on ilus?”<sup>[6]</sup> ja “Palun otsige üles...” (Endre 1968). Küsimused tunduvad tagantjärele hinnates üsna väheütlevad ja vastust sugereerivad (nt “Kuivõrd fotod ja joonised üldse elustavad Teie arvates ajalehe kujunduslikku taset?” “Väga” arvab 48% vastajatest, “keskmiselt” arvab 44% vastajatest). Koos küsitlusega läbiviidud eksperimentides vaadati, millisest leheküljeosast alustavad lugejad lehekülje vaatamist, ja mõõdeti, kui kiiresti nad leiavad ajalehest fakte üles (Endre 1968; Vooglaid 1972: 34–35). Sellise ülesandepüstituse abil saab teada küll seda, mille abil lugeja ajalehes orienteerub (eelkõige aitavad informatiivne pealkiri/rubriiginimi ning varasemad teadmised ajalehenumbri struktuurist), aga eksperimendi põhjal ei saa teha kindlaid järeldusi, kuidas lugeja ajalehte loeb, sest ajalehe ‘kammimine’ (skaneerimine) kindla fakti ülesotsimiseks on põhimõtteliselt teistsugune tegevus kui ajalehe lugemine omatahtsi, ilma kellegi teise poolt püstitatud eesmärkideta.

Tähelepanuväärsed on *Edasi* sotsioloogilised uurimused seetõttu, et need tehti tihedas koostöös toimetusega ja saadud tulemustel oli konkreetne praktiline väljund: *Edasi* muutis sisu, lehe struktuuri ja toimetuse töökorraldust ning info esitust. Ajalehe välimust puudutavatest muudatustest võib nimetada nt lehenumbri järjekindlamat struktureerimist, autorirubriikide loomist ja esitlemist autorite fotodega (lähemalt vt Uus 1985)

Nagu näeme, on senised eesti ajakirjanduse uuringud keskendunud sisule ja jätnud välimuse tähelepanuta. Vähesed välimuse uuringud aga on keskendunud üksnes välimuse üksikute alaosade valgustamisele. Sealjuures ei suhestata neis uuringutes välimuse analüüsi ühiskonnaga. Käesolev väitekiri täidab selliselt suure lünga eesti ajakirjanduse ajaloo uurimises, analüüsides esmakordselt eesti lehtede välimust kvantitatiivselt ja sidudes ajalehe välimuse muutused ajakirjanduse ja kogu ühiskonna muutumisega laiemalt.

[6] Uurimust käsitleb Sirje Endre 1967. a kursusetöö Tartu Riiklikus Ülikoolis “Ajalehe kujundamise probleem”, millest pole säilinud ühtki eksemplari. Uurimuses kasutatud perfokaart ja lehekülje vaatamise alustamise skeemid on toodud Endre diplomitöös (1968).

## 2. TEOREETILINE RAAMISTIK JA VARASEMAD UURINGUD

Ülevaade ajalehe välimuse uurimisest jaotub kahte temaatilisse plokki. Esmalt vaatan, mida mõistetakse ajalehe välimuse all ja kuidas on seda uuritud. Teiseks uurin, kuidas on ajalehe välimust periodiseeritud ja millised on ajalehe välimuse muutumise põhjused.

### I. Mõiste 'ajalehe välimus' piiritlemine

“Journalism is non-fiction presented in various genres, mostly by typographical and pictorial (iconographical) means and by certain (dramaturgical) principles of composition,”<sup>[1]</sup> defineerib Svennik Høyer (1997: 70). See definitsioon sobib hästi ajalehe välimuse analüüsimise lähtepunktiks, sest lisaks ajakirjanduse sisule (*non-fiction*) juhib ta tähelepanu ka sisu esitamise viisidele: erinevad žanrid, tüpograafilised ja pildilised esitusmoodused, elementide ruumiline paigutus teatud kompositsiooniprintsiipidest lähtudes. Selles määratluses ilmneb ka ajalehe välimuse olemuslik joon – see ei ole tegelikkuse neutraalne peegeldus, vaid teatud põhimõtetest lähtuv ‘lavastus’.

Charles Kostelnick (1988) jagab oma visuaalse kommunikatsiooni analüüsi mudelis visuaalse keele kolmeks kodeerimisviisiks (*coding mode*): tähelisnumbriline/sümboliline (*alphanumeric/symbolic*) ja graafiline ning neid kaht ühendav ruumiline kodeerimisviis. Tähelisnumbriline kodeerimisviis hõlmab verbaalset infot, graafiline kodeerimisviis pildilist infot pluss jooni ja värvi. Ruumiline kodeerimisviis hõlmab tähelisnumbriliste ja graafiliste märkide ruumilist paigutust. Kolme kodeerimisviisi analüüsib ta neljal tasemel: intratekstuaalne, intertekstuaalne, ekstratekstuaalne ja supratekstuaalne. Selline analüüsiskeem võimaldab erinevaid trükiseid analüüsida väga üksikasjalikult, mitmekülgset ja süstemaatilist.

Toetudes Kostelnicku mudelile saab ajalehtedes eristada kolm tähendust loovat info esitusviisi: sõnad ehk verbaalid, pildid ehk visuaalid ja neid kaht poolt integreeriv kujunduslik võttestik. Kõigil kolmel infoesitusviisil on visuaalne väljendus, näiteks verbaalid on tüpograafiliselt vormistatud, visuaalid esinevad joonistuste või fotodena, verbaalid ja visuaalid on teatud suurusega ja paigutusviisiga.

Hoolimata loodud teoreetilistest mudelitest, mis sobivad verbaalide ja visuaalide integreeritud analüüsimiseks (lisaks Kostelnick 1988-le nt O'Halloran 2008), pole väljapakutud mudeleid uurimustes ulatuslikumalt kasutatud. Kui meediauurijad räägivad visuaalse meedia uurimisest, siis mõeldakse selle all audiovisuaalse meedia uuringuid (nt Bondebjerg 1996). Kui meediauurijad räägivad vajadusest uurida lisaks verbaalidele ka visuaale, siis tähendab see visuaalide (fotode ja joonistuste) *sisu* uurimist, aga verbaalide ja visuaalide kujundus (visuaalne vormistamine, nt kompositsioonipõhimõtted, tüpograafiline vormistus) jääb tähelepanu alt kõrvale (nt Becker 2004). Siiski on vähemalt viis ulatuslikumat uurimust, mis keskenduvad just nimelt ajalehtede visuaalse vormi uurimisele, käsitlevad sama uurimisala igaüks pisut erineva mahuga.

Hannu Pulkkinen (2008) uurib Soome päevalehtede uudiste arhitektuuri aastatel 2000–2005 ja käsitleb kujundust enam-vähem nendes piirides nagu kaasaegsed ajalehekujundusõpikud, st ta analüüsib tüpograafiat ja info multimodaalset esitamiskihti (*story telling devices*) ning jätab kõrvale esteetika ja graafilise disaini, samuti tekstide ja piltide sisu. Eelkõige analüüsib ta aga ajalehe struktuuri, mida lehekujundusõpikud tavaliselt ei käsitle.

[1] Ajakirjandus on mittefiktsioon, mis esitatakse eri žanrides, peamiselt tüpograafiliste ja pildiliste (ikonograafiliste) vahenditega, lähtudes teatud (dramaturgilistest) kompositsiooniprintsiipidest.

Sarnaselt Pulkkisega piiritleb teemat Aleksei Kisselev (1990), kes uurib Vene ajalehtede vormi aastatel 1702–1917. Kuna ta käsitleb ajalisel palju varasemat perioodi, siis info multimodaalsest esitusest juttu ei ole. Kisselev kirjeldab positivistlikus laadis vene ajalehtede välimuse muutumist üksikute olulisemate lehtede kaupa, peatudes ajalehe struktuuril ja silmatorkavamatel välimusjoontel ilma erilise süsteemita (formaadid, veergude arv, visuaalid).

Pekka Mervola (1995) uurib Soome ajalehtede välimust aastatel 1771–1994 ja kasutab terminit *ulkoasu* (ingl *outward appearance*), mõistes selle all seda, mida lugeja lehte vaadates näeb: ajalehe küljendust, kasutatud kujunduselemente ja teemade järjestust lehenumbri (1995: 15). Analüüsides käsitleb ta teemat kitsamalt, keskendudes kvantitatiivselt kirjeldatavatele muutustele. Vaatluse alt jäävad välja visuaalide sisu, tüpograafia ja esteetilised muutused (see, mis traditsiooniliselt mahub mõiste alla graafiline disain (*graphic design*)).

Kevin G. Barnhurst ja John Nerone uurivad USA ajaleheude vormi aastatel 1750–2000 ja käsitlevad ajalehe välimust kõige laiemalt. Nende jaoks on ajalehe vorm ajalehe püsiv nähtav struktuur; see, mis teeb ajalehe äratuntavaks, kuigi sisu on iga päev uus. Vorm on uudiste keskkond ehk kõik see, mis ajaleht uudiste esitamiseks teeb. Lisaks tüpograafiale, kujundusele ja küljendusele hõlmab see ka illustreerimistavasid, žanre ja lehenumbri struktureerimisskeeme (2001: 3).

Eelnevatele vastandliku lähtekohaga on Allen Hutti monograafia briti ja angloameerika ajalehtede välimusest 1622–1972 (1973), mis keskendub just tüpograafiale ja graafilisele disainile.

Seega on ajalehe välimust uuritud kolmel viisil: esmalt kirjeldav-positivistlikult (Kisselev 1990) ja kunstiajalooliselt (Hutt 1973) ning viimastel kümnenditel sotsioloogiliselt, seostades ajalehtede välimuse muutumise ühiskonna muutumisega (Mervola 1995; Barnhurst & Nerone 2001).

## 2. Ajalehe välimuse uuringud

Pikemaid perioode haaravaid ning erinevaid välimuse komponente integreeritult analüüsivaid ülevaateid on kirjutatud väga vähe. Nagu eelnevast selgus, on pikemad üldkäsitlused olemas vene, Soome, briti ja USA ajalehtede välimuse kohta (Kisselev 1990; Mervola 1995; Hutt 1973; Barnhurst & Nerone 2001), aga puuduvad eesti lehe välimuse seisukohast olulistest maadest ja perioodidest, näiteks saksa ja baltisaksa lehekujundusest 19. sajandil ning vene nõukogude lehekujundusest. Lisaks neile mõnele pikemale uurimusele on ilmunud terve rida üksikartikleid mõnest konkreetsest lehekujundusprobleemist. Suurem osa uurimustest on USA päritolu ja käsitleb ameerika ajalehti.

Ajalehe välimust käsitlevad teooriad ja uurimused keskenduvad kolmele põhiküsimusele.

Esiteks uuritakse, kuidas on ajalehe välimuse loodud (missugused on kujundusvõtted ja -praktikad, ajalehe struktuur) ning kuidas see seostub lehe sisuga? Sellele küsimusele vastust otsivad uurimused analüüsivad ajalehe välimust eri kontekstides: graafilise disaini kontekstis, ajakirjanduslikus kontekstis ja semiootiliselt.

Teiseks on uuritud, mis mõjutab ajalehe välimust, mis paneb selle muutuma. Käsitlused keskenduvad muutuste põhjustele ja/või loovad ajalehe välimuse muutumise periodiseeringuid (nt Barnhurst & Nerone 1991, 2001; Mervola 1995; Cooke 2003, 2005; Kurvits 2006/2007, 2008). Siia kuulub ka terve hulk ajakirjades ilmunud väikseid empiirilisi uurimusi mõne konkreetse teguri mõjust ajalehe välimuse üksikutele parameetritele (nt Kenney' ja Lacy'i "Economic Forces Behind Newspapers' Increasing Use of Color and Graphics" (1987)).

Kolmanda suure rühma moodustavad praktilise väljundiga sotsiaal- ja lugemispsühholoogilised uurimused ajaleheinfo vastuvõtust ja ajalehe välimuse mõjust info vastuvõtule. Uri-

mistulemused võimaldavad sõnastada normatiivseid soovitusi hästiloetava ajalehe kujundamiseks (nt Garcia & Stark 1991). Peamiselt kuuluvad siia väiksemad empiirilised uurimused, mille tulemused on artiklitena laiali väga erineva temaatikaga ajakirjades (nt Haskins & Flynn 1974; Schweitzer 1980; Lain & Harwood 1992). Kõige rohkem on neid ilmunud USA ajakirjades *Journalism Quarterly* (1928–1994), *Journalism and Mass Communication Quarterly* (ilmub alates 1995. a) ja *Newspaper Research Journal* (ilmub alates 1979. a).

Üksikuid artikleid on ilmunud väga erinevate teadusalade ajakirjades. Ajalehelik infoesitusviis ja ajalehe välimus või mõni selle alaosa on siin enamasti üks näidisobjekt, mida on uuritud vastava eriala meetoditega (nt Eva Brumbergeri artiklid tüpograafiast ajakirjas *Technical Communication*: Brumberger 2003a, 2003b, 2004; kognitiiv-psühholoogilise vaatepunktiga artiklid lehekülje struktuurist Lundi Ülikooli kognitiiv-uuringute sarjas: Wartenberg & Holmqvist 2005; Holmqvist & Wartenberg 2005).

Vaatan järjekorvalt nende kolme grupi uuringuid eraldi.

## 2.1. Ajalehe välimus eri kontekstides

Ajalehe välimust on uuritud peamiselt kolmes kontekstis: ajakirjanduslikus, kunstilises (graafilise disaini) ja semiootilises.

**Ajakirjanduslikku konteksti** kuuluvad esmalt varased ajalehe välimuse uuringud, mis kirjeldavad muutumist positivistlikus laadis (nt Kisselev 1990). Teiseks kuuluvad siia meediasotsioloogilised uurimused, mis rõhutavad ajakirjandusliku sisu seotust sotsiaalse kontekstiga, sellega, kuidas ajakirjanduslikud institutsioonid funktsioneerivad ja ajakirjanikud töötavad, kuidas mõjutab tootmisprotsess ajakirjanduse sisu (meediasotsioloogilise uurimisviisi kohta vt Philo 2007; Carvalho 2008; Fürsich 2009: 247–248). Jan Ekecrantz (1997: 395) nimetab sellist uurimismeetodit kontekstile orienteeritud diskursuseanalüüsiks (*context oriented discourse analysis*), pidades andmete tõlgendamisel oluliseks eelkõige ühiskonna ja poliitika muutumist aja jooksul ning selle mõju ajakirjandusele.

Ajalehe välimuse uurimused lähtuvad siin peamiselt fotodest, kuid interpreteerivad neid laiemas kontekstis, arvestades ka verbaalset sisu ja lehekülje kompositsiooni. Ajakirjandus on siin uurimuste keskmes, mitte lihtsalt näidismaterjal (semiootiliste) mudelite rakendamise võimalikkusest erinevates meediumites. Oma uurimissuunda seostavad ajalehe välimust uurivad meediasotsioloogid pigem kriitilise diskursuseanalüüsiga (*critical discourse analysis, CDA*; nt Nordström 1996; Becker jt 2000: 20–21), kuigi uurimismetoodika seostub ka Kressi ja van Leeuweni sotsiosemiootilise suunaga (sellest tuleb juttu edaspidi).

Üks esimesi mulle teadaolevaid uurimusi, mis vaatab ajakirjanduslikku diskursust sõnade ja piltide lahutamatu tervikuna, on Gert Z. Nordströmi (1996) käsitlus parvlaeva *Estonia* huku kajastamist rootsi päevalehtedes. Oma analüüsi aluseks võtab ta enda sõnul klassikalise aristotelesliku retoorika, eristades piltide, pealkirjade ja põhiteksti analüüsi alusel sündmuse neli representeerimismoodust ajalehtedes: dramaatiline, eepiline, didaktiline ja lüüriline (viimane on lisatud renessansifilosoofide mõjul).

Rootsi teadlased Karin Becker, Jan Ekecrantz ja Tom Olsson on 1990. aastatel uurinud ajakirjandusliku diskursuse muutumist rootsi ajalehtedes 20. sajandi jooksul, seostades ajalehe esikülje muutumise ühiskonna muutumisega. Uurimistulemused on esitatud kahes raamatus: “Det redigerade samhället” (Ekecrantz & Olsson 1994) ning “Picturing politics” (Becker, Ekecrantz & Olsson 2000).

Ekecrantzi ja Olssoni käsitlus (1994) on verbaalidekesksem ja vaatab rootsi päevalehtede esikülgedele tekste neljal aastal: 1910, 1935, 1960 ja 1990. Autorid uurivad kontentanalüüsile toetudes, kuidas uudisajakirjandus kirjeldab ühiskonda: millistest sündmustest kirjutatakse,

kes on uudiste tegelased, kuidas on uudised struktureeritud. Lisaks võtavad nad arvesse ka ajalehtede välimust (kui palju on fotosid, keda neil kujutatakse, mida ütlevad pealkirjad jms).

Kokkuvõttes käsitlevad Ekecrantz ja Olsson ajalehe esikülge kui ühiskonna omamoodi peeglit, mis üheaegselt kaardistab ja loob ühiskonda. 1910. a on rootsi ajaleheuudised 'toimetamata ühiskond' (rts *oredigerade samhället*, ingl *unedited society*), ajakirjanikud koguvad ja edastavad infot, aga ei loo ise midagi. 1935. a on uudised 'refereeritud ühiskond' (*refererade samhället, accounted society*), kus ajakirjanikud tegutsevad ametivõimude referentidena. 1960. a on uudised 'vestlev ühiskond' (*samtalade samhället, conversational society*), kus ajakirjanikud ja võimuesindajad on omavahel dialoogis ning kõik probleemid suudetakse niimoodi lahendada. 1990. a on uudistest saanud 'toimetatud ühiskond' (*redigerade samhället, edited society*), kus ajakirjanikud esinevad ühiskonnaküsimuste ekspertidena, kusjuures neil pole muid kogemusi peale ajakirjanduslike. Hiljem lisab Ekecrantz 1990. aastate arengute põhjal senisele neljale 'uudisteühiskonnale' veel viienda: 'etendava ühiskonna' (*spectacle society*) kui 'toimetatud ühiskonna' äärmusliku vormi, kus poliitika on tugevalt meediale orienteeritud (Ekecrantz 2005: 99–101).

Beckeri, Ekecrantzi ja Olssoni käsitlus "Journalistic tableau: The event at four points in time" (Becker jt 2000: 26–51; ka Ekecrantz 1997) annab ülevaate rootsi ajalehtede esikülgedest aastatel 1925, 1955, 1987 ja 1995. Selles analüüsis on verbaalidel ja visuaalidel võrd-selt oluline osa. Autorid uurivad, kuidas ajalehe esiküljel sõnade ja kujutiste abil sündmusi konstrueeritakse ning kuidas nende kahe kombinatsioon ühiskonda peegeldab.

Fotode kasutuspraktikat rootsi päevalehtedes lahkab üksikasjalikumalt Karin Becker (2000a, 2000b). Tema uurimisobjektiks on fotode kontekst leheküljel ja fotode sisu (pildistamiskaugus, pildistamisnurk, subjekti pilgu suund) ning selle kaudu ajalehe sisu, representeerimistavad ja kultuur laiemalt. Lisaks käsitleb Becker ajakirjandusliku representatsiooni muutumist, analüüsides seoseid ajalehe esikülje visuaalide (eelkõige fotode) ja ajakirjandusliku sündmuse (*journalistic event*) konstrueerimise vahel.

Meediasotsioloogiliselt analüüsib ajalehe välimuse muutusi Soome päevalehtedes 20./21. sajandi vahetuse ka Hannu Pulkkinen (2008). Ta uurib eelkõige uudiste arhitektuuri, mõistes selle all ajalehe info organiseerimise mooduseid. Pulkkinen lähtekoht on normatiivne, ta vaatab ajalehe välimust ajakirjaniku/disaineri pilguga, küsides, kas ajalehe välimus on lugeja jaoks funktsionaalne ja kuidas saaks seda funktsionaalsemaks teha.

Siis rühma kuulub ka D. L. LeMahieu kultuuriajalooline ja sotsioloogiline monograafia briti kultuuri ja meedia demokratiseerumisest maailmasõdade vahel (1988). Autor analüüsib kommertskultuuri teket, keskendudes (uute) meediumite arengule ja nende vastastikusele mõjule (sh grammofonimuusika, filmid, raadio, ajalehed). Käsitlus on unikaalne, kuna uurib erinevaid meediate integreeritult. Siinses kontekstis on oluline, et LeMahieu analüüsib lisaks ajalehtede sisu muutumisele ka briti ajalehtede välimuse järsku muutumist 1920.–1930. aastatel ja selle põhjusi (eelkõige LeMahieu 1988: 253–273).

**Graafilise disaini kontekstis** loodud käsitlused järgivad kunstiajaloolist mudelit, vaadates ajalehe kujundamist professionaalide autonoomse tegevusena, ilma laiemate ühiskondlike, kultuuriliste ja ajakirjanduslike seosteta. Põhitähelepanu on siinjuures keskendatud tüpograafiale.

Kõige ulatuslikum sellelaadne käsitlus on Allen Hutt'i "The Changing Newspaper" (1973), mis annab ülevaate briti ja angloameerika ajalehtede välimusest 1622–1972. Selle monograafia põhitähelepanu on pealkirjade ja põhiteksti tüpograafial, muutusi seostatakse eelkõige briti ja angloameerika ajalehtede vastastikuste mõjudega ning trükitehnika arenguga. See on ajalehe ajalugu tüpograafiaeksperti vaatepunktist, kes hindab ja õpetab ka lugejat hindama heal kunstilisel tasemel kirjakaasutust.



Warren Chappell ja Robert Bringhurst (1999) annavad ülevaate trükikunsti ajaloost, sealhulgas ka ajalehtedest, sest nad peavad väga tähtsaks ajalehtede mõju trükitehnoloogia arengule: “[A]fter 1814, when the London *Times* used the first power press, newspapers have been an important influence also, since they have played a major role in the development of production tools of the printing industry.”<sup>[2]</sup> (Chappell & Bringhurst 1999: xiii).

**Semiootilises kontekstis** on uuritud eeskätt ajalehe pildilisi elemente. ‘Visuaalne pööre’ paljudel kommunikatsioonialadel on semiootikute tähelepanu alla toonud fotod ja joonistused ning nende seose verbaalselt esitatud infoga. Semiootikute eesmärk on leida võimalikult ammendavad mudelid visuaalide-verbaalide vaheliste seoste kirjeldamiseks ja selgitamiseks. Semiootilised teooriad seostuvad märksõnadega sotsiosemiotika (*social semiotics*), visuaalne semiootika (*visual semiotics*) ja multimodaalsus (*multimodality*). Peamised teoreetikud on Gunther Kress ja Theo van Leeuwen raamatutega ”Reading Images. The Grammar of Visual Design” (1996) ja ”Multimodal Discourse” (2001), kus nad oma teooriate illustreerimiseks toovad näiteid ka ajalehtedest.

Kress ja van Leeuwen on oma teooriate loomisel toetunud Michael Halliday sotsiosemiotikale (1978), laiendades selle piire lingvistikast väljapoole. Nad töid teksti sotsiosemiotilise analüüsi lisaks verbaalsele keelele sisse ka teised kanalid (heli, visuaalid). Erinevaid semiootilisi kanaleid nimetavad nad esitusviisideks (*semiotic modes*)<sup>[3]</sup> ja erinevate esitusviiside kombineeritud kasutamist multimodaalsuseks (*multimodality*).

Kressi ja van Leeuweni uurimused jäävad sotsiaalse semiootika ja diskursuseanalüüsi piirialale. Näiteks artikkel ”Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout” ilmub kogumikus, mis seab juba pealkirjas keskmesse meediadiskursuse: ”Approaches to Media Discourse” (Bell & Garrett 1998). ”Multimodal Discourse” (2001) on semiootilise põhjaga, aga kasutab samuti pealkirjas diskursuse sõna. Rick Iedema (2003) on need kaks suunda ühendanud, näidates diskursuseanalüüsi muutumist multimodaalsuse uurimiseks ning nimetanud Kressi ja van Leeuweni poolt algatatud suunda multimodaalseks diskursuseanalüüsiks (kasutatakse ka termineid *multimodal CDA* – Machin & Niblock 2008: 246 – ja *systemic functional-multimodal discourse analysis* ehk *SF-MDA* – O’Halloran 2008).

Kuna multimodaalsuse uurimine on suhteliselt uus teadussuund, on oluline rõhutada, et infot on *alati* edastatud mitme semiootilise esitusviisi abil. Näiteks kirjutatud keel sisaldab alati ka visuaalset esitusviisi: tekstikirja valik, lehekülje veeriste suurus, pealkirjastamisviisid jm annavad lugejale implitsiitset infot teksti kohta, kuid traditsioonilises ‘monomodaalses’ tekstide uurimises on see vaikimisi kõrvale jäetud. Kress ja van Leeuwen püüavadki nüüd lingvistikale toetudes luua erinevate infoesitusviiside ‘grammatikaid’ (lisaks järgnevalt esile toodud tähendusüsteemidele veel nt tüpograafia ja värvi ‘grammatikad’: Kress & van Leeuwen 2002; van Leeuwen 2006).

Kui palju on erinevaid semiootilisi esitusviise ja kuidas neid tüpologiseerida, pole ajalehe välimuse seisukohast oluline.<sup>[4]</sup> Ajalehe jaoks on tähelepanuväärne eelkõige Kressi ja van Leeuweni teooria kolmest tähendusüsteemist (*signifying system*), mis struktureerivad infot ja integreerivad erinevad elemendid (fotod, pealkirjad, tekstiplokid) sidusaks ja tähenduslikuks tervikuks. Need tähendusüsteemid on infoväärtus (lähtudes elementide paigutusest); väljapaistvus ja elementide omavaheline seostamine.

[2] Pärast 1814. a, mil Londoni *Times* kasutas esimesena auru jõul käivitavat trükipressi, on [trükitehnika] tähtsaks mõjutajaks olnud ka ajalehed, kuna nad on mänginud põhirolli trükitoöstuse tehnoloogia arendamisel.

[3] Täna Peeter Toropit termini tõlkevaste soovitamise eest.

[4] Kompaktse ülevaate annab näiteks Kaltenbacher 2004.

Esimene tähendussüsteem on infoväärtus (*information value*). Kress ja van Leeuwen jagavad lehekülje tsoonideks (vasak ja parem, ülemine ja alumine, tšenter ja servad). Nende käsitluse kohaselt annab iga tsoon sinna paigutatud elemendile erineva infoväärtuse. Lähitudes kujunduselementide (tekstide, visuaalide, paratekstide) paigutusest leheküljel loovad nad kompositsiooni- ehk struktuurimudelid ja teevad nende alusel järeldotsi sisu tähenduse kohta. Kress ja van Leeuwen (1996, 1998) defineerivad kolm mittelineaarset baasmudelit, Martinec ja van Leeuwen (2009) lisavad *online*-meedia põhjal veel kolm mudelit.

- Polaarse jaotusega mudeleid on kaks, ühel puhul jaguneb pind kaheks kontrastseks pooleks vertikaalselt, teisel juhul horisontaalselt. Vertikaalse mudeli puhul on vasakul varem teadaolev info (*Given*), paremal uus info (*New*). Horisontaalse mudeli puhul on üleval üldisem, idealiseeritud info (*Ideal*), all aga täiendavad detailid, tõendid, tegelikkus (*Real*).

- Tähtstruktuuri (*star pattern*)<sup>[5]</sup> puhul on keskmes üks element (*Centre, Nucleus*) ja teised elemendid on koondatud selle ümber (*Margin, Periphery, Satellites*). Keskne element annab peamise, tähtsaima info, perifeersete elementide tähendus sõltub keskmest. Kese võib olla ka tühi, sel juhul on ta justkui nähtamatu telg, mille ümber elemendid 'tiirlevad'.

- Puustruktuuris (*tree, taxonomy*) on elemendid klassifitseeritud hierarhiliselt. Eri tasemetel elemendid on omavahel kaasavalt (hõlmavalt) seotud kahel viisil. Esimene on klassifitseeriv puustruktuur, kus iga elemendi info on ülaloleva elemendi alltüüp ('*kind of tree*'). Teine on jagunev (*componential*) puustruktuur, kus iga elemendi info on osa ülaloleva elemendi infost ('*part of tree*').

- Tabelstruktuuris (*table, matrix*) on elemendid korrastatud horisontaalselt ridadesse ja vertikaalselt veergudesse. Tabel võrdleb erinevaid infoelemente, seab need samale tasemele.

- Võrgustik-struktuuris (*network, web*) on elemendid hajusalt paigutatud. Võrgustik on mittelineaarsetest mudelitest kõige paindlikum, sest elementide paigutus pole ei hierarhiline (nagu puustruktuuris) ega kontsentriline (nagu tähtstruktuuris) ning eri elementide semantilised seosed samas võrgustikus võivad olla väga erinevad. Kuigi võrgustik on mittehierarhiline struktuur, on mõned sõlmpunktid võrgustikus tähtsamad kui teised, sest neid läbib rohkem ühendusteid.

Sageli ei esine need põhimudelid puhtal kujul, vaid kombineeritult. Näiteks kaks polaarset ja kontsentriline mudel kooskasutatuna moodustavad risti (vt Kress & van Leeuwen 1996: 208; 1998: 198), üks polaarne ja kontsentriline mudel koos moodustavad triptühoni.

Teine tähendussüsteem on väljapaistvus (*salience*). Kujunduselementidel on erinev väljapaistvus, nad tõusevad esile ja tõmbavad lugeja tähelepanu erineval määral sõltuvalt mitmest faktorist: elemendi suhteline suurus, tonaalne kontrastsus, paigutus esi- või tagaplaanile (st lehekülje keskmesse või servadesse) jne.

Kolmas tähendussüsteem on raamimine (*framing*)<sup>[6]</sup>. Elementide vahel asuv tühi ruum või raamid samaaegselt eraldavad ja ühendavad elemente, märkides, et infot tuleb lugeda mingis mõttes eraldi, iseseisvana, isegi kontrastsena, ja samal ajal ühendades raami sees oleva info kokkukuuluvaks. Ühendavaid elemente on veelgi: vektorid elementide vahel, kuju ja värvuse kordused.

Nende kolme tähendussüsteemi koosmõjus kujuneb lehekülje lugemistrajektor (*reading path*) – järjestus, milles lugeja elemente eeldatavasti loeb ja/või skaneerib (silma).

[5] Seda struktuuri kirjeldavad juba Kress ja van Leeuwen, aga ilma konkreetse nimeta (1996: 203–207), Martinec ja van Leeuwen (2009) nimetavad seda *star pattern*.

[6] Siin on mõeldud raamimist sõna otseses tähenduses, mitte ülekantud tähenduses kui rääkimisviisi – võtmesõnade, piltide ja esitusviisi kooslust, mida rääkija kasutab info edasiandmiseks, näidates sellega, mida ta peab konkreetse teema puhul oluliseks (*media frame, framing*; nt Entman 1993; Scheufele & Tewksbury 2007; Chong & Druckman 2007; Matthes 2009).

Lehekülje vaatamisel-lugemisel liigutakse väljapaistvamatelt elementidelt vähemväljapaistvatele, aga mittelineaarse struktuuriga leheküljel ei ole lugemistrajektor rangelt ja ühemõtteliselt määratletud. Leheküljel puudub üks ainuvõimalik alguspunkt, elemente saab vahele jätta, vaheldumisi skaneerida ja lugeda. Nii on Kressi ja van Leeuweni järelused lugemistrajektoori kohta (1996: 218–222, 1998: 205–209) mõneti sarnased silmakaamera uuringute peamiste järeldestega (nt Garcia ja Stark 1991).

Kressi ja van Leeuweni multimodaalset lähenemist aluseks võttes on terve rida autoreid loonud oma analüüsiskeeme verbaalse ja visuaalse info integreeritud uurimiseks, keskendudes eelkõige verbaalse ja visuaalse info erinevatele ruumilistele seostamisvõimalustele ja nende tähendusele. Näiteks lingvist John Knox (2007) sõnastab kolm uut mudelit lehekülje infoväärtuse analüüsimiseks *online*-ajalehtedes. Need mudelid sobivad ka paberajalehekülje analüüsimiseks, kuna nad on loodud arvestades nii ajalehetegijate igapäevase kujundustöö lähtekriteeriume kui ka lugejate eeldatavaid lugemiskonventsioone.

Esiteks vastandab Knox lehekülje üla- ja alaosa ning defineerib nende tähenduse lähtudes nende järjestusest. Lehekülje ülaosa on 'pea' (*Head*), mis annab kõige tähtsama info. Alaosa on 'saba' (*Tail*), mis järgneb ja annab vähemtähtsa, 'peale' alluva info. Teiseks vastandab ta keskmist veergu servaveergudega. Keskmises, kõige laiemas veerus on uudised, see veerg annab primaarse info. Servaveerud aitavad lugejal *online*-väljaandes navigeerida, annavad sekundaarse info. Kolmandaks vastandab Knox vasakut ja paremat poolt. Vasak pool (vasak veerg) annab ülevaate kogu võrgulehe sisust, see on makroteema (*MacroTheme*). Paremal pool (sh keskmises laias uudisteveerus) on sisu ise, reema.

Kressi ja van Leeuweni teooriale toetudes on ajalehtede esikülgi kirjeldanud mitmed uurijad (nt Machin & Niblock 2008; Rajandran 2008). Teised uurijad on nende mudelite rakendamisse ajalehtede analüüsimisel suhtunud reservatsioonidega, pidades järelusi liiga iseenesestmõistetavaks või liiga üldiseks (Kong 2006: 218; Pulkkinen 2008: 44). Eelkõige on "mitte väga motiveerituks" peetud arusaama infoväärtustest ja selle põhjal loodud lehekülje struktuurimudelite tähendusi (Bateman jt 2002: 4jj).

Karin Becker (2000: 133–134) heidab Kressi ja van Leeuweni sotsiosemiootilisele läheneamisele ette institutsionaalse perspektiivi puudumist ja operatsionaliseerimise puudulikkust. Ta leiab, et interpreteerimisprotsess on ebaselge ja seetõttu on nende loodud visuaalse disaini grammatikat raske integreerida nende arutluste abstraktsema tasemega, "ajalooliste, sotsiaalsete ja kultuuriliste tingimustega, mis loovad ja taasloovad visuaalset 'keelt'" (Kress & van Leeuwen 1996: 5). Aga Kressi ja van Leeuweni väljatõttatud analüüsiühikuid peab Becker sobivaks ning kasutab neid foto ja lehekülje suhete analüüsimisel (2000a: 134–138).

Disainerid ja kujundajad pole igapäevase küljendamistöö alusena kasutanud Kressi ja van Leeuweni pakutud semiootilisi tõlgendusi lehekülje osade erinevast infoväärtusest. Nii on ajalehekülgede analüüsimisel tehtud semiootilised järelused pigem *post hoc* tõlgendused kujundusotsustest, mille lähtekohad ja põhjused on hoopis teistsugused. Näiteks ajalehe esikülje kujundamisel on mitmed paigutusotsused tehtud juba *enne* seda, kui konkreetse päeva esikülje sisu teada on: määratud on reklaamide ja püsirubriikide asukoht, külje ülapoolde püütakse paigutada sobiv materjal, lähtudes ajalehe paigutusest müügikioskis (kui leht pooleks murtakse ja teiste vahele pistetakse, peab nähtavale jääma piisaval hulgal infot; Bateman jt 2004: 66–67).

Samas on võimalik, et lugejad loevad ajalehte toetudes nendele tähendustele, mida visuaalsemiootiline analüüs välja pakub, hoolimata sellest, et ajalehe kujundajad nendest ei lähtu. Täpsemad empiirilised andmed lugejate tegelikust käitumisest ajalehe lugemisel kinnitavad siiski vaid mõningaid Kressi ja van Leeuweni analüüsi põhjal (1996, 1998) tehtud oletusi ajalehekülje lugemise kohta.

Jana Holsanova jt (2006) uurisid silmakaamera abil, kuidas loetakse kaht kõrvutiasuvat ajalehekülge. Saadud andmeid kõrvutati Kressi ja van Leeuweni analüüsiskeemist tuletatud eeldustega lehekülje lugemistrajektoori kohta. Seitsmest eeldusest leidis kinnitust kolm: lugejad otsivad graafiliselt väljapaistvaid elemente ja paratekste, järgivad raamimisvõtteid ja seostavad omavahel joonte jm võtetega seotud elemente. Olulisi lahknevusi oli samuti kolm: lugejad ei eelda, et uus info on ajalehekülje paremal poolel; lugejad ei otsi tähtsaimat infot lehekülje tsentrist ja vähemtähtsat perifeeriast; lugejad ei skaneeri tervet lehekülge, enne kui asuvad mõnd elementi lähemalt vaatama, vaid lugemine ja skaneerimine vahelduvad pidevalt. Seitsmendale eeldusele – kas lugejad otsivad üldisemat infot lehekülje ülalosas – ei andnud uurimus selget vastust. Seega võib öelda, et empiirilised andmed ajalehe lugemise kohta toetavad Kressi ja van Leeuweni teooriat elementide väljapaistvusest ja raamimisest, aga ajalehekülje struktuuri tõlgendavad lehelugejad teisiti. Samas ei ole saadud tulemused statistiliselt üldistatavad, sest järeldused põhinevad ainult viie testitava lugemistrajektoori analüüsil.

Ka käesolevas väitekirjas ei ole lehekülje struktuuri analüüsimisel kasutatud Kressi, van Leeuweni ja Martineci poolt loodud ja arendatud visuaalsemootilisi struktuurimudeleid (Kress & van Leeuwen 1996, 1998; Martinec & van Leeuwen 2009), sest nende abil ei saa piisava detailsusega analüüsida ajalehekülje muutumist ajaloolises kontekstis.<sup>[7]</sup>

Esiteks ignoreeritakse neis mudelites ajalehe sisulist heterogeensust ja käsitletakse ühes struktuuris (= ühel leheküljel) asuvaid üksiktekte sisulise tervikuna (analüüsitakse ajalehekülge samamoodi nagu nt maali). Kuid ajalehes on tekstid ja teemad küll ruumiliselt (paigutuslikult) seotud, aga semantiline seos nende vahel võib puududa.

Teiseks arvestavad semiootilised mudelid küll kujunduselementide asukohta, aga mitte elementide visuaalse kaalu jaotumist leheküljel. Aastate jooksul on aga ajalehekülgi struktureeritud kahel viisil – tasakaalustatuna ja fokuseerituna – ning need struktureerimismoodused sugereerivad lugejale erinevat lugemisviisi ja annavad erinevaid signaale sisu tähenduse kohta. Põhimõtteliselt käsitleb kujunduselementide visuaalset kaalu Kressi ja van Leeuweni teine tähendusüsteem – elementide väljapaistvus –, aga nad ei kasuta seda leheküljemudelite defineerimisel keskse parameetrina, vaid ainult lisaselgitusena lehekülgede analüüsimisel.

Kolmandaks ei ole semiootilistes mudelites arvestatud elementide kuju, eeldades vaiki- misi, et (lehekujundus)elementid on nelinurksed. Aja jooksul on aga ajalehe kujundusele- mentide kuju muutunud, eelkõige on tähenduslikult oluline nelinurksete ja ebakorrapärase kujuga tekstiplokkide kasutamise vaheldumine.

Kõige olulisem neist puudustest on esimene, mis omistab ajaleheküljele semantilise ter- viklikkuse ja defineerib selle põhjal kujundusliku märgisüsteemi tähendusi.

## 2.2. Ajalehe välimuse periodiseeringud

Ajakirjanduse ajaloo uurimisel räägitakse ajalehtede välimuse muutumisest eri viisil. Esi- teks saab uurimused jagada sellisteks, mille jaoks kujundus on keskne uurimisteema, ja sellisteks, mis vaatavad ajalehe välimust perifeersena muude komponentide seas. Esimesse rühma kuuluvad erinevad ajalehtede välimuse ajalood ja lühemad uurimused (nt Lo jt 2000; Pulkkinen 2008), teise rühma ajakirjanduse ajalood või ajakirjanduse muutumist seletavad teoreetilised mudelid, mis puudutavad või mainivad ajalehe välimust ainult möödaminnes, marginaalsena (nt Habermas 2001).

[7] Laenatud pole ka struktuurimudelite nimetusi, et mitte omistada semiootilistele mudelitele sisu, mis neil algselt puudub.

Ajalehe välimuse ajalooga tegelevad uurimused jagunevad teoreetilisteks ja empiirilisteks. Hutt (1973) ja Kisselev (1990) analüüsivad ajalehe välimuse muutumist empiirilisel. Mervola (1995) ning Barnhurst ja Nerone (2001) aga toovad sisse ühiskonnateoreetilise dimensiooni, näidates, kuidas ajalehe välimus peegeldab ühiskonna muutumisi.

Muutumise liigendamise seisukohast erinevad ajalehtede välimuse käsitlused selle poolest, kas nad tõlgendavad muutusi sujuva protsessina või püüavad leida neis perioode. Siin vaadatud autoritest käsitlevad Allen Hutt (1973) ja Aleksei Kisselev (1990) ajalehe välimuse muutumist sujuvana, Pekka Mervola (1995) ning Kevin G. Barnhurst ja John Nerone (2001) aga toovad välja kindlad perioodid.

**Ajalehtede välimuse muutumise mudelid.** Eesti ajalehtede välimuse periodiseerimise taustaks toon viis liigendusmudelit. Esimene on Habermasi teooria avalikkuse sfäärist (2001), mis vaatleb ajakirjandust kui näidet avalikkuse struktuuri muutumisest, kusjuures ajalehe välimus leiab selles mainimist marginaalsena. Teine on Barnhursti ja Nerone'i meediasotsioloogiline mudel (2001), mis seostab ajalehe välimuse demokraatliku kodanikuühiskonna muutumisega. Kolmas on Mervola (1995) ajalehe välimuse ajaloo empiiriline mudel. Lisaks saab ajalehe välimuse muutusi sisse viia ka meediami eluringi mudelisse (nt Lehman-Wilzig & Cohen-Avigdor 2004). Viimane mudel liigendab ajalehtede kujundamise vernakulaarseks ja professionaalseks etapiks, lähtudes lehtede välimuse muutumise viisist.

**Jürgen Habermasi** avalikkuse struktuurimuutuse teooria (eestikeelsena 2001, saksa-keelsena 1962/1989) keskne mõiste on avalik sfäär. See on avaliku arutelu areen, foorum, mis on rohkemal või vähemal määral avatud ühiskondlike probleemide vabaks aruteluks. Avalikkuse sfääri analüüsides defineerib Habermas ka selle muutuste epohhidele vastavad domineerivad uudiste tootmisviisid lähtudes sellest, kes ja kuidas kontrollib uudiste kirjastamist. Habermas defineerib pressis arengus viis etappi, mida ta väga detailselt ei erista (Habermas 2001: 244jj; vt ka Høyer 1998: 4–8).

Esmalt kasvab erakorrespondentsi süsteemist välja väiketrukkalite loodud lihtne uudiste-ringlus, mille sisuks on peamiselt välismajandusuudiste vahendamine toetudes välismaistele väljaannetele ja eesmärgiks väikse kasumi teenimine.

Teises etapis kandub koos pressivabaduse kehtestamisega 1695. a Inglismaal ajakirjanduse tähelepanu välisündmustelt kodumaistele ning uudisajakirjandus muutub literaatide ajakirjanduseks ('õpetatud' ajalehed, moraalinädalakirjad, poliitilised ajakirjad), mille eesmärk ei ole kasumi teenimine. See on toimetajate-väljaandjate missioon, mille eesmärk on ideede vahendamine laiemale publikule.

Kolmandas etapis kasvab sellest välja arutlev meelsusajakirjandus, mis vahendab ja võimendab avalikku arutelu. See on Habermasi jaoks kodanliku avalikkuse kuldaeg, mil ajakirjandus on arutleva publiku institutsioon vastukaaluks riigivõimule, avatud kriitiliseks dialoogiks ja diskussiooniks kõigile, kusjuures kirjastajad tegutsevad kasusaamise eesmärgiga.<sup>[8]</sup>

Neljandas etapis vabastab poliitiliselt toimiva avalikkuse legaliseerimine ajakirjanduse arutlemise survest ja seetõttu hakkab ajakirjandus üha rohkem orienteeruma kasumi teenimisele. Ajalehed muutuvad odavamaks, levivad massiliselt ning kuulutused ja reklaam moodustavad olulise osa väljaannete sissetulekust lisaks senisele väljaannete ostjatelt saadud rahale. Ajakirjandus kommertsialiseerub, "omandab niisuguse ettevõtte iseloomu, mis toodab kaubana kuulutustepinda, mille muudavad turustatavaks toimetuse leheküljed" (Karl Bücher, tsiteeritud Habermas 2001: 246 kaudu). Kommertsialiseerumine on seotud aja-

[8] Habermasi kriitikud toovad esile peamiselt seda, et Habermasi avalikkuse sfäär on eelkõige normatiivne mõiste, kuna sellist ideaalset avalikkust pole kunagi kusagil eksisteerinud (vt nt ülevaadet ajakirjandusuurijate kriitilistest käsitlustest Høyer 1998: 6–7; debatist üldisemalt Gestrich 2006: 413–414), aga see on ajalehe välimuse ja käesoleva töö seisukohast teisejärguline.

kirjanduse industrialiseerumisega. Unifitseeritud ja varasemast palju efektiivsema tehnika tootmisvõimsus dikteerib (suurema) tootmismahu, mida ei saa enam paindlikult varieerida. Seetõttu on ajalehtedel tarvis pikaajalist müügistrateegiat, et tagada võimalikult stabiilne laiaulatuslik levik ja turg. Selleks madaldatakse ajalehe sisulisi standardeid.

Kommertsialiseerumine on Habermasi jaoks avalikkuse sfääri ja ajakirjanduse allakäigu põhjus ja algus. Ajaliselt paigutab ta selle 1830. aastatesse, mil nii Inglismaal, Prantsusmaal kui USA-s hakkab ajakirjandus muutuma äriks, kus uudiste valik ja toimetamine saab tähtsamaks kui väljaande oma ideelise joone järgimine.

Lisaks kommertslikule ajakirjandusele tekib meelsusajakirjandusest parteiline ajakirjandus, mis samuti kitsendab toimetaja tegutsemisvabadust, aga mitte majanduslikult, vaid parteilise kontrolliga.

Avalikkuse sfääri muutumisega järgnevad ajakirjanduslikud epohhid Habermasi käsitluses üksteisele pöördumatus järjestuses. Koos avaliku sfääri allkäguga väheneb ajakirjanduse sotsiaalne tähendus ja kasvab ajakirjanduse tööstuslikkus. Ajalehti tehakse üha suuremale auditoriumile, meediaimpeeriumid suurenevad ja nende käigushoidmine nõuab stabiilselt suurt sissetulekut. See saadakse eelkõige reklaami müügist. Reklaamipinna müügist sõltumine omakorda soodustab orienteerumist võimalikult laiale publikule, aga läbimüügi suurendamise eest maksavad ajalehed sisu depolitiseerimisega. Proportsionaalselt ajalehe auditoriumi suurenemisega kaotab poliitiliselt arutlev ajakirjandus mõju. Nii muudab kommertslik massiajakirjandus kriitilise publiku passiivseks tarbijaskonnaks.

Ajakirjanduse vormilist poolt mainib Habermas oma ajakirjanduslikes epohhides eraldi vaid ühel juhul, tuues massiajakirjanduse olulise joonena esile 'psühholoogiliste hõlbustuste' kasutuselevõttu, sh visuaalsuse suurendamist. Visuaalsuse suurendamist mõistab ta ajalehe reklaamimisena, tarbimiskõlblikkuse suurendamisena, võttena, mis kutsub ajalehte lugema ka neid, kellel puudub selleks tarvilik kvalifikatsioon (2001: 226, 228–229, 236).

**Kevin G. Barnhurst ja John Nerone** (2001) kõnelevad oma monograafias USA ajalehete uudiste vormi muutumisest ning laias plaanis sarnaneb nende teoreetiline liigendusalus Habermasi ideedega avalikkuse ja ajakirjanduse muutumisest. Ajaleheuudiste välise vormi geneesi seostavad nad eelkõige ühiskondliku mõtte, kodanikuühiskonna ja ajakirjanduse muutumisega.

Nad rõhutavad sotsiaalse konteksti olulisust, seda, et ka ajakirjanduse esteetilised printsiibid ja praktikad on sotsiaalselt konstrueeritud, mitte lihtsalt oma valdkonna autonoomsed valikud. Samas distantseeruvad nad otsustavalt tehnoloogilis-deterministlikust traditsioonist ja käsitlevad tehnoloogia arengut ainult ühe mõjurina dialektilises protsessis koos majanduse, kultuuriliste väärtuste, poliitiliste liikumiste, ühiskondliku võimu jaotumise jm mõjuritega.

Barnhursti ja Nerone'i käsitluse iseloomulik joon on ajalehe vormi seostamine võimuga. Meediumi vorm kodeerib võimusteemi, vorm rajab võimu keskkonna. Nii on ajalehe vorm poliitiline isegi siis, kui ajaleht poliitikat ignoreerib. Mõned ajalehevormid on olemuselt demokraatlikumad kui teised, võimaldades lugejal vabamalt lugemispraktikat varieerida.

Teine oluline joon Barnhursti ja Nerone'i uurimismetoodikas on ajalehe verbaalse ja visuaalse poole integreerimine. Kuna lugejad ei võta ajalehte vastu üksikute tekstitükkide ja piltidena, vaid tervikuna, siis püüavad Barnhurst ja Nerone uurijatena mitte vastandada sõnu ja pilte ega seada üht neist kõrgemale, sest ühele koostisosale keskendumine võib varju jätta terviku idee.

Lugejate jaoks kitsendab ajalehe vorm tähenduse loomise võimalusi. Ajalehe vorm sunnib lugejatele peale vaikivad reeglid, mis lubavad kindlaid lugemispraktikaid ja töötavad teiste vastu. Isegi kui lugeja avaldab vastupanu ajalehe välimuse pool sugereeritud lugemis-

viisile, siis saab ta seda teha ainult talle ette antud keskkonnas. Nii 'juurutatakse' lugejate praktikad koos meediatööstuse praktikatega ja teiste kultuuriliste praktikatega ajalehe vormi. Tekkinud vorm võib elada kümneid aastaid (ja mõnes aspektis fossiilistuda isegi sajanditeks).

Skemaatiliselt analüüsivad Barnhurst ja Nerone USA ajalehti kolmel tasandil: ajalehe stiil, tüüp ja põhimetafoor. Ajalehe stiili all mõistavad ajalehe vahetut visuaalset välimust. Stiili evolutsioonis eristavad nad kuus perioodi: föderaalne, transiit-, erakondlik, imperiaalne, viktoriaanlik ja modernistlik periood, mis omakorda jaguneb neljaks faasiks (proto-, klassitsistlik, kõrg- ja hilismodernism).

Ajalehe tüüp toob esile ajalehe tootmises domineerival positsioonil oleva tegija. Ajaleht võib olla trükkali, toimetaja, kirjastaja, tööstuslik, professionaalne või korporatiivne leht.

Põhimetafoor ehk ideaal selgitab ja piltlikustab ajalehe funktsioneerimist ühiskonnas: ajaleht kui rahvakoosolek, kohtusaal, turuplats, kaubamaja, ühiskondlik kaart, register. Need metafoorid ühendavad kirjeldavat ja normatiivset dimensiooni, selgitades nii seda, kuidas ajaleht funktsioneerib, kui ka seda, kuidas teda eeldatakse funktsioneerivat.

Seega pole Barnhursti ja Nerone'i uurimisobjekt mitte lihtsalt ajaleheudiste välimus, vaid USA ajalehede muutumine laiemalt, aga kinnitust oma järeldustele otsivad nad eelkõige ajalehede vormist ("We have found in the form of newspapers a history of everything we could think of."<sup>[9]</sup> – Barnhurst & Nerone 2001: 13).

Kolmel tasandil toimuvate muutuste põhjal jaotavad Barnhurst ja Nerone USA ajalehede vormi aastatel 1750–2000 neljaks formatsiooniks, nimetades neid ajalehe võtmeisiku või terve ühiskondliku ajastu abil: trükkali, erakondlik, viktoriaanlik ja modernne/modernistlik formatsioon (tabel 2.1).<sup>[10]</sup> Ajaliselt esitavad nad formatsioonid mitte piiride, vaid keskmete põhjal, tuues välja tipud, mille vahele jäävad üleminekuajad (2001: 220–222, 227–228).

**1.** Trükkali ajalehele (*printerly newspaper*, tippaeg 1750 – 1810. aastatel) on iseloomulik raamatulik, kodukootud välimus ja käsitöönduslik tootmine. Ajaleht näeb välja nagu odav raamat. Võtmeisik on trükkal, kes tänapäeva mõistes täidab nii kirjastaja, toimetaja, reporteri (juhulikult) kui kujundaja ülesandeid. Tunnuslik on passiivne uudistekogumine (saadud kirjad, nopped kirjalikest ja suulistest allikatest), harva kõlab lehes tegija enda hääl. Käsitöönduslik taust loob ajalehe vormi ja algelemendid. Raamatulik ja range stiil on vastavuses tollaste tootmisrutiinidega.

**2.** Erakondlikule ajalehele (*partisan newspaper*, tippaeg 1830.–1840. aastatel) on iseloomulik keerukam tööjaotus. Lehel on toimetaja, kelle ülesanne on ajalehe sisu korraldamine ning kelle tõekspidamised ei pruugi vastata trükkali väärtustele. Ajaleht hakkab vormilt raamatust eristuma: formaat on suurem, kasutatakse tugevamaid kirju, dekoratiivseid jooni, puugravüüre reklaamides. Erakondliku formatsiooni tekkele annab tuge Ameerika revolutsioon ja Ameerika Ühendriikide loomine, mis lõhub endise koloniaalmaailma. Massipoliitika ajastu märgib erakondliku formatsiooni algust. (Barnhurst & Nerone 2001: 51–67).

Kui seada formatsioonide määratlemisel keskmesse ajalehe välimus (ehk ajalehe stiil Barnhursti & Nerone'i määratluses), siis võib järeldada, et erakondlik ajaleht on pigem üleminekuvorm trükkali- ja viktoriaanliku ajalehe vahel – varasemast on veel alles raamatulikud kujundusvõtted, uudsed jooned on suurem formaat ja liigendatum välimus.

**3.** Viktoriaanlik ajaleht (*Victorian newspaper*, tippaeg 1860.–1880. aastatel) on ülekoormatud ja toimekas popurrii, mida juhatab kirjastaja. Turuühiskonna teke ja pressi kommertsialiseerumine 19. sajandi keskpaiku integreerib ajalehed üha rohkem ärisse. Ajalehest saab

[9] Me leidsime ajalehe vormis kõige ajalugu, millest iganes mõtlesime.

[10] Raamat põhineb eraldiseisvatel artiklidel ja ettekannetel, nii on mõnes peatükis formatsioone liigendatud ka teisiti: trükkali, viktoriaanlik, modernne ja postmodernne formatsioon (nt lk 24).

**Tabel 2.1. USA ajalehtede periodiseering 1780–2000**

Ajalehe formatsioonid, mida Barnhurst & Nerone iseloomustavad ja analüüsivad kolmel tasandil: stiil (ajalehe välimus); tüüp (näitab, kellel on ajalehe tootmises domineeriv positsioon); ideaal (peegeldab ajalehe toimimise ideaali)

TABLE 1.1. EARLY NEWSPAPER FORMATIONS

*A timeline of the principal formations, and the style periods, newspaper types of production, and controlling ideals that comprise them.*

FORMATION	PRINTERLY			PARTISAN			VICTORIAN				
YEAR	1780	1790	1800	1810	1820	1830	1840	1850	1860	1870	1880
STYLE	Federal		Transitional		Partisan		Imperial		Victorian		
TYPE	Printer's paper			Editor's paper			Publisher's paper				
IDEAL	Town meeting			Courtroom			Marketplace				

TABLE 1.2. MODERN NEWSPAPER EVOLUTION

*A timeline of the stylistic phases, types of production, and ruling ideals for transitions in the modern newspaper formation*

FORMATION	VICTORIAN					MODERN					
YEAR	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990
PHASE	Traditional			Proto		Classicist		High		Late	
TYPE	Industrial					Professional			Corporate		
IDEAL	Department store					Social map			Index		

Allikas: Barnhurst & Nerone 2001: 15, 20 (üंबरtrükk)

kommertstoode ja turustatav kaup. Ajalehtede maht ja tihedus kasvavad, nad esitavad maailma laiemalt ja mitmekesisemalt. Liigendamata (*'undigested'*) uudiste- ja reklaamilaviin pannakse lehte segadusseajava eklektilisusega. Ajalehe sisu ja vorm on aktiivsed, mitmekülgsed, ebaühtlased. Ajalehele annab 'näo' kirev kirjadevalik, aga 19. sajandi teisel poolel hakatakse uudiste edastamiseks kasutama ka visuaale (kuni 1900. a peamiselt joonistusi, hiljem fotosid).

4. Modernistlikul ajalehel (*modern, modernist newspaper*<sup>[11]</sup>, tippaeg alates 1920. aastast) on varasemast sihipärasem ja organiseeritum välimus ning teadlik kujundus. Sellised ajalehed hakkavad tekkima ajakirjanduse professionaliseerumise mõjul maailmasõdade vahel. Ajakirjanik hakkab lugeja eest otsustama, mis on oluline, ja seni sporaadiliselt kasutatud kujunduselemendid (tüpograafia, pealkirjad, pildid jms) saavad püsiva ja voolujoonelise vormi, mis neid otsuseid väljendab. Voolujooneline ja ratsionaalne esikülj hierarhiliselt paigutatud lugudega ütleb lugejale, mis on maailmas täna kõige olulisem. Kui seni oli ajaleht lugejale *korrastamata* maailma *peegeldanud*, siis modernistlik ajaleht hakkab lugeja jaoks

[11] Termini kasutus ei ole järjekindel – vahelduvad *modern* ja *modernist*. Modernse ja modernistliku kasutamist samatähenduslikuna esineb ka teistel ajakirjandusuuriatel (nt Lundström 2004; Høyer & Nonseid 2005). Kasutan terminit 'modernism', mis on spetsiifilisem, kitsam ja täpsem kui lihtsalt modernne, moodne või tänapäevane ajaleht.



autoritaarselt *kaardistama* maailma *olulisi sündmusi*, st valib, süstematiseerib, hierarhiseerib ja vastandab (kontrastib). Ajalehtede maht kasvab, nad jagatakse osakondadeks – see lahterdab ja sildistab uudiseid veelgi. Üleminekul modernismile on üks võtmelement fotode igapäevane kasutamine ja muutused, mis see endaga kaasa toob.

Modernistlik formatsioon jaguneb nelja faasi: proto-, klassitsistlik, kõrg- ja hilismodernism. Igas faasis on esiplaanil teatud uuendused:

- protomodernistlik faas algab angloameerika lehtedes I maailmasõja ajal ja selle keskne tunnus on pealkirjade muutumine efektiivsemaks (vt ka Hutt 1973: 96–97);
- klassitsistlik faas algab 1930. aastatel, tunnuslik on trükikirja unifitseerimine;
- kõrgmodernism algab 1970. aastatel, tunnuslik on lehekülje fokuseerimine;
- hilismodernism algab 1980. aastatel, tunnuslik on tehniline ratsionaliseerimine ja disainerite 'diktatuur' (Barnhurst & Nerone 2001: 20–22, 202–211).

Kuigi Barnhurst ja Nerone on võtnud kesksiks mõisteks modernismi, ei toetu nad moderniseerumisteooriale. Modernistlik ajaleht ei ole nende käsitluses senise sotsiokultuurilise evolutsiooni tipp, vaid modernsele ühiskonnale omane ajalehevorm. Ka käsitlevad nad modernistlikku ajalehte kultuurikolonialismi võtmes. Välimuselt modernistlik ajaleht tekib nende järgi Inglismaal ja USA-s 20. sajandi esimesel poolel (saades disainimõjutusi peamiselt Euroopa kunstisuundumustest) ning levib 20. sajandi teisel poolel Trooja hobusena esmalt Ladina-Ameerikasse, siis Euroopasse ja Aasiasse.

Miks Trooja hobusena? Barnhurst ja Nerone rõhutavad, et vastupidiselt modernistide üldlevinud arvamusele ei saa importida vormi ilma sisuta, st ajalehe modernistlik vorm on ideoloogiliselt laetud, see ei ole 'tühi anum', mis lihtsalt võimaldab suurendada uudiste edastamise ratsionaalsust ja efektiivsust (Barnhurst & Nerone 2001: 276–283). Lev Manovich (2001) parafraseerides saab öelda, et modernistliku ajalehe visuaalne keel modelleerib maailma ja selles valitsevaid suhteid tugevalt hierarhilisena ja fragmentaarsena.

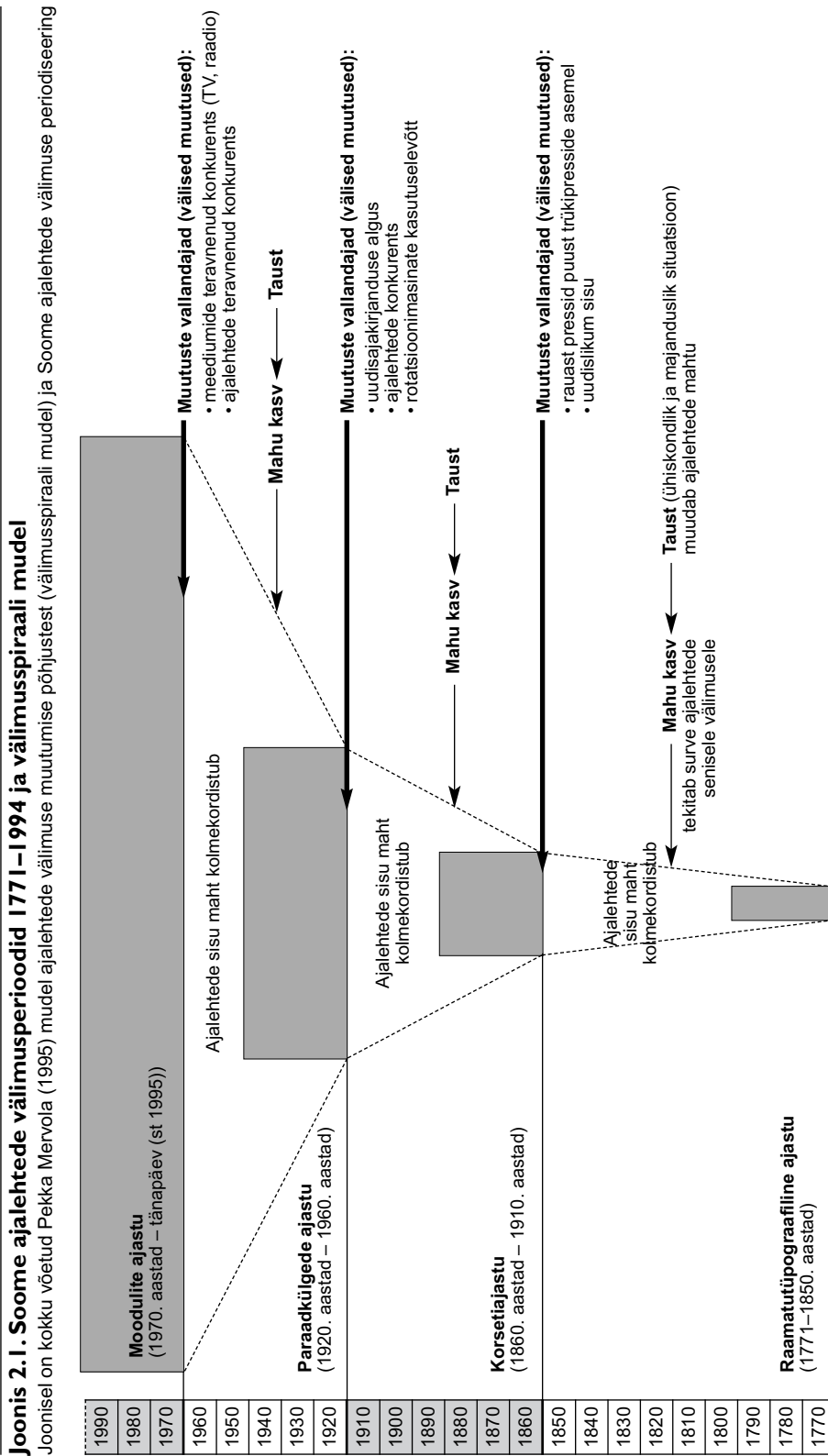
Lisaks kirjeldavad ja analüüsivad Barnhurst ja Nerone ka postmodernistlikku ajalehte, mida 2000. a USA peavoolu-paberajalehtede hulgas veel ei esine, aga mille tunnused on *online*-ajalehtedes juba olemas, ja ennustavad modernistliku formatsiooni lõppu ka paberlehtedes. Postmodernistlikule lehele on iseloomulik fragmentaarsus, visuaalne intensiivsus, eklektilisus: erksad värvid, palju väikseid kujunduselemente. Nii on uues formatsioonis mitmeid neoviktoriaanlikke jooni (Barnhurst & Nerone 2001: 283jj).

**Pekka Mervola** (1995) uurib Soome ajalehtede välimust empiiriliselt. Ta analüüsib, kuidas on Soome lehtede välimus muutunud algusest kuni tänapäevani, ja toob esile muutuste sotsiaalseid põhjusi. Samas ei esita ta ajalehe välimusmuutuste taustaks mingit ühiskonnamuutuste teooriat.

Mervola liigendab Soome ajalehtede välimuse ajaloo nelja perioodi, millele ta annab nimed ajalehe välimusele kõige iseloomulikumate metafooride abil (joonis 2.1).

1. Raamatutüüpograafilisel ajastul (sm *kirjatypograafian aika*, ingl *the Era of Book Typography*; 1771 – 1850. aastad) on Soome ajalehtede välimus samasugune kui tollastel raamatutel: sama formaat, samasugused teksti- ja pealkirja-kirjad. Lehetegijad on rohkem kirjanikud kui ajakirjanikud. Ajalehes ilmub rohkem lugusid ja jutte, uudiseid on küllalt vähe. Trükikodade jaoks on ajalehtede trükkimine kõrvaltöö sissetuleku suurendamiseks, tehnika ja trükikirjad on mõeldud raamatute trükkimiseks.

2. Korsetiajastu (*korsetin aika*, *the Era of the Corset*; 1860.–1910. aastad) ajalehtede formaat on raamatutest suurem, maht tavaliselt neli lehekülge. Ladumisel muudetakse kõik lood visuaalselt sarnaseks ja surutakse 'korseti' sisse – veeruvahejoonte vahele. Enamik elemente on üheveerulised, lood algavad visuaalselt rõhutatud märksõnadega, ainult üksikud



lood on pealkirjastatud. Visuaale kasutatakse harva. Ajalehti toimetavad juba elukutselised toimetajad, toimetuste koosseisud suurenevad.

**3.** Paraadkülgede ajastul (*paraatisivujen aika, the Era of Parading Pages*; 1920.–1960. aastad) on ajalehenumbri lehekülgede arv kasvanud ja sisu paremaks organiseerimiseks jagatakse lehenumber välimuse abil kaheks: paraadküljed (esikülj, ka kolmas külj), kuhu pannakse tähtsamad uudised koos mõjusate visuaalide ja mitmeveeruliste pealkirjadega, ning muud leheküljed, mis täidetakse endiselt üheveeruliste elementidega nagu korsetiajastul.

**4.** Moodulite ajastul (*lohkojen aika, the Era of Modules*; alates 1970. aastate algusest) kujundatakse ajaleht moodulitena – lood, pealkirjad, visuaalid moodustavad leheküljel nelinurkseid alasid. Ajalehes domineerivad mitmeveerulised pealkirjad, need annavad lehekülgedele rütmi, kuna teksti- ja veerupiirid torkavad vähem silma. Ajalehe välimus uniftseerub. Kuna vastutus välimuse eest jaotub rohkemate inimeste vahel, jääb ühele ajakirjanikule vähem lehekülgi ja tal on aega külgi hoolikamalt kujundada.

**Sam Lehman-Wilzigi ja Nava Cohen-Avigdori meediumi eluringi mudelis<sup>[12]</sup>** (2004) jagatakse meediumi eluiga viide tsüklisse lähtudes selle kasutajate hulgast: sünd, turule tulek, kasv, küpsemine, enesekaitse (*defensive resistance*) ja viimane tsükkel, mis võib olla erinev: adapteerimine, konvergents ehk sulandumine või aegumine (*obsolescence*). Adapteerimise/sulandumise tsükli järel alustab muutunud meedium uut eluringi uue meediumina. Nii on tegemist ringmudeliga, kus iga uus meedium on mõjutatud varasemast meediast ja vastupidi.

Autorid ei tegele oma mudelis ajalehe välimusega, kuid seda saab mudeli ühe parameetriga hästi käsitleda. Käesolevas ülevaates olengi lisanud Lehman-Wilzigi ja Cohen-Avigdori defineeritud meediumi tsüklitele ajalehe välimuse muutumisele iseloomulikud tunnused.

**0.** Sünd. Ajaleht sünnib varasema meedia pideva uuenemise tulemusena. Ta on raamatu otsene järglane, mis oma regulaarse ilmumisega lisab raamatule uudislikkuse dimensiooni. Välimuselt on ajaleht raamatu sarnane. See annab ajalehele eelise saada üle 'katkendlikkuse faktorist' tavapäraselt konservatiivse auditooriumi hulgas. Varasemast meediast tuttava välimusega on uuel meediumil kergem kasutajaid leida.

**1.** Turule tuleku tsükkel (kasutajaid 0–16%)<sup>[13]</sup> on ajalehtede puhul küllalt pikaldane. See ühtib ajalehe välimuse algetapiga, mil lehed on endiselt raamatuliku välimusega.

**2.** Kasv (kasutajaid kuni 50%). See on tsükkel, kus tegijad hakkavad uuest meediumist paremini aru saama ja muudavad ta 'iseendaks'. Ajaleht 'vabastab' end varasema meedia paradigmat, kujuneb välja talle ainuomane välimus: raamatust suurem formaat, palju veerge, üksikud visuaalid.

**3.** Küpsemine (kasutajaid on 50–90%) – see on meediumi kuldne iga, mil ta domineerib meediaaailmas (vähemalt oma funktsionaalses nišis). Ajalehes võetakse kasutusele mitmeveerulised elemendid, modulaarne kujundus, kontrastsem ja funktsionaalsem välimus.

**4.** Enesekaitse. Meediumi hakkavad ohustama teised, nooremad meediumid. Kasutajate hulk ja sissetulekud vähenevad. Sellele reageerib vana meedium uue meediumi ründamisega, pannes kahtluse alla selle usaldusväärsuse ja hirmutades ohtudega (nt televisioon kui vägivalda propageerija).

**5.** Adapteerimine või sulandumine või aegumine. Ajaleht hakkab väljakujunenud ainuomast välimust teiste meediumide mõjul muutma.

[12] Meediumi arengumudeleid on ka teisi (vt Leckner 2007: 36–38, 71–72; Picard 2008: 715), valitud mudel on neist kõige detailsem.

[13] Kasutajate protsent näitab, kui suur hulk võimalikust auditooriumist selles tsüklis meediumi kasutab. Need arvud on Lehman-Wilzig ja Cohen-Avigdor lisanud mudelisse ilmselt lähtudes interneti kasutajate hulgast, varasema meedia kasutajate täpseid osakaale pole mõõdetud.

Meediumi arengu neljandas ja viiendas tsükli muutub ajalehtede välimus funktsionaalselt ühtmoodi. Kasutatakse korrakaht vastandlikku taktikat: esiteks ajaleht sarnastub uute meediumitega funktsioonidelt, imiteerib neid ja teiseks ta eristub neist, täiendab neid. Näiteks kasutab ajaleht rohkem fotosid ja värvi (sarnastub (värvi)televisiooniga) ning samas muutub analüütilisemaks (eristub muust uudismeediast).

**Vernakulaarne ja professionaalne kujundus.** Eelnevad mudelid lähtusid sellest, millised muutused ajalehtede välimuses toimuvad ja kuidas need on seotud ühiskonna ja meedia muutumisega. Teisest küljest on oluline ka see, kes ja mis eesmärkidel neid muutusi konkreetselt ajalehes läbi viib. Sellest seisukohast jaguneb ajakirjanduse välimus kahte suure perioodi: vernakulaarne ja professionaalne (Pile 1979; Barnhurst & Nerone 2001).

Termin 'vernakulaarne' on pärit keeleteadusest, kus ta tähistab argikeelt vastandina 'haritavale' ja standardiseeritud keelele. 1949. a töi John A. Kouwenhoven raamatus "Made in America" termini disaini konteksti, rääkides peamiselt ehitistest ja arhitektuurist, aga ka disainist üldisemalt. Nagu analoogia põhjal võib arvata, tähistab termin igapäevast, rutiinset kujundamist ilma teadliku planeerimiseta.

Toetudes John F. Pile'i vernakulaarse disaini määratlusele (1979: 40), saab öelda, et ajalehe välimus on vernakulaarne siis, kui selles pole eelnevat teadlikku uurimist ja planeerimist visandite või mudelite abil. See on stiihiliselt kujunenud välimus, mida loovad spetsiaalse erihariduseta ametimehed (kellel võivad olla ja sageli ongi kitsalt spetsialiseeritud käsitöõnduslikud erioskused nagu nt ladujatel, trükkijatel, tsinkograafidel). Vernakulaarne disain on käsitöõnduslik ja järjepidev, drastilisi ja radikaalseid uuendusi selles ei tehta. Disaini vernakulaarne areng on võrreldav loodusliku valikuga: üht asja tehakse korduvalt, tegijatele tulevad mõttesse mõned täiendused-parandused, mida katse-eksituse meetodil ellu viiakse. Vernakulaarsele ajalehekujundusele on iseloomulik tasakaalustatud ja sümmeetriline kompositsioon ning varieeruv tüpograafia. Ajalehe vormi abil ei hierarhiseerita ega kategoriseerita infot (Barnhurst & Nerone 2000: 59).

Professionaalsel perioodil<sup>[14]</sup> hakatakse ajalehe välimusele seadma selgeid eesmärke: välimus peab lehe sisu esitlema, näitama lugude suhtelist tähtsust, osutama lugejale lugemisjärjekorda jms. Nende eesmärkide täitmiseks hakatakse kasutama seniseid ja uusi tüpograafilisi lahendusi ratsionaalselt läbimõeldult. See ei ole enam traditsioonidele tuginedes kujunenud välimus, vaid sihipäraselt suunatud, planeeritud ja standardiseeritud kujundus, mille loomisel toetutakse spetsialistide nõuannetele. Professionaalne kujundamine ei ole enam anonüümne, selle eest võtavad vastutuse konkreetsed üksikisikud. (Pile 1979: 40jj; Barnhurst & Nerone 2001: 13–14; 232–233).

Üleminek vernakulaarselt professionaalsele kujundusele ei ole järsk ega selgelt piiritletav, professionaalse disaini põhimõtted ilmuvad ajalehte järk-järgult aastakümnete jooksul üksikutes kujunduselementides, leheküljeosades ja lehekülgedel.

**Erinevate periodiseeringute võrdlus.** Kui võrrelda Barnhursti ja Nerone'i periodiseeringut Habermasi käsitlusega, siis mõlemad tõlgendavad ajakirjanduse muutumist allakäiguna ja peavad selle põhjuseks kommertsialiseerumist.

Habermasi jaoks seisneb ajakirjanduse allakäik ajakirjanduse sotsiaalse tähenduse vähenemises ja tööstluslikkuse kasvus ning vaba ja kriitilise publiku muutmises passiivseks tarbijaskonnaks. Selle põhjuseks peab ta tehnoloogiliselt determineeritud kommertsialiseerumist. Habermas paigutab allakäigu alguse 1830. aastatesse ja toob allakäigu vormilise

[14] Pile kasutab terminit *technological design* (1979: 51jj), aga ajalehekujunduse kontekstis pole otstarbekas seda mõistet kasutada, kuna keskne erinevus pole mitte tehnoloogilises tootmises, vaid mõtteviisis: traditsiooniline-intuiitiivne *versus* planeeritud-põhjendatud kujundus. Seetõttu kasutan vernakulaarse kujunduse vastandina Barnhursti ja Nerone'i terminit *professional design*.

peegeldajana esile visuaalsuse kasvu 19. sajandi lõpus, mil ajalehed hakkavad kasutama koomikseid (*cartoon*) ja uudispilte (*news picture*<sup>[15]</sup>; 2001: 226, 228–229).

Barnhurst ja Nerone peavad allakäiguks ajalehe välimuse liigset domineerimist, nad leiavad, et uudiste fokuseeritud esitus vähendab ja piirab otsustavalt lugeja valikuvabadust ajaleheinfo vastuvõtmisel. Selle põhjuseks on nende arvates kujunduse kommertsialiseerumine ehk 'disainerite diktatuur' – ajakirjandusliku sisu loomine lähtudes kujunduslikest nõudmistest. Barnhurst ja Nerone paigutavad ajakirjandusliku allakäigu alguse poolteist sajandit hilisemaks kui Habermas, 1980. aastatesse, mil ajalehtede turundajad on jõudnud järeldusele, et lehtede müügieduks on oluline ka ajalehtede välimus, ja mänedžerid hakkavad välimuse kaudu määrama lehtede sisu (2001: 216–218). Samasugust mänedžeride mõju ajalehe välimusele ja sisule on esile toonud ka teised uurijad ning lehekujunduse praktikud (nt Underwood 1993; Garcia 1998; Danilo 2007).

Kui võrrelda omavahel Barnhursti ja Nerone'i ning Mervola periodiseeringuid, siis empiiriliselt jagavad mõlemad ajalehe välimuse ajaloo nelja perioodi. Siiski pole need kaks käsitlust üks-ühele võrreldavad, sest autoritel on periodiseerimisel erinevad lähtealused. Mervola jaoks on keskne ajaleht ise, eelkõige ajalehenumbri ja lehekülje nähtav struktuur. Barnhursti ja Nerone'i periodiseering on mitmekihilisem ja ajalisel sujuvam, periodiseerimisel on keskne sotsiaalne ja institutsionaalne dimensioon, eelkõige sotsiaalsed ja kultuurilised ideed ja põhimõtted, mis vormivad ajalehe välimust.

Välimuse kahe periodiseeringu võrdlusele saab lisada ka meediumi eluringi mudeli tsükliid, mille piiritlemise aluseks on auditooriumi suurus. Nii on eri autorid periodiseerimisel võtnud aluseks meedia erinevad dimensioonid, s.o kas meediumi enda arengu, meediavälised (sotsiaalsed) faktorid või meediumi vastuvõtu.

Paigutades vernakulaarse/professionaalse disaini Habermasi avalikkuse sfääri struktuuri-muutuse teooria taustale, võib öelda, et professionaalsele disainile tunnuslik ratsionaalsete lahenduste otsimine info selgemaks esitamiseks kuulub Habermasi järgi täielikult ajakirjanduse allakäigu juurde. Kõik teadlikud muutused, mille eesmärk on teha ajaleht lugejale atraktiivsemaks, meeldivamaks, kergemini vastuvõetavaks ja loetavaks, on Habermasi järgi 'psühholoogilised hõlbustused', mis iseloomustavad kommertslikku ajakirjandust (2001: 228).

### 2.3. Ajalehtede välimuse muutumise seletamine

Ajalehe välimus on kõikjal ajas muutunud. See on tõstnud oluliseks küsimuseks lehe välimuse muutumise põhjused.

Suur osa lehekujundusõpikute autoreid teeb oma raamatute sissejuhatuses väikse ülevaate ka kujunduse muutumise põhjustest. Põhiliselt keskendutakse paari viimase aastakümne arengutele ja mõjurite käsitlus on üsna üldine. Enamasti jääb ebaselgeks, mida täpselt peetakse ajalehe välimuse muutumise põhjusteks, mida aga muutuste võimaldajateks. Kõige üldisemalt saab muutuste mõjurid jagada kahte rühma: tehnika areng ja sotsiaalne ilmumiskeskond. Nende rühmade rolli näevad eri uurijad erinevalt. Ühel pool on tehnoloogilised deterministid, teisel pool laialdasemate sotsiaalsete tegurite eelistajad (tehnoloogilised instrumentalistid, sotsiaalsed deterministid).

**Tehnika.** Tehnika areng ja uuendused on kindlasti mõjutanud ajalehe välimuse muutmist ning kuna uue tehnika ilmingutega (uued trükimasinad, rastermenetluse leiutamine,

[15] Habermasi raamatu eestikeelses versioonis (2001) on need sõnad valessti tõlgitud. Kuna Habermas toob näiteks 19. sajandi lõpu USA ajalehed, siis võib järeldada, et ta peab silmas tollaseid visuaalseid uuendusi: koomikseid ja uudispilte (tsinkograafiliselt klišeeritud joonistusi ja fotosid), mitte leheküljesuursi karikatuure ja piltuudiseid.

arvutite kasutuselevõtt jms) puutuvad ajakirjanikud oma igapäevatoos vahetult kokku, siis on see kõige sagedasem faktor, mida ajalehe välimuse vormijana esile tuuakse (nt Evans 1973: 3; Rehe 1985: 10–11; Henning jt 1988: 5–6; Moen 1989: 3; Underwood 1995: 71jj; Garcia 1998: 22–23). Suurem osa autoreid jääb tehnika mõjude hindamisel ebamääraseks. Väiksem osa tõlgendab tehnoloogiat ajalehe välimuse muutumise määrava mõjurina, esindades tehnoloogilist determinismi (nt Finberg & Itule 1990). Ajalehe välimust käsitletakse tehnoloogiliselt determineerituna Marshall McLuhani ja Friedrich Kittleri traditsioonis, nähes tehnoloogias meedia autonoomset vormindajat. Meedia toimib selles mudelis tehnoloogia loogika kohaselt, inimfaktor ja sotsiaalsed tegurid on teisejärgulise tähtsusega (McLuhan 1962, 1964, vt ka Levinson 1999). Tehnoloogilistele deterministidele on omane tõlgendada tehnika muutumist üksikute revolutsiooniliste 'hüpetena', mitte järk-järgulise, evolutsioonilise protsessina.

Eelkõige kerkib tehnoloogiline determinism ajalehe välimuse vormijana esile seoses arvutite kasutuselevõttuga. Arvutites nähakse 1980. aastate nn disainirevolutsiooni või visuaalse revolutsiooni käivitajat (nt Silverstein 1982/83: 10). "Computer technology /.../ is indeed the driving force behind today's explosion of visuals in newspapers. /.../ Computers have done more to change newspapers than have any other development since movable type was developed by **Johannes Gutenberg** in the 1450s in Mainz, Germany,"<sup>[16]</sup> kirjutavad Finberg ja Itule (1990: 7; 13).

**Ilumiskeskond.** Tehnoloogilis-deterministlikule lähenemisele vastanduvad tehnoloogilis-instrumentalistlikud teooriad, mis peavad tehnoloogia arengust olulisemateks mõjuriteks sotsiaalseid tingimusi ning inimeste endi vajadusi ja püüdlusi. Nende tõlgenduses on tehnoloogia vahend, tööriist, mis on inimeste kontrolli all. Tehnoloogia arengut mõistavad nad evolutsioonilise protsessina, mitte tehnoloogiliste 'hüpete' revolutsioonide seeriana.

Selle suuna äärmuslikeks esindajateks on sotsiaalsed või kultuurilised deterministid, kelle arvates ühiskondlikud ja poliitilised faktorid määratlevad täielikult tehnoloogia arenemise. Mõõdukamad autorid lähtuvad seisukohast, et sotsiaalsed muutused sünnivad tehniliste ja sotsiaalsete faktorite koosmõjus, mõistes sotsiaalsete faktorite all majanduslikke, poliitilisi, õiguslikke ja kultuurilisi tegureid (Chandler 1995; Leckner 2007: 30–31; Örnebring 2010: 58).

Mõõdukat sotsiaalset determinismi esindavad praktikud ja teoreetikud ütlevad, et lehe välimust vormib laialdaste tegurite keerukas vastastikune koostoime, kus tehnoloogia on üks tegur teiste seas. Tehnika areng iseenesest ei muuda ajalehtede välimust, vaid annab selleks ainult *võimaluse* ja *vahendid* (Barnhurst & Nerone 1991: 801–804, 2001: 213–214; vt ka Örnebring 2007, Evans 1973).<sup>[17]</sup> Harold Evans näitlikustab: "Photo-composition, web offset, computers and cathode ray tubes will none of them create satisfactory newspaper design; they will merely enable it to be created by journalists who know what they want to project and how to project it."<sup>[18]</sup> (1973: 3).

Kokkuvõttes võib öelda, et lehe välimuse muutumise mõjuriks peetakse ilumiskesk-konda selle erinevates aspektides (Evans 1973: 3; Rehe 1985: 11; Finberg & Itule 1990: 3–5; Mervola 1995: 14–15). Siin saab välja tuua järgmised tegurid.

[16] Arvutitehnoloogia /.../ on tõepoolest tänapäeva ajalehe visuaalideplahvatuse käivitunud jõud. /.../ Arvutid on teinud ajalehtede muutmiseks rohkem kui ükski teine saavutus alates tähthaaval ladumise-st, mille Johannes Gutenberg leiutas 1450. aastatel Mainzis (Saksamaal).

[17] Samamoodi ka ajalehe sisu muutmiseks (Schudson 1978: 31–35).

[18] Fotoladu, ofsettrükk, arvutid ja kineskoop – ükski neist ei loo rahuldavat lehekujundust; nad ainult võimaldavad luua kujunduse ajakirjanikel, kes teavad, mida nad tahavad saavutada ja kuidas seda teha.

Konkurents laiemas ja kitsamas mõttes avaldab otsest mõju ajalehtede välimusele. Ajalehe välimuse vormimisel võetakse arvesse uusi lisanduvaid meediakanaleid (film, raadio, uudisajakirjad, televisioon, *online*-meedia) ja konkureerivaid ajalehti, sest lugejate aeg on piiratud. Näiteks 1920.–1930. aastate angloameerika ja briti ajalehtede välimuse järsku moderniseerumist (visuaalselt tugevamad pealkirjad, kasvanud visuaalsus, funktsionaalsem tüpograafia) on seostatud filmide ja pildiajakirjade (*Life* jt) mõjuga ning reklaamikujundusvõtete assimileerimisega (Radder & Stempel 1942: 347; LeMahieu 1988: 69, 253–266).

Ajalehed muudavad uute konkurentide lisandudes oma välimust kahel viisil:

a) kopeerimisstrateegia – püütakse imiteerida ja adapteerida konkurendi eeliseid või *USA Today* looja Allen Neuharth'i sõnadega: “häbitult varastada” teistelt meediasegmentidelt see, mis usutakse endale sobivat (tsiteeritud Gladney 1992: 56 järgi);

b) kontrastimisstrateegia – püütakse diferentseeruda, leida individuaalseid võimalusi konkurentide eeliste kompenseerimiseks (Barnhurst & Mutz 1997: 46–47; Schoenbach & Bergen 1998: 92–93).

Kõige rohkem on esile toodud teleuudiste mõju ajalehtede välimusele, ühest küljest visuaalsuse kopeerimist (rohkem fotosid, suuremad fotod, rohkem paratekste, teabegraafikat, värvi; Morison 1957: 103–104; Silverstein 1982/83: 10; Kenney & Lacy 1987: 34–35; Gladney 1992: 54–57; Griffin & Stevenson 1994: 939–940; Cooke 2003: 162, 166) ja kontrastimise poolelt lugude muutmist analüütilisemaks, st ühtlasi ka pikemaks (Barnhurst & Mutz 1997: 46–47; Griffin & Stevenson 1994: 938–939; ka Ogan jt 1975: 342–343).

Kinnitusi konkurenti stimuleeriva mõju kohta ajalehtede välimuse muutumisele võib leida mitmest USA ajalehtede empiirilisest uuringust. Näiteks üksikmüügis levivad lehed, mis peavad iga päev demonstreerima lugejatele oma väärtuslikkust, on altimad välimust moderniseerima (Stone jt 1978: 766). Kahe lehe konkureerimisel on ‘jälitaja’ (väiksema tiraažiga leht) altim välimust moderniseerima (Weaver & Mullins 1975: 264; Utt & Pasternack 1985: 14). Kui ajalehtede konkurents on teravam, kasvab visuaalide ja värvi kasutamine ajalehes (1984. a andmed; Kenney & Lacy 1987).

Samas on aga välja toodud, et turukonkurenti majandusloogika kohaselt muutub erinevate kanalite ja toodete kujundus üksteisega sarnasemaks (Utt & Pasternack 1985: 12–15, 1989: 622; Kisselev 1990: 117; Cooke 2005; vt ka Schweitzer jt 1977).

Vastupidist situatsiooni – kuidas mõjub ajalehtede välimusele konkurentsipuudus – on väga vähe uuritud. Konkurentsipuudus peaks pärssima ajalehtede välimuse uuendamist. Et see nii on, kinnitab Taivani päevalehtede välimuse areng aastatel 1952–1996. Kuni 1988. a piiras seal lehtedevahelist konkurenti sõjaseisukord, keelatud oli asutada uusi ajalehti, lehtede mahule kehtis ülempiir. Situatsioon peegeldub ka lehtede välimuses: sõjaseisukorra ajal muutub lehtede välimus suhteliselt vähe, pärast sõjaseisukorra tühistamist vallanduvad plahvatuslikud muutused (kasvab visuaalsus ja värvikasutus, muutub pealkirjade paigutus, ebakorrapärase kujuga lood asendatakse nelinurksete lugudega; vt Lo jt 2000).

Ka silmapaistvalt innovaatilise välimusega ajalehed on mõjutanud teisi lehti muutuma. Need on lehed, mis esimesena, kumulatiivselt ja kontsentreeritult on võtnud kasutusele ‘õhus hõljuvad’ uued ideed ning näidanud sellega teistele teed. Igas kultuuris kerkib aeg-ajalt esile üksikuid selliseid ajalehti. Eriti USA lehekujundusõpikud ja akadeemilised uurimused on ‘revolutsiooniliste’ lehtede esiletoomisega ajalehtede välimuse muutumist aktsentueerinud ja liigendanud, esitledes oluliste mõjutajatena nt *New York Herald Tribune*’i 1963. a (Garcia 1987: 21–22; Nelson 1991: 196–198; Silverstein 2005), *Minneapolis Tribune*’i 1968. a (O’Donnell 2009), *New York Times*i 1970. aastate teisel poolel (Lupton & Miller 1996: 145; vt lähemalt Silverstein 1990), Saksa nädalalehte *Die Zeit* (1993–2002) 1990. aastatel (Rehe 1997; Stoll 2002).

Kõige mõjukamana tuuakse esile *USA Today* ilmumahakkamist 1982. a (nt Hartman 1987; Henning jt 1988: 8; Utt & Oasternack 1989: 621; Finberg & Itule 1990: 4, 11, 38–39, 96, 128–130; Gladney 1992; Lupton & Miller 1996: 142–155; vt ka Prichard 1987). *McPaper*, pabertelevisoor – need määratlused võtavad kokku *USA Today* kujundusideoloogia. *USA Today* on tiheda välimusega, väga süsteemne, värvikirev, lühikeste lugude ja paljude fotodega, teabegraafiline, väikestest infokildudest koosnev ajaleht. Kõigi nende uudsete parameetrite kontsentreerimine ühte väljaandesse on tavapärasest ameerika ajalehest niivõrd erinev, et esimestel ilmumiskuudel ennustavad paljud konkurendid lehele kiiret pankrotti. “I give it two years. Al Neuharth’s<sup>[19]</sup> ego will keep it going that long[,]”<sup>[20]</sup> ütleb *The Miami Herald* tegevtoimetaja John McMullan (*Design: The Journal of the Society of Newspaper Design* No 9 (sügis 1982): 11). Aga *USA Today* ilmub tänini. Lehe uued kujunduselemendid ja -võtted saavad 1980.–1990. aastate lääne lehtedes üha tavalisemaks ja selles on nähtud *USA Today* mõju, kuigi võib küsida, kas need tendentsid ei oleks lehekujunduses ilmnenud ka ilma *USA Today*’ta.

Kultuurilised väärtused ja traditsioonid jätavad oma jälje ajalehe välimusele laiemas mõttes (nt visuaalne pööre 20. sajandi lõpus, võõramaised eeskujud) ja kitsamas mõttes. Näiteks on 18.–19. sajandi vene ajalehed võtnud nii sisus kui välimuses eeskujuna prantsuse ja saksa lehtedest (Kisselev 1990: 68–69). 20. sajandi läänemaailma lehekujunduse arengud on suures osas saanud alguse USA lehtedest (Hutt 1973: 67jj; Barnhurst & Nerone 2001: 274jj; Nerone & Barnhurst 2001; vt ka Carr 1988). Ka eesti ajalehtede välimus on 19. sajandil mõjutatud kuulumisest saksa kultuuriruumi. Saksa ja baltisaksa lehtedest võeti eeskujuna ajalehtede struktureerimisel ja tüpograafilisel vormistamisel, eesti lehti hinnati saksalike standardite ja ideaalide järgi.

Ajalehe välimust mõjutab ka parasjagu valitsev esteetilis-visuaalne mood. Eelkõige peegeldub see tüpograafilistes valikutes (tekstikirjad, jooned, eri kirjade ja kujundusvõtete kombineerimine jms). 20. sajandil on kõige laiaulatuslikum mõjur olnud modernistlik esteetika, mis alates 1920. aastatest on muutnud lääne ajalehtede välimust (Nerone & Barnhurst 1995; Barnhurst & Nerone 2001: 20–22). Kitsamalt võttes saab eritleda ka üksikute disainerite mõju. Näiteks on 1980.–1990. aastatel ka ajalehekujundajate ideid suunanud briti graafilise disaineri Neville Brody ajakirja- ja plakatikujundused (vt Wozencroft & Brody 1988) ning ameeriklase David Carsoni ajakirja- ja reklaamikujundused (vt Blackwell & Carson 1995).

Majandus laiemalt, aga ka konkreetse lehe majanduslikud ressursid avaldavad mõju ajalehete välimusele (nt võimalus asutada tsinkograafiatöökoda, kasutada värvitrükki, palgata fotograaf või teabegraafik). Väga otseselt mõjutab majanduslik olukord lehtede mahtu, samuti peegeldub see ajalehes kuulutuste ja reklaami hulga kaudu.

Lehenumbri maht näib olevat nii ilmne tegur lehtede välimuse mõjutamisel, et seda mainitakse vaid möödaminnes, üksikutel juhtudel (nt Barnhurst & Nerone 1991: 803). Kesksena on see esile toodud Mervola käsitluses (1995), mahupiirangut kui poliitilise kliima peegeldust, mis mõjutab ka ajalehe välimust, toovad esile Lo, Paddon ja Wu (2000: 882).

Ühiskondlik võim ja poliitika. Valitsejad ja poliitikud ei sekku majanduslikult vabas ja demokraatlikus ühiskonnas ajalehe välimusse otseselt, aga ometi mõjutavad nad ajalehe välimust oma tegevuse kaudu. Näiteks suured sõjad on märgatavalt teisendanud lehtede välimust. Sõdade ajal on uudised lugejatele tavapärasest olulisemad ning ajalehed püüavad neid edastada võimalikult palju ja võimalikult ahvatlevalt, sageli selliste võtetega, mida varem pole (pidevalt) kasutatud (Hutt 1973: 58, 88, 130; Evans 1973: 23–24).

[19] *USA Today* asutaja.

[20] Ma pakun kaks aastat. Al Neuharth’i ego hoiab lehte senikaua käigus.



Ajakirjanduslike praktikate mõju jaguneb laias laastus kaheks. Kitsamas mõttes mõjutab lehe välimust ajalehe loomisprotsess ja oma aja žanrikonventsioonid. Laiemas mõttes on mõjuriks ajakirjanduse roll ühiskonnas ning eri žanride roll ajakirjanduses eneses (eriti uudiste kui keskse lehežanri roll). See määrab, missugused teemad on lehe keskmes, missugused perifeerias, ja mõjutab kasutatavate esitlusvõtete vormi. Näiteks USA-s sai uudisajakirjandus tavaliseks enne 19. sajandi keskpaika (vt Schudson 1978: 14jj; Chalaby 1996; Barnhurst & Nerone 2001) ja koos sellega hakati ka uudiseid visuaalselt tugevamalt esitama (neid pealkirjastati, tähtsamatele uudistele pandi (palju) alapealkirju, vt Hutt 1973). Selleaegsetes Soome ajalehtedes ei olnud uudised kesksed ja seetõttu puudusid neil spetsiifilised siltatorkavad esitlusvõtted (uudiseid ei pealkirjastatud, nende alguses olid vaid paksus kirjas märksõnad, uudiseid esitati rubriigistatud massina, vt Mervola 1995: 82–84).

Lugejate mentaliteedi ja ootuste muutumine annab samuti põhjust ajalehtede välimuse muut(u)miseks. Näiteks alates 1950. aastate teisest poolest levis suuremates lääneriikides üha laiemalt televisioon (vt Tijnstra 1959) ja arvatakse, et 1970. aastateks olid lugejad harjunud televisiooni visuaalsusega ja ootasid ka ajalehtedelt suuremat visuaalsust (Gladney 1992: 54; Cooke 2003: 162). 1980. aastateks olid ameeriklased harjunud värviteleviisiooniga, värv oli saanud meediakeskkonna osaks ja sellel oli kumulatiivne mõju ka lugejate ootustele ajalehtede suhtes (Kenney & Lacy 1987). Tänapäeval püütakse lehti kujundades vastu tulla *online*-meediaga harjunud noorema põlvkonna eeldatavatele soovidele: kompaksemad (väiksema formaadiga ja õhemad) ajalehed, lühemad lood, selge ja sildistatud liigendus (Barnhurst & Wartella 1991; Wanta & Gao 1994; Schoenbach & Bergen 1998: 96; Raeymaeckers 2004).

Viimastel kümnenditel on ajalehe välimust mõjutanud ka ajalehetoiimetajate muutunud arusaam ajalehe välimuse rollist ajalehes. Kui 1983. a arvas pool USA lehetoiimetajatest, et lugejad ei pööra lehtede välimusele erilist tähelepanu, siis neli aastat hiljem arvas 67% küsitletud toimetajatest, et tüüpiline lugeja lähtub ajalehe valikul (ka) ajalehe kujundusest (Utt & Pasternack 1989: 622, 626; vt ka 2003: 57). Alates 1980. aastatest on toimetajad lehe välimust üha tähtsamaks pidanud ja omanikud on ajalehtede välimuse arendamiseks üha rohkem investeerinud. 1978. a USA-s asutatud ajalehekujundajate ühing Society of Newspaper Design (hiljem The Society for News Design) on kasvanud ülemaailmseks organisatsiooniks, millel oli 2005. a üle 2500 liikme (Membership 2009). Nii on 1990.–2000. aastatel tõusnud ajalehtede kujundamisel esiplaanile turunduslik lähenemine, mille kohaselt ajaleht peab välja nägema võimalikult lugejasõbralik ja visuaalselt atraktiivne (Underwood 1995; Garcia 1998: 23; Danilo 2007: 32). Muutused on andnud alust kasutada mõistet 'disainerite ajaleht'. See on ajaleht, kus kõik ajakirjanikud defineerivad oma tööülesandeid kui üht osakest uudiste *disainimisest*, lugusid planeeritakse lähtudes ajalehe välimuse nõudmistest (Barnhurst & Nerone 2001: 209–213, 298).

Akadeemilised uuringud, lugejaküsitlused jms. Esimesi näiteid teadusuuringute rakendamiseks ajalehe välimuse efektiivsemaks muutmiseks leiab juba 20. sajandi algusest. 1916. a tegi *New York Tribune* tüpograaf Ben Sheridan juhtimisel terve seeria eksperimente, kus mõõdeti erineva kujundusega pealkirjade lugemiskiirust stopperiga. Saadud tulemuste põhjal muutis *Tribune* kahel järgmisel aastal järk-järgult pealkirjade tüpograafiat (väiketähelised pealkirjad, üks kirjaverekond varasema variatiivsuse asemel; Hutt 1973: 95–97). Trükikirjade loetavusuuringute tulemused on ka edaspidi need, mida lehekujundusõpikud tüpograafilisi soovitusi põhjendades ikka ja jälle refereerivad (vt Moen 1989: 150–162).

Teadusuuringuid hakatakse ajalehtede kujundamisse kaasama eriti alates 1970. aastatest, kui uuritakse ajaleheinfo vastuvõttu ja välimuse mõju sellele (vt järgmist alaosa). Näiteks *USA Today* loomisel (1982) võeti aluseks turundusuuringud ja lugejaküsitlused, lehe välimu-

se disainimisel arvestati teiste meediakanalite konkurentsiga (eelkõige ajakirjade ja televisiooniga; Geraci 1984: 30; Gladney 1992: 56–58; Lupton & Miller 1996: 143).<sup>[21]</sup>

**Eri mõjurite koostoime** ajalehtede välimusele pole uurijaid eriti huvitanud. Empiirilised uurimused keskenduvad tavaliselt üksiku(te) mõjuri(te) olemasolule, selle/nende seosele ajalehe välimuse mõne aspektiga ja mõju suuruse mõõtmisele (nt Lo jt 2000). Terviklikumalt ja detailsemalt käsitlevad välimuse muutumispõhjusti ainult Barnhurst ja Nerone (1991, 2001) ning Mervola (1995).

Barnhurst ja Nerone (1991: 801–804; 2001: 213–216), kes vaatlevad ajalehe välimuse kujunemist tervikliku protsessina, toovad selles esile neli mõjurit. Nende uurimuse lähtepunkt on praktikute seas ja varasemates akadeemilistes uuringutes levinud tavaarusaam, et tehnoloogia areng ja konkurents on 'revolutsioneerinud' ajalehtede välimust 1970.–1980. aastatel (nt Utt & Pasternack 1989). Nad leiavad, et 1980. aastate muutused *ei ole* revolutsioonilised, vaid on alanud juba aastakümneid varem.

Ajalehe välimuse muutumise mõjurid jagavad Barnhurst ja Nerone kaheks: kesksed ja taustategurid. Kesksed mõjuriteks peavad nad kaht asjaolu. Esiteks laiemat kultuurilist ja stiililist muutustelainet, mis ajalehe välimuses väljendub viktoriaanliku keerukuse asendamisega modernistliku lihtsuse ja korrastatusega. Kultuurilised ja stiililised muutused ei ole ühiskonnas järsud ja ka ajalehtede välimuse muutub nende mõjul sujuvalt peaaegu kogu 20. sajandi jooksul. Teiseks kesksed mõjuriks on ajakirjandusliku ideoloogia teisenemine, eelkõige uudiste esitamise muutumine koos ajakirjanike professionaliseerumisega. Muutub ajakirjanike professionaalne roll, nad võtavad endale ülesandeks uudiste töötlemise ja organiseerimise lugejate jaoks. Ajalehe välimuses väljendub see lehekülgede muutumises ratsionaalsemaks ja selgemini struktureeritaks, kasutades modernistliku graafilise disaini võttestikku.

Nendele kesksed mõjurite lisanduvad taustateguritena tehnoloogia areng ja majanduslik konkurents. Ajalehed on uued tehnilised lahendused väga aeglaselt omaks võtnud ja tehnoloogia areng ei ole põhjustanud ajalehe välimuse muutumist. Pigem on tehnoloogia areng olnud ajakirjanikele sobiv põhjendus, mille abil näidata endi soovitud muutusi ajalehe välimuses vältimatuna. Teine taustategur on konkureerimine muu meediaga, esialgu raadioga, seejärel visuaalse(ma) meediaga (uudisajakirjad alates 1930. aastatest, televisioon alates 1950. aastatest). Barnhurst ja Nerone leiavad, et ajalehtede reaktsioon konkurentidele on olnud nende imiteerimine, muutes enda visuaalset vormi (nt võetakse ajakirjade eeskujul kasutusele modulaarne leheküljestruktuur).

Integreeritult ja süsteemselt on ajalehe välimuse muutumise mõjureid käsitletud ka Pekka Mervola (1995) Soome lehtede välimuse ajalugu uurides. Ta seletab lehe välimisperioodide vaheldumist ja selle põhjusti välimusspiraali mudeli abil (1995: 353jj, 417; vt joonis 2.1). Mudeli keskmes on ühiskonna sotsiaal-majanduslik situatsioon, mida kvantitatiivselt väljendab ajalehenumbri maht. Muutused ühiskonnas ja majanduses panevad lehenumbri mahu kasvama või kahanema ning see omakorda tekitab surve ajalehtede senisele välimu-

[21] Teadusuuringute otsest mõju on sageli raske kindlaks teha, sest avatud maailmas võivad teadmised olla väga keerukalt vahendatud. Siin võin näiteks tuua oma kogemuse 1990. aastatest. USA-s Floridas asuv Poynter Institute for Media Studies tegi 1989. a ajalehe tekstikirjade loetavustesti. 1995. a astusin USA ajalehekujundajate liidu Society of Newspaper Design liikmeks. Selle liidu ajakirja *Design* erinumbri vahendusel jõudsid 1995. a kevadel minuni Poynteri testi tulemused (*Design: The Journal of the Society of Newspaper Design* No 54: 6–14). 1997. a sügisel *Eesti Päevalehele* uut kujundust luues tahtsime Tiit Hennostega kasutada tekstikirjana *Nimrodi*, mis oli Poynteri testis kõige paremini loetav tekstikiri. Eestis ei teadnud keegi sellisest trükikirjast midagi, lõpuks õnnestus kiri hankida Rootsist ja *Eesti Päevaleht* kasutas *Nimrodi* tekstikirjana 1997–2000. Nii olid 1989. a ameerika uuringutulemused ühes eesti ajalehes kasutusel kümnekond aastat hiljem.

sele. Kui nüüd ajalehti mõjutavad konkreetset välised muutused, mis annavad motiivi või vahendid ajalehe välimuse muutmiseks, siis vabaneb sissekodeeritud surve ja luuakse uudne lehevälimus.

Seega jagab ka Mervola ajalehe välimust mõjutavad tegurid kaheks. Ühes rühmas on taustategurid, mis mõjutavad lehe välimust kaudselt, lehenumbri mahu muutumise kaudu, s.o sotsiaalne ja majanduslik situatsioon (ühiskondlik kord, seadused, kultuurilised faktorid jm). Teises rühmas on konkreetset välised tegurid, mis otseselt vallandavad muutused ajalehe välimuses.

Eri perioodidel on konkreetset tegurid erinevad. Näiteks 19. sajandi keskel on Soome lehtede välimuse muutumise otsesteks ajenditeks ajalehtede muutumine uudisajakirjanduse teke, lehtedevahelise konkurentsi tugevnemine ja rotatsioonimasinate kasutuselevõtt, 1970. aastate alguses aga konkurentsi teravnemine (nii ajalehtede kui eri meediumite vahel).

Soome ajalehtede välimuse statistika põhjal defineerib Mervola välimusspiraali mudeli ka kvantitatiivselt: uus periood ajalehtede välimuses algab siis, kui lehenumbri keskmine maht on kasvanud kolm korda võrreldes välimusperioodi algusega.

Kokkuvõttes jagavad mõlemad mudelid – USA ja Soome oma – ajalehe välimuse muutmise mõjurid kahte rühma: taustategurid ja konkreetset/kesksed/vahetud välised tegurid. Mudelid erinevad selle poolest, milles nad näevad eri tegurite rolli. Põhimõtteliseks erinevuseks on ka see, et Mervola paigutab taustategurite ja väliste tegurite vahele ühendajaks lehenumbri mahu. Barnhurst ja Nerone lehe mahu rollist ajalehe välimuse muutmisel ei kõnele.

#### 2.4. Info vastuvõtu uurimine ja ajalehe välimus

20.–21. sajandil on tehtud hulk ajaleheinfo vastuvõtu uurimusi, mille eesmärk on selgitada, kuidas mõjutab ajalehe välimus tekstide loetavust, infost arusaamist ja ka selle meeldejätmist. Uurimused on empiirilised, eri aastakümnetel on need keskendunud eri teemadele (tüpograafia, erinevad leheküljestruktuurid, fotod, teabegraafika, värv), sõltuvalt sellest, missugused muutused ajalehe välimuses parasjagu toimuvad. Siinse töö kontekstis on need uurimused olulised seetõttu, et nad kaardistavad ajalehe välimuse muutusi ja toovad esile normatiivseid seisukohti, millest kujundamisel lähtutakse. Uuringud saab jagada kaheks. Osa keskendub üksikutele kujunduselementidele, osa uurib lehekülge või ajalehte tervikuna.

20. sajandi esimesel poolel on keskne roll ajalehe välimuses sõnalisel infol ja nii uurivad ka teadlased peamiselt trükikirju, erinevate trükikirjade loetavust ning erinevate tüpograafiliste parameetrite ja võtete efektiivsust (uuringute loetelu vt Siskind 1979: 54).

Alates 1970. aastatest kandub uurijate tähelepanu üha rohkem visuaalsetele elementidele. Esimesed üksikud uuringud ajalehefotodest on ilmunud 1940. aastatel, aga rohkem hakkab neid ilmuma 1970. aastatel. Uuritakse fotode hulka ja variatiivsust, fotode mõju ajalehtede lugemisele ja info meeldejätmisele (Click & Stempel 1976; Fedler jt 1982; Wolf & Grotta 1985; Lain & Harwood 1992). Üldiselt kinnitavad empiirilised uuringud üldlevinud arusaama, et fotod on lugejate jaoks atraktiivsed, eriti suured fotod haaravad lugeja tähelepanu, panevad lugema ka juurdekuuluvat lugu ning soodustavad info meeldejätmist.

1980. aastatel hakatakse ajalehtedes järjest rohkem kasutama värvi ja teabegraafikat ning nii on selle kümnendi uuringud seotud nende mõjuga ajalehe lugemisele ja infost arusaamisele. Küsitlusi kombineeritakse nüüd üha rohkem eksperimentidega. Peamiselt püütakse mõõta lugejate reaktsiooni värvikasutusele ajalehtedes (Click & Stempel 1976; Garcia & Fry 1986; Bohle 1986; Bohle & Garcia 1987; Covert 1987; Garcia 1987: 198–202). Teabegraafika uuringud kaardistavad teabegraafika hulka ja kujundusstiili, kasutuspraktikate

muutumist ning mõju ajaleheinfo vastuvõtule (Monmonier & Pippis 1987; Tankard 1987, 1989; Smith & Hajash 1988; Kelly 1989, 1993; Pasternack & Utt 1990; Ramaprasad 1991; David 1992; Utt & Pasternack 1993, 2000; Griffin & Stevenson 1994).

Uuritakse ka väikeste infoelementide kasutamise mõju ja lugejate eelistusi (nt Schweitzer 1980 uurib lugejate reaktsiooni erinevate artiklireklaamide kasutamisele).

Üldisemal tasandil on teadlastele ja praktikutele pikka aega huvi pakkunud küsimus, *kuidas* lugejad ajalehekülge loevad. Varasemad arusaamad on lähtunud peamiselt verbaalse teksti lugemise mustrist (Läänemaailmas vasakult paremale ja ülevalt alla) ning laiendanud selle ajalehekülje lugemisele, oletades, et lehekülge vaadatakse-loetakse samamoodi nagu verbaalset teksti raamatutes. Tulemuseks on kolm lehekülje lugemise mudelit, mille esitamisel ajalehekujundusõpikud viitavad psühholoogide teadusuuringutele (nt Radder & Stempel 1942: 303 refereerib Bingay 1932. a artikli kaudu Hugo Münsterbergi (1863–1916), Münsterbergi 1913. a ilmunud raamatule viitavad ka Dovifat & Wilke 1976 II: 138).

Varasem lugemismudel väidab, et lehekülge vaadates-lugedes pendeldab pilk vasakult paremale ja niimoodi liigutakse külge mööda järjest allapoole (Arnold 1956: 191–192). Hilisemad mudelid üldistavad pilgu horisontaalse ja vertikaalse liikumise diagonaaljooneks. Tulemuseks on Gutenbergi diagrammiks nimetatud mudel, mis väidab, et lehekülje lugemisel liigub pilk mööda lugemisdiagonaali (*reading gravity*), külje vasakust ülanagergast paremasse alanurka (Arnold 1981: 26–27; Finberg & Itule 1990: 38). Teine hilisem mudel väidab, et lugeja alustab lehekülje vaatamist vasakust ülanagergast ja liigub ringselt üle lehekülje (Garcia 1987: 64).

Seega arvavad uurijad, et leheküljel on lugejate jaoks kindel alguspunkt ja külje osad on erineva silmatorkavusega. Sellest arusaamast lähtuvad ka ajalehekujundusõpikud (Starobogatov 1955: 42; Peegel 1965: 73–74; Dovifat & Wilke 1976 II: 138; Baskette & Sissors 1977: 282–283; Arnold 1981: 26–27; Finberg & Itule 1990: 45; vt ka Peinar 1976: 43–51, kus on antud ülevaade Nõukogude ja Saksa DV ajakirjandusteadlaste vastavatest mudelitest).

1970. aastatel hakatakse ajalehekülje lugemist uurima empiirilisel. Suur osa USA uurimustest keskendub 'traditsioonilise' ja 'modernse' kujundusega ajalehtede võrdlemisele, kuna tollal läksid USA ajalehed üle nn kaasaegsele kujundusele (horisontaalsem, hõredam modulaarne kujundus). Küsitlustes palutakse lugejatel hinnata erineva kujundusega ajalehekülgi semantilise diferentsiaali abil ning uuritakse niimoodi ajalehtede erineva välimuse konnotatiivset tähendust lugejate jaoks (Click & Stempel 1974; Sissors 1974; Siskind 1979; Pasternack & Utt 1986; Stanton 1986).

Varasemad empiirilised uuringud toetuvadki eeskätt lugejate küsitlemisele. Küsitletavate vastused aga võivad olla kallutatud sotsiaalsete ootuste poolt, poliitilise korrektsuse tõttu või küsitletava püüde tõttu jätta uurijale võimalikult soodne mulje (vt Schiessl jt 2003). Metoodiliselt uuele tasemele jõuavad uuringud 1980. aastate lõpus, kui küsitlemise asemel hakatakse filmima lugeja pilgu liikumist leheküljel silmakaamera abil (ingl *eye-tracking*, vt Garcia & Stark 1991; Chu jt 2009). Esmakordselt on võimalik saada vahetud andmed meedia toimest mikrotasandil, kus katseisik pole enamasti teadlik oma tähelepanu suunamise protsessist.

Esimesed akadeemilised ajaleheuurimused silmakaamera abil tehakse Saksamaal ja USA-s (Poynteri Instituudis). Saksamaal uuritakse Norbert Küpperi juhtimisel *Badische Tagblatti* ühe lehenumbri loetavust (vt Küpper 1990). Poynteri Instituudis uuritakse eksperimentaalseid lehekülgi kasutades värvi mõju ajalehekülje lugemisele. Selle uuringu tulemused ja järeldused on koondatud raamatusse "Eyes on the News" (Garcia & Stark 1991), mis järgneval aastakümnel annab paljudele lääne ajalehekujundajatele konkreetseid tööjuhiseid.<sup>[22]</sup>

[22] Silmakaamera kõrval on loetava infohulga kvantitatiivseks mõõtmiseks kasutatud ka šveitslase

Juba esimesed silmakaamera abil tehtud uuringud kummutavad seni üldlevinud arusaama, et teatud leheküljeosad on automaatselt silmatorkavamad kui teised, et lugejad 'sisenevad' leheküljele kindla leheküljeosa kaudu (inglise lehetoimetajad pidasid selleks külje vasakut ülanurka, ameerika toimetajad paremat ülanurka – Evans 1982: 1). Teine müüt, mis ei leia kinnitust, on see, et lugemise suund (vasakult paremale) määrab ka lehekülje vaatamise suuna.

Ajalehe lugemisprotsess on varem arvatust palju selektiivsem, mittelineaarsem ja fragmentaarsem. Enamik lugejaid 'siseneb' leheküljele dominantse elemendi (tavaliselt foto) kaudu hoolimata selle asukohast, seejärel skaneerib pealkirju, fotoallkirju jm elemente ning viimaks asub lugema põhiteksti. Poynteri uuringust tuleb käibe sisenemiskohtade (*points of entry; entry points*) kontseptsioon. Sisenemiskohad on põhitekstist visuaalselt tugevamad elemendid, mille vaatamiseks-lugemiseks lugeja pilgu peatab ja mille kaudu hakkab ta ka põhiteksti lugema. Tähtsamad sisenemiskohad on visuaalid ja suuremad tüpograafilised elemendid (nt pealkirjad, vahepealkirjad), nende paigutusega saab suunata lugeja tähelepanu.

Seega on ajalehe sisenemiskohad sisuliselt paratekstdid. Selle mõiste võttis kasutusele kirjandusteadlane Gerard Genette (1997 [1987]), uurides kirjanduslikke ja kirjastuslikke võtteid, mis vahendavad ja ühendavad kirjastusmaailma ja tekstimaailma. Paratekstdid on põhitekstiga seotud kaastekstdid: pealkirjad ja vahepealkirjad, autorinimed, eessõnad, pühendused, allmärkused, järelsõnad jm tekstid, mida autor ja kirjastaja kasutavad raamatu (põhiteksti) vahendamiseks lugejale. Nende olemasolu võimaldab tekstil esitada end raamatuna. Need on justkui ukسلäved või esikud, mis viivad lugeja põhiteksti juurde (vt ka Colilli 2007).

Ajalehtede uurimisel on paratekstide mõistet kasutanud mitmed skandinaavia teadlased (vt Holsanova jt 2006: 69–70).

Silmakaamera abil on ajalehe lugemist uurinud ka Lundi ülikooli kognitiivpsühholoogid (Holmberg 2004; Holmqvist & Wartenberg 2005, seal ka ülevaade teistest uuringutest; Wartenberg & Holmqvist 2005; Holsanova jt 2006). Viimastel aastatel on silmakaameraga uuritud üha rohkem *online*-väljaannete lugemismustrit (nt Chu jt 2009) ning võrreldud paberajalehe ja *online*-ajalehe loetavust ning info meeldejätmist (nt Holmqvist jt 2003; d'Haenens jt 2004; Bucher & Schumacher 2006)<sup>[23]</sup>. Ka Poynteri Instituudi järgmised kaks uuringut silmakaameraga (1999–2000 ja 2003) keskendusid juba *online*-väljaannete lugemisele (vt <http://www.poynterextra.org/et/i.htm>; <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main.htm> – vaadatud 4. sept 2009). Neljandas, 2006. a uuringus EyeTrack07 uuriti võrdlvalt paberajalehe ja *online*-ajalehe lugemist (vt Quinn 2007; Quinn jt 2007).

Silmakaameraga tehtud lugemisuuringud on selgelt mõjutanud ka ajalehtede kujundust. Need on lehekujundusalased uuringud, mida on praktikute seas kõige rohkem reklaamitud ja turustatud. Mario Garcia, kes osales esimeses Poynteri Instituudi uuringus 1990. a, on avaldanud lehekujundusõpikuid (1987, 1993) ja saanud üheks kõige mõjukamaks ajalehedisaineriks maailmas, kes on lehti kujundanud kogu maailmas rohkem kui 70 riigis (vt Garcia 1997, 1998, 2002, 2007). Lundi ülikooli psühholoogid eesotsas Kenneth Holmqvistiga on oma uurimistulemusi tutvustanud Skandinaavia ajalehekujundajate aastakonverentsil 2002. a ja paljudes ajalehtedes (sh 2004. a ka Eestis *Eesti Päevalehe* eestvõttel; vt "Ajalehe lugejat huvitab kõigest veerand lehte" *Eesti Päevaleht* 1. dets 2004).

---

Carlo Imbodeni leiutatud *Readerscani*. Tegemist on skaneeriva markeriga, mida lugeja käes hoiab ja lugedes mööda lehekülge libistab, näidates niimoodi seda kohta, mida ta parasjagu vaatab-loeb. *Readerscani* on kasutanud Euroopa saksakeelsed ajalehed oma, mitte-akadeemilistes uuringutes. (Rehe 2006) [23] Selliseid võrdlusi on tehtud ka eksperimente ja lugejaküsitlusi kombineerides (nt Tewksbury & Althaus 2000).

Senised silmakaameraga tehtud ajalehe lugemisuuringud tõlgendavad tulemusi kitsalt ajalehe välimuse kontekstis, kujunduslike stiimulitega. Siin on kindlasti vajadus integreerituma ja multidistsiplinaarsema lähenemise järele, sest ajalehe vaatamise järjekorda, loetud lugude valikut, lugemise järjekorda, süvenenud lugemise hulka ei määra mitte üksnes lehekülgede välimuse, vaid ka lugeja eelteadmised, huvid, väljakujunenud lugemisrutiinid jm sisulised parameetrid.

Integreeritumalt on lugejate strateegiaid infovoo vastuvõtmisel (ajalehest ja teleuudistest info valimisel, töötlemisel ja meeldejätmisel) uurinud Doris A. Graber veel enne silmakaamerate kasutuselevõttu (1988). Näiteks toob ta esile, et lugude visuaalselt väljapaistev esitus ja lugude märkamine lugejate poolt ei ole üheselt seotud. Pääaegu kolmveerand lugudest, mida uuritavad ajalehes märkasid, olid visuaalselt nõrgad: 41% üheveerulise pealkirjaga, 30% kaheveerulise pealkirjaga (Graber 1988: 98).<sup>[24]</sup> Sarnase tendentsi – kõige loetavamad lood on paigutuselt, pikkuselt ja silmatorkavuselt väga erinevad – toob esile ka üks esimesi eksperimentaalseid uuringuid ajalehe välimuse mõjust lugude loetavusele (Knapper & Warr 1965).

Lisaks mõjutab lugude valikut ka lehelugeja 'kognitiivne stiil', st lugeja kalduvus omandada infot pigem verbaalidest või pigem visuaalidest (vt Mendelson & Thorson 2004). See tähendab, et väliselt identne ajaleht ei ole kõigi lugejate jaoks ikkagi identne. Eri kujunduselementide suurus, värvus, paigutus leheküljel jm vormilised parameetrid suudavad vaid osaliselt selgitada lugejate reaktsiooni ajalehele.

### 3. Käesoleva väitekirja teoreetilised lähtekohad

Käesolev väitekirj keskendub ajalehe kujundusele ehk visuaalsele vormistusele, aga kasutab teist mõistet – ajalehe välimuse. Selle põhjuseks on asjaolu, et sõna 'kujundus' sisaldab implitsiitselt sihiteadlikult etteplaneeritud ja professionaalset tegevust välimuse vormimisel, mis aga ei kata ajalehe välimuse kogu ajalugu. Ajalehe 'vorm' aga viitab formaalsele Välimust ei tule siinjuures mõista sisu vastandina, vaid sisu visuaalse esiletulekuna, ilmnemisenä, sisu vormilise peegeldusena.

Käesolevas väitekirjas uurin eesti kesksete ajalehtede välimust, selle muutumist läbi kahe sajandi ja muutumise põhjusi. Kuna uurimisteemas põimuvad erinevad uurimisvaldkonnad, siis kasutan transdistsiplinaarset lähenemist, kus erinevad teadusalad ja teooriad ei segune uueks hübriidseks tervikuks. Igaüks 'räägib oma keeles' ja nende ümber ehitatakse terviku, mille eesmärgiks on üldistada ajalehe välimuse arenguloogikat ja selle põhjusi. Arengu selgitamiseks rakendan erinevaid teooriaid, kuna ajalehe välimuse tekib erinevate komponentide koosmõjus.

Mõistan ajalehe välimuse all kolme suurt alaosa: verbaalsete elementide vormistamine, visuaalsete elementide vormistamine ja ajalehe kompositsioon.

- Verbaalsete elementide vormistamine hõlmab lugude ja paratekstide (pealkirjade, vahepealkirjade, siltide) tüpograafilist vormistust ning nende kvantitatiivseid parameetreid: arvu ja kasutamissagedust, mahtu ja suurust.

- Visuaalsed elemendid on joonistused, fotod ja (pildiline) teabegraafika. Uurin visuaalide kasutamissagedust, suurust, mahtu ja kuju ajalehe kontekstis.

- Ajalehe kompositsioon tähendab ajalehe ülesehitust. Siin analüüsin ajalehenumbri, lehekülgede ja lugude struktureerimispõhimõtteid: kuidas järjestatakse teemasid ja lugusid, kuidas paigutatakse leheküljele erinevaid kujunduselemente (lugusid, pealkirju, visuaale), kuidas ühendatakse tervikuks kokkukuuluvad kujunduselemendid.

[24] Statistika pärineb lugejaküsitlusest.

Mitmel puhul on raske tõmmata täpset piiri ajalehe sisu ja vormi vahel. Näiteks visuaalide sisu – see, mida pildid näitavad – moodustab lugeja jaoks lahutamatu osa ajalehe välimusest. Pealkirjade sõnastus jääb sisu ja vormi piirialale. Teemade järjestus ajalehes on nii sisuline kui vormiline küsimus. Olen püüdnud ka neist piiriteemadest anda oma töös ülevaate ja seda kahel põhjusel:

- 1) ainult kujunduselementide vormile keskendumine on liiga kitsas vaatenurk, mis ei võimalda näha ajalehe välimuse seoseid ajakirjanduslike praktikate ja ühiskondlike muutustega;
- 2) eesti ajakirjanduse ajaloos puuduvad ülevaatlilikud tervikkäsitlused ajakirjandusest kui ühest massikommunikatsiooni harust oma kultuuriliste ja professionaalsete erijoontega. Eesti ajakirjandust on uuritud eelkõige ideoloogilise institutsioonina, hinnates selle sotsiaalset rolli peamiselt (eesrindlike/tagurlike) ideede väljendajana.

Analüüsis kasutatav mõistestik pärineb erinevatest ajalehekujundust analüüsivatest ja kirjeldavatest mõjukatest raamatutest. Kesksed allikad on olnud Allen Hutti “The Changing Newspaper” (1973), Harold Evansi “Newspaper Design” (1973), Mario Garcia “Contemporary Newspaper Design” (1987), Tim Harroweri “The Newspaper Designer’s Handbook” (1992jj), Robert Bringhursti “The Elements of Typographic Style” (2004). Töö struktureerimisel on abiks Hannu Pulkkiise liigendus ajalehevälimuse koostisosadest (2008: 238–239) ja Gerard Genette’ist (1997) inspireeritud paratekstoloogiline lähenemine (seda kasutavad ka nt Holsanova jt 2006; Pulkkinen 2008).

Uurimuse lähtekohaks olen valinud ajakirjandusliku konteksti ja sellega seotud teoreetilised lähenemised. Lähenemine teemale on meediasotsioloogiline, st võtan ajalehe välimuse tõlgendamisel arvesse ajalehe tootmiskeskonda: sotsiaalseid, poliitilisi, majanduslikke, tehnoloogilisi ja ajakirjanduslikke olusid (vt Philo 2007; Fürsich 2009). Ajastute mõistmisel toetun oma aja normatiivsetele teooriatele, mis peegelduvad eelkõige ajalehekujunduse, tüpograafia ja fotograafia õpikutes.

Eesmärgiks on ajalehe välimuse tähenduse ja sotsiaalsete seoste otsimine ajaloolises kontekstis: mida see näitab, et kasutatakse selliseid trükikirju, sõnastatakse pealkirju niimoodi, struktureeritakse lehekülg nii ja mitte teisiti. Kesksseteks eeskujuks on Kevin G. Barnhursti ja John Nerone’i käsitus ameerika uudiste vormi muutumisest (2001) ning D. L. LeMahieu käsitus briti kultuuri demokratiseerumisest maailmasõdade vahelisel perioodil (1988), lisaks rootsi teadlaste Jan Ekecrantzi, Karin Beckeri ja Tom Olssoni analüüsid rootsi ajalehete muutumisest 20. sajandil (1994, 1997, 2000, 2005).

Analüüsin ajalehe välimust kahel tasandil ja kontrastiivselt (vt Carvalho 2008: 171–172). Esmalt võtan analüüsimisel arvesse kaasaegseid tingimusi: ajakirjanduse poliitilist, sotsiaalset, majanduslikku ja kultuurilist konteksti. Teiseks uurin ajalehe välimust muutumises, annan oluliste katkestusteta ülevaate eestikeelsete ajalehete välimusest kogu nende ilmumisaja jooksul. Samas kontrastiivanalüüs ei saa olla väga ulatuslik, kuna võrdlusmaterjali ei ole palju. Eesti ajalehete välimuse olulisemate välimõjurite – saksa ja vene ajalehete välimuse – kohta on olemasolevad andmed väheülevaatlilikud (Kisselev 1990; saksa lehtede kohta ainult juhuslikud detailid Dovifat & Wilke 1976). Ülevaade baltisaksa ajalehete välimusest (mis 19. sajandil oli eesti lehtede otseseks eeskujuks) puudub täiesti. Detailselt saab käesoleva uuringu andmestikku võrrelda vaid Soome ajalehete välimusega (Mervola 1995). Samas näitavad võrdlused ruumiliselt ja sotsiaalselt kaugemate piirkondade ajalehetele lehevälimuse alternatiivseid arenguvõimalusi erinevates sotsiaalsetes tingimustes (nt USA ajalehed, Taivani ajalehed; Barnhurt & Nerone 2001; Lo jt 2000).

Üksikute kujunduselementide (tüpograafia, fotode, värvi) tähenduse tõlgendamisel olen kasutanud semiootilisi üksikartikleid ja ka laiemaid käsitlusi (nt Kostelnick 1988; Horn 1998; Huxford 2001; Brumberger 2003ab, 2004; van Leeuwen 2006).

Lehekülje struktuuri analüüsimiseks olen välja töötanud oma analüüsiskeemi, milles võtan arvesse küljendamismoodust, tekstiplokkide kuju ja visuaalsete elementide ruumilist paigutust, lähtudes nende visuaalsest kaalust. Sealjuures olen toetunud eelkõige eesti ajalehtede ajakirjanduslikele praktikatele lehekülgede struktureerimisel eri ajastutel.

Väitekirja teine teema on muutuste periodiseerimine. Andmete tõlgendamisel lähtun sotsiaalsest kontekstist, st käsitlen ajalehe välimust ühiskondlikult determineerituna, kommunikatsiooni muutumise kontekstis. Mind huvitab see, kuidas ajalehe välimus peegeldab ratsionaalsel moel kaasaegset ajakirjandust, kultuuri, majandust – kogu ühiskonda, mitte lihtsalt graafilis-esteetilisi valikuid. Seega vaatab käesolev väitekirja ajalehe välimust eelkõige meediasotsioloogilisest vaatepunktist (Philo 2007; Fürsich 2009).

Periodide piiritlemisel lähtun Svennik Høyeri pakutud parameetritest ajakirjanduslike epohhide konstrueerimiseks. Lähenemine on ajakirjandusspetsiifiline ja tugineb ajakirjanduse kultuurilistele, tehnoloogilis-majanduslikele ja institutsionaalsetele parameetritele (Høyer 1998). Ajalehe välimuse perioodide defineerimisel on keskeks võrdlusaluseks olnud Barnhursti ja Nerone'i ajakirjanduslikud formatsioonid ning Mervola Soome ajalehevälimuse periodiseering. Periodiseerimisel sead keskmesse ajalehtede välimuse struktuurilised muutused.

Periodiseerimisega ja välimuse muutumisega seostub ajalehe visuaalse vormi kujundamise professionaliseerumine. Selle teema tõlgendamisel olen lähtunud John F. Pile'i ning Barnhursti ja Nerone'i vernakulaarse ja professionaalse kujunduse ideest ning modernistliku ajakirjanduse käsitlesest (Pile 1979; Barnhurst & Nerone 2001).

Ajalehe välimuse muutuste analüüsimisel on oluline ka nende põhjuste otsimine: mis on lehtede välimust mõjutanud, miks on muutused olnud sellised ja mitte teistsugused. Välimuse muutuste seletamisel on aluseks Pekka Mervola analüüs ja välimusspiraali mudel (Mervola 1995) ning Kevin G. Barnhursti ja John Nerone'i ameerika ajalehtede muutumise analüüsid ja ideed ajalehe välimuse seostest ühiskonna muutumisega (1991, 1995, 2001). Viljaka metodoloogilise algõuke andis Mervola mahupõhine mudel, mis näitas, et ajalehe välimuse muutumise põhjusi on võimalik uurida väga konkreetselt ja ka kvantitatiivselt mõõdetavalt.

Ühest küljest tähendab sinne lähenemine ajalehe välimuse muutuste tõlgendamist laiemalt, mitte kitsalt ainult tootmistingimustest põhjustatuna, vaid seostatuna ühiskonna muutumisega. Oluline on arusaam, et ajalehe välimus kujuneb mitmete mõjurite koostoimes, mida tuleb integreeritult käsitleda.

Teisest küljest tähendab see normatiivse vaatepunkti vältimist (vt nt Nyre 2006, 2009). Ma ei tõlgenda ajalehe välimuse muutumist pideva progressina järjest efektiivsemate ('õigemate') kujundusvõtete kasutamise poole ega kritiseeri varasemate lehtede välimust tänapäevaste teadmiste ja praktikate valguses. Ma analüüsin ajalehe välimust (eelkõige tüpograafiat) ka kunstiajaloolisest vaatepunktist, aga ei anna hinnanguid ajalehedisaini kunstilise taseme kohta. Ajalehe välimus on tekkinud ja kujunenud ajastu kontekstis ning vastab oma ilmutumiskeskonnale.

Lõpptulemusena sõnastan ajalehe välimuse muutumise mudeli, milles on sünteesitud väitekirja kõigi olulisemate uurimisülesannete lahendused: eesti lehtede välimuse muutused, muutuste periodiseerimine ja muutuste põhjused. Eesti periodiseeringu ja teiste periodiseeringute võrdluse põhjal loon ka ajalehtede välimuse muutumise universaalse mudeli.



### 3. UURIMISMEETODID JA -MATERJAL

Kuna ajalehe välimus on kompleksne ja keerukas süsteem, on väitekirjas kasutusel erinevad materjali kogumise, liigendamise ja tõlgendamise meetodid.

Empiiriliste andmete kogumiseks ja analüüsimiseks olen kasutanud põhiliselt kontentanalüüsi, mis on olnud ajalehe välimuse uurimisel traditsiooniline meetod ka varasemates uurimustes (nt Barnhurst & Nerone 1991; Mervola 1995; Lo jt 2000; Pulkkinen 2008). Kontentanalüüs sobib hästi pikaajaliste trendide esiletoomiseks ajalehe välimuses ja ka hetkeolukorra fikseerimiseks, kuna võimaldab kirjeldada materjali kvantitatiivselt ja teha küllaltki suuri üldistusi.

Teiseks olen kasutanud empiirilist kvalitatiivset analüüsi nende välimuse komponentide jaoks, mille puhul kvantitatiivne analüüs ei sobi (nt lehenumbri struktuur, lehekülgede struktuurimudelid, pealkirjade laad). Lehekülgede struktuuri analüüsimiseks olen loonud John Knoxi (2007) eeskujul (paber)ajalehespetsiifilised mudelid.

Kolmanda uurimismeetodina olen kasutanud struktureerimata ekspertintervjuud. Olen küsitlenud ajakirjanikke, kes on osalenud ajalehe välimuse kujundamisel nõukogude ajal ja hiljem: Sulev Uus (töötanud *Edasis* 1959–1982, tööstusosakonna juhataja 1964–1966, ase-toimetaja 1966–1982), Andrus Peegel (*Edasi/Postimehe* kunstnik 1975–1997), Vahur Kalmre (töötab *Edasis/Postimehes* alates 1980. a, vastutav sekretär / tegevtoimetaja 1986–1992, peatoimetaja 1992–1998, *Tartu Postimehe* juhataja alates 2001. a), Väino Koorberg (*Edasi/Postimehe* reporter 1990–1991, *Liivimaa Kroonika* toimetaja 1991–1992, *Liivimaa Kulleri* toimetaja ja tegevtoimetaja 1993–1998, *Õhtulehe / SL Õhtulehe* peatoimetaja asetäitja ja peatoimetaja alates 1998. a), Külli Värnik-Viigimäe (*Edasi/Postimehe* arvutioperaator 1990–1992, *Liivimaa Kroonikas* mitmes ametis 1993–1995, *Sakala* tegevtoimetaja-reklaamijuht 1995–1996).

Andmete tõlgendamisel olen kasutanud ka ajakirjanike trükis ilmunud mälestusi. Eelkõige on need aidanud mõista ajalehe välimuse konteksti, aga ka täpsustada fakte teemadel, mida pole akadeemiliselt uuritud (nt ajalehtede trükitehnika).

Neljandaks olen kasutanud omaenda ekspertteadmisi ajalehe kujundamisest, kuna olen 1990. aastatel ka ise tegutsenud eesti ajalehtede välimuse vormimisel. Esimene kokkupuude ajalehe kujundamisega oli 1988. a suvel Võru rajooni ajalehes *Tööraha Elu*, kus ma ajakirjandustudengist praktikandina töötasin vastutava sekretäri Ivi Kaarna juhendamisel. Nägin ka tollase trükikoja tööprotsessi (tinaladu, ofsettrükk) ja sain ajalehte monteerida. Järgmisel suvel töötasin praktikandina *Spondilehes* Juhan Maidlo juhendamisel. Suurt standardiseeritud kujundusega ajalehte maketeeriti toimetuses (Tallinna vanalinnas) ja laoti-küljendati toimetusest eemal asuvas trükikojas (Pärnu maanteel), käskjalg vahendas toimetust ja trükikoda.

Pärast Tartu Ülikooli lõpetamist ajakirjanikuna (1992) järgnesid suuremad tööd. Kujundas ümber mitu eesti ajalehte: *Äripäeva* 1993. a sügisel (vt Kurvits 1995), *Eesti Päevalehe* 1995. a mais-juunis ja 1997. a sügisel (koos Tiit Hennostega). Lisaks konsulteerisin kujunduse alal ka mitmeid teisi ajalehti. 1994. a lõpus avaldasin koos Tiit Hennostega õpiku “Ajalehe kujundamine” (Kurvits & Hennoste 1994), mis lähtus tollastest euroopa ja anglo-ameerika lehekujunduse õpikutest. Alates 1993. a olen õpetanud Tartu Ülikooli ajakirjandusüliõpilastele ajalehe kujundamise aluseid, alates 2010. a ajaleheteabegraafikat. Aastatel 2000–2007 osalesin Eesti ajalehtede kujunduskonkursi žüriis (kuni 2004. aastani konkursi ühe korraldajana).

## I. Kontentanalüüsi olemus

Siinses uurimuses on kontentanalüüsi kasutatud lähtudes Bernard Berelsoni klassikalisest määratlusest aastast 1952: kontentanalüüs ehk sisuanalüüs (ingl *content analysis*) on uurimistehnika, mis kirjeldab kommunikatsiooni silmaga nähtavat sisu objektiivselt, süstemaatiliselt ja kvantitatiivselt (tsiteeritud Titscher jt 2000: 57 järgi).

Lasswell, Lerner ja Pool (1952) on nimetanud kontentanalüüsi kvantitatiivseks semantikaks, mille eesmärk on saavutada objektiivsus, täpsus ja üldistus statistiliste meetodite abil (refereeritud Gerbner 1964: 483 kaudu).

Kontentanalüüsi eesmärk on kirjeldada kommunikatsiooni sisu numbriliselt mõõdetavana ja teha statistika alusel järeldusi sisu mõtte ja konteksti kohta. Sisu võib olla verbaalne, visuaalne, graafiline või suuline. Kõige rohkem ongi kontentanalüüsi kasutatud kommunikatsiooni verbaalse sisu uurimiseks, aga üha enam ka visuaalse sisu uurimiseks (nt koomiksid, ajakirjakaaned, fotod, telepilt). Kontentanalüüs aitab tuua esile sisu peidetud korrapärasused, mis talletavad ja peegeldavad ühiskondliku korra mehhanisme (Gerbner 1964: 482–483). Gerbnerit (1964: 480, 487) parafraaseerides võib öelda, et ka ajalehe välimus peegeldab objektiivsel, kuid implitsiitsel moel ühiskonna ja ajakirjanduse muutumist. See ilmneb ajalehe koostiselementide valikus, kontekstis, suuruses, paigutuses jne. Kontentanalüüs kirjeldab lehe välimust mõõdetavates ühikutes ja aitab teha eksplitsiitseks seost lehe välimuse ja ühiskonna vahel.

Kontentanalüüsimisel jagatakse uuritav sisu selgelt piiritletud koostiselementideks, mis seejärel liigitatakse alaosadeks, loendatakse ja/või mõõdetakse. Analüüsitavaid koostiselemente on nimetatud analüüsiühikuteks või muutujateks (*variables*; nt pealkirja laius) ja nende alaosi analüüsikategooriateks või väärtusteks (*values*; nt üheveeruline pealkiri, kaheveeruline pealkiri jne). Oluline on, et analüüsikategooriad oleksid üksteist välistavad ning defineeritud ühemõtteliselt ja ammendavalt.

Et kontentanalüüs oleks usaldatav, peab ta olema süstemaatiline ja korratav ning andma kordamisel samad tulemused. Kontentanalüüsi usaldusväärsuse (*reliability*) hindamiseks mõõdetakse sama uurimismaterjali kodeerimise järjekindlust. Selleks võrreldakse eri kodeerijate tulemusi sama materjali kodeerimisel või sama kodeerija tulemusi sama materjali kodeerimisel näiteks nädalase intervalliga. Kontrollkodeerimise valimi suuruse määramiseks annab valemeid Riffe jt (1998: 126–127). Oluline on, et kontrollkodeerimise valim peegeldaks kogu analüüsivat valimit.

Analüüsi loetakse üldiselt piisavalt usaldusväärseks, kui kodeerimiste erinevus on alla 10% (Bell 2001: 22) või 20% (Riffe jt 1998: 128). Selline usaldusväärsuse mõõtmine jätab aga arvestamata juhusliku sarnasuse tõenäosuse. Usaldusväärsuse täpsemaks mõõtmiseks on välja pakutud kolm tundlikumat valemit, mis võtavad arvesse ka juhuslikkust. Kõige enam kasutatakse Scotti  $\pi$  (pi) valemit:

$$\pi = (\text{eri kodeerimiste sarnasus}) - (\text{eri kodeerimiste eeldatav juhuslik sarnasus}) / 1 - (\text{eri kodeerimiste eeldatav juhuslik sarnasus}).$$

$\pi$  väärtus peaks olema vähemalt 0,80. Enamikus uurimustes jääb  $\pi$  tavaliselt vahemikku 0,80–0,90 (Bell 2001: 21–24; Riffe jt 1998: 129–131).

Kontentanalüüs mõõdab silmaga nähtavat sisu (*manifest content*), mitte peidetud sisu (*latent content*) või sisu tähendust, st ta ei 'loe ridade vahelt', vaid kirjeldab pealispinda (Riffe jt 1998: 29–31). See on oluline objektiivsuse kriteerium.

Just ainult pealispinna kirjeldamise pärast on kontentanalüüsi ka kritiseeritud. Heidetakse ette, et sageli annab kontentanalüüs ainult kõige kergemini märgatavate parameetrite numbrilise kirjelduse ilma mingi teoreetilise taustata (nt teatud teemale pühendatud veeruentimeetrite hulk, fotode suurus, fotode arv). Lisaks on vale analüüsikategooriaid võrdseks

pidada, üks foto või pealkiri ei ole sisult võrdne teisega, juba nende erineva suuruse tõttu võtab lugeja neid erinevalt vastu (Wolfe jt 2008: 40–43).

Seetõttu on väga oluline, kuidas kontentanalüüsi abil kogutud andmeid tõlgendada.

Berelson (1952) oli esimene uurija, kes pani kokku kontentanalüüsi kui meetodi ja selle analüüsi eesmärgid, mis koondusid peamiselt järelduste tegemisele kategooriate esinemis-sageduse alusel. Kracauer (1952) kritiseeris sellist KVANTitatiivset lähenemist, pidas seda pealiskaudseks ja ebaobjektiivseks, sest see jättis kõrvale teksti kui terviku tähenduse. Kracauer ütleb, et KVANTitatiivne sisuanalüüs tegelikult algab ja lõpeb KVALitatiivsete otsus-tega (1952: 637).

Kracauer (1952) ja Mayring (1988) on pakkunud mooduseid kontentanalüüsi täiustami-seks ja nimetanud seda KVALitatiivseks kontentanalüüsiks. Pakutud lahendused ja täien-dused ei ole põhimõtteliselt muutnud sisuanalüüsi kodeerimisprotsessi, vaid

- rõhutanud, et kodeerimisele eelnevad valikud on tegelikult subjektiivsed ja kvalitatiivsed, ning püüdnud leida motiveeritumaid võimalusi analüüsikategooriate leidmiseks (vt ka ülevaadet Kenney 2009: 228–236);
- tähtsustanud ja püüdnud täiustada kodeerimisele järgnevat andmete tõlgendamisprotsessi.

Nii nagu Kracauer ka ise ütleb, ei ole KVANTitatiivne ja KVALitatiivne sisuanalüüs vas-tandid, nad täiendavad teineteist ja osalt ka kattuvad (1952: 637). Seetõttu võiks minu ar-vates loobuda kirjeldavast täiendist termini ees ja nimetada kontentanalüüsi lihtsalt kontent-analüüsiks, eeldades, et teadusliku objektiivsusega läbiviidud kontentanalüüs ühendab nii kvalitatiivse ja kvantitatiivse uurimisviisi, andmete kogumise ja nende analüüsi.

Teistsugusel seisukohal on Philip Bell, kes mõistab kontentanalüüsina ainult kitsalt and-mete kogumise protsessi, mitte sellele järgnevat analüüsi. Tema jaoks on kontentanalüüs uuritava materjali kirjeldusvahend ja saadud tulemuste tõlgendamiseks on vaja teooriaid, millega vaadata analüüsitavate andmete 'taha'. Belli jaoks on kontentanalüüsi nõrkus see, et enamasti jagatakse uuritav sisu loogilisteks sotsiaalseteks analüüsikategooriateks (tegelaste visuaalse kujutamise analüüsimisel nt tegevuskoht, tegelaste rollid, sugu, vanus jms), mitte ei defineerita neid kindlast teoreetilisest taustast lähtudes (nt semiootilised kategooriad: pil-distamisnurk, sotsiaalne distant, visuaalne modaalsus). Visuaalsele kontentanalüüsile sobi-vaks taustaks peab ta eelkõige semiootikat ning marksistlikke ja neomarksistlikke teooriaid (Bell 2001: 14, 24–25).

## 2. Kontentanalüüsi kasutamine käesolevas väitekirjas

Kontentanalüüs on käesolevas väitekirjas peamine uurimismeetod ja järgnevalt selgitan ma-terjali valimise põhimõtteid, analüüsis kasutatavate ühikute ja kategooriate määratlemist ning valimi koostamise põhimõtteid.

### 2.1. Analüüsitava materjali valimise põhimõtted

Kuna uurin ajalehtede valimust kahe sajandi jooksul, siis on just loendamisprotseduur sobiv selleks, et tuua nähtavale aeglased muutused ja teha need ajas võrreldavaks. Peamiselt olen kasutanud nn suuri analüüsiühikuid: ajalehe valimuse tervikelemente ja nende mahu mõõt-mist. Analüüsimiseks tuli leida kõige olulisemad ajalehe valimust defineerivad elemendid, mis lisaks peavad olema ajalisel nii püsivad, et neid saaks analüüsida kahe sajandi pikkuse perioodi jooksul. Elementide valimisel toetusin varasematele uurimustele ajalehe välimu-sest. Kõige suuremat tuge pakkus Pekka Mervola kontentanalüüs Soome ajalehtede väli-musest 225 aasta jooksul (Mervola 1995). Lisaks olen toetunud ajalehekujunduse ja tüpo-

graafia käsiraamatutele (Radder & Stempel 1942; Starobogatov 1955; Arnold 1956; Evans 1973; Rehe 1985; Garcia 1987; Hutt & James 1989; Moen 1989; Kurvits & Hennoste 1994; Harrower 1995, 2002; Felici 2003; Dodd 2006), jälgides, kuidas käsiraamatud ja õpikud kujundust liigendavad.

## 2.2. Kontentanalüüsis kasutatavad ühikud<sup>[1]</sup>

Ajalehes ilmuv materjal jaguneb kahte suurde ossa: a) toimetuse materjal; b) makstud materjal ehk reklaam, kuulutused jms. Siinses analüüsis käsitlen toimetuse materjali serveerimises toimunud muutusi. Siiski on kuulutuste ja reklaamide välimuse esmane areng toimetuse materjali uurimise seisukohalt tähtis, sest reklaam näitab toimetuse materjalile teed, just reklaamides võetakse kasutusele uued kujunduselemendid ja -võtted, mille eesmärk on lugeja tähelepanu äratada ja infot visuaalselt organiseerida (nt pealkirjastamine, liigendamine, jooned-raamid, visuaalid, moodulstruktuur). Kui ajakirjanikud hakkavad toimetuse materjali esitama lugejatele atraktiivsemal moel, siis laenavad nad selleks reklaamides juba kasutatavad võtted. Selline on olnud visuaalsete uuenduste areng nii angloameerika lehtedes kui vene lehtedes (LeMahieu 1988: 211–214; Barnhurst & Nerone 2001: 84–95; Kisselev 1990) ja võib oletada, et selline on see ka eesti lehtedes.

Lisaks mõjutab ajalehe kui terviku välimust kuulutuste ja reklaami mahu osakaal ajalehes ning asukoht võrreldes toimetuse materjaliga. Nii on kontentanalüüsis mõõdetud kuulutuste ja reklaami maht ( $\text{cm}^2$ ) ning selle alusel arvatud osakaal kogu ajalehe mahust. Asukoha analüüsimiseks on ajaleheküljed jagatud kolmeks: 1) reklaamikülj sisaldab ainult kuulutusi-reklaami; 2) 'vaba' külj sisaldab ainult toimetuse materjali, 3) segakülj sisaldab mõlemat. Kuulutuste ja reklaami välimuse esmast arengut (eristumist toimetuse materjali välimusest) on uuritud kvalitatiivse analüüsiga.

**Toimetuse materjali analüüsiühikud.** Toimetuse materjali analüüsides uurin esmalt kogu ajalehe välimust mõjutavaid elemente: formaati ja veergude arvu, lehenumbri mahtu ja struktuuri ning värvikasutust.

Ajalehe formaadi analüüsimiseks on mõõdetud ajalehe trükipinna kõrgus ja laius (st välja on jäetud veerised) ning arvatud lehekülje maht ( $\text{cm}^2$ ). *Tarto maa rahwa Näddali-Lehe* trükipinna mõõtmisel olen lähtunud ajalehe fotokoopiatest, mis on Kirjandusmuuseumi arhiivraamatukogus Tartus. Kümne säilinud lehenumbri originaaleksemplarid asuvad Venemaa Riiklikus Ajalooarhiivis Peterburis (f 1286 s 288a; vt Tarto 1998: 159–160).

Veergude analüüsimiseks on loendatud veergude arv leheküljel ja mõõdetud kõige rohkem kasutatud veerulaius (cm).

Lehenumbri maht on arvatud lehekülgede mahte liites ( $\text{cm}^2$ ). Lehenumbri maht on aluseks lugude, paratekstide ja visuaalide esinemissageduse arvutamisel (keskmiselt y ühikut lehenumbri kohta).

Toimetuse materjali mahu ( $\text{cm}^2$ ) arvutamiseks on lehenumbri mahust lahutatud kuulutuste-reklaami maht. Toimetuse materjali maht on aluseks lugude, paratekstide ja visuaalide esinemissageduse arvutamisel (keskmiselt y ühikut  $1 \text{ m}^2$  toimetuse materjali kohta). Lisaks on arvatud toimetuse materjali mahu osakaal kogu ajalehenumbri mahust, et võrrelda kuulutuste-reklaami ja toimetuse materjali omavahelist proportsiooni.

Lehenumbri struktuuri on analüüsitud kvalitatiivselt, tuues esile erinevate teemade lisandumise ajalehte ja lehenumbri osade järjestuse.

[1] Detailsed ja täpsed analüüsiühikute definitsioonid ja mõõtmisprotseduuride selgitused on toodud lisas lk 411–419 (Lisa 1. Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend).

Värvikasutuse analüüsimiseks on loendatud lisavärviga ja täisvärvis trükitud lehekülgede arv ning arvatud värviliste lehekülgede osakaal kõigist ajalehekülgedest.

Toimetuse materjali liigendamisel toetun Juri Lotmani tekstisemiootikale (Lotman 2006) ja Gerard Genette'i paratekstiteooriale (1997), grupeerides kogu info nelja suurde rühma: 1) põhitekst ehk lugu, 2) paratekstid ehk põhiteksti täiendavad tekstid, 3) visuaalid ehk joonistused ja fotod, 4) teabegraafika.

1. Põhitekst ehk lugu<sup>[2]</sup> on ajalehes ilmuv üksiktekst, sh ka nt luuletus, järjeromaan, ilma teade. Lugude hulka ei ole arvatud kiriklikke teateid, majanduslikke tabeleid, sündinute, abiellunute jm nimekirju, eelteateid ürituste toimumise kohta, tele- ja raadiokavu jms.

Lugude puhul on kaks analüüsifookust: üksiklugude maht ja hulk ning nende tüpograafiline vormistus.

Lugude mahu analüüsimiseks on mõõdetud tekstiveergude pikkus ja laius ning arvatud sellest lugude keskmine maht (cm<sup>2</sup>). Lugude hulga analüüsiks on loetud lood kokku ja arvatud nende keskmine esinemissagedus lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

Lugude tüpograafia analüüsimiseks on mõõdetud eri kirjarassides lugude teksti ja kirja tihedust. Rasse on kolm: fraktuurkirjad, plokk-kirjad ja antiikva<sup>[3]</sup>. Kirja tiheduse analüüsimiseks on mõõdetud kirjaridade arv 10 veerusentimeetrit. Kirja tiheduse esiletoomine asendab kirja suuruse analüüsi, sest digitaalsete trükikirjade puhul pole visuaalsel vaatlusel ega tüpomeetriga<sup>[4]</sup> mõõtes võimalik täpselt teada saada kasutatud trükikirja suurust.

2. Paratekstid on põhitekstile lisanduvad suuremas kirjas tekstid: pealkirjad, alapealkirjad, rubriiginimed jm sildid, vahepealkirjad, infokastid ja tsitaat-väljavõtted. Seega käsitlen paratekste kitsamalt, kui seda teeb Genette (1997), jättes nende hulga välja visuaalid.

Paratekstide kui tervikliku tekstirühma puhul on analüüsitud nende kasutussagedust 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Selleks on kokku liidetud pealkirjade, alapealkirjastatud pealkirjade, siltide, vahepealkirjastatud lugude, infokastide ja tsitaat-väljavõtete hulk 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

Pealkirjade puhul on esmalt analüüsitud pealkirjastamise moodust, eritledes a) pealkirjata ja rõhutamata algusega lugu, b) pealkirjata ja esiletõstetud algusega lugu (loo esimese lõigu alguses on tüpograafiliselt rõhutatud märksõna või trükimärk), c) püsipealkirjaga või rubriiginimega lugu ja d) pealkirjaga lugusid, mis on omakorda rühmitatud vastavalt veergude arvule (üheveeruline pealkiri, kaheveeruline pealkiri jne). Pealkirjade tüpograafia analüüsimiseks on pealkirjad rühmitatud kirjarassi alusel neljaks: fraktuurid, plokk-kirjad, antiikvad ja muud kirjad. Lisaks on eraldi analüüsitud pealkirjade 'tähelehelisus' (kas pealkiri on laotud suur- või väiketähelehelisena). Kvalitatiivselt on uuritud pealkirjade laadi (sõnastust).

Alapealkirjad on pealkirjad, mis asuvad (põhi)pealkirja all (haruharva ka kohal). Nende puhul on analüüsitud alapealkirjastatud pealkirjade osakaal kõigist pealkirjadest.

Siltide hulka kuuluvad rubriiginimed, püsipealkirjad (selle olen määratlenud kui pealkirja, mis kordub vähemalt kolmes lehenumbris), autorivinjetid, leheküljenimed lehekülgede päistes. Nende puhul on analüüsitud kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Kvalitatiivselt on uuritud siltide kujundusvõtteid (kirjakasutus, illustreeritus).

[2] Edaspidises analüüsis on termineid 'lugu' ja 'põhitekst' kasutatud sünonüümidena, 'põhiteksti' eelkõige siis, kui on juttu tüpograafiast (nt põhiteksti kiri), 'lugu' eelkõige siis, kui on juttu ajalehe temaatikast (nt lugude teemad, aga ka lugude hulk ja pikkus).

[3] Fraktuurid – gooti kirjarassi üks alarühm; kirjad, millel on jämedad sirged teravate nurkadega tähejooned (vt lisanäide 3, lk 415). Plokk-kirjad ehk groteskid – üks kolmest trükikirjade rassist; kirjad, millel puuduvad seriifid ja tähejoonte paksus ei varieeru (nt *Arial*). Antiikvad – üks kolmest trükikirjade rassist; kirjad, millel on seriifid ja tähejoonte paksus varieerub (nt *Times New Roman*).

[4] Tüpomeeter – tüpograafiline joonlaud.

Vahepealkirju uurides on toodud välja liigendatud lugude hulk (s.o vahepealkirjastatud lugude osakaal kõigist lugudest), nende koguhulka (mitu vahepealkirja ilmub nt ühes loos) ei ole arvatud. Lisaks on kvalitatiivselt analüüsitud vahepealkirjade sõnastust, tüpograafilist vormistust ja žanrilist kasutuskohta (missuguseid lugusid vahepealkirjastatakse).

Infokastid on eraldi tekstiplokis kontsentreeritud loeteluna esitatud lühilandmed loo keskse infoga. Nende puhul on analüüsitud kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

Tsitaat-väljavõtted on sõnasõnalised ja kujunduslikult esile tõstetud kordused loo põhitextist. Nende puhul on analüüsitud kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

3. Visuaalid on fotod ja joonistused. Visuaalide kui tervikliku rühma puhul on analüüsitud nende kasutussagedust 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Selleks on kokku liidetud fotode ja joonistuste hulk 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

Fotod on iseseisvad fotograafilised kujutised, analüüsist on välja jäetud teiste kujunduselementide sees avaldatud fotod, s.o fotod paratekstides (pealkirjades, rubriiginimedes, autorivinjettides) ja teabegraafikas. Fotodeks ei ole loetud ka rastermenetlusega reprodutseeritud maale, graafikat, teabegraafikat jms.

Fotode puhul on analüüsitud nende kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Kvalitatiivselt on antud fotode tüpoloogiline ülevaade (keda/mida fotod kujutavad). Fotode suurust on analüüsitud kahel moel. Fotode keskmise suuruse (cm<sup>2</sup>) esiletoomiseks on mõõdetud fotode laius ja kõrgus. Erineva suurusega fotode osakaalu esiletoomiseks on fotod rühmitatud laiuse alusel (veerust kitsamad, üheveerulised, kaheveerulised jne fotod). Fotode kuju analüüsimiseks on nad rühmitatud neljaks: nelinurksed, ovaalsed, siluettfotod ja muu kujuga fotod. Fotode allkirjastatuse esiletoomiseks on fotod rühmitatud kolmeks: allkirjata fotod, allkirjastatud fotod ja sellised fotod, mille allkiri ei asu foto juures.

Joonistused on iseseisvad joonistatud kujutised, mis on reprodutseeritud erinevate graafiliste menetluste, keemilise või digitaalse klišeerimise abil (sh ka maalid, graafika, plakatid). Joonistuste hulka analüüsides on välja jäetud teiste kujunduselementide sees avaldatud joonistused, st tiitlipildid ajalehtede päismikes, joonistused paratekstides (pealkirjades, rubriiginimedes, autorivinjettides) ja teabegraafikas.

Joonistuste puhul on analüüsitud nende kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Joonistuste tüpologia esiletoomiseks on joonistused rühmitatud neljaks: uudisjoonistused (fotode järgi joonistatud kujutised), karikatuurid ja šaržid, koomiksid, muud joonistused.

4. Teabegraafika on element, milles lisaks sõnadele antakse infot visuaalidega ja sõnade-visuaalide paigutusega. Struktuuraalselt jääb teabegraafika paratekstide ja visuaalide piirialale.

Teabegraafika puhul on analüüsitud nende kasutamissagedust lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Teabegraafika tüpologia esiletoomiseks on nad rühmitatud kuueks: tabelid, kaardid (skeemid, plaanid jms), diagrammid (joon-, tulp- ja kookdiagrammid), piktograafiline teabegraafika (joonised jm, kus keskne info on pildiline), male- ja kabeseisud, muu teabegraafika.

Kolmandaks olen analüüsinud ka mitme elemendi ruumilisi struktuure ehk 'visuaalse keele süntaksit' (Messaris 1998). Siia kuulub kaks põhilist kombineerimistasandit: tekstiplokk ehk põhitekst koos selle juurde kuuluvate lisaelementidega (paratekstidega ja visuaalidega) ning lehekülj, mis koosneb tekstiplokkidest. Kuna üksikelementide kombinatsioonid

on loendamise või mõõtmisega kirjeldamiseks liialt keerukad üksused<sup>[5]</sup>, olen siin kasutanud peamiselt kvalitatiivseid meetodeid. Kuid küllalt palju saab elementide kombineerimiskonventsioonide kohta välja lugeda ka üksikute kujunduselementide kontentanalüüsi tulemustest. Näiteks kui palju veerge, lugusid ja fotosid on leheküljel, kui pikad on lood, kui suur on liigendatud lugude osakaal, kui suured on fotod, kui laiad on pealkirjad, kui palju kasutatakse alapealkirju, kui palju kasutatakse rubriiginimesid jm silte, kui palju on reklaamivabu ja segalehekülgi, kui palju on värvikülgi.

**Analüüsiühikute kasutamine.** Nagu eelnevast on näha, on kontentanalüüsis loendatud ja mõõdetud nelja tüüpi parameetreid:

- ühikute hulk – lugude, siltide, infokastide, tsitaatide, fotode, teabegraafika ja joonistuste arvud;
- ühikute maht – lehenumbri maht, reklaami maht, lugude maht, tekstikirja tihedus, fotode suurus;
- kategooriate arvuline osakaal – erineva sisuga leheküljed (toimetuse materjal / reklaam / segu), värvilised/mustvalged leheküljed, liigendatud/liigendamata lood, pealkirjastamisviis, pealkirja-kirja rass, suur/väiketähelised pealkirjad, alapealkirjastatud / ilma alapealkirjata pealkirjad, eri lausega fotod, eri kujuga fotod, fotode allkirjastatus, joonistuste liigid, teabegraafika liigid;
- kategooriate mahuline osakaal – eri kirjarassides lood.

Selline ühikute ja kategooriate valik annab statistilised andmed, mis võimaldavad ajalehe välimuse muutumist analüüsida kolmel viisil: kujunduselementide kasutamissageduse põhjal, kujunduselementide suuruse põhja ja üksikute kujunduselementide alaliikide osakaalude põhjal.

Eri kujunduselementide kasutamissagedust ja selle muutumist aja jooksul näitab nende arv. Siin olen analüüsimiseks arvutanud kaks mõõtühikut.

Esmalt kasutan elementide esinemissageduse võrdlemiseks elementide arvu lehenumbris kui n.ö loomulikku mõõtühikut. See ühik sobib võrdlusteks ühe välimisperioodi piires, kui lehtede keskmine maht muutub vähe.

Lisaks olen arvutanud elementide arvu ühes ruutmeetris toimetuse materjalis ( $1 \text{ m}^2 =$  umbes kaheksa tänapäevase ajalehekülje maht). Sellist sünteetilist mõõtühikut kasutan kahel põhjusel. Esiteks ei ole kahe sajandi tendentside esiletoomiseks otstarbekas võrrelda elementide kasutamissagedust ühel leheküljel või ühes lehenumbris, sest lehekülje suurus on selle ajal jooksul kõikunud 21-kordselt ( $105 \text{ cm}^2$  kuni  $2178 \text{ cm}^2$ ), lehenumbri keskmine maht aga kasvanud 73-kordseks ( $540 \text{ cm}^2 \rightarrow 39\,500 \text{ cm}^2$ ). Teiseks jääb olulisemate kujunduselementide (nt lood, fotod, rubriiginimed) hulk  $1 \text{ m}^2$ -s toimetuse materjalis enamasti 20 ja 100 vahele. See on kognitiivselt sobiv hulk, sest kuni kahekohaliste arvude omavahelisi suurusuhteid tajub inimene kõige kergemini ja nende võrdlemisel annab piisava täpsuse ainult täisarvude kasutamine (vt Ehrenberg 1977: 281–282, 288–289).

Üksikutes kujunduselementides toimunud muutusi aitab esile tuua ka ühikute mahu mõõtmine, mis võimaldab täpsemat eristamist kui lihtsalt ühikute loendamine. Tavaliselt loetakse kontentanalüüsis tekstide mahu mõõtmiseks kokku veerusentimeetreid või tekstiridasid, aga

[5] Lehekülje struktuuri on püüdnud kvantitatiivselt kirjeldatavaks teha John Bateman, Judy Delin ja Renate Henschel (2002, 2004). Lingvistiliste annoteeritud tekstikorpuste (*linguistic annotated corpora*) eeskujul on nad loonud mudeli multimodaalse annoteeritud korpuse GeM (*GeM-annotated corpus*) loomiseks. Korpus võimaldab digitaalselt kirjeldada ja analüüsida ajalehekülje struktuuri. See on väga tömahukas uurimismeetod, mis nõuab ulatusliku annoteeritud digitaliseeritud ajalehekülgede korpuse olemasolu.

siinses kontekstis need mõõtühikud ei sobi, kuna nad eeldavad muutumatu laiusega veerude kasutamist. Aga eesti ajalehtede põhiveerulaius on kahe sajandi jooksul muutunud 2,5-kordselt (4–10 cm). Nii on lugude ja fotode mahud mõõdetud ruutsentimeetrites. Lugude *sisulise* mahu mõõtmiseks ei ole ka see kõige täpsem mõõtühik, sest jätab arvestamata tekstikirja suuruse ja tiheduse muutumise. Aga ajalehe välimuse uurimiseks on mõõtühik piisavalt täpne. Lugude pikkuse võrdlemiseks on loodud ka sünteetiline mõõtühik – lugude keskmine maht on teisendatud lugude pikkuseks, võttes aluseks tänapäeval eesti ajalehtedes kõige tavalisema 4,3 cm laiuse veeru.

Et tuua esile muutusi üksikutes kujunduselementides, olen olulisemad ühikud jaganud kategooriateks ja analüüsinud kategooriate omavahelise arvulise proportsiooni muutumist. Elukõige võimaldab see tuua esile karakterseid muutusi lehe välimusperioodide piiridel. Näiteks 1940. a jooksul väheneb järsult alapealkirjastatud lugude ja liigendatud lugude osakaal, loobutakse (maa)kaartide, koomiksitate, fraktuurkirjade kasutamisest.

**Multimodaalsuse kontentanalüüs.** Eelnev on traditsiooniline kontentanalüüs. Et teha üldistusi ajalehe multimodaalsuse määra muutumise kohta, olen lisaks loonud analüüsiskeemi, mis näitab põhiteksti ja visuaalide omavahelise mahu muutumist.

Selleks jagasin toimetuse materjali kolmeks: (põhi)tekstiline materjal, visuaalne materjal ja struktureeriv materjal. Põhiteksti maht näitab verbaalse sisu osakaalu, visuaalide maht visuaalse sisu osakaalu ja struktureeriva materjali maht neid kaht poolt ühendava kujundusvõttestiku osakaalu.

Siinsete mõistete tähendus ei ole identne varasemas analüüsiskeemis kirjeldatud lugude ja iseseisvate visuaalide mahuga, vaid neile on eraldi juurde mõõdetud ka muu vastava sisuga materjali maht.

1. (Põhi)tekstiline materjal hõlmab lugude mahtu + juurde mõõdetud muu väikses kirjas materjali mahtu (tabelid, eelteated, impressum, raadio-telekavad, fotoallkirjad jms).

2. Visuaalne materjal on fotografeeritud ja joonistatud materjal. See hõlmab kogu fotografeeritud ja joonistatud materjali mahtu, s.o iseseisvate fotode ja joonistuste mahtu + juurde mõõdetud muudes elementides (päismikes, paratekstides ja teabegraafikas) kasutatud fotode ja joonistuste mahtu.

3. Struktureeriv materjal hõlmab verbaalse info kordamist visuaalselt rõhutatud kujul ja struktureerivaid elemente, seega kuuluvad siia paratekstitid (pealkirjad, alapealkirjad, rubriiginimed, tsitaat-väljavõtted), jooned, raamid ja tühi ruum.

See kolmene jaotus annab kvantitatiivse ülevaate info esitamise viisidest kõige laiemas mõttes ehk kontentanalüüs väljendab arvuliselt ajalehe multimodaalsuse määra muutumist. Põhimõtteliselt sarnast (kuid detailsemat) analüüsiskeemi on kasutanud Rodrigo Uribe ja Barrie Gunter (2004), uurides briti tabloidide uudiste sisu ja vormi muutumist aastatel 1991–2001. Vormiliste muutuste esiletoomiseks jagasid nad uudiste sisu neljaks, mõõtes teksti, pealkirjade, visuaalide ja tühja ruumi mahud.

**Kontentanalüüsi tulemuste esitamine.** Analüüsi arvandmed on väitekirjas esitatud kahel viisil.

Kontentanalüüsi olulisemad andmed on esitatud väitekirja tekstis joonistena (peamiselt 4. peatükis *Eesti ajalehtede välimuse muutumise üldpilt*). Ühel joonisel on esitatud välimusparameetri muutumine kogu 200-aastase perioodi jooksul. Ajaskaala joonisel on lühem juhul, kui parameetrit on kasutatud lühema perioodi jooksul (vastavad selgitused on igal konkreetset juhul joonisele lisatud). Visuaalne pilt joonistel on võimalikult täpne, joonistele lisatud arvud on ümardatud (tavaliselt täisarvud), seetõttu ei ole visuaalne pilt ja lisatud arvud perfektselt täpses korrelatsioonis. Näiteks arvuliste osakaalude summa ei pruugi alati olla täpselt 100%.



Sama tüüpi statistika on esitatud samade joonisetüüpidega, kasutades läbivalt samu värvikoode ja joonetüüpe.

- Tulpdigrammidena on esitatud mahulised elemendid (lehenumbri ja reklaami maht, lugude maht, fotode suurus, veergude arv ja laius; joonised 4.2, 4.4, 4.5, 4.10, 4.25), samuti ühe või kahe olulise üksikkategooria osakaal analüüsiühikutes (värvi osakaal, visuaalide mahu osakaal, alapealkirjastatuse osakaal, suurtäheliste pealkirjade osakaal, karikatuuride-koomiksitate osakaalud; joonised 4.7, 4.15, 4.17, 4.20, 4.22);

- 100%-liste summatulpdigrammidena on esitatud analüüsiühikute jaotumine vähemalt kolmeks (arvuliseks või mahuliseks) kategooriaks (reklaami paigutusvariandid, tekstikirja rassid, pealkirjastamisviisid, pealkirja-kirjad, fotode laiused, kujud ja allkirjastatusviisid, teabegraafika liigid; joonised 4.6, 4.11, 4.14, 4.16, 4.24, 4.26, 4.27, 4.29).

- Joondiagrammidena on esitatud elementide hulk (lugude, rubriiginimede jm siltide, fotode, joonistuste, teabegraafika arvud; joonised 4.9, 4.18, 4.21, 4.23, 4.29), kasutades läbivalt erinevaid jooni eristamiseks elementide arvu lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.

- Pinddiagrammidena on esitatud lehekülje suurus ja põhiteksti maht lehenumbris (joonised 4.3 ja 4.8).

Visuaalselt nõrgemate elementide kujutamisel on kasutatud heledamaid värvitoone, näiteks valge kujutab põhiteksti, hall paratekste ja struktureerivaid elemente, must visuaale (joonised 4.13, 4.19).

Täielik ülevaade kontentanalüüsi tulemustest on saadaval töö autorilt.

### 2.3. Valimi koostamise põhimõtted

**Üldkogum.** Käesolevas töös on analüüsitud eestikeelsete kesksete üldajalehtede välimust. Eesmärk oli valida analüüsiks läbivalt kolm ajalehte, kuna rohkem pole võimalik kogu uuritava perioodi jooksul valida. Nõukogude ajal ilmub kaks vabariiklikku päevalehte, tänases Eestis kolm üleriigilist üldpäevalehte. Rohkem lehti oleks võimalik valida Eesti Vabariigi ajast 1920–1940, kui järjepidevalt ilmub viis-kuus suurt päevalehte. Eesti ajalehtede ilmumise alguses, 19. sajandil ilmub lehti veelgi vähem ja 1806.–1870. a on valimisse võetud kõik ilmunud väljaanded. Sealt edasi lähtun valimi koostamisel kahest põhimõttest.

1. Tüüpilisus, kesksus – uurin peavoolu-lehti, suuri üleriigilisi üldsisuga ajalehti (kui võimalik, siis päevalehti), sh ka tabloidse sisuga lehti.

2. Järjepidevus. Kogu oma ilmumisaja jooksul (st alates 1860. a) on valimis *Perno Postimees* / *Postimees* / *Tartu Kommunist* / *Edasi* / *Postimees*, mis on kõige pikaealisem leht eesti ajakirjanduses. Teiste lehtede valimisel olen järjekindluse põhimõtet rikkunud 19. sajandi viimase veerandi lehtede juures, kus *Ristirahwa pühhapäeva leht* on valimis ainult aastal 1875 (kuigi ilmus 1919. aastani) ja seejärel asendab seda uus keskne väljaanne: 1880. a *Sakala* (ilmub tänini), 1885–1905 *Olewik*. Ka *Tallinna Teataja*, mis ilmub 1922. aastani, on valimis ainult aastatel 1910 ja 1915, aga 1920. a on asendatud juba *Waba Maaga* (ilmub 1918–1935).

Kontentanalüüsiks valisin 5 ja 0-ga lõppevad aastad. Viieaastane intervall võimaldab teha ajaliseltselt piisavalt detailseid järeldusi kahesaja-aastase perioodi kohta. Viieaastane intervall annab analüüsiks 32 üksikut aastat, see on materjali hulk, millega üksikuuriija väitekirja raamides veel hakkama suudab saada. Just nimelt 5 ja 0-ga lõppevate aastate valimisel mõjuriks olid välismaiste uurijate samasugused otsused, et Eesti uurimuse andmeid oleks võimalik võrrelda teiste riikide andmetega. Näiteks Mervola (1995) kasutab täpselt sama süsteemi; Barnhurst ja Nerone (2001) kasutavad 10- ja 30-aastast intervalli ning 5-ga

<b>Tabel 3.1. Analüüsitud ajalehtede valim</b>	
Kuni 1940. a on kõik uuritud ajalehed (v.a <i>Tarto maa rahwa Näddali-Leht</i> ) kättesaadavad ka internetist <a href="http://dea.nlib.ee/">http://dea.nlib.ee/</a>	
1806	<i>Tarto maa rahwa Näddali-Leht</i>
1821	<i>Marahwa Näddala-Leht</i>
1825	<i>Marahwa Näddal-Leht</i>
1859–1860	<i>Tallorahwa postimees</i> (1859); <i>Perno Postimees</i> (1860)
1865	<i>Perno Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i>
1870	<i>Perno Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i>
1875	<i>Perno Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Ristirahwa pühhapäwa leht</i>
1880	<i>Perno Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Sakala</i>
1885	<i>Perno Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Olewik</i>
1890	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Olewik</i>
1895	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Olewik</i>
1900	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Olewik</i>
1905	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Postimees</i> ; <i>Olewik</i>
1910	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Tallinna Teataja</i>
1915	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Tallinna Teataja</i>
1920	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Waba Maa</i>
1925	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Waba Maa</i>
1930	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Waba Maa</i>
1935	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Waba Maa</i>
1940 I p-a	<i>Postimees</i> ; <i>Päewaleht</i> ; <i>Uus Eesti</i>
1940 II p-a	<i>Postimees</i> / <i>Tartu Kommunist</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1945	<i>Postimees</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1950	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1955	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1960	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1965	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1970	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1975	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1980	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1985	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1990	<i>Edasi</i> ; <i>Noorte Hääl</i> / <i>Päevaleht</i> ; <i>Rahva Hääl</i>
1995	<i>Postimees</i> ; <i>Päevaleht</i> ; <i>Rahva Hääl</i> / <i>Eesti Päevaleht</i>
2000	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Päevaleht</i> ; <i>Õhtuleht</i> / <i>SL Õhtuleht</i>
2005	<i>Postimees</i> ; <i>Eesti Päevaleht</i> ; <i>SL Õhtuleht</i>

lõppevaid aastaid; Becker, Ekecrantz ja Olsson (2000; Ekecrantz & Olsson 1994) kasutavad 25- ja 30aastasi intervale ning 5 ja 0-ga lõppevaid aastaid (v.a üks aasta, 1987).

Kuni 1860. a ei ilmunud eesti lehed järjepidevalt, seetõttu on valimis 'augud' (1810–1815; 1830–1855) ja osa aastaid kaldub 5-aastasest intervallist kõrvale (1805 asemel on 1806; 1820 asemel 1821; 1859. ja 1860. aastal ilmunud lehtede andmed on arvatatud kokku üheks keskmiseks). Et tuua esile järske muutusi lehtede välimuses pärast nõukogude võimu kehtestamist, on 1940. a kohta koostatud kaks valimit: esimese poolaasta ja teise poolaasta lehenumbrid eraldi.

Uuritud väljaannete üldkogum uuritud aastatel kahe sajandi jooksul on 20 492 lehenumbrit (nt 1821. a – 52 lehenumbrit, 1860 – 102 numbrit, 1900 – 395 numbrit, 1935 – 1020 numbrit; 1965 – 875 numbrit, 2005 – 910 numbrit).

Kontentanalüüsi abil olen uurinud ajalehtede neid osi, mis moodustavad lahutamatu teraviku, st jõuavad kõigi lugejateni ilma eraldi lisatasuta. Seetõttu jääb analüüsimate enamiku lisalehtede välimus.<sup>[6]</sup>

**Valim.** Analüüsitava lehenumbrite valimisel olen lähtunud proportsionaalse valimi koostamise põhimõtetest. Päevalehtede analüüsimisel kasutan konstrueeritud nädalat (*constructed week*<sup>[7]</sup>), valides igast väljaandest kuus või seitse lehenumbrit kalendriaastast, üks number igast nädalapäevast. Valim on tasakaalustatud aasta lõikes ja kuude lõikes (numbreid on valitud ühtlaselt kuu igast kümnepäevakust, st mitte ainult kuude algusest, keskelt või lõpust). Nädalalehtede analüüsimisel kasutan konstrueeritud kuud (*constructed month*), valides igast väljaandest neli lehenumbrit kalendriaastast. Valim on tasakaalustatud aasta lõikes (üks number igast aastaajast) ja kuu lõikes (numbreid on valitud ühtlaselt kuu igast nädalast).

Senised uuringud näitavad ühemõtteliselt, et ajalehtede loendatava ja mõõdetava sisu uurimisel annab ajalisel tasakaalustatud konstrueeritud valim täpsema tulemuse kui juhuvalim (*random sample*), kuna ajalehtede maht ja sisu varieeruvad tsükliliselt (Jones & Carter 1959; Riffe jt 1993; Lacy jt 2001; Hester & Dougall 2007). Näiteks ilmub teatud nädalapäevadel ja aastaegadel rohkem reklaami ning vastavalt on lehenumbrid mahukamad, teatud tüüpi info ilmub ajalehtedes kuu alguses või lõpus. Päevalehtede puhul on tsüklilisus tugevam kui nädalalehtede puhul (Lacy jt 1995).

Ühe tervikliku nädala/kuu ajalehtede (*consecutive day sample, composite week/month*) asemel kasutan konstrueeritud nädalat/kuud selleks, et vältida ajastule ebatüüpilise välimusega ajalehenumbreid, nt pühadeaegseid lehti. Ebatüüpilise välimusega lehti ilmub kõige rohkem nõukogude ajal, kui ajalehes avaldatakse ka NLKP ametlikke dokumente, parteijuhtide kõnesid, pikki ülevaateid parteikongressidest (vt näide 9.1, lk 240). Nende osakaal on eri aastakümnetel erinev. Konstrueeritud nädala/kuu valimi eelist võrreldes tervikliku nädala/kuu valimiga kinnitavad ka Riffe jt (1993), leides, et kuuest kuust pikema perioodi kohta üldistuste tegemisel on konstrueeritud valim usaldusväärsem.

**Representatiivse valimi** loomiseks tervikelementide analüüsimisel olen valimisse võtnud nii palju lehenumbreid, et saada vähemalt 50 analüüsiühikut ühest ajalehest (st kolme ajalehe peale 150 ühikut – lugu, fotot jne – ühest aastast). See on piisav hulk, et tuua protsentuaalselt esile ühe analüüsiühiku erinevad kategooriad (nt eri laiusega fotode osakaal).

Valimi suuruse otsustamine on keeruline ja seda eelkõige kahel põhjusel. Esiteks on analüüsitava ajalehtede ajaline ulatus suur ja lehtede maht väga erinev. Et liigitada ja analüüsida ühest väljaandest vähemalt 50 lugu, siis 1806. a puhul tuleb selleks valimisse võtta kõik säilinud *Tarto maa rahva Näddali-Lehhed* (säilinud kümnes lehenumbris on 68 lugu), aga 1940. a piisab ühest ajalehenumbri (nt *Postimehes* on 149 lugu lehenumbris). Teiseks on analüüsiühikute esinemissagedus väga erinev. Näiteks 1910. a on ühes ajalehenumbris keskmiselt 75 lugu, 21 pealkirja, 23 rubriiginime; 0,06 fotot; 0,08 joonistust ja 1 teabegraafika.

Seetõttu olen kasutanud analüüsiskeemi, kus valimisse kuuluvate konstrueeritud nädalate/kuude arv on eri ühikute (lugu, foto jne) analüüsimisel erinev.

Nädalalehtede puhul on ühe väljaande väikseim valim neli lehenumbrit ehk üks konstrueeritud kuu (kolme ajalehe peale kokku 12 numbrit ehk üks number igast kuust ühe aasta kohta). Päevalehtede puhul on väikseim valim kaks lehenumbrit (kolme ajalehe peale kokku 6 või 7 lehenumbrit ehk üks konstrueeritud nädal igast aastast).

[6] Ajalehenumbri defineerimispõhimõtteid on detailsemalt selgitatud kontentanalüüsi kodeerimise juhendis Lisas 1, lk 411.

[7] Barnhurst & Nerone (2001) kasutavad samas tähenduses terminit *reconstructed week*.

See on piisav valim lugude, pealkirjastamisviiside, siltide analüüsimiseks, aga kuni 1990. aastateni liiga väike visuaalsete elementide jaoks. Nii on visuaalid kuni 1920. a otsitud kogu aastakäigu kõigist lehenumbritest (st valim = üldkogum)<sup>[8]</sup>. 1925.–1990. a fotode ja joonistuste esinemissagedus üha kasvab, aga erineva tempoga ja vastavalt erinevad ka valimite suurused: ühe väljaande valim on koostatud ühe, kahe, nelja, kuue või kaheteistkümne konstrueeritud nädala lehenumbrite põhjal (kolme väljaande peale kokku on aasta koguvalim vastavalt kolm korda suurem).

19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses ilmub visuaalseid elemente nii harva, ebaregulaarselt ja juhuslikult, et kontentanalüüs näib mõttetu. Näiteks 1890. aasta *Olewikus* on seitse joonistust (neist viis ilmub jaanuaris) ja 92 teabegraafikat (neist 46 visuaalset teabegraafikat). Visuaale on siiski mõtet loendada, analüüsida ja mõõta eelkõige selleks, et tuua esile, kuidas visuaalid 'imuvad' ajalehte aeglaselt mitme aastakümne jooksul.

Kokku on kahe sajandi lehtedest analüüsitud 13 507 lugu, 7092 pealkirja, 5172 rubriiginime jm silti, 5760 joonistust, 5060 fotot, 5914 teabegraafikat.

Reklaami ja toimetuse materjali mahu osakaalu arvutamiseks olen kasutanud erinevat valimit nädalalehtede puhul ja sagedamini ilmuvate lehtede puhul:

- nädalalehtede puhul on valimiks kaks konstrueeritud kuud igast väljaandest igal aastal (st igast väljaandest 8 lehenumbrit, kolme väljaande peale kokku 24 lehenumbrit);
- sagedamini (kaks, kuus või seitse korda nädalas) ilmuvate lehtede puhul on ühe väljaande valimiks kaks konstrueeritud nädalat (st igast väljaandest 6 või 12 või 14 lehenumbrit, kolme väljaande peale kokku 18 või 36 või 48 lehenumbrit).

Kui võrrelda kaht konstrueeritud kuud või nädalat omavahel, siis erineb reklaami osakaal tavaliselt 0–4%.

Väljaannete lehenumbri keskmine maht on arvatud eri aastatel erinevalt:

- 1806–1905 ja 1945–1990 ajalehe kogu aastakäigu mahu põhjal;
- 1910.–1935. a kaheteistkümne nädala lehenumbrite mahu põhjal (üks nädal igast kuust, nädalate valik tasakaalustatud kuu lõikes);
- 1940. a I ja II poolel kuue nädala lehenumbrite mahu põhjal (üks nädal igast kuust, nädalate valik tasakaalustatud kuu lõikes)<sup>[9]</sup>;
- 1995–2005 kahe konstrueeritud nädala lehenumbrite mahu põhjal<sup>[10]</sup>.

#### 2.4. Kontentanalüüsi tulemuste kontroll ja kasutamise piirid

Et kontentanalüüs oleks korrektne, on vajalik, et valim oleks representatiivne üldkogumi suhtes ja kodeerimine usaldusväärne.

**Valimi representatiivsus.** Päevalehtede erineva suurusega valimite representatiivsust võrreldes on leitud, et üks konstrueeritud nädal vastab piisava täpsusega üldkogumi keskmisele, kaks konstrueeritud nädalat veelgi täpsemalt (Riffe jt 1993: 139). Nädalalehtede ja nädalaajakirjade sisu uurimisel on leitud, et piisavalt representatiivne on 12 lehenumbri konstrueeritud aastane valim (Lacy jt 1995: 344; Riffe jt 1996: 640). Järeldused kehtivad nende kontentanalüüside puhul, mis loendavad elementide esinemissagedust ja mahtu.

[8] V.a 1915. a *Päevalehe* fotode valim, mis on koostatud 12 konstrueeritud nädala põhjal, kuna sel aastal ilmub *Päevalehes* fotosid rohkem ja regulaarsemalt kui teistes lehtedes.

[9] V.a *Noorte Hääli*, mille puhul on lehenumbri keskmine maht arvatud kõigi ilmunud numbrite põhjal (86 numbrit).

[10] V.a 1995. a *Rahva Hääli*, mille maht langes mai alguses järsult (ilmselt pärast kolme lehe ühinemisotsuse tegemist) ja seetõttu on lehenumbri keskmine maht arvatud kõigi ilmunud numbrite põhjal (125 numbrit).

Nii peaks käesoleva analüüsi valim olema piisavalt representatiivne, kuna ka kõige väiksema variatiivsusega elementide puhul on valim nädalalehete puhul vähemalt kaksteist lehenumbrit aasta kohta (üks number igast kuust) ja päevalehete puhul vähemalt üks konstrueeritud nädal ehk kuus või seitse lehenumbrit aasta kohta. Nädalalehete puhul on valim väiksem 1806. a – kümme lehenumbrit (rohkem pole neid seni leitud) – ning 1865. ja 1870. a, kui kahest väljaandest moodustatud valim koosneb kaheksast lehenumbrit (tasakaalus- tatud aasta lõikes).

Valimi representatiivsuse prooviks võrdlesin ajalehe keskmist mahtu arvatuna kahe konstrueeritud nädala ja 12 konstrueeritud nädala põhjal. Võrreldud kuue valimi puhul jäi erinevus 1–3% vahele. Põhitekti osakaal kõigub tavaliselt samas väljaandes sama aasta eri lehenumbrites 0–3%.

**Kontentanalüüsi usaldusväärsus.** Siinse kontentanalüüsi olen kodeerinud üksinda (aastatel 2005–2007) ja saadud andmete usaldusvääruse kontrolliks tegin korduskodeerimise 2010. a. Kuna analüüs on väga mahukas ja ajaliselt ulatuslik, siis valisin Lo jt (2000) eeskujul igast erinevast uuritud elemendist (lood, pealkirjad ja visuaalid) ühe juhusliku kontrollmuutuja. Uuesti on kodeeritud tekstikirja rassid, alapealkirjastatus ja fotode suurus igast välimusperioodist ühel aastal (aastatel 1859–60, 1900, 1935, 1965 ja 2000).

Eri kodeerimiste usaldusväärsus on tekstikirja puhul 0,98, alapealkirjastatuse puhul 0,85<sup>[11]</sup> ja fotode suuruse puhul 0,94. Aastate lõikes usaldusväärus kasvab, kuna hilisemad pealkirjadevalimid on suuremad: 1859.–1860. a kodeerimiste usaldusväärsus on 0,75; 1900. a – 0,91; 1935. a – 0,96; 1965. a ja 2000. a – 0,97. Seega on kontentanalüüsi andmed statistiliselt piisavalt usaldusväärsed, v.a juhtudel, kui valim jääb elementide vähese esinemissageduse tõttu liiga väikseks, et seda liigitada kategooriateks, s.o usaldusväärsed ei ole pealkirja-kirjad ja alapealkirjastatuse määr kuni 1910. a (kuna pealkirjade hulk on liiga väike), fotode ja joonistuste liigitus kuni 1920. a ja teabegraafika liigitus kuni 1990. a paljudel aastatel. Need juhud on joonistel märgitud tärniga (\*).

**Kontentanalüüsi piirid.** Nagu ikka, on ka selle uuringu andmete kasutamisel oma piirangud.

Kuni 1870. aastateni on tulemused üldistatavad kõigile eestikeelsetele ajalehetele, sealt edasi ainult kesksetele ajalehetele: kuni 1905. a laiema levikuga üldnädalalehetele, alates 1910. a üldpäevalehetele (eeldusel, et *Postimees/Edasi* on pürginud ka kohaliku lehe staatuses olles alati laiemale levikule). Seega ei ole käesoleva uuringu tulemused üldistatavad 20.–21. sajandi nädalalehetele, kohalikele lehetele ja tasuta ajalehetele.

Kontentanalüüsi andmed võimaldavad hinnata muutuste tendentse pikas perspektiivis, viieaastase intervalliga ega registreeri kõikumisi mõõtmisaastate vahel. Näiteks võib oletada, et ajalehete maht on väiksem ning sisu ja välimus varasemast ja hilisemast erinevad maailmasõdade ajal 1917.–1918. a ja 1941.–1944. a. Käesolev kontentanalüüs selle kohta andmeid ei anna, sest uuringuaastad on 1915 ja 1920, 1940 ja 1945. Samuti ei saa järsemate muutuste algust piiritleda aastase täpsusega, vaid viieaastase täpsusega (s.o kümnendi esimesel või teisel poolel). Erandiks on siin 1940. a, mil kontentanalüüsi andmed on kogutud esimese ja teise poolaasta kohta eraldi.

Lisaks olen üksikutel olulistel juhtudel täpsustanud kontentanalüüsi andmeid kvalitatiivse analüüsiga, näiteks otsinud välja eesti ajalehete esimesed joonistused (19. sajandi teisel poolel) ja fotod (1893.–1894. a). Kvalitatiivselt täpsustasin ka 1990. aastate fundamentaal- seid välimusmuutusi, tuues nende tekkeaja aasta-paari täpsusega.

[11]  $\pi$  väärtus on nii väike seetõttu, et 1859.–1860. a valimi suurus on ainult 26 pealkirja. Kui 1859.–1860. a andmeid mitte arvestada, siis on usaldusväärsus 0,93.

20.–21. sajandi lehtede puhul on uuringu tulemused representatiivsed *kolme lehe keskmisena*, muutuste tendentside esiletoomiseks. See tähendab, et tavalisemate elementide puhul (põhiteksti mahu osakaal, lood, pealkirjad, rubriiginimed, 1990.–2000. aastatel ka fotod) on üksikute ajalehtede valimid liiga väiksed (kaks lehenumbrit), et saadud arvandmed oleksid representatiivsed kogu aasta kohta. Seega ei ole piisavalt usaldusväärne võrrelda omavahel käesoleva uuringu üksikute väljaannete tavalisemate elementide täpset kasutusstatistikat, küll aga on võimalik võrrelda üldisemaid trende.

### **Kokkuvõte**

Eesti ajalehtede välimuse muutumise uurimiseks olen analüüsinud kolme keskset lehte aastatel 1806–2005. Peamiseks andmete kogumise meetodiks on kontentanalüüs, mis on tehtud viieaastase intervalliga. Lisaks olen kasutanud empiirilist kvalitatiivset analüüsi, ekspertintervjuusid, ajakirjanike mälestusi ja omaenda töökogemusi (alates 1980. aastate lõpust).

Analüüsi põhjal saab teha järeldusi ajalehtede multimodaalsuse määra muutumise kohta (visuaalse, verbaalse ja struktureeriva materjali omavaheline proportsioon ajalehes), eri kujunduselementide esinemissageduse kohta ja kujunduselementide vormi muutumise kohta. See võimaldab mitmekülgset ja täpselt fikseerida eesti kesksete ajalehtede välimuse teisene-mise kahe sajandi jooksul.

Analüüsi esitamisel (peatükid 4 ja 6–10) kirjeldan esmalt 'raamistikku', s.o kogu ajalehe välimust mõjutavaid parameetreid (ajalehtede formaat ja veergude arv, lehenumbrite maht ja struktuur, kuulutuste-reklaami välimus, värvikasutus). Sellele järgneb elementide analüüs kahes osas: kujunduselemendid (põhitekst, paratekstid, visuaalid, teabegraafika) ja nende kombinatsioonid (tekstiplokid, leheküljed).

## 4. EESTI AJALEHTEDE VÄLIMUSE MUUTUMISE ÜLDPIILT

Kas eesti ajalehe välimus muutub sujuva protsessina, milles pole selgeid üleminekuid või jaguneb see piisavalt selgete piiridega perioodidesse? Sellele küsimusele vastamiseks tuleb vaadata olulisemate välimusparameetrite teisenemise viisi ja aega. Järgnevalt annangi ülevaate analüüsitud üksikparameetrite geneesist pikas perspektiivis, kahe sajandi jooksul vastavalt kontentanalüüsi ja kvalitatiivse analüüsi tulemustele. Eesmärk on saada üldpilt iga parameetri muutumise suunast ning murdepunktidest, kus sujuv muutumine asendub hüppelise, kiireneb ja/või kumuleerub.

### RAAMISTIK

#### I. Lehenumbri keskmine maht

Lehenumbri mahtu on mõõdetud kahel moel: lehekülgedes ja ruutmeeetrites.

**Lehenumbri maht lehekülgedes** (joonis 4.1) näitab numברי paksust. Esimese eesti ajalehe *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* maht on neli lehekülge. Järgmiste lehtede maht on tavaliselt kaheksa lehekülge (algul oktaavformaadis, hiljem kvartformaadis). Alates 1870.

#### Joonis 4.1. Ajalehtede formaadid, mahud ja veergude arv

Kümnekordne vähendus.

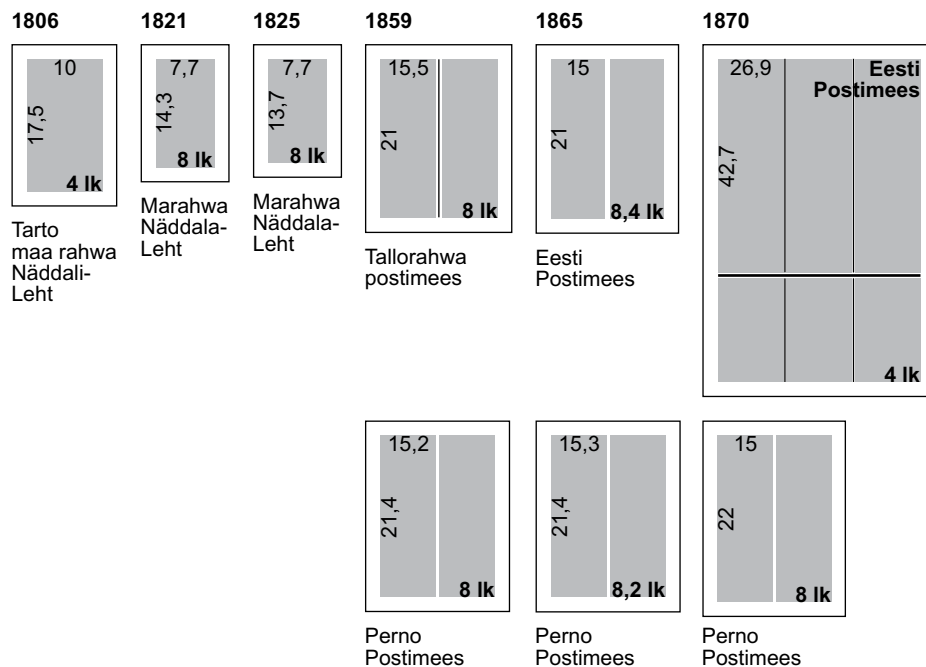
**Arvud** vasakul ja ülal näitavad trükipinna kõrgust ja laiust (cm).

Arv paremas alanurgas näitab lehenumbri keskmist mahtu lehekülgedes.

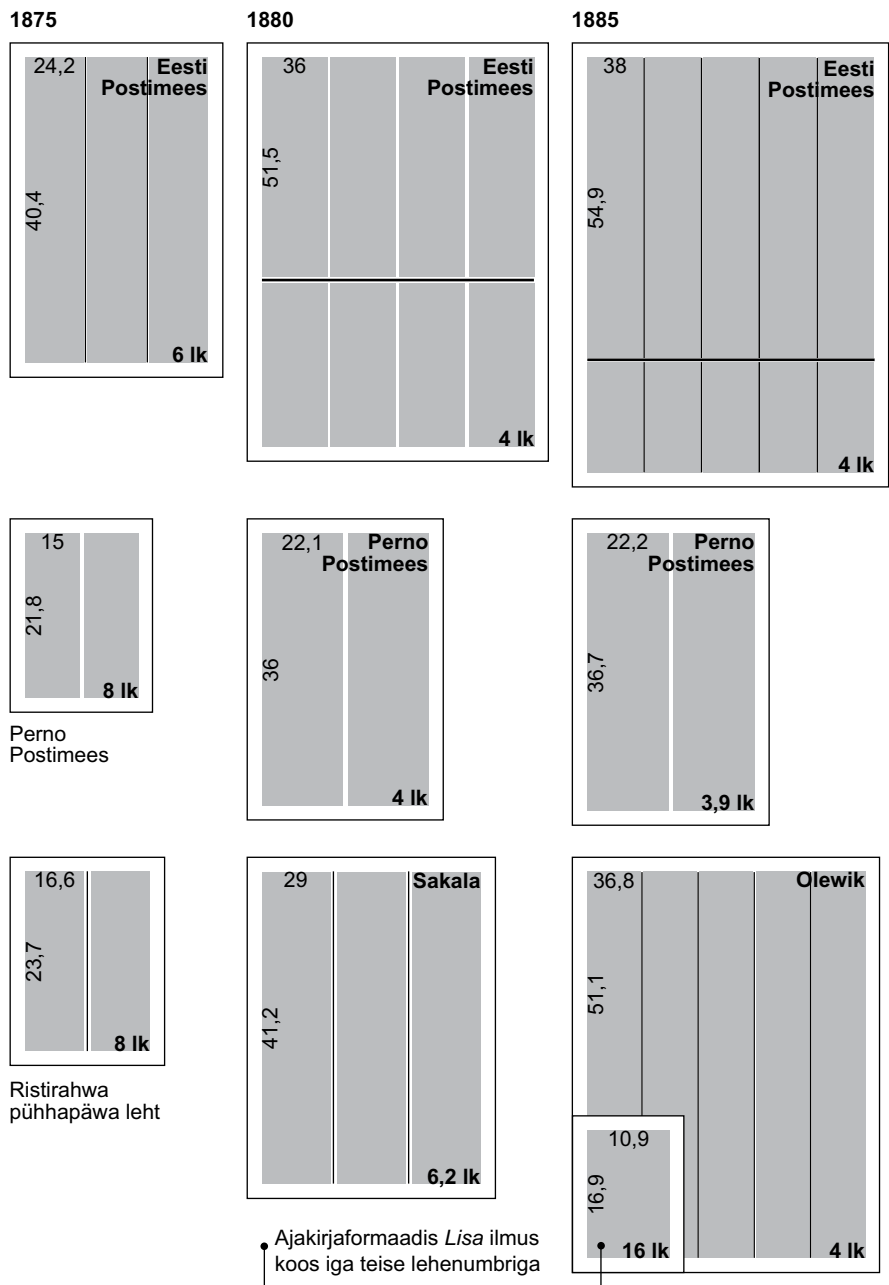
**Hallid kastid** näitavad veergude arvu ja laiust.

**Vertikaaljooned** märgivad veeruvahejooni (katkendlik joon märgib veeruvahejoonte kasutamist osades lugudes).

**Horisontaaljooned** näitavad joonealuse kasutamist (kuni 1920. aastani). Teineteise peal olevad leheküljed märgivad kahe erineva formaadi kasutamist aasta jooksul. Kui aasta jooksul on kasutatud rohkem kui kaht formaati, siis on joonisel kujutatud ainult aasta alguses ja lõpus kasutatud formaadid.



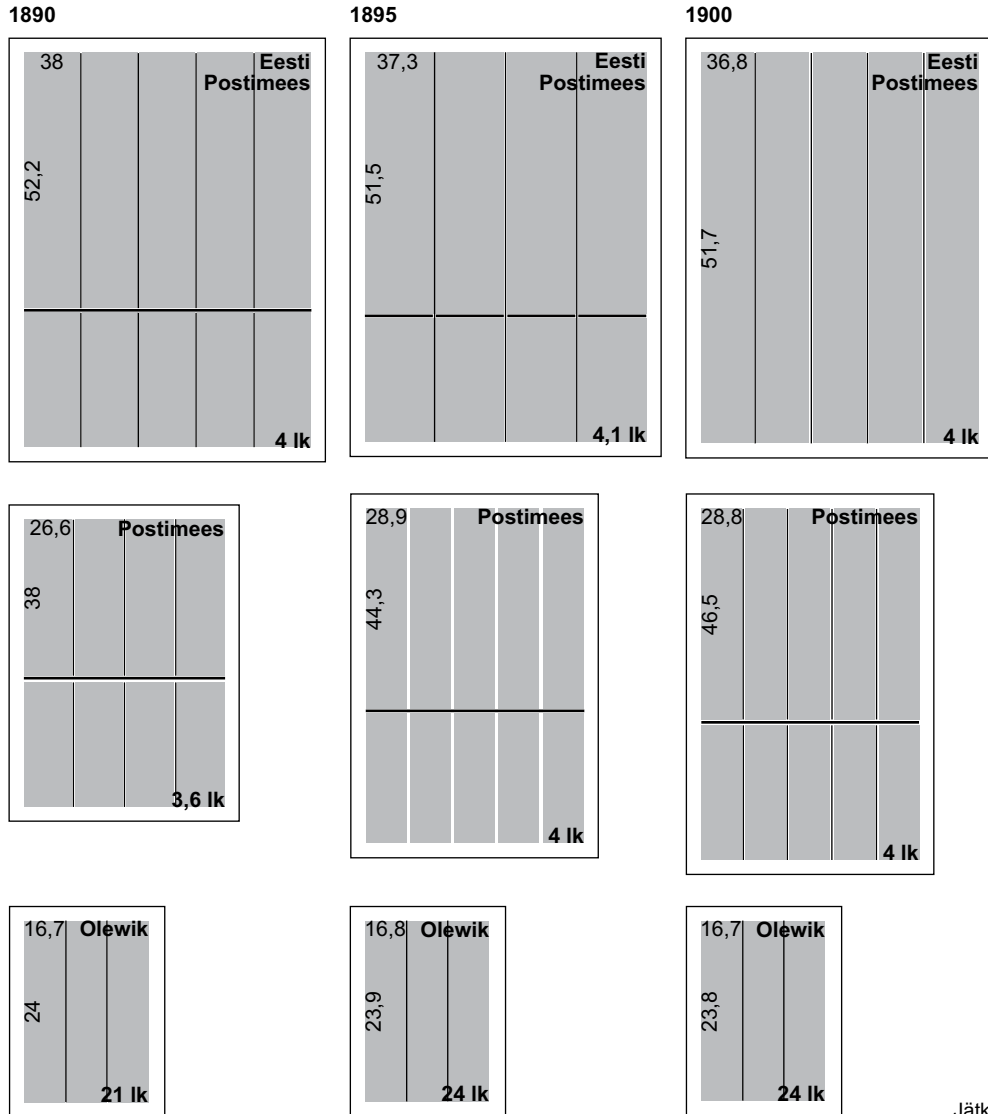
Jätkub...

**JÄRG: Joonis 4.1. Ajalehede formaadid, mahud ja veergude arv**

aastatest suurendatakse lehe formaati (tavaliseks saab foolioformaat) ja kuni 1920. a on lehenumbri tavaline maht neli lehekülge (= üks trükipoogen). 1910. aastatel hakkab neljaküljeline lehenumber ajalehetele 'kitsaks' jääma ja nii trükitakse ka üksikuid viie-, kuue- ja kaheksaküljelisi lehenumbreid.

Pärast I maailmasõda ja Vabadussõda, 1920. aastate alguses kasvab lehenumbri maht juba hüppeliselt, tavaliseks saavad kaheksaküljelised, varsti ka 10- ja 12-küljelised numb-



**JÄRG: Joonis 4.1**

Jätkub...

rid. Lehenumbrite maht varieerub varasemast rohkem, sõltudes eelkõige kuulutuste ja reklaami hulgast konkreetses numbris.

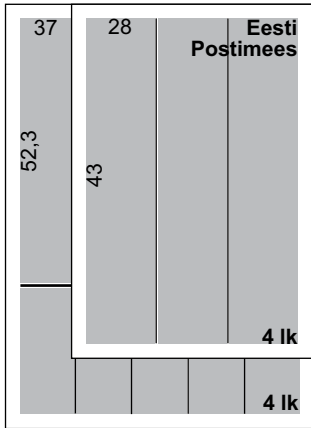
Nõukogude aja algul 1940–1941 vähendatakse lehenumbri mahtu järsult, rangeks standardiks saab neljaküljeline leht<sup>[1]</sup>.

Uuesti ja väga järsult kasvab lehtede maht 1990. aastate esimesel poolel, kui tavaliseks saavad kaheksa-, 12- ja 16-küljelised lehenumbriid (tabloidformaadis *Postimehes* ka 20-, 24- ja 28-küljelised). Edasi kasvab lehtede maht suhteliselt vähe ja peamiselt lisalehtede kujul (lisasektsioonid, -ajakirjad).

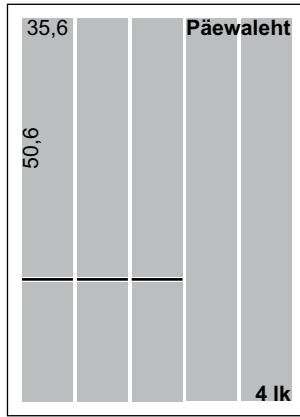
[1] Pärast formaadi vähendamist (täisformaadist tabloidformaati) 1979. a on *Edasi* kaheksaküljeline.

**JÄRG: Joonis 4.1. Ajalehtede formaadid, mahud ja veergude arv**

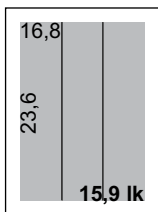
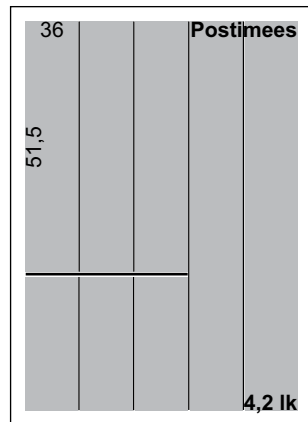
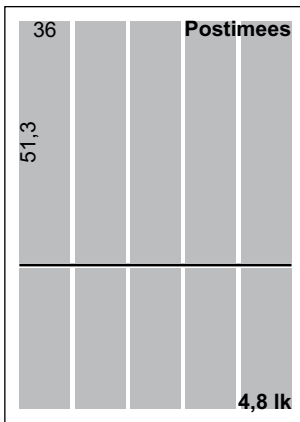
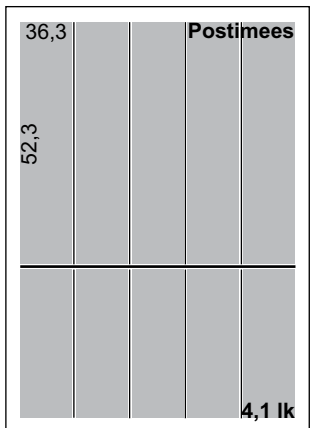
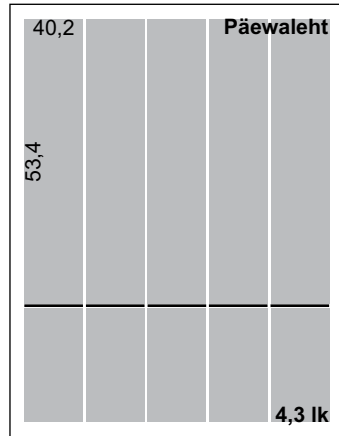
1905



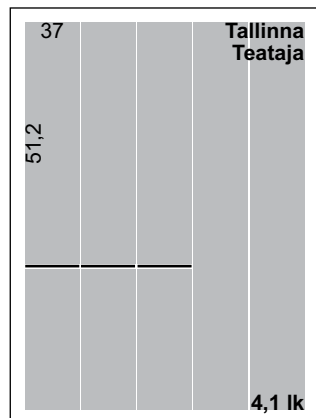
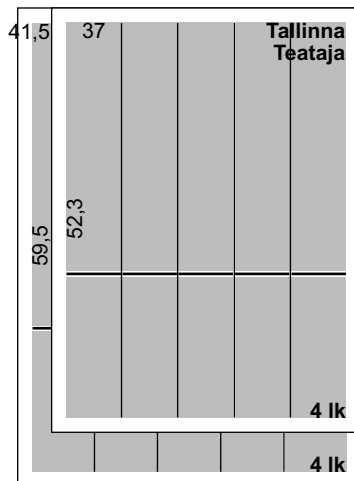
1910



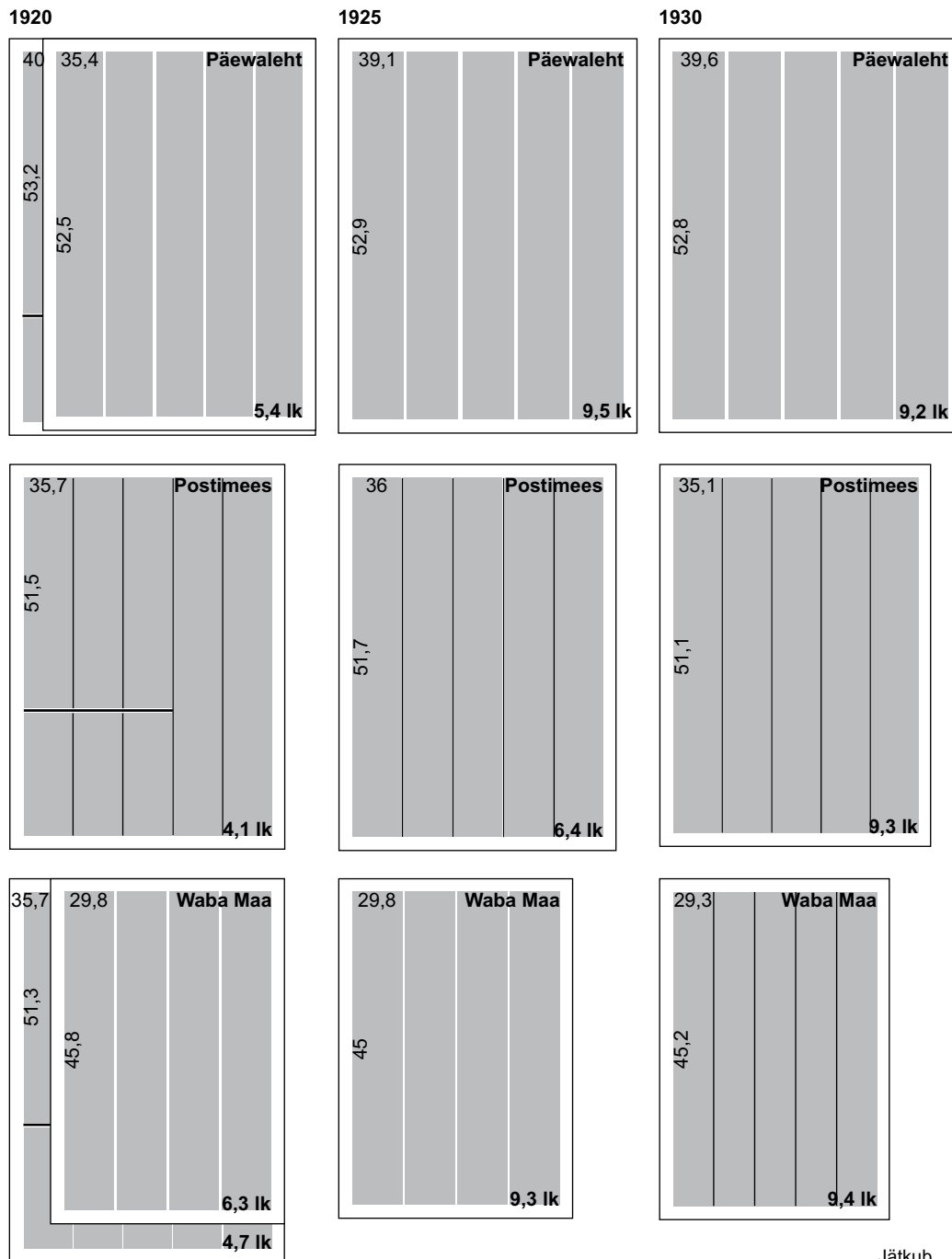
1915



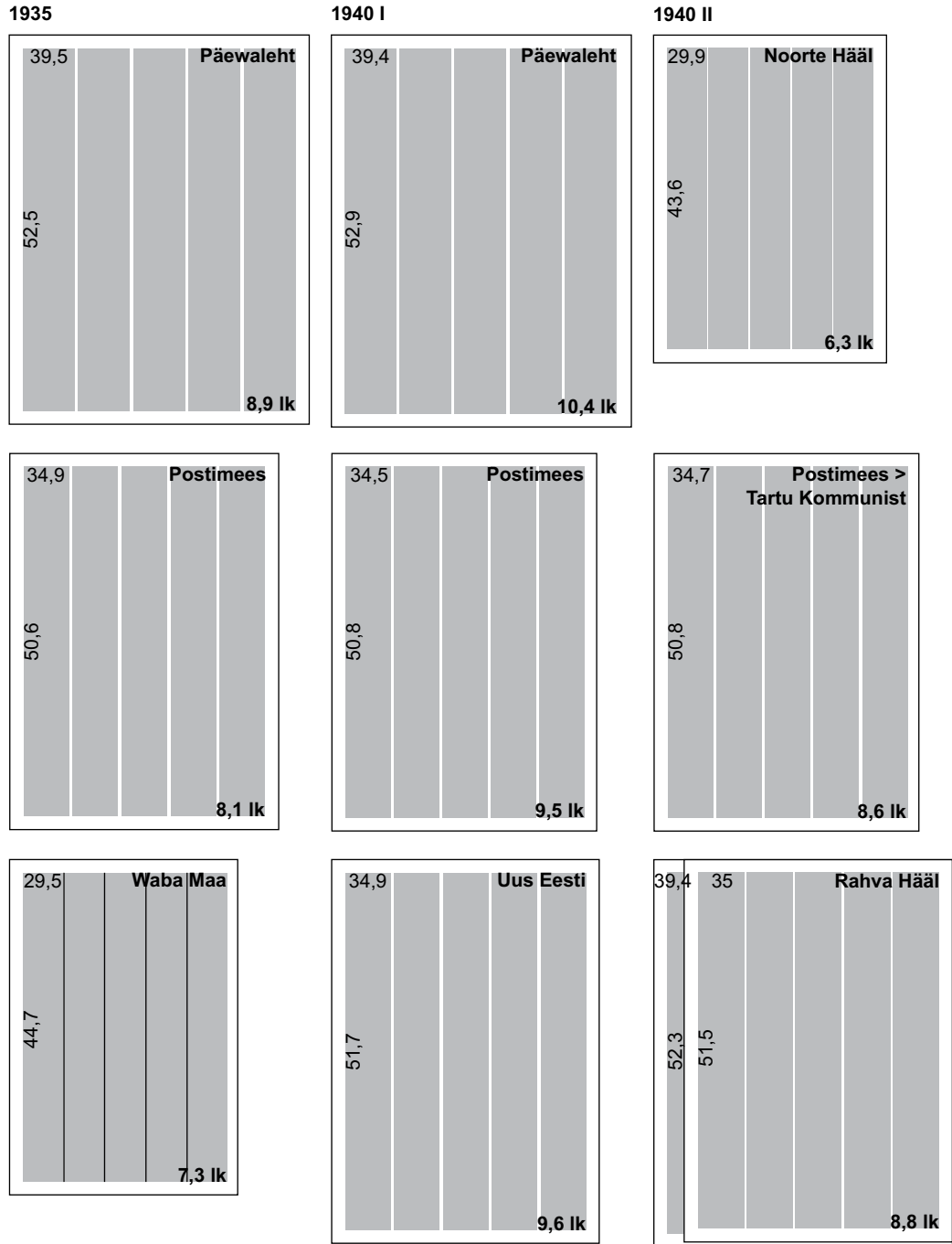
Olewik



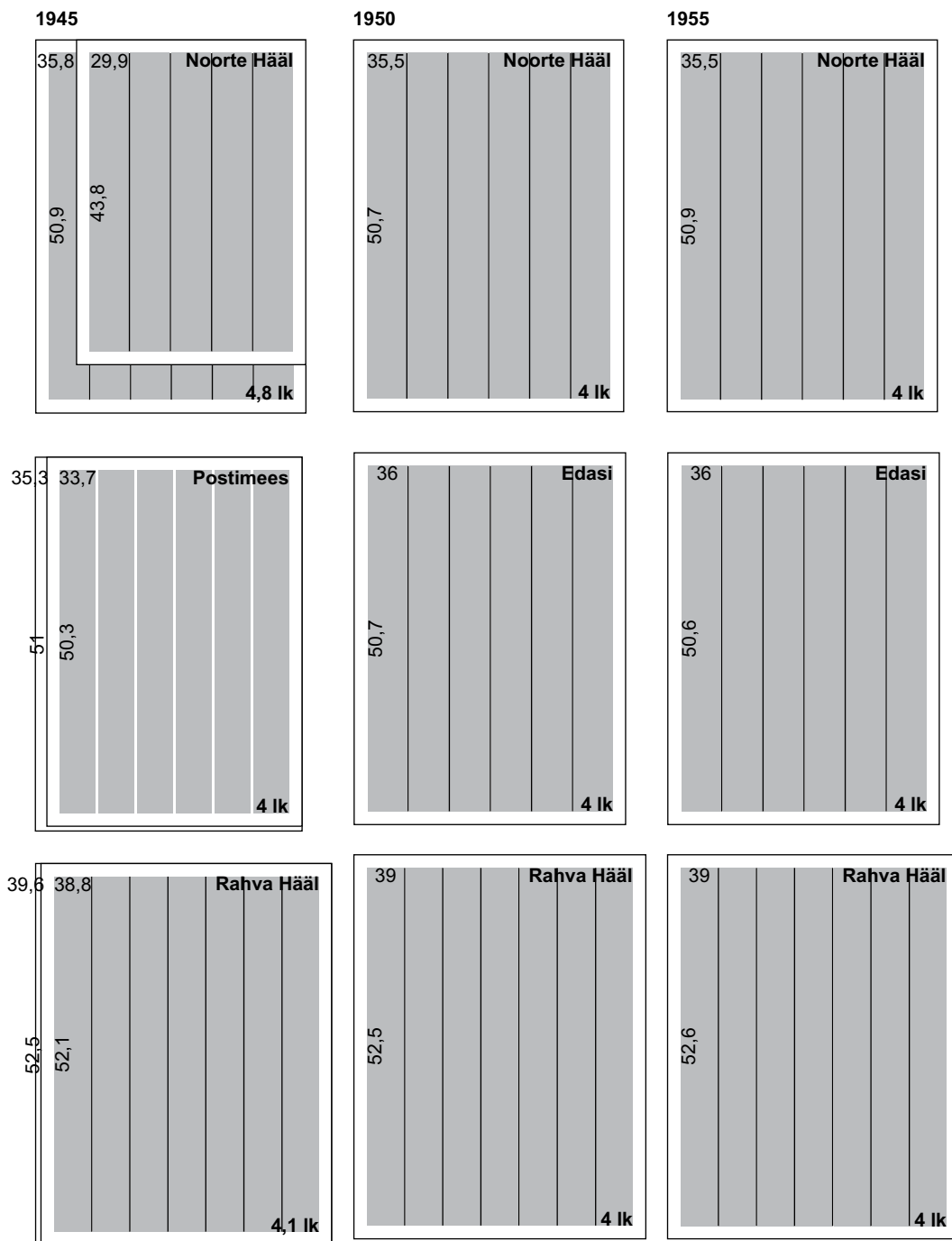
**JÄRG: Joonis 4.1**



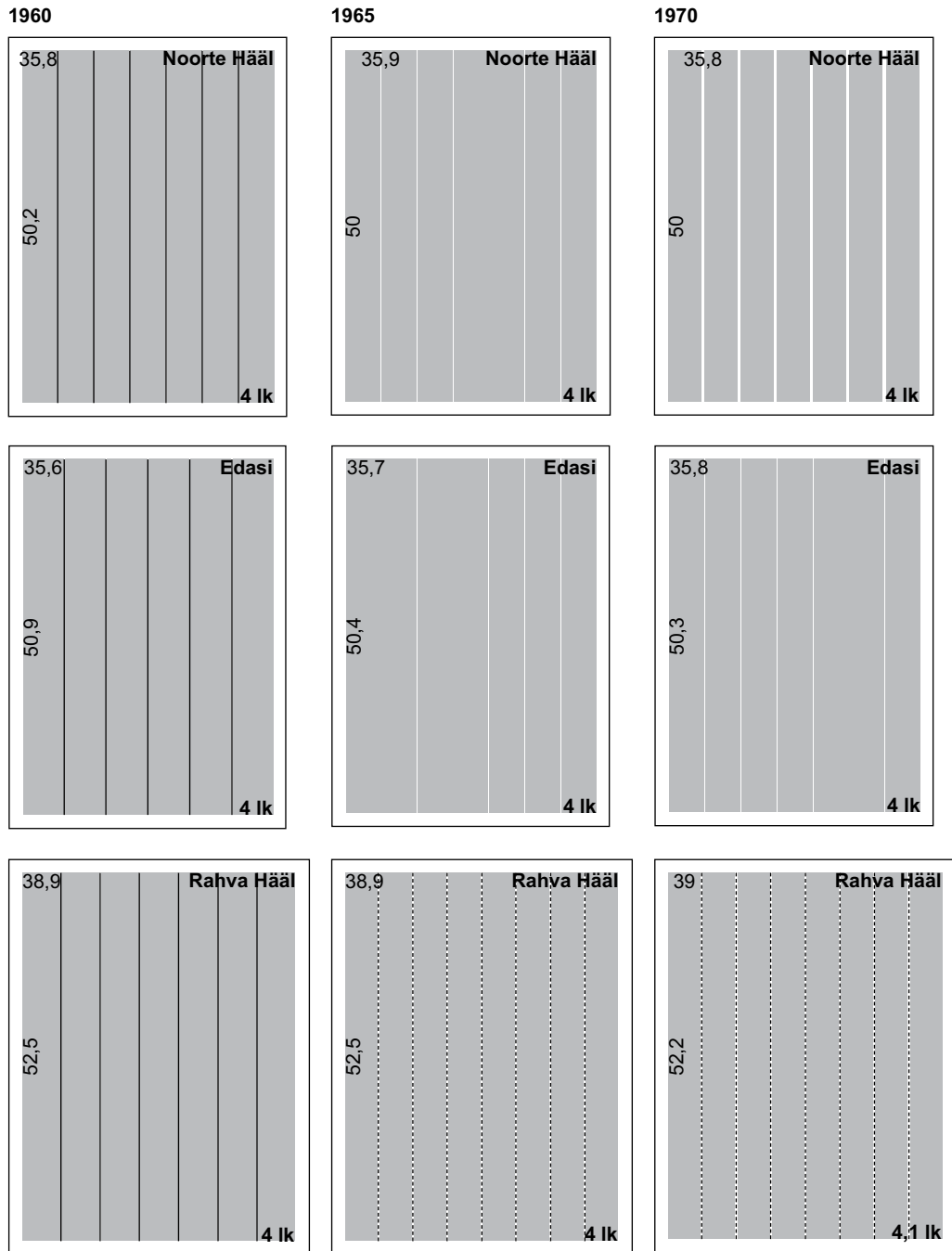
Jätkub...

**JÄRG: Joonis 4.1. Ajalehede formaadid, mahud ja veergude arv**

**JÄRG: Joonis 4.1**

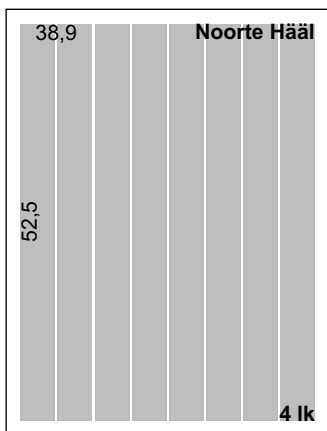


Jätkub...

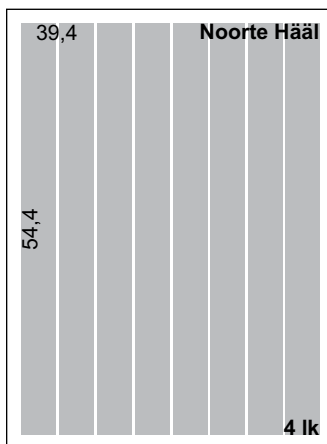
**JÄRG: Joonis 4.1. Ajalehtede formaadid, mahud ja veergude arv**

**JÄRG: Joonis 4.1**

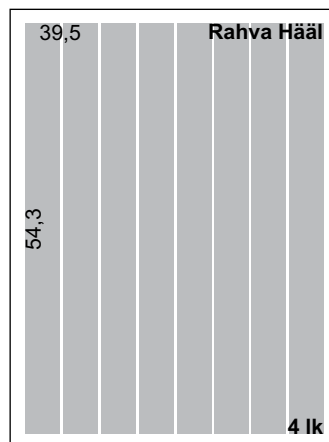
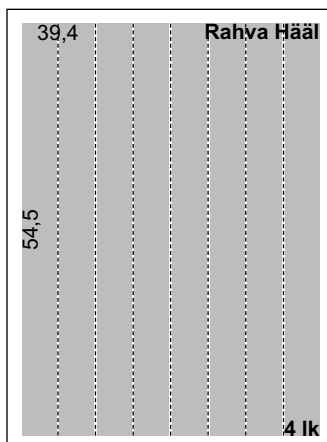
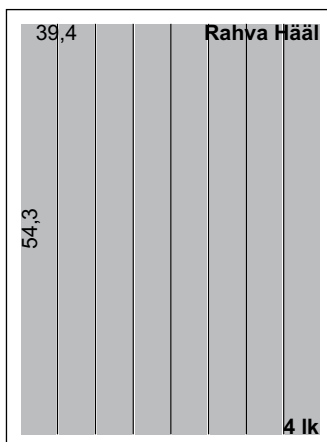
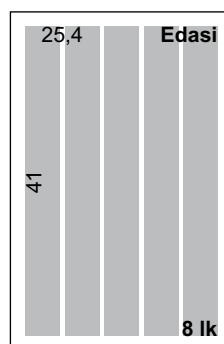
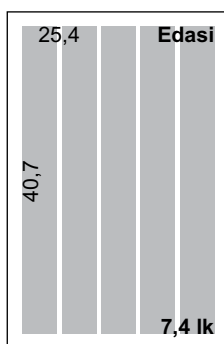
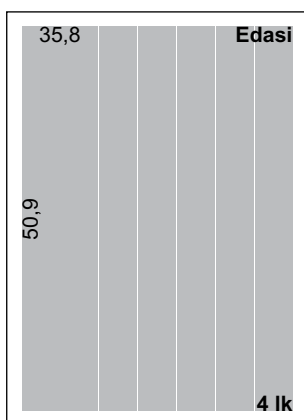
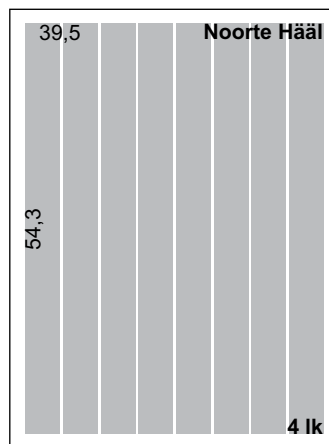
1975



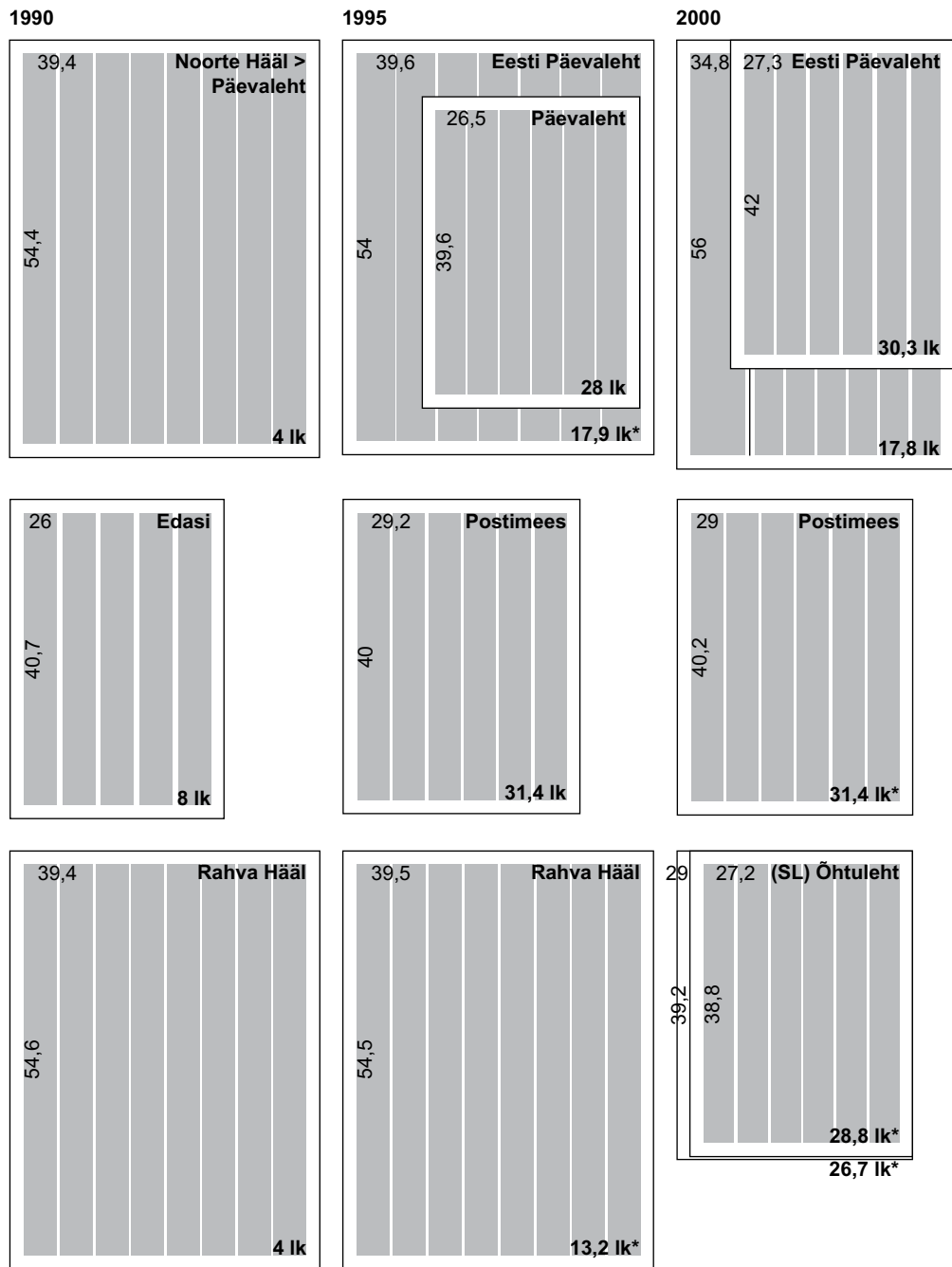
1980



1985



Jätkub...

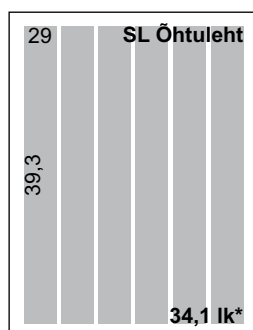
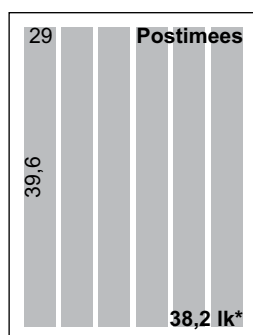
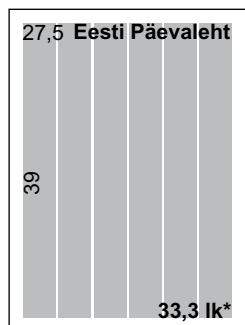
**JÄRG: Joonis 4.1. Ajalehtede formaadid, mahud ja veergude arv**

\* Lehe keskmine maht on näidatud põhiformaadi lehekülgedes, st põhiformaati on teisendatud ka väiksemas formaadis ilmunud leheosad (nädalalõpulisad, telekavad, temaatilised lisad jms).



**JÄRG: Joonis 4.1**

2005



Kokkuvõttes võib öelda, et suurema osa kahest sajandist – 19. sajandi algusest kuni 1920. aastateni ja nõukogude ajal – on lehenumbri maht neli lehekülge. Sellise stabiilsuse põhjused on aga erinevad: esialgu trükitehnilised piirangud (trükimasinad suudavad korraga trükkida ühe paberipöögna ühele poolele), nõukogude ajal riiklik otsus. Neljast küljest mahukam on number mõlema Eesti Vabariigi ajal, mil maht sõltub kuulutuste ja reklaami mahust.

**Lehenumbri maht ruutmeetrites** näitab lehenumbri pindala ja teeb omavahel võrreldavaks erineva leheküljesuurusega lehtede mahu. See kasvab kahe sajandi jooksul 79-kordselt: 0,05 m<sup>2</sup>-lt 3,95 m<sup>2</sup>-le (joonis 4.2).

19. sajandi alguses ja keskel, kui eesti lehed veel järjepidevalt ei ilmu, on iga ilmumist alustav leht eelmisest tunduvalt mahukam: 1821. a *Marahwa Näddala-Leht* on 1,7 korda mahukam kui 1806. a *Tarto maa rahwa Näddali-Leht*, 1857. a ilmumist alustavad *Postimehhed* on 3,1 korda mahukamad kui 1825. a ilmumise lõpetanud *Marahwa Näddala-Leht*.

Eesti ajalehtede regulaarse ilmumise ajal (alates 1857. a) vahelduvad vähese ja sujuva mahukasvu perioodid mahuhüpetega, mil numbri keskmine maht kasvab (ja ühel juhul kahaneb) viie aasta jooksul järsult. Esimene mahuhüpe on 1870. aastate teisel poolel, kui lehenumbri keskmine maht kasvab viie aastaga 1,9 korda. Teine mahuhüpe on 1920. aastate esimesel poolel, kui lehenumbri keskmine maht kasvab 1,6 korda. Kolmas mahuhüpe on 1940. aastate esimesel poolel, kui lehenumbri keskmine maht kahaneb 2,5 korda, tagasi 19. sajandi lõpu tasemele. Neljas mahuhüpe on 1990. aastate esimesel poolel, kui lehenumbri keskmine maht kasvab 3,9 korda.

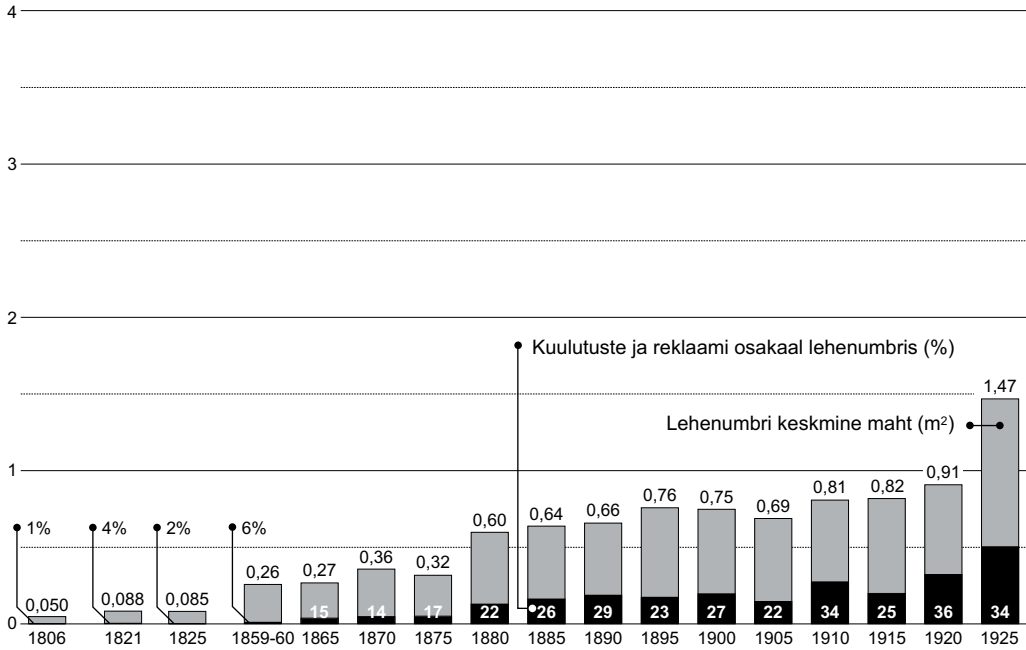
## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

**Ajalehtede leheküljesuurused ehk formaadid** (joonised 4.1 ja 4.3). 19. sajandi alguse ajalehed ilmuvad oktaavformaadis (A5-st väiksem formaat), 19. sajandi keskpaiga lehed kvartformaadis (A5-st suurem formaat). Need mõlemad on tollal tavalised raamatuformaadid.

1870. aastatel suurendavad ajalehed formaate järsult, võttes kasutusele foolioformaadi (u A3 ja suurem), ja edasi sujuvamalt kuni 1910. a. Kuni selle ajani ei ole ajalehtede formaatides üht kindlat kaanonit, lisaks suures foolioformaadis ajalehtedele ilmub üksikuid raamatulikult väikses formaadis lehti.

1910. a ilmuvad kõik suured lehed täisformaadis (u A2). Pärast 1910. a formaadid enam ei suurene, vaid vähenevad pisut ja sujuvalt. Taas hakkavad formaadid pisut kasvama nõukogude ajal, saavutades maksimumi 1975. a, mil lehtede keskmine formaat on peaaegu sama suur kui 1910. a. Samas võib kõiki neid formaate käsitleda sama formaadi väikeste variatsioonidena.

**Joonis 4.2. Ajalehenumbri keskmine maht ja reklaami osakaal**

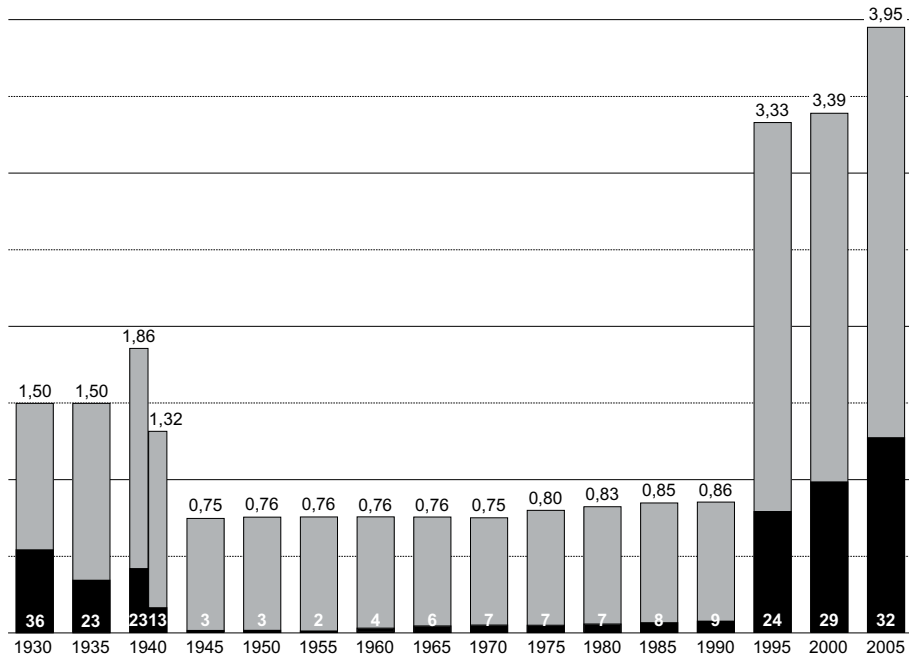


**Joonis 4.3. Keskmine leheküljesuurus**

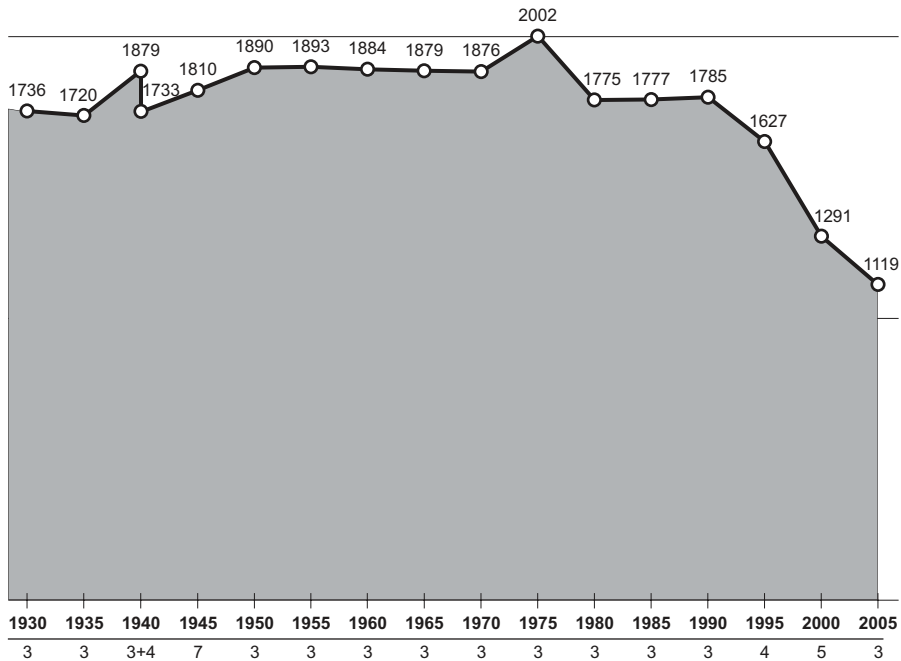
N näitab mitme erineva leheküljesuuruse põhjal on vastava aasta keskmine arvutatud (arvesse ei ole võetud eralisid 19./20. sajandi vahetusel ning telekavu, temaatilisi ajakirju jms 20./21. sajandi vahetusel)



JÄRG: Joonis 4.2

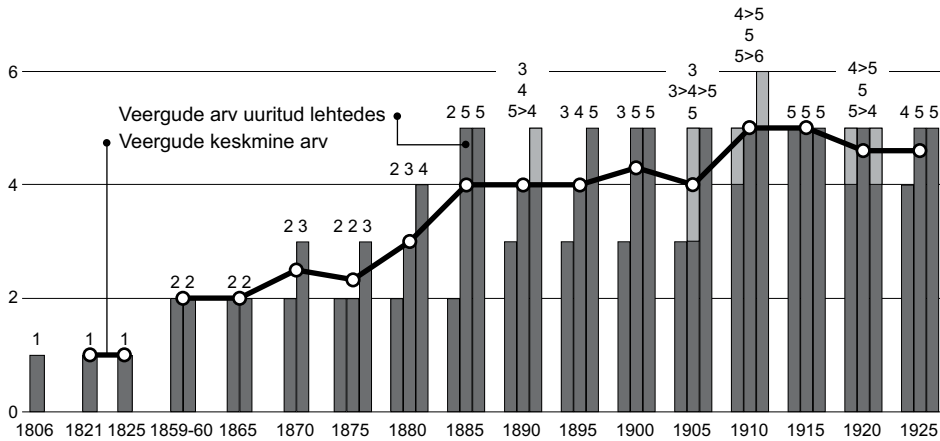


JÄRG: Joonis 4.3



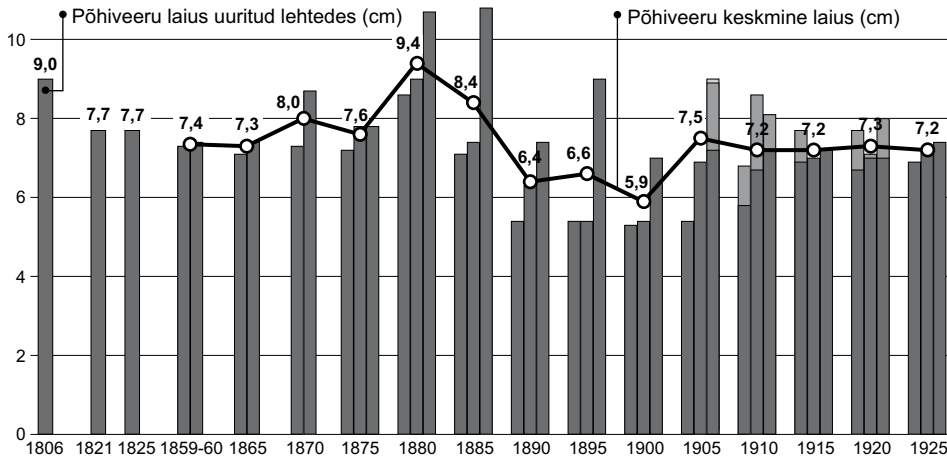
#### Joonis 4.4. Veergude arv

Veergude arvu määramisel on arvestatud ainult põhilist veergude arvu toimetuse materjalis. Lehe üksikutes alaosades kasutatud tavapärasest erinevate veerujaotuste kohta vt lisatabeleid. Heledamad tulbaotsad märgivad veergude arvu muutumist uuritud aasta jooksul.



#### Joonis 4.5. Põhiline veerulaius

Põhiline veerulaius määramisel on arvestatud ainult tavalisimat veergude arvu toimetuse materjalis. Arvesse ei ole võetud topeltlaiuses veerge, tavapärasest erinevat veerulaiust lehe üksikutes alaosades jms. Heledam tulbaots märgib põhiveeru laiuse muutumist uuritud aasta jooksul. Sujuvalt helenev tulbaots märgib põhiveeru laiuse varieerumist (1990–2005).

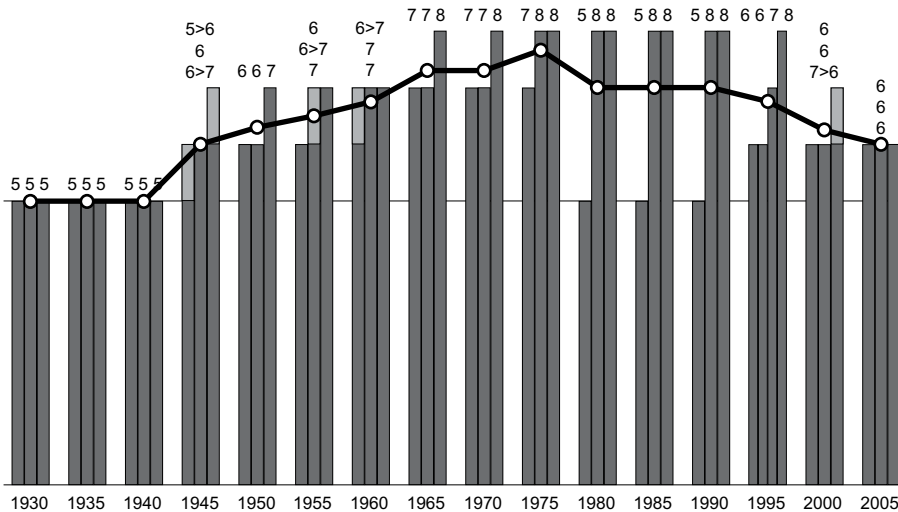


1979. a vähendatakse *Edasi* leheküljesuurus täisformaadist (u A2) tabloidformaati (u A3). Teistes lehtedes algab järsk ja kiirenev formaatide vähendamine 1990. aastate alguses ja kestab kogu kümnendi. 2000. a sügisel ei ilmu enam ühtki eestikeelset täisformaadis ajalehte, valitsevaks on saanud tabloidformaati.

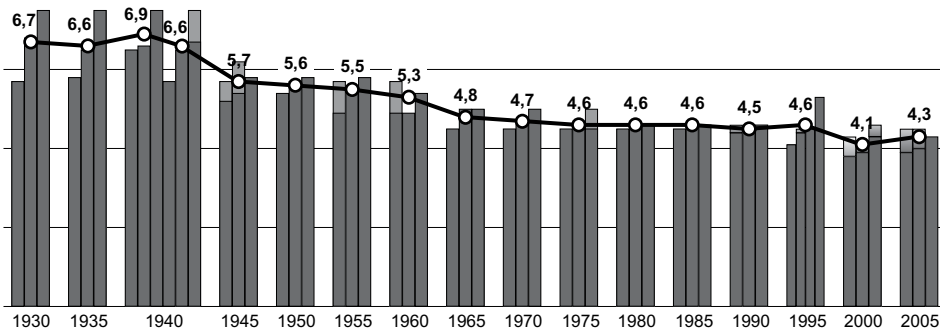
Nii võib üldistada, et ajalehtede formaadid suurenevad kuni 20. sajandi alguseni, püsivad suurena (täisformaadiliselena) peaaegu terve 20. sajandi ja vähenevad siis tabloidformaati.

**Veergude arv** (joonised 4.1 ja 4.4) kasvab 19. sajandil koos ajalehtede formaadi suurenemisega. Esialgse ühe veeru asemel võetakse 19. sajandi keskel koos kvartformaadiga kasutusele kaks veergu. Koos foolioformaadiga võetakse 1870.–1880. aastatel kasutusele algul kolm, siis neli ja viis veergu leheküljel. 20. sajandi algusest kuni 1940. aastateni ongi kõige

JÄRG: Joonis 4.4



JÄRG: Joonis 4.5



tavalisem viieveeruline lehekülj (formaad on võrreldav tänapäevase täisformaadiga (u A2)).

Nõukogude ajal kasvab veergude arv järjekindlalt ja sujuvalt, kuigi lehtede formaat põhimõtteliselt ei muutu: 1940.–1960. aastatel hakatakse kasutama kuut, seitset ja kaheksat veergu leheküljel. Kaheksaveerulisena püsib lehekülj kuni nõukogude aja lõpuni, vaid *Edasi* vähendab koos formaadi vähendamisega 1979. a ka veergude arvu leheküljel viiele.

1990. aastatel muutub veergude arv esialgu varieeruvaks, eri lehed kasutavad kuut, seitset ja kaheksat veergu leheküljel. Koos üleminekuga tabloidformaati saab standardiks kuueveeruline lehekülj.

**Põhiveerulaisus** (ajalehes kõige enam kasutatav veerulaisus; joonis 4.5) väheneb 200 aasta jooksul üle kahe korra (9 cm → 4,3 cm) ja üsna sujuvalt. Suhteliselt järsemalt kitseneb veerg

nõukogude aja alguses. Veerulaius varieerub eri lehtedes kõige rohkem 19. sajandi lõpus, kui lehed formaati suurendavad, ja samas lehes kõige rohkem 20. sajandi alguses, kui lehed sageli trükikoda vahetavad. Alates 1990. aastate lõpust ei ole põhiveerulaiust enam võimalik täpselt määratleda, sest veergude laius varieerub eri lugudes, sõltudes lehekülje struktuurist.

### 3. Ajalehenumbri struktuur

Lehenumbri struktuuri muutumist on analüüsitud kahe parameetri abil: erinevate teemade lisandumine lehenumbrisse ja lehenumbri osade järjestus. Tulemused on lühidalt kokku võetud tabelis 4.1.

Esimesed eesti ajalehed on suhteliselt juhusliku temaatilise järjestusega. 1857. a ilmuma hakkav *Perno Postimees* on esimene kavakindlama järjestusega leht. Lehenumber algab pikema ülevaatlük-õpetliku looga, sellele järgnevad uudisterubriigid ja kaubanduslik-majanduslikud rubriigid (majandusstatistika tabelid), kõige lõpus on kuulutused ja reklaamid. Põhimõtteliselt jääb selline järjestus püsima kuni I maailmasõjani. Küll aga lisandub lehenumbri mahu kasvades teemaplokke olemasolevate osade vahele: uudisterubriikide järel hakkavad 1870.–1880. aastatel ilmuma kultuuritekstid ja nende järel viimaste uudiste rubriigid. Seega on esmane liigendus kogu lehe ulatuses temaatiline ja uudisteosas poliitilis-geograafiline.

Kui algab I maailmasõda, tõstetakse ajalehes esiplaanile tähtsamad uudised. Nüüd alustatakse numbrit olulisemate (sõja)uudistega, neile järgnevad juhtkirjad, muud uudisterubriigid ja kõige lõpus kuulutused-reklaam.

Samasuunalised muutused jätkuvad pärast I maailmasõda ja 1920. aastate keskel kujuneb välja ajalehe uus struktuur, kus toimetuse materjal jaguneb kolmeks osaks: alguses lehe tuum ehk tüvi (tähtsamad uudised Eestist ja välismaalt, juhtkirjad, järjeromaan), siis teemaosa (artiklid, retsensioonid, ülevaated, temaatilised osakonnad, nt kultuur, majandus), lõpus argielu (kohalike lühiuudiste rubriigid, igapäevaelu pisiinfo ja statistika). Toimetuse materjali 'raamivad' ja 'pikivad' kuulutused ja reklaam.

Uus liigendus on hierarhiline ja žanriline (lehe tuumas), temaatiline (teemaosas) ning geograafiline ja temaatiline (argielus). Struktuuri hierarhilisus väljendub kujundusvõtete erinevas visuaalses tugevuses: numbril alguses (tähtsamates uudistes) on suuremad-laiemad pealkirjad, liigendatumad lood, rohkem fotosid, numbril lõpu argielu-uudised on pealkirjata või väikeste pealkirjadega, liigendamata, väiksemas tekstikirjas.

Nõukogude aeg muudab senise uudistekeskse lehenumbri järjestuse ideoloogiakeskseks. Neljaküljeline ajalehenumber struktureeritakse multitemaatiliste lehekülgedena. Liigendus on nüüd temaatiline ja poliitilis-geograafiline (uudistes).

Esikülg = RIIK, siin avaldatakse juhtkiri, ametlikud materjalid ja positiivsed uudised Eestist ja NSVL-st. Teine külg = PUBLITSISTIKA, siin ilmuvad pikemad õpetlikud, populaarteaduslikud, reportaažlikud lood. Kolmas külg = EESTI, siin ilmuvad uudised jm lood sotsialistlikust Eestist, hiljem ka üksikud temaatilised rubriigid (nt järjejut, satiir). Neljas külg = MAAILM, siin ilmuvad välis- ja spordiudised, pisiinfo, kuulutused, hiljem ka üksikud meelelahutuslikud rubriigid.

Selline järjestus muutub nõukogude aja jooksul vähe, eelkõige 1960. aastatel on struktuur vabam ja 'avatam' (välis- ja spordiudised tuuakse ettepoole, rohkem ilmub meelelahutuslikke rubriike).

1980./1990. aastate vahetusel hakkab nõukogulik lehestruktuur lagunema, esiplaanile tõstetakse taas uudised. 1990. aastate keskpaigaks kujuneb välja uus struktuur, mille liigendusalus on samaaegselt hierarhiline, poliitilis-geograafiline (uudistes), temaatiline ja žanriline (arvamuskülg). Toimetuse materjal jaguneb lehenumbris kolmeks üksteisele järgnevaks

<b>Tabel 4.1. Ajalehenumbri struktuurid</b>				
<b>Lehenumbri põhiosade järjestus</b>				
	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
<b>1806, 1821–1825</b>				
Järjestus	Juhuslik			
Liigendus	Juhuslik			
<b>1850. aastate lõpp – 1910. aastad</b>				
Järjestus	Ülevaatlik-õpetlik lugu (hiljem juhtkiri, rubriik “Teistest lehtedest”)	Uudisterubriigid	Hiljem lisanduvad: pikemad tekstid (eelkõige kultuur), viimaste uudiste rubriigid	Kaubanduslik-majanduslik info: majandusstatistika tabelid, kuulutused ja reklaam
Liigendus	Temaatiline	Poliitilis-geograafiline	Temaatiline	Temaatiline
<b>1920.–1930. aastad</b>				
Järjestus	Lehe tuum: tähtsamad uudised Eestist ja välismaalt, juhtkirjad, järjeromaan	Teemaosa: artiklid, retsensioonid, ülevaated, temaatilised osakonnad (nt majandus, film)	Argielu: kohalike lühiuudiste rubriigid, igapäevaelu pisiinfo ja statistika	Kulutused ja reklaam (neid võib lisaks ilmuda ka kõigil teistel lehekülgedel)
Liigendus	Hierarhiline, žanriline	Temaatiline, žanriline	Geograafiline, temaatiline	..
<b>1940.–1980. aastad</b>				
Järjestus	Lk 1 = RIIK: juhtkiri, ametlikud materjalid, positiivsed uudised Eestist ja NSVL-st	Lk 2 = PUBLITSISTIKA: pikemad õpetlikud, populaarteaduslikud, reportaažilised lood	Lk 3 = EESTI: uudised jm lood Eestist, hiljem üksikud temaatilised rubriigid (nt järjejut, satiir, liiklus)	Lk 4 = MAAILM: välis- ja spordiudised, pisiinfo, kuulutused, hiljem üksikud meelelahutusrubriigid
Liigendus	Poliitilis-geograafiline, temaatiline	Temaatiline	Temaatiline, poliitilis-geograafiline	Temaatiline, poliitilis-geograafiline
<b>Alates 1990. aastate keskpaigast</b>				
Järjestus	Lehe tuum: Eesti ja välisuudised, majandus, kultuur, arvamusküljed	Teema-osa: kindlatel nädalapäevadel ilmuvad temaatilised leheküljed-osakonnad	Kulutuste- ja reklaamiküljed (reklaame võib lisaks ilmuda ka kõigil teistel lehekülgedel, v.a arvamusküljed)	Igapäevane meelelahutus: sport, meelelahutuslikud ja utilitaarsed pisirubriigid (nt ilmateade, koomiks, telearvustus)
Liigendus	Hierarhiline, poliitilis-geograafiline, temaatiline, žanriline	Temaatiline, hierarhiline	..	Temaatiline

osaks: lehe igapäevane tuum (arvamus, Eesti ja välisuudised, majandus, kultuur), teemaosa (kindlatel nädalapäevadel ilmuvad erinevad temaatilised leheküljed), igapäevane meelelahutus (sport, meelelahutuslikud ja utilitaarsed pisirubriigid: ilmateade, koomiks jm).

See struktuur erineb eelmise vabariigi aegsest lehenumbri struktuurist suurema süstemaatilisuse poolest: esmakordselt struktureeritakse erinevad teemad monotemaatiliste lehekülgedena, kindlatel nädalapäevadel ilmuvad kindlad temaatilised leheküljed. Reklaami ilmub kõigis ajaleheosades (v.a arvamus), kuulutusküljed pannakse teema- ja meelelahutusosa vahele.

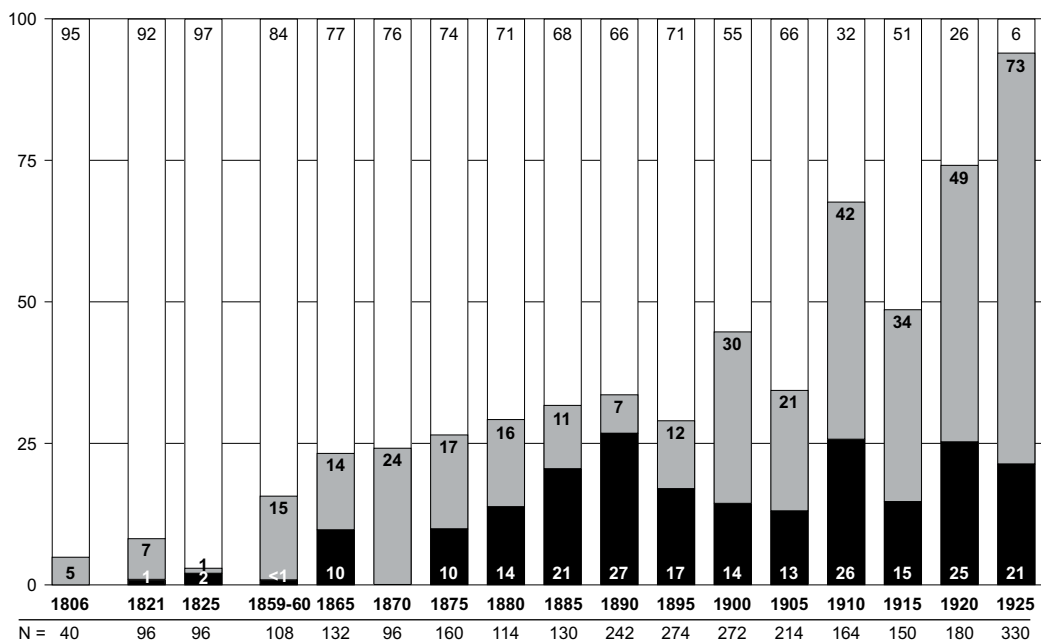
#### 4. Kuulutused ja reklaam

Kulutusi ja reklaame on analüüsitud lähtudes kolmest parameetrist: maht, paigutus lehenumbri ja välimuse eristumine toimetuse materjalist.

**Maht.** Üksikuid kuulutusi ilmub juba esimestes eesti lehtedes, aga ajalehe igapäevane osa saab kuulutustest 1857. a ilmuma hakanud *Postimeestes*. Sealt edasi kasvab kuulutuste ja reklaami mahu osakaal lainetena (joonis 4.2).

**Joonis 4.6. Reklaami paigutus ajalehes**

Eri tüüpi lehekülgede osakaal ajalehes. N – analüüsitud lehekülgede arv



Esialgu püsib kuulutuste ja reklaami osakaal alla viiendiku lehenumbri mahust. 1870. aastate teisel poolel tõuseb see veerandini ja 1900. aastate teisel poolel kolmandikuni lehe mahust. Sel tasemel püsib kuulutuste ja reklaami osakaal kuni 1930. aastateni. Pidevas kasvus on tagasilangusi poliitiliselt ebastabiilsetel ja majanduslikult rasketel aastatel (1905, 1915), 1930. aastate alguse majanduskriisi tõttu langeb kuulutuste ja reklaami osakaal tagasi veerandini lehe mahust.

Nõukogude ajal vähendatakse kuulutuste ja reklaami avaldamist järsult: esialgu on nende osakaal 2–4%, alates 1960. aastate algusest 6–9% lehe mahust.

1990. aastate alguses, seoses üleminekuga turumajandusele hakkab reklaami osakaal kiiresti ja pidevalt tõusma ning jõuab pärast 2000. a taas kolmandikuni lehe mahust.

**Asukoht.** Kuulutused ja reklaam paigutatakse alguses pikka aega lehenumbri lõppu kokku. 1890. aastatel saab alguse sujuvalt tugevnev tendents kuulutusi ja reklaami üha rohkem toimetuse materjali sisse paigutada (joonis 4.6). Esialgu tähendab see üksikuid reklaame esiküljel päismiku all, siis teiste lehekülgede servades, siis lehekülgede keskel lugude vahel, siis lugude keskel ja isegi lugude peal.

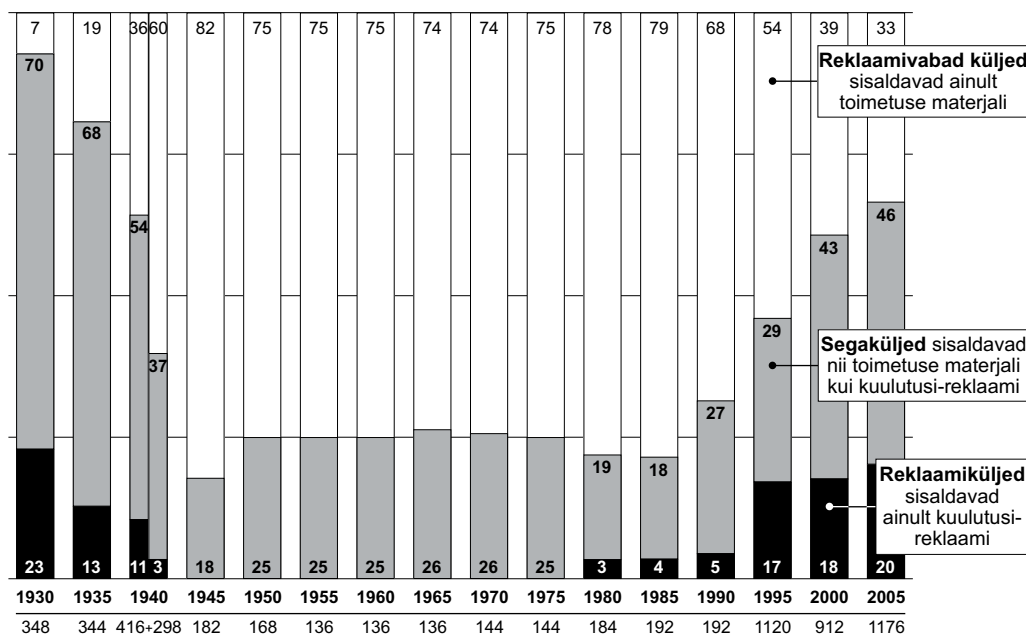
Nõukogude ajal selline 'kokkusegamine' lõpetatakse ning kuulutused ja reklaam eraldatakse taas lehenumbri lõppu.

1990. aastatel hakatakse reklaami jälle järjest rohkem toimetuse materjali sisse paigutama. 10–15 aastaga tehakse läbi samasugune suhteliselt sujuv arengukaar toimetuse materjali ja reklaami üha intensiivsema 'kokkusegamise' poole nagu sajand tagasi 40 aastaga.

**Kuulutuste-reklaamide eristumine toimetuse materjalist.** Esimestes ajalehtedes on kuulutused samasuguse välimusega nagu toimetuse materjal. Seejärel toimub kaks eristumist.

1850. aastate lõpus eristatakse *Postimeestes* kuulutused ja toimetuse materjal üksteisest kujunduse abil. Kuulutused on visuaalselt liigendatuma ja tugevama välimusega. Neis kasutatakse rõhutatud märksõnu, väikseid pilte, raame, ka topeltveerulist ladu.



**JÄRG: Joonis 4.6**

1870. aastate keskel hakkavad kuulutustest eristuma reklaamid, milles kasutatakse visuaalselt veel tugevamaid ja varieeruvamaid kujundusvõtteid (erinevad kirjad, kirjasuured, -paksused; mitmeveeruline ladu, pildid ja tüpograafilised kaunistused, tühi ruum, ehisjooned ja -raamid). Samal ajal hakatakse kuulutustes kasutama visuaalselt nõrgemaid kujundusvõtteid (vähendatakse kirja, kitsendatakse veergu).

Edaspidi jätkuvad samad tendentsid suhteliselt sujuvalt, reklaamid muutuvad visuaalselt üha silmatorkavamaks, kuulutused üha kokkupressitumaks. Neid muutusi ei ole enam üksik-ajalikul analüüsitud, sest käesoleva uurimuse kontekstis on oluline kuulutuste-reklaami ja toimetuse materjali eristumine üksteisest.

**5. Värv**

Värvikasutust analüüsid on uuritud lisavärviga trükitud ja täisvärv (neljavärvitrukis) lehekülgede osakaalu (joonis 4.7).

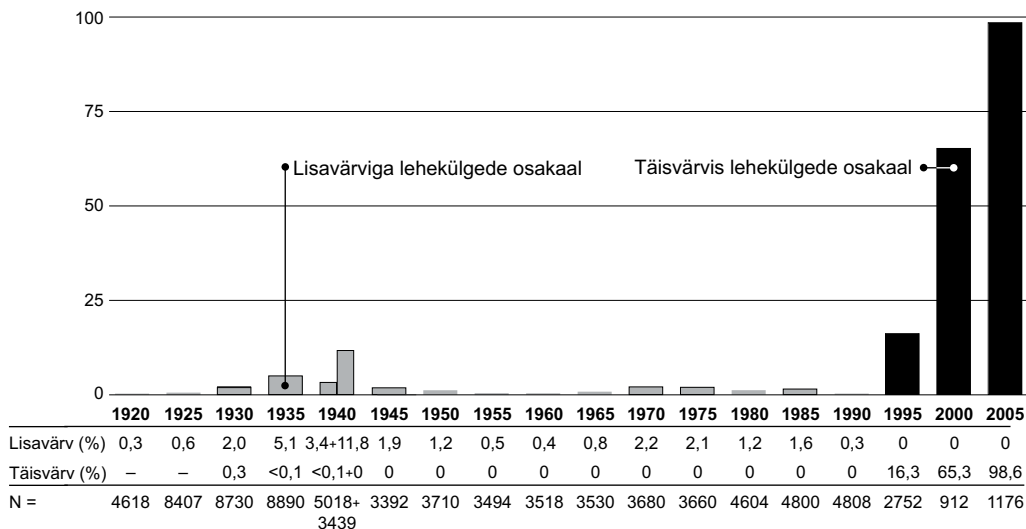
Esimest korda kasutatakse eesti ajalehes värvi 1920. a, mil *Päevaleht* alustab (ühe) lisavärviga trükitud (oma)reklaamide avaldamist. Värvikasutus kasvab 1920. aastate lõpus, kui lisavärvi hakkavad kasutama ka teised lehed. Värv lisatakse peamiselt reklaamidesse, aga ka lehtede päismikesse, üksikutesse pealkirjadesse ja visuaalidesse. 1920. aastate lõpus hakkavad eesti lehed kasutama ka täisvärvi, milles trükitakse väga üksikuid postkaardilikke loodusfotosid ja maale.

Nõukogude ajal kasutatakse värvi varasemast harvem ja teisiti. Täisvärv kaob lehtedest. Lisavärvi kasutatakse ainult toimetuse materjalis tähtpäevanumbrite esiküljel, tõstes esile ideoloogiliselt olulist infot, nt plakateid, loosungeid, üksikuid pealkirju, rubriiginimesid, sümboleid.

### Joonis 4.7. Värv ajalehes

N – analüüsitud lehekülgede arv.

Lisavärvi ei kasutatud enne 1920. a ja pärast 1994. a. Täisvärvi ei kasutatud enne 1928. a ja aastatel 1941–1990



See süsteem muutub 1991. a, kui *Postimees* ostab uue trükimasina, mis võimaldab kasutada täisvärvi. Tehnilise keerukuse tõttu kasutatakse esialgu täisvärvi vähe, peamiselt trükitakse leht ikka ühe lisavärviga. Värvikasutus on aga varasemast erinev: lisavärviga trükitakse struktureerivaid elemente (taustad, jooned, raamid), täisvärviga visuaale. Värv kasutatakse nii toimetuse materjalis kui reklaamides. Värvivalik on stiiline, kohmakas ja süsteemitu.

Alates 1995. a hakkab värvikasutus järsult kasvama, 2005. a trükitakse täisvärvis kogu ajaleht. Kasvab ka värvikasutuse intensiivsus: värvilisena trükitakse kõik visuaalid, lisaks üha rohkem paratekste. Värvikasutus muutub professionaalsemaks ja süstemaatilisemaks, kasutatakse harmoonilisemaid värvitoone ja n.ö oma firmavärve.

## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

Ajalehe põhiteksti saab esmalt vaadata kui infoedastusmoodust – see on väikses kirjas veerustatud tekst, mis moodustab mahult suure osa toimetuse materjalist. Põhiteksti keskmine maht ühes lehenumbri muutub sarnaselt lehenumbri mahuga, kasvades (ja ühel korral ka hanes) koos lehenumbri mahu järskude hüpetega (joonis 4.8). Lisaks on veel teine mõjur – visuaalide ja paratekstide lisandumine –, mis vähendab põhiteksti osakaalu ajalehes. Nii väheneb põhiteksti maht pisut 20. sajandi alguses, kui rohkem hakatakse kasutama pealkirju, ja 1920. aastate teisel poolel, kui järsult kasvab fotode hulk ajalehes. Nõukogude ajal väheneb põhiteksti maht aastatel 1955–1965, kui pealkirjad suurenevad ja fotosid hakatakse rohkem kasutama. Tänapäeval on põhiteksti maht pidevas languses alates 1995. a, põhjuseks paratekstide lisandumine ja visuaalide mahu pidev kasv.

Teiseks saab ajalehe põhiteksti analüüsida üksiklugudena. Lugusid on analüüsitud nelja parameetri alusel: hulk ja pikkus, autorinimed kasutamine ning tüpograafiline vormistamine.

**Lugude hulk** lehenumbris (joonis 4.9) on esimestes ajalehtedes 19. sajandi alguses juhuslik ja muutub stabiilsemaks sajandi keskel. Kuni 19. sajandi lõpuni kasvab lugude arv järjepidevalt, osalt lehenumbri mahu kasvu tõttu, osalt seetõttu, et lehed hakkavad avaldama rohkem uudiseid (s.o lühemaid lugusid). 1895. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 80 lugu ja kuni 1930. aastate alguseni varieerub lugude hulk sellest keskmisest allpool (üksikutel aastatel, kui avaldatakse pikemaid lugusid, on neid isegi 20–30 võrra vähem).

Järsult kasvab lugude hulk 1930. aastate lõpus, kui avaldatakse palju lühikesi sõjauudiseid (1940. a esimesel poolel ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 152 lugu).

Pärast nõukogude võimu kehtestamist langeb lugude hulk lehenumbris järsult (1945. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 45 lugu) ja jääb sellele tasemele kogu nõukogude ajaks. Languse põhjusi on kaks: lehenumbri mahu järsk vähendamine ja uudiste osakaalu vähendamine (s.o pikemate lugude avaldamine).

1990. aastate esimesel poolel kasvab lugude hulk lehenumbris järsult ja stabiliseerub tasemele 80–90 lugu lehenumbris.

**Lugude pikkus** (joonis 4.10) on esimestes ajalehtedes juhuslik. Keskmisest pikemate lugude ilmumine toob esile populaarteaduslikud ja õpetlikud lehed, kus ilmub rohkem pikki lugusid ja vähem uudiseid. 1880. aastate alguses lugude keskmine pikkus stabiliseerub ja püsib samal tasemel (14–17 vcm<sup>[2]</sup>) kuni II maailmasõjani.

1940. a teisel poolel kasvab lugude keskmine maht hüppeliselt ja püsib sarnasel tasemel (23–27 vcm) kogu nõukogude aja jooksul.

1990. aastate alguses kasvab lugude keskmine maht veelgi, aga 1990. aastate teisel poolel langeb väga järsult. 2000.–2005. a on lood keskmiselt pisut pikemad kui enne nõukogude aega: 19 vcm.

**Tekstikirja tüpograafiat** on analüüsitud kolme parameetri abil: kirja rass, suurus ja varieerimine.

Kuni 1930. aastate lõpuni kasutatakse tekstikirjana peamiselt fraktuurkirju (joonis 4.11). 1930. aastate teisel poolel hakkab antiikva järk-järgult fraktuuri asendama, pärast nõukogude võimu kehtestamist 1940. a lõpetatakse fraktuuri kasutamine järsult. Edaspidi on tekstikirjaks peamiselt antiikva.

Alates 1950. aastate lõpust hakatakse tekste laduma järjekindlalt ka plokk-kirjas. Nüüd pole tegemist üleminekuga ühelt kirjarassilt teisele, vaid plokk-kiri täiendab antiikvat, sellega laotakse üksikud lood (alates 1960. aastatest 10–15% lugude mahust).

Pärast nõukogude aja lõppu, 1990. aastate alguses loobutakse plokk-kirja kasutamisest tekstikirjana, aga kümnendi lõpus võetakse see taas kasutusele (nüüd lisalugudes ja lühiauudistes).

Tekstikirja suurus (joonis 4.12) teeb arengukaare suuremast väiksemaks ja siis taas suuremaks. Esimesed ajalehed kasutavad 12p tekstikirja, 1880. aastate teisest poolest kuni 1930. aastate lõpuni kasutatakse peamiselt 10p kirja, 1940. a kuni 1990. aastateni 8p kirja. 1990. aastate alguses hakkab tekstikiri taas suurenema, tavaliseks saab 10p pisut väiksem kiri.

Tekstikirja variatiivsus (tekstide ladumine erinevates kirjastiilides, erineva paksuse, suuruse ja tihedusega<sup>[3]</sup>) teeb läbi muutusteriingi suurema varieerimise poole ja alates 1990. aastate keskelt tagasi vähese varieerimise juurde.

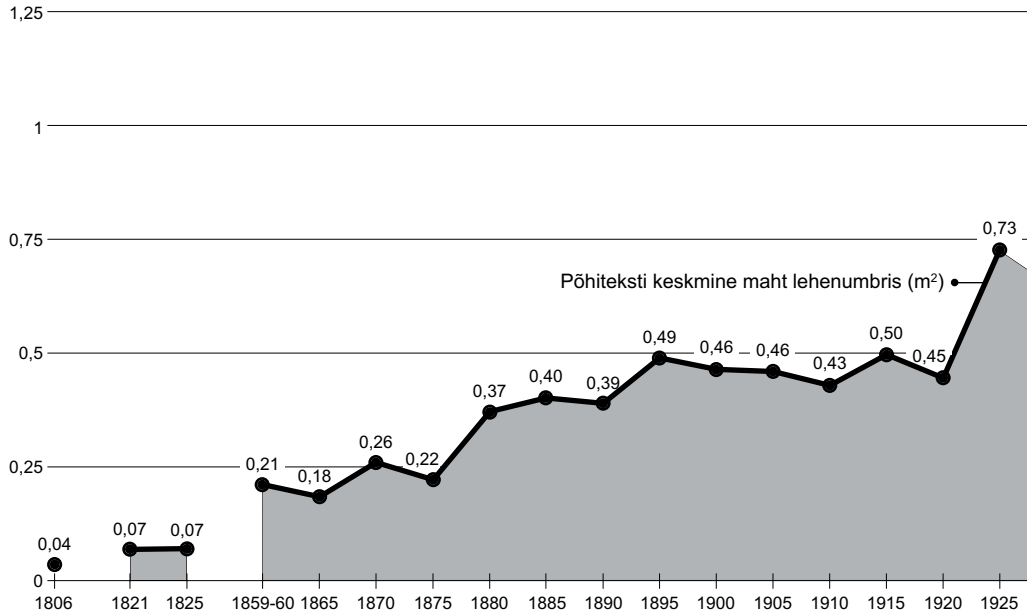
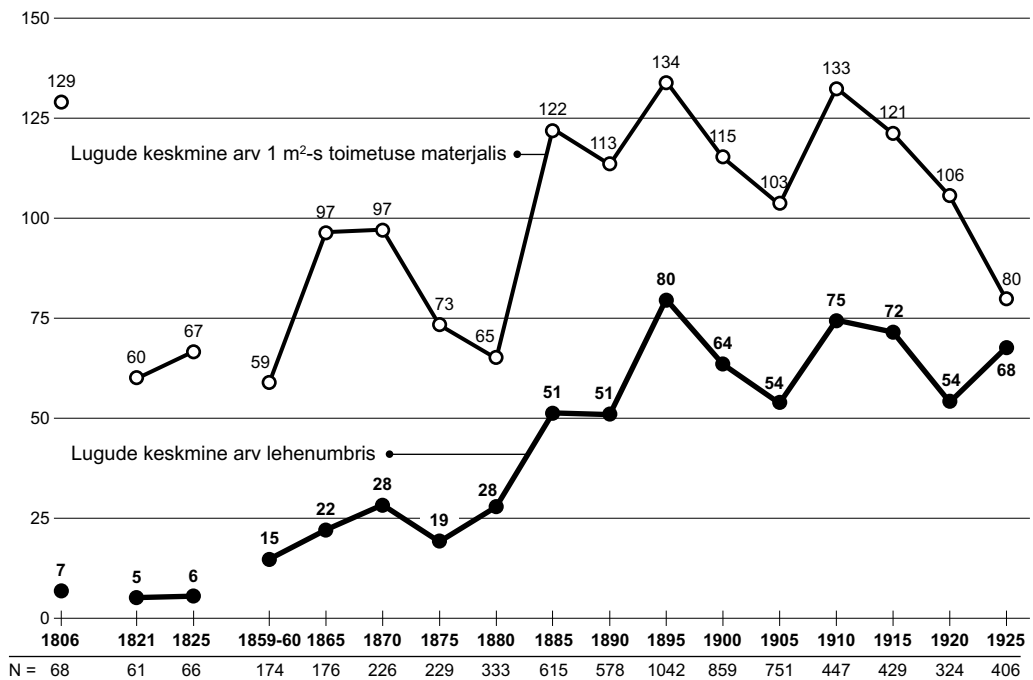
Esialgu on kõik tekstid ajalehes samas kirjas ja kirjasuuruses. 1850. aastate lõpus võetakse järk-järgult kasutusele mitu kirjasuurust (osa tekste laotakse tavapärasest väiksema

[2] Lugude pikkus veerusentimeetrites (vcm) on saadud teisendades lugude mahu (cm<sup>3</sup>) tänapäeval kõige tavalisemale veerulaiusele 4,3 cm.

[3] Erineva tihedusega tekstikiri – erineva reavahe suurusega tekstikiri.

**Joonis 4.8. Põhiteksti keskmine maht lehenumbris**

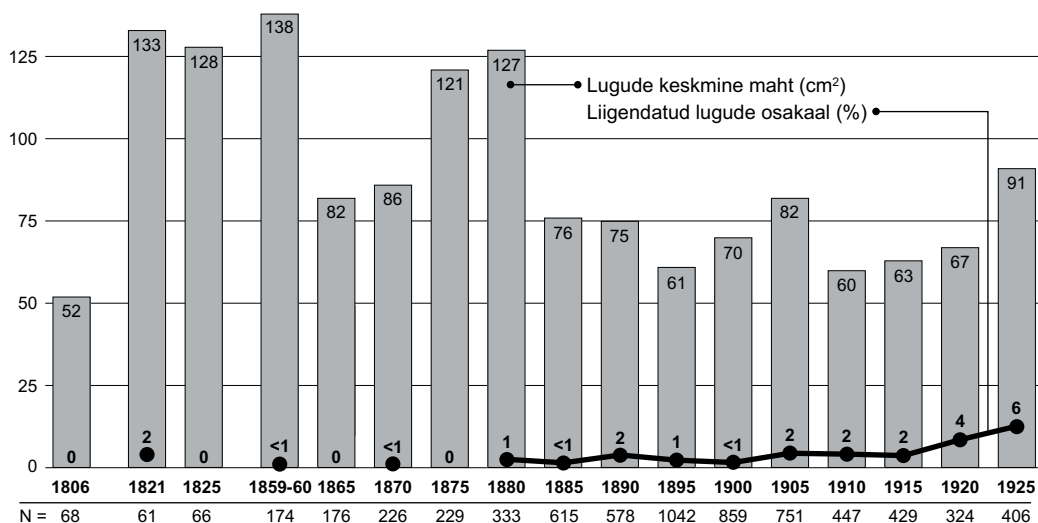
Arvutused on tehtud lehenumbri keskmise mahu, toimetuse materjali mahu osakaalu ja põhiteksti keskmise mahu osakaalu alusel (põhiteksti keskmine maht lehenumbris = lehenumbri keskmine maht x toimetuse materjali keskmine mahu osakaal x põhiteksti keskmise mahu osakaal)

**Joonis 4.9. Lugude hulk**



### Joonis 4.10. Lugude keskmine maht ja liigendatud lugude osakaal

Liigendatud lood on liigendatud vahepealkirjadega, tiiteltähtedega või tärnidega. N – analüüsitud lugude arv



ja/või suurema kirjaga). Sellele lisandub I maailmasõja ajal mitme kirjavaksuse kasutamine (üksikuid olulisemad uudised laotakse paksus kirjas).

1920.–1930. aastatel saab kirjade varieerimine suure hoo, uudistes kasutatakse vaheldumisi ja läbisegi eri kirjasuurusi, -paksusi ja -tihedusi, 1930. aastatel ka erinevaid kirjastiile.

Nõukogude aja alguses vähendatakse tekstikirja varieerimist järsult. See hakkab taas suurenema 1950. aastate lõpus, aga varieerimisalus on varasemast erinev. Erinevate kirjastiilide abil (paks antiikva, kaldantiikva, plokk-kiri) eristatakse üksteisest eri teemade ja žanridega tekste. Koos modulaarse leheküljestruktuuri kasutuselevõtuga 1940. aastatel hakatakse kirja tihedust varieerima lugude mahu reguleerimiseks.

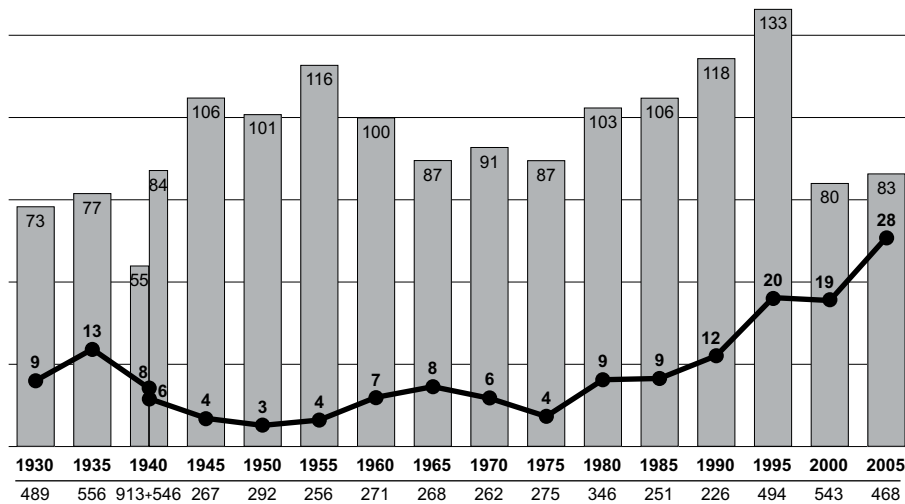
1990. aastate alguses loobutakse kirja varieerimisest lähtudes lugude sisust, aga kirev üldmulje jääb alles, sest kirjasuurust ja -tihedust muudetakse väga laiades piirides selleks, et reguleerida lugude mahtu.

1990. aastate keskel vähendatakse kirjade varieerimist ja kirjakasutus süstematiseeritakse. Nüüd kasutatakse üht-kaht kindlat kirja ja kirjasuurust, ka kirja tihedust ei muudeta. Varieerimisalus on taas varasemast erinev – väiksema ja/või teise tekstikirjaga markeeritakse ruumiliselt perifeerseid tekste, s.o varieerimine lähtub lehekülje struktuurist.

**Autorinimi.** Esimestes eesti ajalehtedes lugude autoreid ei märgita. Enamik tekste on toimetaja enda kirjutatud, kaasautorite tekstidele lisab toimetaja paar esitlevat lauset, mis selgitavad kaastöö päritolu.

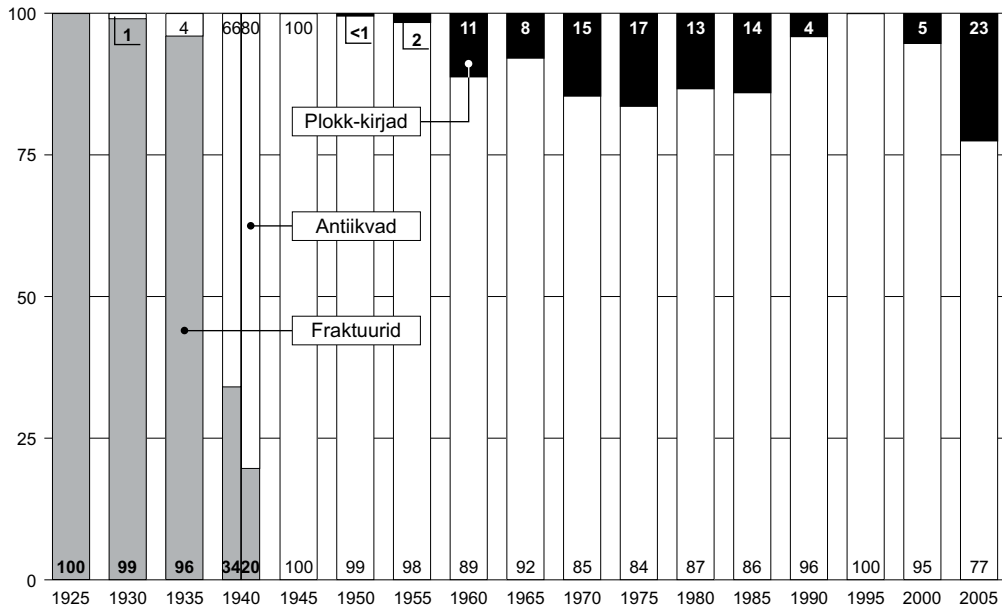
1880. aastatel hakatakse autori nime (eesnime esitähth ja perekonnanimi) lisama peamiselt mitteajakirjanduslikele tekstidele (järjejutud, luuletused, reisikirjad). Uudiste autoreid hakatakse 1890. aastatel märkima nimemärkidega, juhtkirjade ja pikemate artiklite autoreid märgitakse mõnikord initsiaalidega. Selline süsteem püsib 1930. aastate lõpuni.

1940. a tuleb järsk muutus, märkima hakatakse kõigi lugude autorit (v.a agentuuriuudised ja juhtkirjad). Esialgu pannakse lugude lõppu esinime esitähth ja perekonnanimi, alates 1970. aastatest ees- ja perekonnanimi. 1960. aastatel hakatakse esmakordselt kasutama üksikuid autorivinjette (autori nimi koos autori portreefoto või -joonistusega).

**JÄRG: Joonis 4.10****Joonis 4.11. Tekstikirja rassid**

Eri kirjarassis lugude põhiteksti mahu osakaal.

Enne 1930. a loetakse lugude põhitekst üldvaldavalt fraktuuris, muude kirjade mahu osakaal on alla 1%

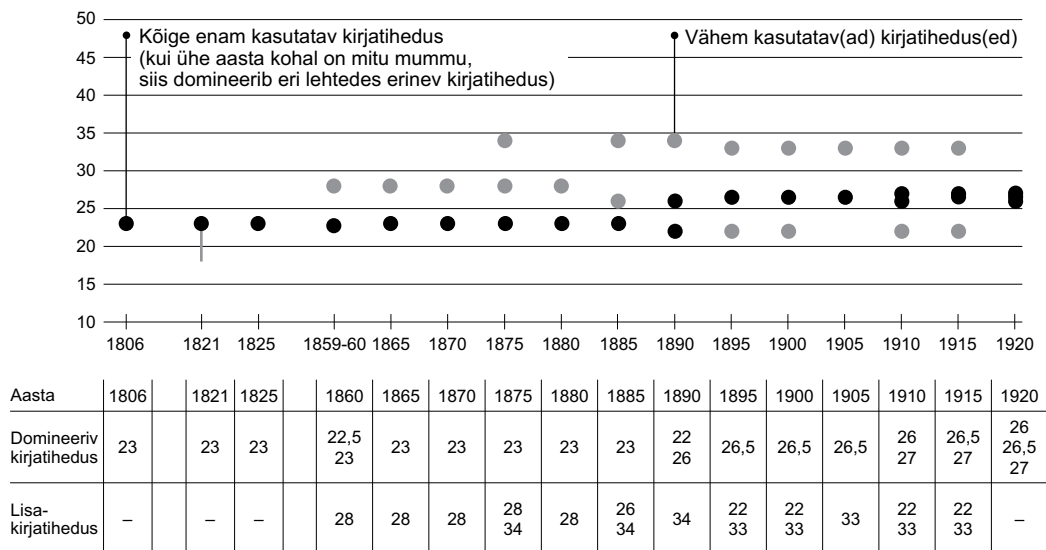


Uus järsem muutus tuleb 1990. aastate kesksajaks, kui autoreid hakatakse tugevamalt rõhutama: autorivinjette kasutatakse palju rohkem (esialgu arvamusalustes, hiljem ka uudislugudes), autorinimed tuuakse lugude algusse ja eristatakse põhitekstist tüpograafiliselt.

Kokkuvõttes on tegemist autorinimede tähtsustamise lineaarse kasvuga – anonüümsusest pildiliste autorivinjettide kasutamiseni –, milles on üksikud järsemad muutused.

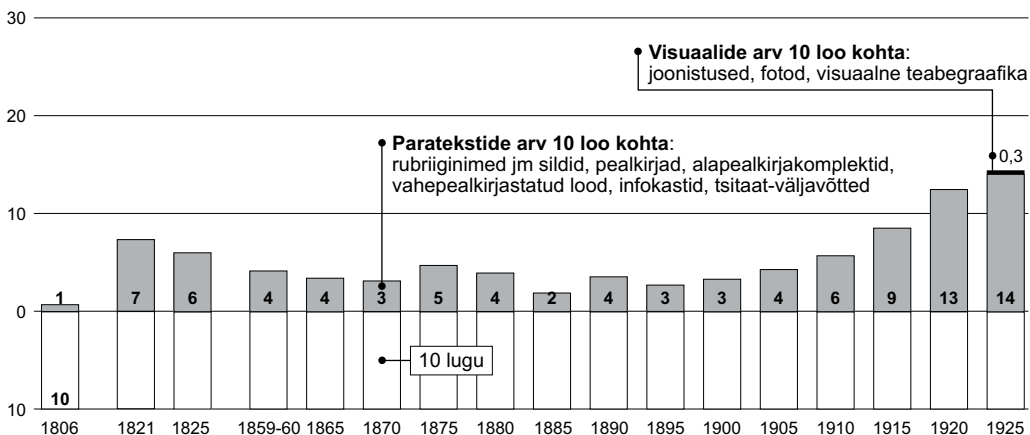
### Joonis 4.12. Tekstikirja tihedus

Lugude põhiteksti ridade arv 10 veerusentimeetril. Arvestatud on ainult lugusid, mitte tabelleid jm pisiinfot. ~44–46 rida = 6p reakõrgusega kiri, ~32–34 rida = 8p, ~26–27 rida = 10p, ~22–23 rida = 12p kiri.



### Joonis 4.13. Lugude, paratekstide ja visuaalide suhtarv

Eri tüüpi materjali suhteline hulk toimetuse materjalis



## 2. Paratekstitid

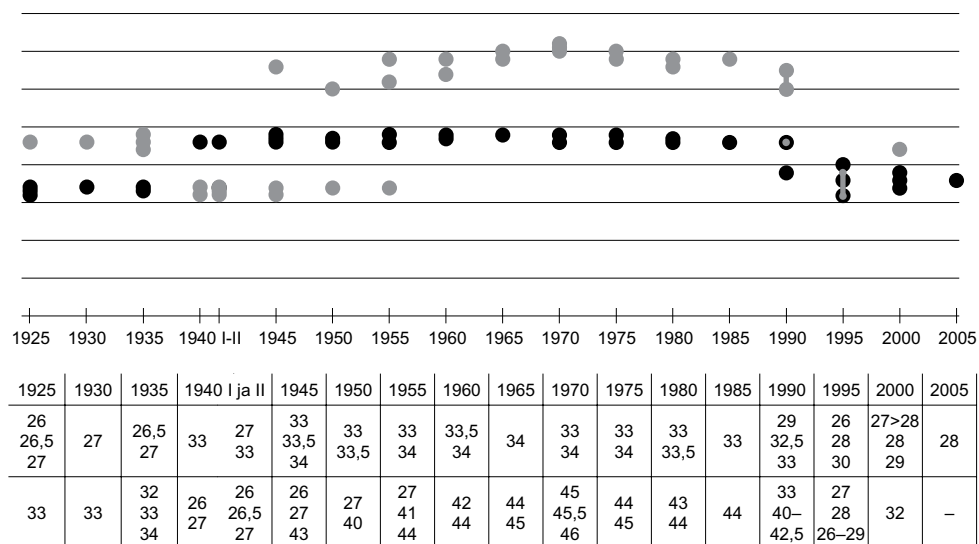
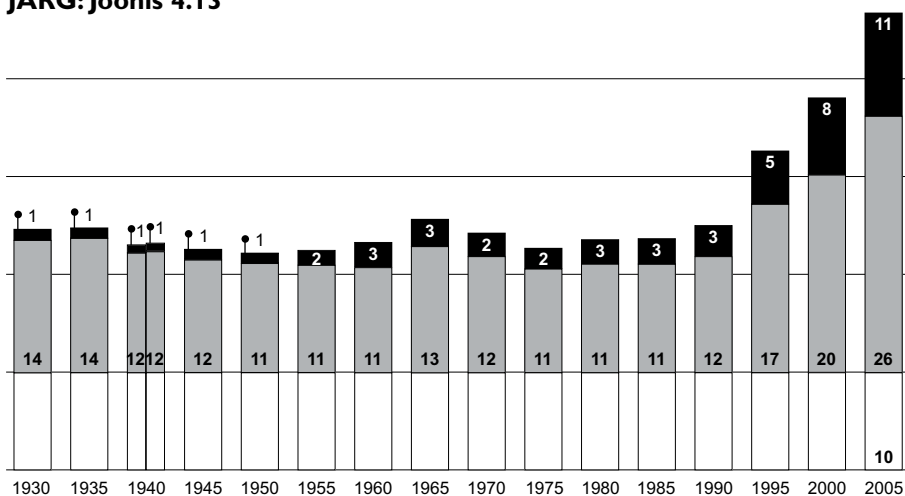
Paratekstitidena on analüüsitud pealkirju, alapealkirju, rubriiginimesid ja vahepealkirju.

Paratekstide kasutamise sageduse aluse jaguneb uuritud periood neljaks (joonis 4.13).

Kuni 20. sajandi esimese kümnendi teise pooleni on paratekstide arv väike (keskmiselt kolm-neli parateksti kümne loo kohta). Parateksti liikidest kasutatakse peamiselt rubriiginimesid.

1910. aastatel kasvab paratekstide arv järsult, sest üha rohkem kasutatakse pealkirju, alates 1920. aastatest ka alapealkirju ja vahepealkirju. Samas rubriiginimede kasutamine väheneb. Vabariigi ajal ületab paratekstide arv põhitekstide arvu, keskmiselt ilmub 14 para-



**JÄRG: Joonis 4.12****JÄRG: Joonis 4.13**

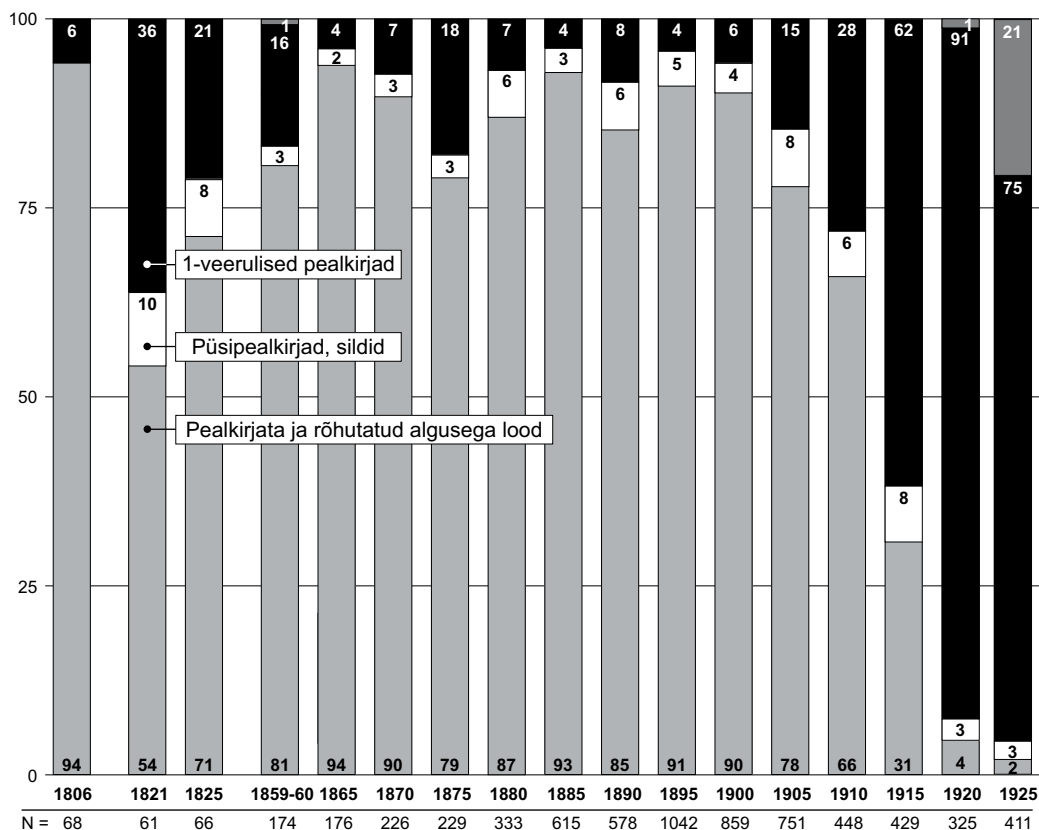
teksti kümne loo kohta.

Nõukogude ajal paratekstide arv väheneb, sest alapealkirju ja vahepealkirju kasutatakse vähem. Keskmiselt ilmub 11 parateksti kümne loo kohta (vaid 1960. aastatel rohkem: 12–13 parateksti).

1990. aastatel hakkab paratekstide arv järsult ja järjekindlalt kasvama, kuna kasutatakse rohkem vahepealkirju, samuti lisanduvad uued paratekstiliigid (infokastid ja tsitaat-väljavõtted). 2000. aastate alguses kasutatakse üha rohkem ka silte. 2005. a ületab paratekstide arv lugude arvu juba 2,5-kordselt.

**Joonis 4.14. Pealkirjastamisviisid**

Osakaalud. Pealkirjade hulka on arvestatud lugude ja fotode pealkirjad ning viitepealkirjad (ajalehe esiküljel)

**2.1. Pealkirjad**

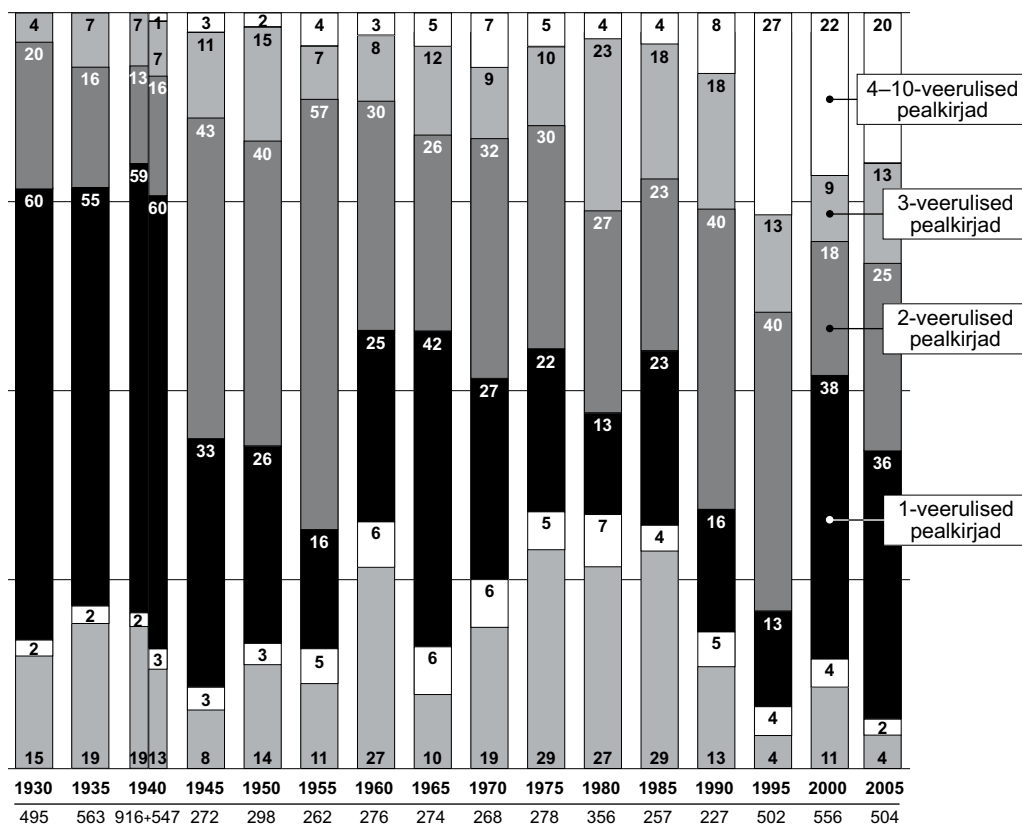
Pealkirju on analüüsitud kuue parameetri abil: hulk ja laius, sõnastus, alapealkirjastatus, kasutatud kirjarassid ja kirja varieerimise määr ning suurtäheliste pealkirjade osakaal.

19. sajandi eesti lehtedes kasutatakse pealkirju ainult pikemates mitteuudislikes lugudes, kus nad toovad enamasti esile loo teema või žanri. Esialgu on kõik pealkirjad üheveerulised, (põhi)tekst järgneb pealkirjale lineaarselt. Uudiseid ei pealkirjastata, neid esitlevad visuaalselt rõhutatud märksõnad põhiteksti alguses. Nii ei näita pealkirjastatud lugude osakaalu suur kõikumine 19. sajandi lehtedes mitte pealkirjastamispraktika muutumist, vaid neid aastaid, mil lehtedes ilmub rohkem artikleid ja vähem uudiseid (joonis 4.14).

Esimesed muutused sellesse süsteemi tulevad 20. sajandi alguses, kui pealkirjade hulk kasvab, sest pealkirjastama hakatakse ka uudiseid. Samal ajal hakkab ilmuma ka väga üksikuid mitmeveerulisi pealkirju (kongresside-näituste ülevaated, olulised rahvusvahelised uudised). Nende kasutamine muudab lugude kuju (nelinurkseks) ja lehekülje struktuuri (lineaarse asemel modulaarseks; vt *Kujunduselementide kombinatsioonid*, lk 118–122).

1920. aastate alguses muutub pealkirjade sisu ja vorm järsult intensiivsemaks: sildistavate fraaside asemel hakatakse pealkirjana kasutama deklaratiivseid lauseid, tavaliseks saab alapealkirjade kasutamine (joonis 4.15). Pealkirjade kirja suurendatakse ja kõrvuti kasutatakse varieeruvama suurusega pealkirju. Mitmeveerulised pealkirjad saavad igapäevaseks.

## JÄRG: Joonis 4.14



Lisaks fraktuurile hakatakse üksikuid pealkirju laduma teistes kirjarassides (joonis 4.16), nende osakaal kasvab esialgu sujuvalt. 1930. aastate lõpus väga järsult. 1940. aastaks on kõige tavalisemaks pealkirja-kirjaks saanud plokk-kirjad.

1940. aastatel muutuvad pealkirjad järsult vähemintensiivseks. Deklaratiivsete pealkirjade asemel hakatakse kasutama rohkem teemat sildistavaid fraase, alapealkirjade kasutamine väheneb viis-kuus korda.

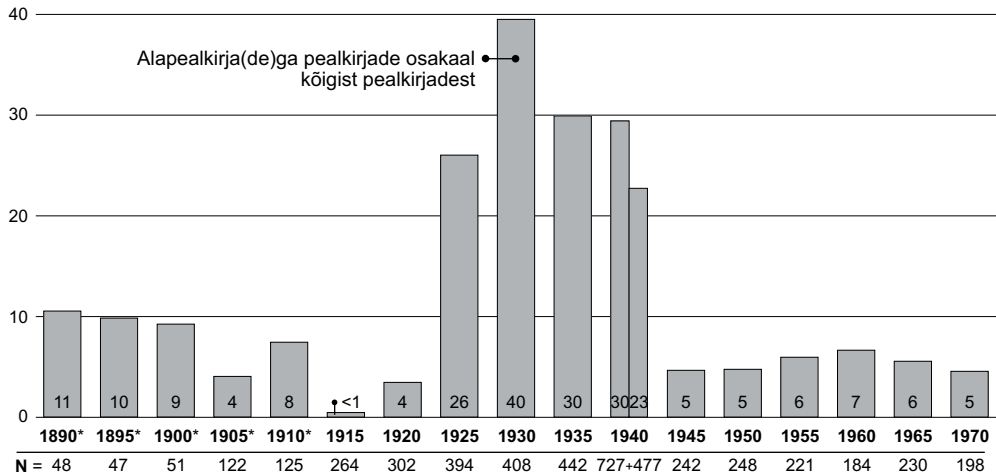
Ka pealkirjade laius muutub järsult: mitmeveeruliste pealkirjade osakaal tõuseb rohkem kui veerandi võrra, sest üheveeruliste pealkirjade asemel ilmub rohkem kaheveerulisi pealkirju. Erineva laiusega pealkirjade osakaalud on varasemast ühetaolisemad.

Kohe 1940. a loobutakse fraktuurkirjade kasutamisest pealkirjades, neid asendavad antiikvad. Esmakordselt tulevad järjekindlalt kasutusele suurtähelised pealkirjad, mille osakaal kasvab pidevalt ja ühtlaselt kogu nõukogude aja jooksul (joonis 4.17).

Kogu nõukogude aja jooksul püsivad pealkirjastamistavad üsna stabiilsed, kuid muutub pealkirjade kirjakasutus ja selle varieerimise määr. Kuni 1950. aastate keskpaigani on pealkirjad varasemast visuaalselt nõrgemad ja vähemmärgatavad, hoolimata intensiivsemast tüpograafilisest varieerimisest on üldmulje ühetooniline ja vaoshoitud. 1950. aastate keskel hakkavad pealkirjad muutuma järjest kirevamaks ja silmatorkavamaks, palju kasutatakse ehiskirju, tüpograafiat varieeritakse kõikvõimalikel viisidel. 1970. aastate alguses võetakse vastupidine suund: kasutatakse lihtsama ja sarnasema disainiga kirju, tööstusliku ilmega

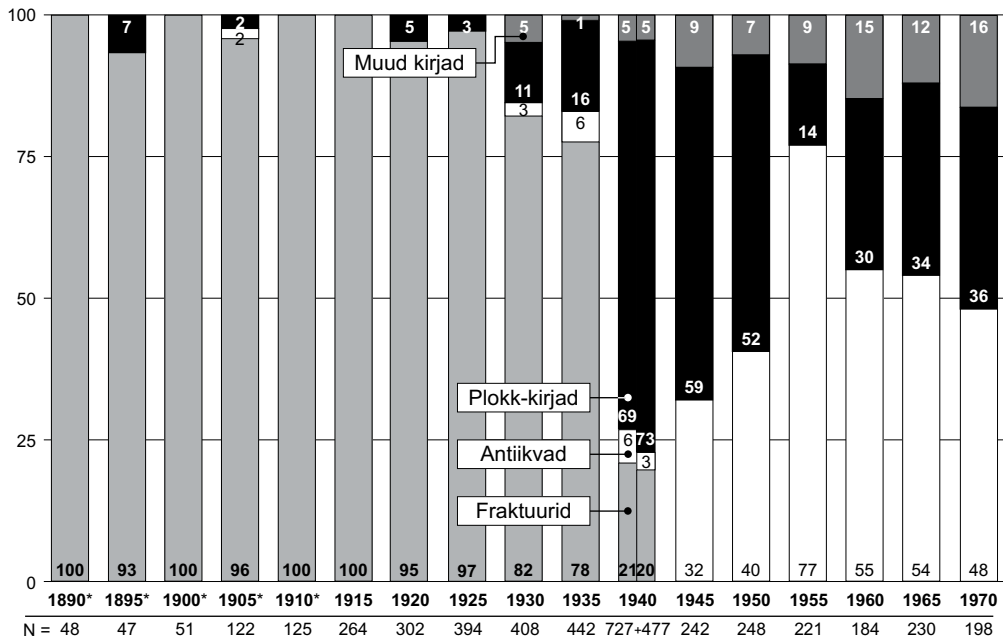
### Joonis 4.15. Alapealkirjastamise osakaal

19. sajandi lõpu andmed on küll joonisel esitatud, aga analüüsitud pealkirjade hulk on liiga väike, et täpseid protsente usaldusväärseks pidada



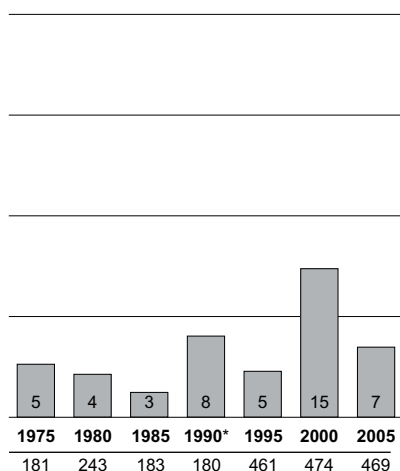
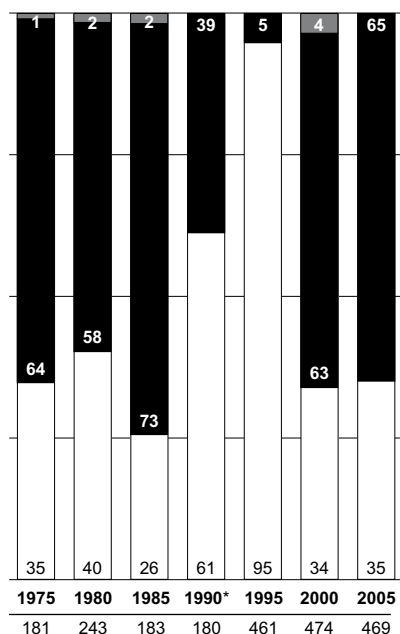
### Joonis 4.16. Pealkirja-kirjad

Eri kirjarassides pealkirjade osakaalud. Enne 1895. a olid pealkirjad eranditult fraktuurkirjades. Muud kirjad on bastardkirjad, kalligraafilised kirjad, ehiskirjad jm



kirju (loobutakse käsitöendusliku ilmega ehiskirjadest, plokk-kirjade osakaal tõuseb järsult). Kirjavalik on süsteemsem ja kirjade varieerimist vähendatakse.

1990. aastate esimesel poolel muutuvad pealkirjad järsult intensiivsemaks: pikemaks, üksikasjalikumaks, deklaratiivsemaks. Nad suurenevad ja laienevad, esmakordselt on mitmeveeruline pealkiri rohkem kui 75%-l lugudest, väheneb pealkirjata lugude osakaal. Plokk-kirjade

**JÄRG: Joonis 4.15****JÄRG: Joonis 4.16**

asemel kasutatakse rohkem antiikvat, suurtähelised pealkirjad kaovad. Esmakordselt joondatakse pealkirjad tsentreerimise asemel vasakule.

1990. aastate alguse pealkirjad jätvavad eklektilise mulje, sest pealkirjade ja pealkirjaridade pikkus varieerub laiades piirides, enam pole standardseid pealkirjasuurusi (nagu tinalaos), kirja venitatakse ja surutakse kokku, et pealkirju ära mahutada.

1990. aastate teisel poolel muutub pealkirjade välimuse süsteemseks, isegi formaalseks. Pealkirjad lühenevad ja muutuvad sisult üldistavamaks. Nende välimuse muutub kompaksemaks ja lihvitumaks: pealkirjad on kindlates suurustes, nad täidavad ettemääratud ruumi veeru servani. Pealkirjad kitsenevad ja jagunevad visuaalselt selgetesse hierarhiatasemetesse (fookus + teised + lühiuudised). Kirjakasutus on süsteemne: üks-kaks kirja kindlates suurustes ja -seeriates, mida varieeritakse üksikutel juhtudel lähitudes lugude sisust ja paigutusest. Kuigi statistiliselt domineerivad ajalehes plokk-kirjas pealkirjad, on lehe tegelik visuaalne mulje vastupidine, sest plokk-kirjas pealkirjad on väiksed ja perifeerse asukohaga. Alapealkirjade hulk kasvab, neid kasutatakse pikemates lugudes järjekindlalt.

Kokkuvõttes võib öelda, et 19. sajandi jooksul muutuvad pealkirjad väga vähe, peamised muutused toimuvad 20. sajandil: pealkirjade hulk kasvab, pealkirjad muutuvad järjest laiemaks ja suuremaks. Tüpoograafiline variatiivsus esialgu suureneb, kirjade valik on eklektiline, sajandi lõpus variatiivsus väheneb ja eklektilisus asendub süsteemsusega.

**2.2. Rubriiginimed jm sildid**

Rubriiginimed jm sildid on analüüsitud kahe parametri abil: hulk ja kasutatud kujundusvõtted. Kahe sajandi jooksul on sildistamise hulk muutunud lainetena, siltide kujundus on teinud ringi lihtsalt ja lafooniliselt kujundatud verbaalsete siltide juurest eklektilisse dekoreeritusse ning taas tagasi lihtsusse.

Esimese eesti ajalehena kasutab rubriiginimesid *Marahwa Näddala-Leht* (1821–1825), eristades nende abil teineteisest uudised ja kuulutused, muid rubriiginimesid kasutatakse harvem. Alates 1850. aasta-

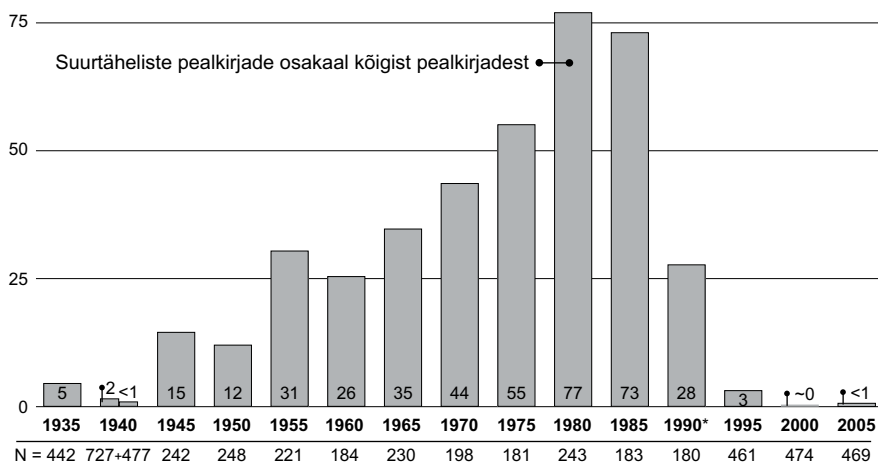
te lõpust on juba kogu ajalehe sisu rubriikidesse süstematiseeritud ja sildistatud. Selline süsteem püsib kuni 1920. a, kusjuures rubriikide liigendus muutub järjest detailsemaks.

Siltide kasutamissagedus tõuseb hüppeliselt kolmel korral: 1860. aastate alguses, kui rubriigistamine välja kujuneb, ning 1880. aastate lõpus ja enne 1910. a, kui detailsemalt

### Joonis 4.17. Suurtähelised pealkirjad

Enne 1935. a suurtähelisi pealkirju ei kasutatud.

~0 tähistab osakaalu alla 0,5%; <1 tähistab osakaalu 0,5–0,9%.



hakatakse liigendama uudisterubriike. Rubriigistamine on apogees enne I maailmasõda, kui ühes lehenumbris ilmub keskmiselt 19 silti (joonis 4.18).

1920. aastate alguses toimub senises süsteemis murre: lehenumbri tuumas hakatakse rubriiginimedest loobuma, lugude esitlemise funktsiooni võtavad üle pealkirjad ning lugude hierarhiline paigutamine ja kujundamine. Rubriiginimed jäävad alles kohalikesse uudistesse numbrilõpude ja üksikute teemade märkimiseks. Nii väheneb siltide hulk lehes kaks korda.

1930. aastatel kasvab siltide hulk järsult, aga see ei näita muutust rubriigistamis põhimõtetes, vaid detailsemat liigendust kohalike uudiste rubriikides ja utilitaarsete pisiinfobubriikide lisandumist (nt raadiokavad, valveapteekide aadressid).

Ka rubriiginimed kujundus muutub alates 1920. aastate algusest järk-järgult kirevamaks, variatiivsemaks ja ekspressiivsemaks. Seni laoti rubriiginimed väikses fraktuurkirjas ja üheveerulisena, nüüd kasutatakse lisaks teisi kirjarasse ja -seeriaid (paksud plokk-kirjad, kõhnad antiikvad, kalligraafilised kirjad), luuakse suuremaid mitmeveerulisi silte, üksikuid silte dekoreeritakse joonte ja temaatiliste sulejoonistustega. Siltide kujundus ei ole stiililt ühtne.

1940. a väheneb ajalehtedes rubriiginimed hulk järsult (keskmiselt ilmub 8–10 silti lehenumbris), sest lehe sisu ja struktuur muutuvad: uudisterubriike ilmub vähe, põhiosa silte märgistab pikemaid üksiklugusid. Sildid on väiksed ja vähemärgatavad.

Siltide hulk kasvab järsult 1950. aastate lõpus, kui suureneb ajalehtede temaatiline mitmekesisus ja ilmumist alustab arvukalt uusi temaatilisi rubriike (keskmiselt on lehenumbris 15–16 silti). Samal ajal muutub ka siltide välimuse: nad suurenevad ja muutuvad silmatorkavamaks, neid täiendatakse joonistustega. Kasvab stiililine kirevus, mitmel igapäevasel rubriigil on paarkümmend erineva disainiga silti, mida kasutatakse vaheldumisi.

1970. aastate jooksul muutub siltide kujundus tüpograafilisemaks ja modernistlikumaks: kasutusele tulevad lihtsama disainiga kirjad, skemaatilised sümboljoonistused ja toonideta siluettfotod. Sildid muutuvad stiililt ühtsemaks, neid varieeritakse vähem, osa silte on kujundatud samas stiilis. Rubriiginimed arv väheneb pisut, aga nii nagu 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi algul on ka nüüd enam-vähem kogu lehenumbri sisu rubriigistatud.

1990. aastaks langeb rubriiginimed hulk nii madalale tasemele nagu II maailmasõda järel või 19. sajandi lõpus. See ei tähenda temaatilise mitmekesisuse vähenemist, vaid vas-

tupidi: perestroikaegsetes lehtedes on temaatiline ja žanriline kirevus plahvatuslikult kasvanud ning seda eklektikat ei süstematiseerita rubriikidesse. Siltidega tähistatakse nüüd peamiselt lühiuudiste ja pisiinfo rubriigid. Samal ajal muutuvad sildid väiksemaks ning kujunduslikult lihtsamaks ja lakoonilisemaks, väheneb illustratiivsus, kasvab stiililine ühtsus.

1992.–1993. a hakkab siltide hulk väga järsult ja järjekindlalt kasvama, sest kujuneb välja ajalehe uudne struktuur. Lehenumber struktureeritakse monotemaatiliste lehekülgedena, iga lehekülje päises on vastava temaatilise osakonna nimi, paljudes osakondades ilmuvad kindlad rubriigid. Üha rohkem hakatakse kasutama autorivinjette. Ühes lehenumbris ilmub 2000. a keskmiselt 65 silti, aga siltide esinemissagedus pisut madalam kui 1910. a, rubriigistamise tippajal (30 vs 35 silti 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis).

2004. a toob uue intensiivistumislaine sildistamise *Eesti Päevaleht*, mis hakkab temaatiliste või žanriline märksõnadega tähistama kõiki lugusid (k.a lühiuudised). Nüüd on lehes silte kolmandiku võrra rohkem kui lugusid, mida nad esitlevad ja reklaamivad (keskmiselt 119 silti ja 83 lugu lehenumbris). Teistesse lehtedesse selline sildistamine 2005. a veel ei levi.

### 2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks

Vahepealkirju on analüüsitud nelja parameetri abil: vahepealkirjastatud lugude hulk, vahepealkirjade sõnastus, tüpograafiline vormistus ja žanriline kasutuskoht.

19. sajandi lehtedes ilmub vahepealkirju väga harva ja juhuslikult, neid kasutatakse lugude sisuliseks liigendamiseks. Peatükkideks liigendatud ja vahepealkirjastatud on välisautorite pikad lood, mida ajaleht lihtsalt vahendab (järjelood, reisikirjad).

1920. aastate alguses asendub senine juhuslikkus vahepealkirjade järjekindla kasutamise- ja liigendatud lugude hulk suureneb järsult (joonis 4.10). Nüüd liigendatakse uudislikke žanre, mille autoreiks on oma ajakirjanikud (ülevaated, reportaažid, seejärel ka uudised). Terviklike fraaside-lausete asemel tõstetakse vahepealkirjana esile sageli mingi lauseosa põhitekstist. Teksti alaosade või -teemade esiletoomise asemel rõhutavad vahepealkirjad üksikuid intrigeerivaid detaile.

Nõukogude ajal muutub vahepealkirjastamine sarnasemaks 19. sajandi praktikaga: vahepealkirju kasutatakse varasemast vähem, peamiselt pikkades mitteuudislikes lugudes, enamasti on tegemist temaatiliste fraasidega. Kogu nõukogude aeg pole liigendatuse määral siiski päris ühtlane: 1960. ja 1980. aastatel kasutatakse vahepealkirju rohkem.

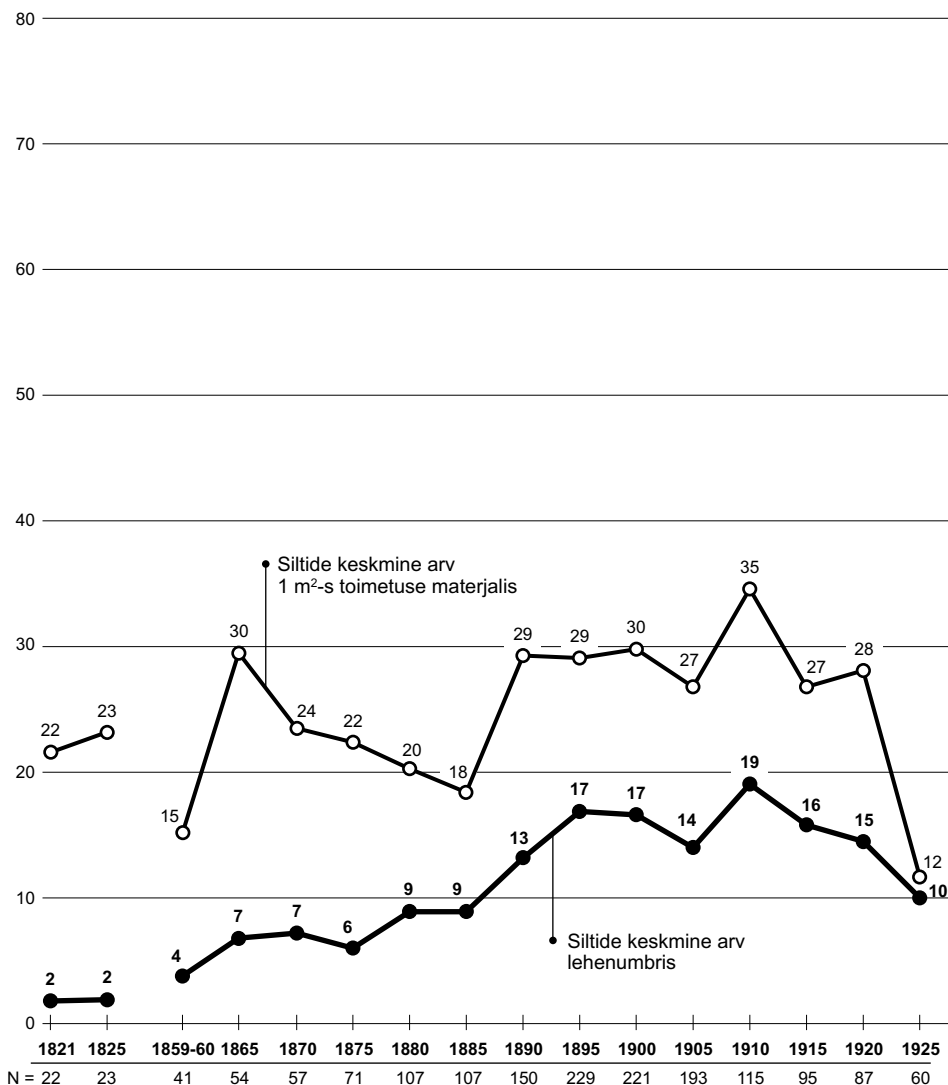
1990. aastate alguses ja 2000. aastate alguses kasvab vahepealkirjade hulk väga järsult ning 2005. a on liigendatud peaaegu 30% kõigist lugudest. Lisaks pikkadele mitteuudislikele žanridele liigendatakse taas uudislikke žanre.

1990. aastate teisel poolel toimub põhimõtteline muutus vahepealkirja rollis. Nad muudetakse teksti sisulisest liigendajast formaalseks kujunduselemendiks. Nüüd on vahepealkirjad alati sama pikkusega (üks või kaks rida) iseseisvalt sõnastatud fraasid, mis asuvad veergude keskel, liigendades pikki veerge visuaalselt väiksemateks osadeks.

Välimusest on vahepealkirjad kuni 1920. aastateni vähemärgatavad (sõrendatud tekstikirjas, siis paksus kirjas, kaldkirjas) ja järjekindlusetu tüpograafiaga. 1930. aastatel tehakse vahepealkirjad silmatorkavamaks, jättes nende ümber tühja ruumi. Nõukogude aja alguses muutuvad vahepealkirjad taas vähemärgatavaks, aga tugevnevad visuaalselt uuesti 1960. aastatel, kui neis võetakse kasutusele uusi tüpograafilisi võtteid (suurtäheline kiri jm). Alates 1990. aastate algusest muudetakse vahepealkirjade tüpograafia süsteemseks (sama kiri, kirja-suurus ja ühetaoline kujundus kogu väljaandes).

**Joonis 4.18. Siltide hulk**

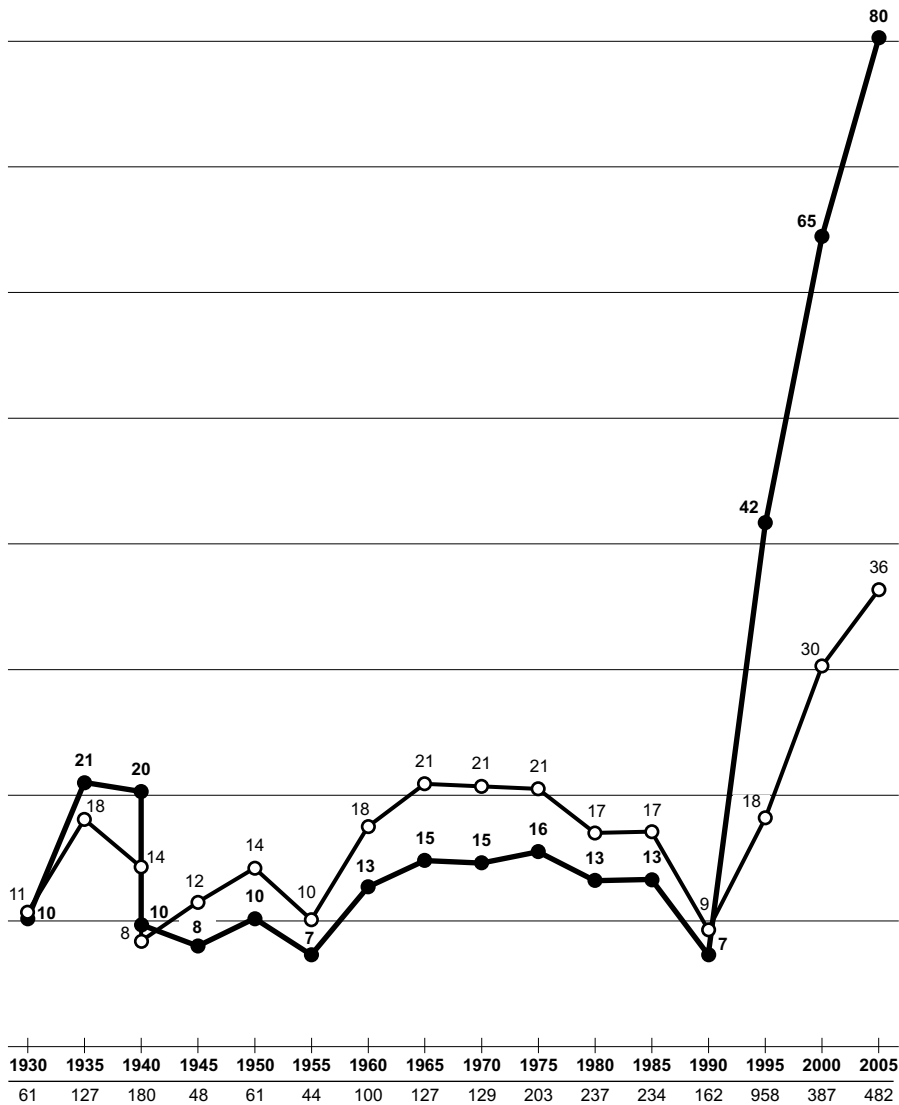
Sildid – rubriiginimed, autoririvijetid, leheküljenimed, järjelugude jm püsipealkirjad (ilmuvad vähemalt kolmeosalistel lugudel). 1806. a silte ei kasutatud

**2.4. Infokastid ja tsitaat-väljavõtted**

Infokaste kasutatakse eesti ajalehtedes esmakordselt 1990. aastate alguses, kümnendi teisel poolel hakatakse neid järjekindlalt kasutama. 2005. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 7 infokasti ehk 3 tk/m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis (joonis 10.2, lk 319).

Tsitaat-väljavõtted võetakse eesti ajalehtedes kasutusele samuti 1990. aastate esimesel poolel. Esialgu on tsitaat-väljavõtted põhiteksti kordused, hiljem eraldi sõnastatud alapealkirjalaadsed laused. Alates 1990. aastate teisest poolest kasvab nende kasutamine plahvatuslikult. 2005. a ilmub keskmiselt 18 tsitaati lehenumbris ehk 8 tk/m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis.



**JÄRG: Joonis 4.18**

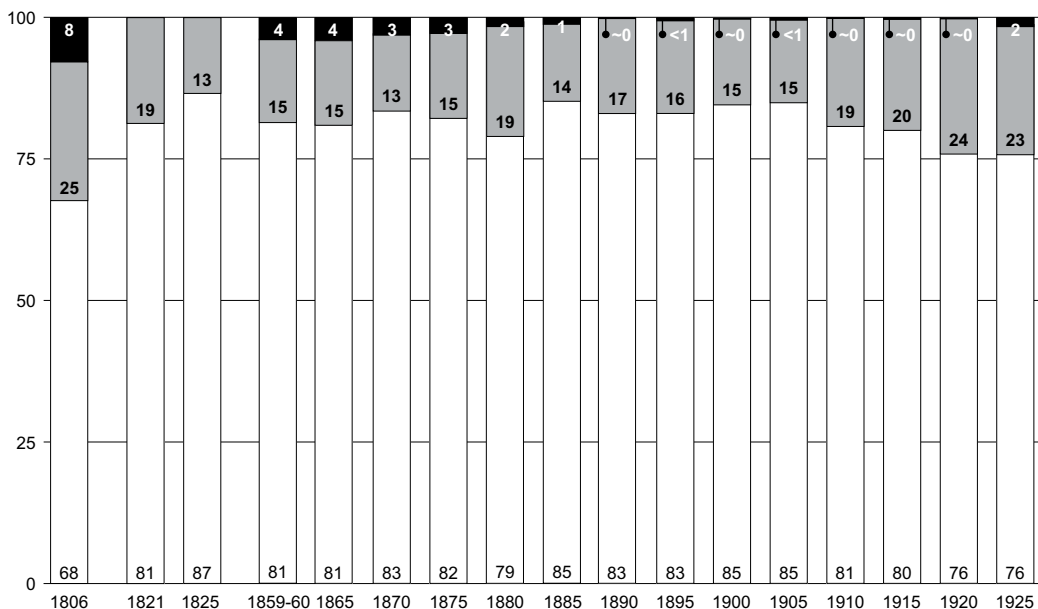
### 3. Visuaalid

Kui vaadata visuaale tervikuna (joonistusi ja fotosid koos), siis saab esile tuua visuaalsuse määra vähenemise 19. sajandil ja pärast seda visuaalsuse hüppelise kasvu hetked vaheldumisi stabiilsete perioodidega (joonised 4.19 ja 4.20). Sellest mustrist erineb nõukogude-järgne periood, mil visuaalsus suureneb pidevalt.

Esimesed eestikeelsed ajalehed kasutavad visuaalidena igas lehenumbris korduvaid tiitlipilte lehe päismikus. Lehtede mahu kasvuga visuaalide suhteline maht järjest väheneb, sest päismik võtab ajalehest üha väiksema pinna. 1890. aastate teisel poolel loobutakse tiitlipiltide kasutamisest. Muid visuaale ilmub ajalehtedes väga harva ja juhuslikult.

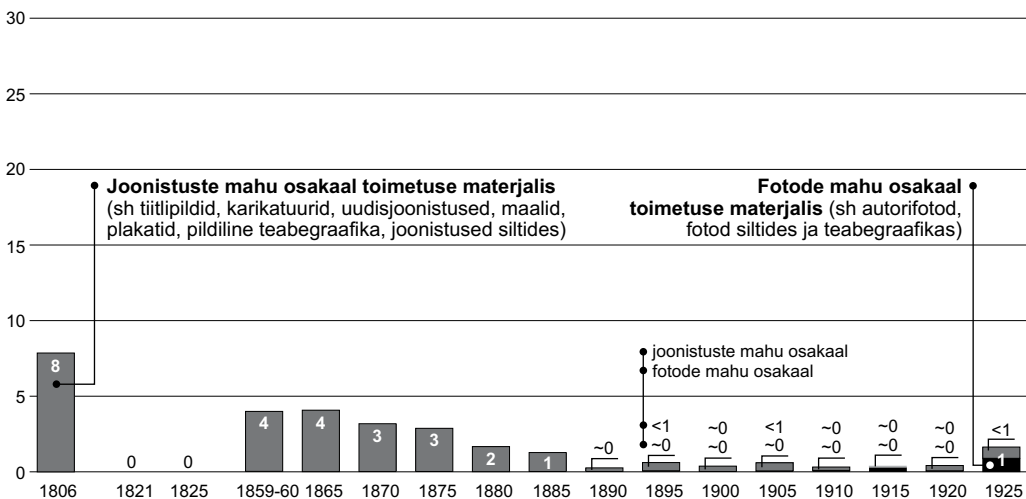
**Joonis 4.19. Info tekstilisus ja visuaalsus**

Eri tüüpi materjali osakaal toimetuse materjali mahus. ~0 tähistab osakaalu alla 0,5%; <1 tähistab osakaalu 0,5–0,9%.

**Joonis 4.20. Joonistuste ja fotode mahu osakaal**

~0 tähistab osakaalu alla 0,5%; <1 tähistab osakaalu 0,5–0,9%.

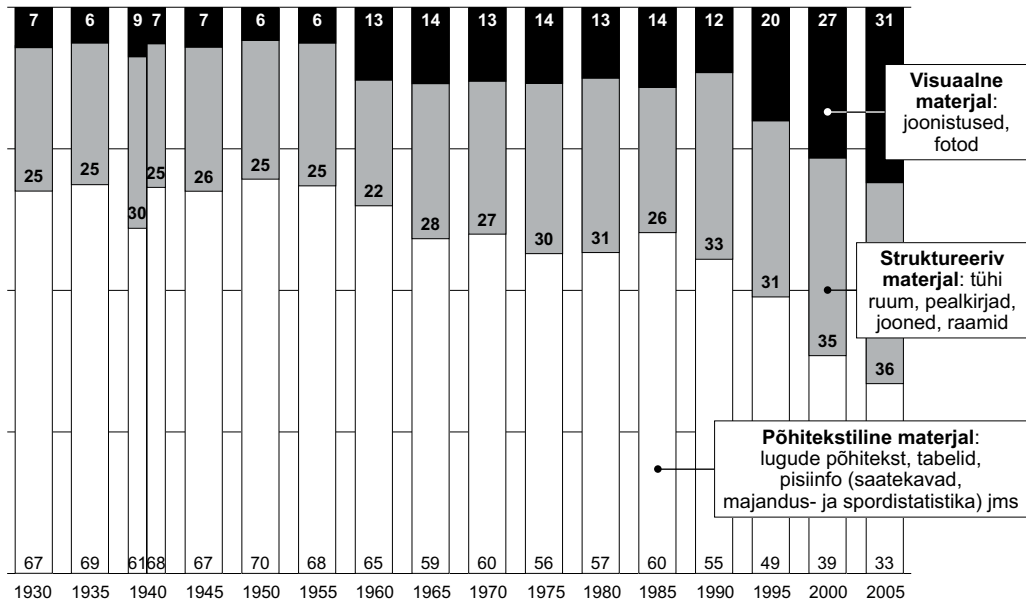
Kuni 1885. aastani annavad enamuse joonistuste mahust tiitlipildid lehtede päismikes. Ilma tiitlipildeta on joonistuste mahu osakaal 1806. a 0; 1859–1860 – 0,52%; 1865 – 0,23%; 1870 – 0,013%; 1875 – 0; 1880 – 0,30%; 1885 – 0,04%.



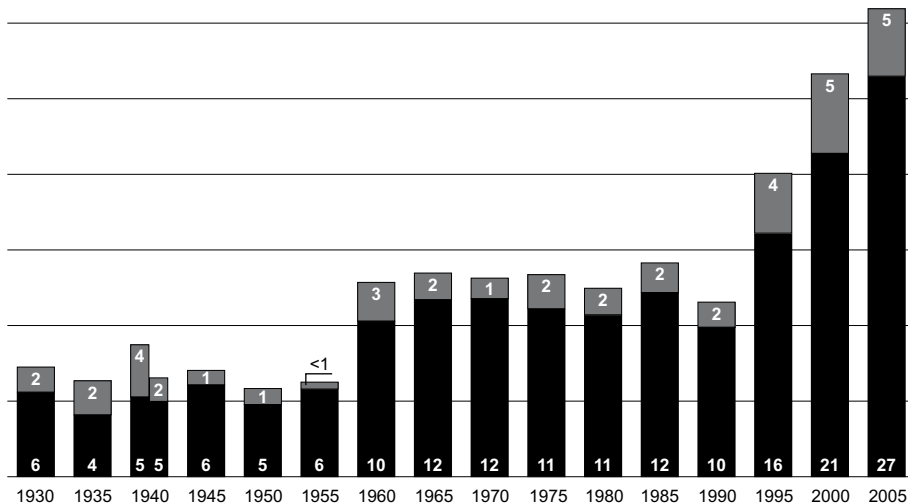
1920. aastate alguses hakkab visuaalide hulk ajalehes kasvama, aga hüpe visuaalide kasutamises toimub kümnendi teisel poolel: 1925. a võtavad visuaalid toimetuse materjali mahust 2%, viis aastat hiljem 7%. Sel tasemel püsib visuaalsus 30 aastat.

Uus tõus tuleb 1950. aastate lõpus, kui senine visuaalide maht kasvab kaks korda – 13%-le toimetuse materjali mahust. Sellel tasemel püsib visuaalsus umbes 35 aastat.

JÄRG: Joonis 4.19



JÄRG: Joonis 4.20

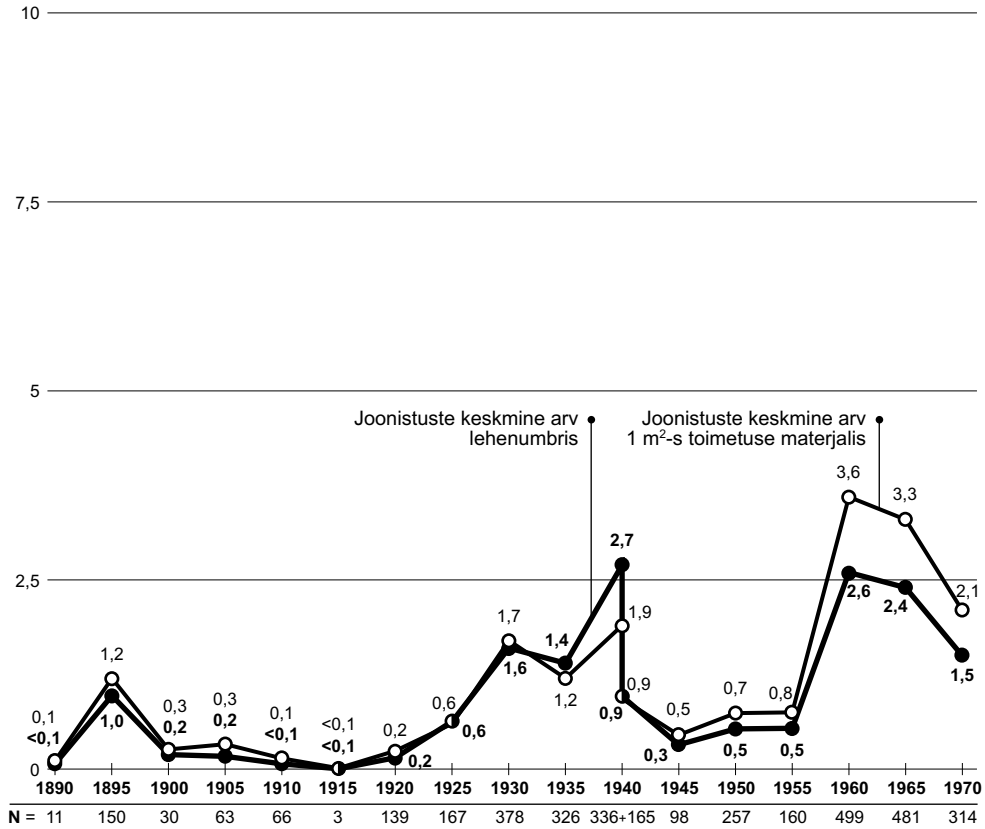


Uus tõus tuleb alates 1990. aastate algusest. Nüüd ei piirdu kasv ühe hüppega, vaid visuaalide maht on kasvanud pidevalt viimased 15 aastat. 2005. a hõlmavad visuaalid toimetuse materjali mahust peaaegu kolmandiku (31%).

Võrreldes visuaalide omavahelist kasutamist võib öelda, et kuni 1920. aastate keskpaigani ilmub rohkem joonistusi, sealt edasi rohkem fotosid (joonis 4.20). Fotod asendavad

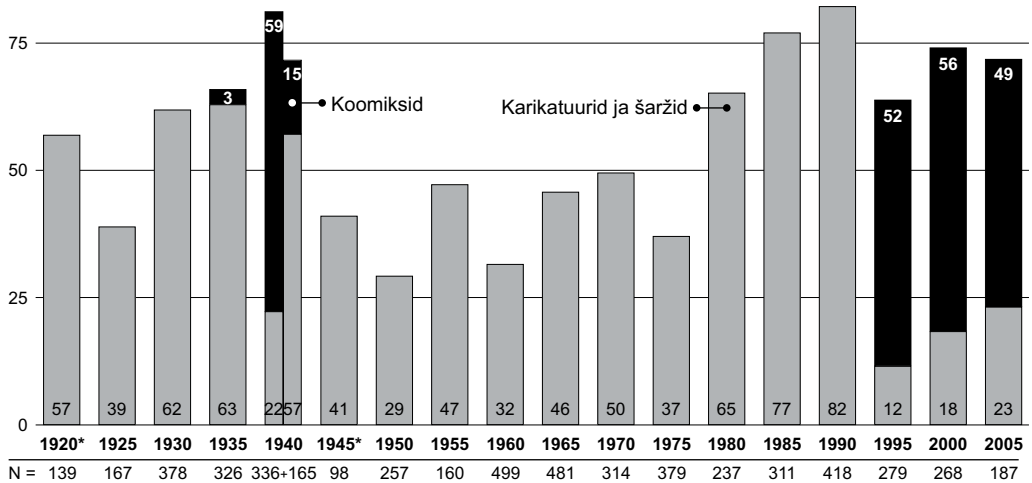
**Joonis 4.21. Joonistuste hulk**

Joonistuste hulka ei ole arvestatud tiitlipilte ega joonistusi rubriiginimedes ja teabegraafikas. Enne 1890. a oli joonistuste arv ajalehes alati alla 0,1

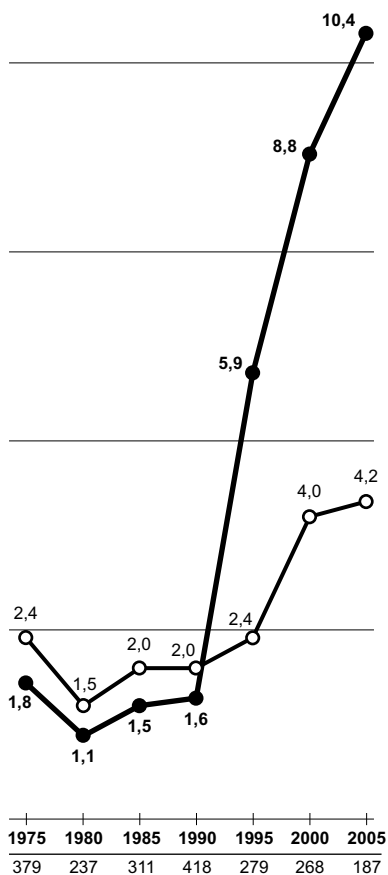


**Joonis 4.22. Karikatuuride ja koomiksiste osakaal**

Karikatuuride-šaržide ja koomiksiste osakaal kõigist joonistustest. Enne 1920. a ilmus joonistusi liiga vähe, et osakaalusid arvutada



JÄRG: Joonis 4.21



eelkõige uudisjoonistusi, muud joonistuste liigid fotode ilmumisega käibelt ei kao.

### 3.1. Joonistused

Joonistusi on analüüsitud kolmest aspektist: hulk, maht ja tüpoloogia.

Esimesed eesti ajalehtedes ilmuvad joonistused on tiitlipildid lehtede päismikes. 1868.–1878. a erineb teistest lehtedest *Eesti Postimees*, mis kasutab erinevaid tiitlipilte eri aastaegadel ning kroonu- ja kirikupühade puhul. Tiitlipilte kasutavad eesti ajalehed kuni 1880. aastateni.

Muid joonistusi avaldavad 19. sajandi eesti ajalehed harva ja juhuslikult (vt tabel 7.1, lk 189). Üksikuid joonistusi ilmub 1860. aastatel ja 1880. aastatel, need on kultuuriloolise või eksootilise sisuga ning ilmuvad seeriatena. Rohkem hakkab joonistusi ilmuma alates 1890. aastatest, kui neid hakatakse puusse graveerimise asemele keemiliselt klišeerima. Sealjuures ilmub üle 90% joonistustest *Olewikus*, millel on oma tsinkograafiatöökoda. Toimetaja Ado Grenzsteini eestvõttel muutub joonistuste sisu aktuaalsemaks, avaldama hakatakse uudisjoonistusi, karikatuure, piltmõistatusi. Uudisjoonistused on enamasti välismaise päritoluga.

Enne I maailmasõda saavutavad joonistused eesti ajalehtedes stabiilsema positsiooni – need ilmub kõigis suurtes eesti päevalehtedes harva, aga järjekindlalt. I maailmasõda toob tagasipöördumise verbaalsusse, ajalehed avaldavad vaid mõne üksiku joonistuse.

1920. aastate alguses hakkab joonistuste hulk ajalehtedes järsult kasvama ja kümnendi keskel saavad nad ajalehes igapäevaseks. 1930. a on ühes lehenumbri keskmiselt 1,7 joonistust, edasi joonistuste arv ei kasva (joonis 4.21). Joonistuste valik muutub mitmekesisemaks, lisaks uudisjoonistustele ja karikatuuridele ilmub moejoonistusi, maalireprosid, koomikseid jm. Kõige rohkem avaldatakse karikatuure (peamiselt eesti autoritelt päevakajalistel teemadel), kuni 1920. aastate keskpaigani ka uudisjoonistusi. 1930. aastatel muutuvad karikatuurid meelelahutuslikumaks, ilmuma hakkavad ka koomiksid, mis 1940. a alguses moodustavad kõige arvukama joonistusterühma (joonis 8.1, lk 227).

1940. a. väheneb joonistuste kasutamine järsult. Keskmiselt ilmub üks joonistus kahe lehenumbri kohta. Meelelahutamise asemel saab joonistuste peamiseks funktsiooniks propaganda. Dominantsed joonistused on varasemast hoopis erinevad – üksikud plakadid ja Stalini paraadportreed –, endiselt ilmub karikatuure (nende osakaal on suur kogu nõukogude aja jooksul ja saavutab tipu 1980. aastatel; joonis 4.22) ning pisikesi joonistusi ilukirjanduslikes tekstides. Loobutakse koomiksitate avaldamisest.

1950. aastate lõpus kasvab joonistuste hulk viis korda. Samas kasvab joonistuste maht vaid kaks korda, sest joonistused muutuvad väiksemaks. Suuri joonistusi ilmub ülivähe, pisi-joonistusi kasutatakse paljude erinevate tekstide illustreerimiseks (sh ka uudistes).

Alates 1960. aastate lõpust ilmub joonistusi vähem (kaks-kolm joonistust kahe lehenumbri kohta) ja nad on suuremad. Pisijoonistuste hulk väheneb, tähtpäevade puhul hakatakse rohkem kasutama plakateid ja plakatlikke portreejoonistusi. Karikatuurid muutuvad meelelahutuslikumaks.

1990. aastate alguses hakkab joonistuste hulk ajalehes järsult ja pidevalt kasvama. 2005. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt kümme joonistust, joonistuste maht on keskmiselt 5% toimetuse materjali mahust. Ka joonistuste sisu muutub 1990. aastate esimesel poolel kardinaalselt: kaovad plakatid ja ilukirjanduslike tekstide illustratsioonid, karikatuuride osakaal väheneb. Taas hakatakse regulaarselt avaldama koomikseid, mis moodustavadki edaspidi kõige arvukama osa joonistustest.

### 3.2. Fotod

Fotosid on analüüsitud kuue parameetri abil: hulk ja tüpologia, keskmine suurus, laius, kuju ning allkirjastatus.

Esimesed fotod eesti ajakirjanduses ilmuvad 1893. a *Olewikus* ja 1894. a *Postimehes*, aga veel peaaegu 30 aastaks jäävad fotod ajalehes juhuslikuks harulduseks (tabel 7.2, lk 192). Enne 1910. a ilmub fotosid lehtedes pisut järjekindlamalt, aga endiselt harva. Esimese maailmasõja lõpuperioodil kaovad fotod lehtedest sootuks. Enamik fotodest on (välismaised) portreed, peamiselt valitsejatest ja poliitikategelastest. Eesti fotod on etnograafilised, nad kujutavad rahvuslikke tegelasi, seltsi- ja koolimaju, seltside-kooride liikmeskonda.

Fotode hulk hakkab järsult kasvama 1923.–1924. a. ning 1930. a ilmub ühes lehenumbris juba keskmiselt seitse fotot (joonis 4.23). Sel tasemel püsib fotolisus 1930. aastate lõpuni. Fotode sisu muutub järjest argisemaks. 1920. aastate esimesel poolel on fotod peamiselt mitteuudislikud (portreed, kultuuriloolised fotod), 1925. a paiku hakatakse fotosid kasutama erakordsete sündmuste kajastamiseks (uued valitsused, riigivisiidid), 1930. a paiku argisündmuste kajastamiseks. 1930. aastate fotod näitavad poliitika- ja kultuuritegelasi, sportlasi, kohalikku seltsielu (peamiselt grupiportreed), õnnetusi, riiklikult olulisi sündmusi. Keskmiselt pool fotodest on välismaised.

Suuruselt on fotod kuni kolme veeru laiused. Kõige rohkem ilmub üheveerulisi (portree)-fotosid (joonis 4.24; 4.25). Kümnendik fotodest on mittenelinurkse kujuga (peamiselt siluett-fotod ja ovaalsed fotod; joonis 4.26). Enamik fotodest on allkirjastatud, 1930. aastatel on rohkem kui kolmandikul fotodest allkirjad kokku koondatud, kuna sageli kasutatakse fotokollaaže (mitme foto kombinatsioone; joonis 4.27).

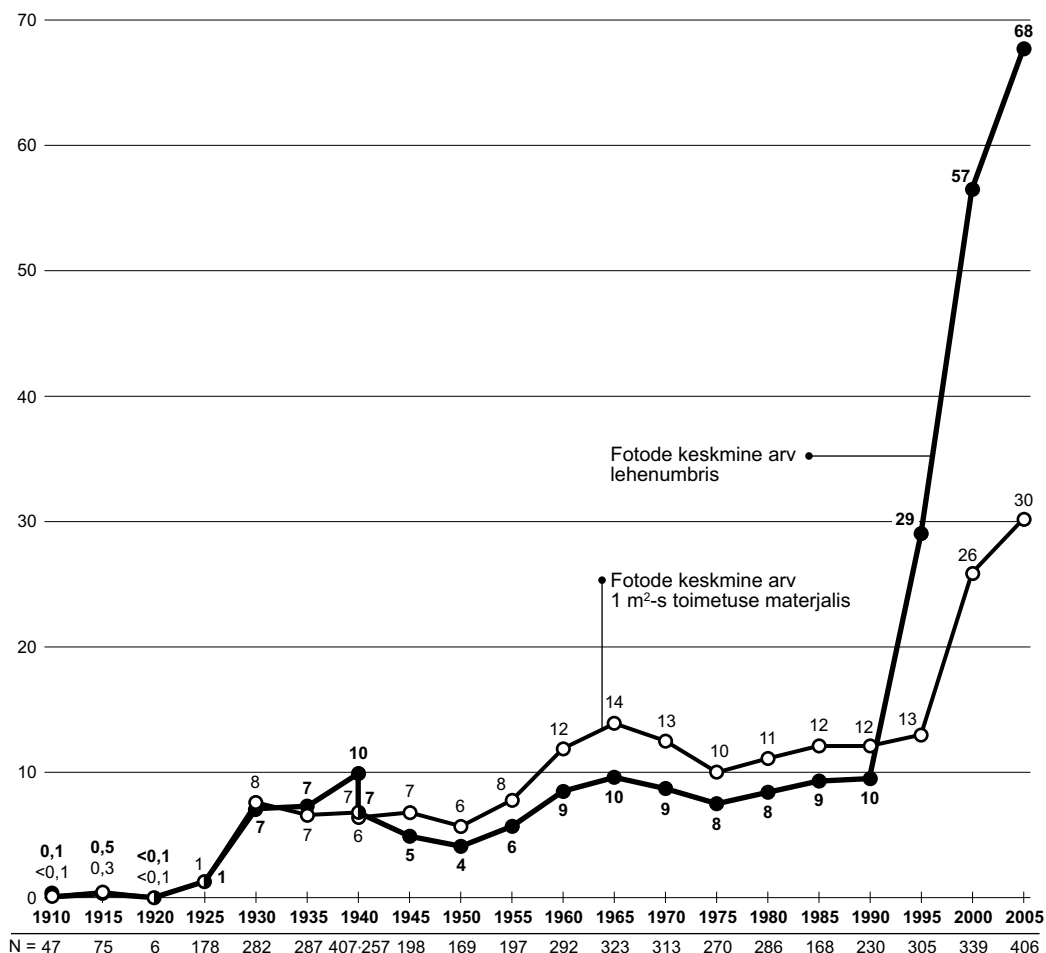
1940. a muutuvad järsult fotode tüübid. Nüüd on ajalehefoto eelkõige ideoloogiline väärtustaja, mis näitab õiget ja head (tublid inimesed töötamas, nõukogulikud rituaalid). Kapitalistlikku maailma kujutatakse negatiivsena (streigid, tööliste raske elu). Fotod keskenduvad massile ja tüüpilistele tegelastele, mitte üksikisikutele nende individuaalsuses.

Kuni 1950. aastate teise pooleni püsib fotode kasutamissagedus endisel tasemel, aga lehenumbri mahu vähenemise tõttu ilmub fotosid senisest vähem (keskmiselt neli-viis lehenumbris). Fotod on varasemast keskmiselt suuremad, sest enam ei avaldata väikseid portreesid. Kõige rohkem ilmub kahe-kolmeveerulisi fotosid, kusjuures nende osakaal kasvab nõukogude aja jooksul pidevalt. 1940. a teisel poolel on kahe-kolmeveerulisi fotosid 49% kõigist fotodest, 1985. a on nende hulk kasvanud 80%-ni. Seega fotode suurus varieerub järjest vähem.

1950. aastate lõpus hakkab fotode hulk järsult kasvama ja 1965. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt kümme fotot. Pärast 1965. a fotode hulk väheneb pisut (kaheksa-üheksa fotot lehenumbris) ja jääb sellele tasemele nõukogude aja lõpuni. Koos fotode arvu suurenemisega hakkab järjest kasvama allkirjastamata fotode osakaal. 1980. aastate lõpus avaldatakse

**Joonis 4.23. Fotode hulk**

Fotode hulka ei ole arvestatud rubriiginimedes, autorivinjettides ega teabegraafikas kasutatud fotosid. Enne 1893. a fotosid ajalehes ei kasutatud, kuni 1910. a oli fotode arv ajalehes alati alla 0,1.



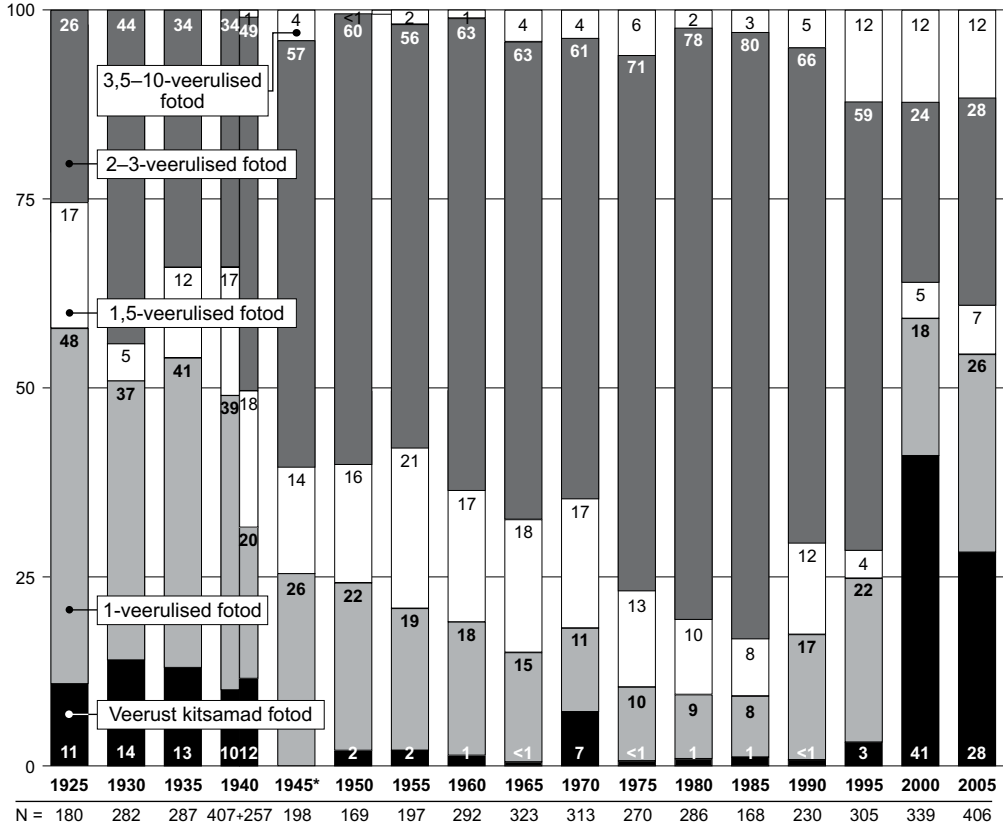
ilma allkirjata üle poole fotodest. 1960.–1970. aastatel muutub fotode kuju korrapärasemaks: mittelinurkseid fotosid ilmub väga vähe, veergude laiusega mitteühtivate fotode hulk väheneb (joonis 4.25).

Järgmised suured muutused tulevad 1990. a paiku, kui järsult muutuvad fotode tüübid ja nende esitlemispraktika. Loobutakse nõukogude elu ülistavatest fotodest ja välisfotodest, fotod näitavad Eestis ja NSVL-s toimuvat, kõige enam kasutatakse portreesid (sportlastest, poliitikutest, kultuuritegelastest). Järsult vähendatakse ilma allkirjata fotode hulka, 1995. a ilmub allkirjata ainult 12% fotodest (enamasti on need lehenumbri sisureklaame täiendavad fotod ajalehede esikülgedel).

Fotode hulk kasvab enam-vähem sünkroonselt lehenumbri mahu kasvuga (1990. a ilmub 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis 12 fotot, 1995. a – 13 fotot), aga fotode maht kasvab samal ajal järsult (1990. a on fotode maht 10% toimetuse materjali mahust, 1995. a – 16%; joonis 4.20). Põhjuseks on see, et fotod on varasemast suuremad. Fotode suuruseline jaotus on sarnane nõukogude ajaga, aga suurused varieeruvad pisut rohkem.

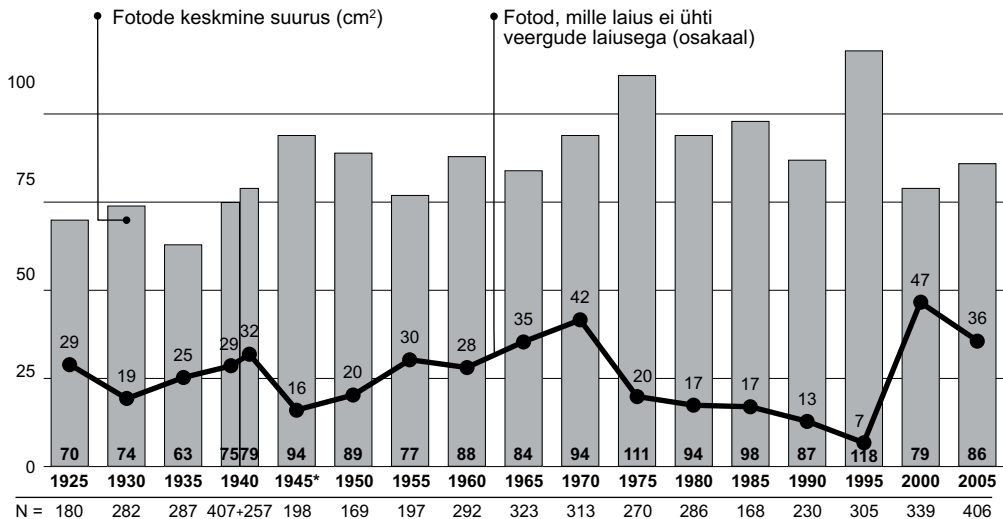
**Joonis 4.24. Fotode laius**

Erineva laiusega fotode osakaalud. Enne 1925. a ilmus fotosid liiga vähe, et osakaalusid välja arvutada. Fotode hulka ei ole arvestatud rubriiginimedes, autorivinjettides, teabegraafikas kasutatud fotosid



**Joonis 4.25. Fotode keskmine suurus ja mittetäisveeruliste fotode osakaal**

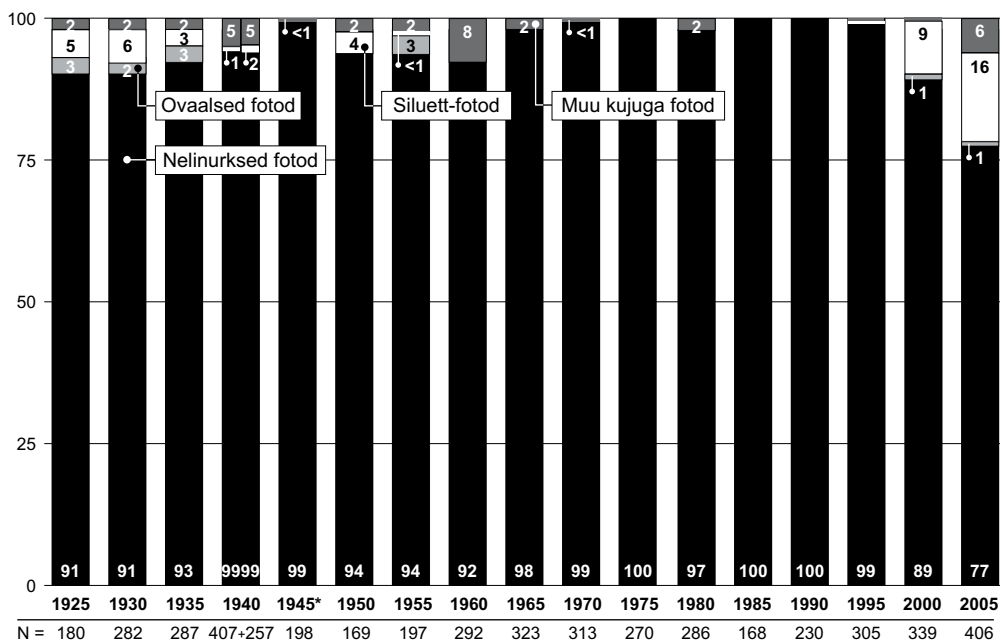
Enne 1925. a ilmus fotosid liiga vähe, et keskmist suurust ja osakaalusid välja arvutada. Fotode hulka ei ole arvestatud rubriiginimedes, autorivinjettides, teabegraafikas kasutatud fotosid



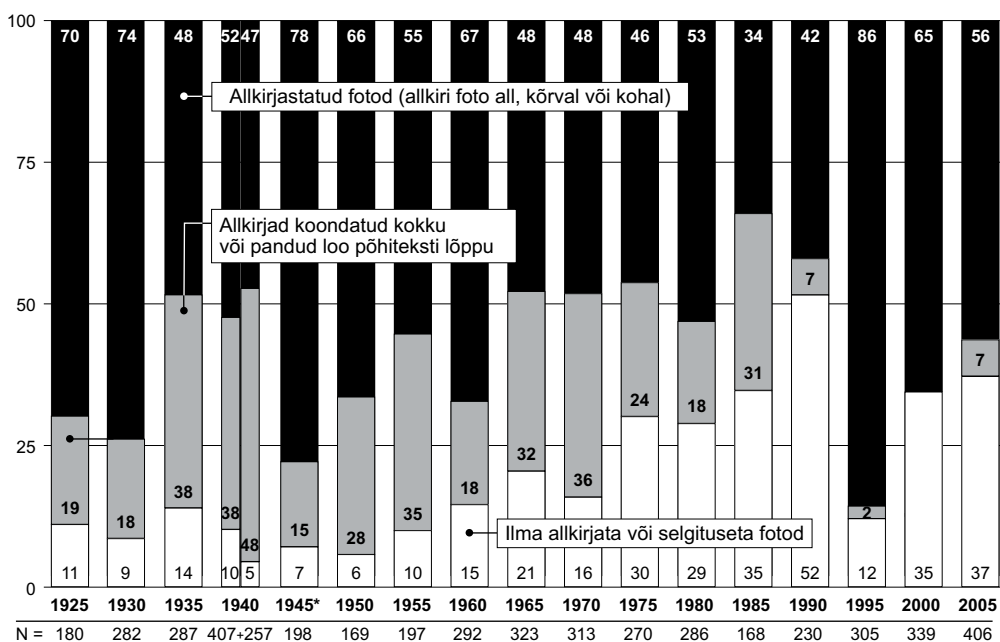


**Joonis 4.26. Fotode kuju**

Erineva kujuga fotode osakaal. Enne 1925. a ilmus fotosid liiga vähe, et osakaalusid välja arvutada. Fotode hulka ei ole arvestatud rubriiginimedes, autorivinjettides ega teabegraafikas kasutatud fotosid

**Joonis 4.27. Fotode allkirjastatus**

Eri viisil esitletud fotode osakaalud. Enne 1925. a ilmus fotosid liiga vähe, et osakaalusid välja arvutada. Fotode hulka ei ole arvestatud rubriiginimedes, autorivinjettides ega teabegraafikas kasutatud fotosid



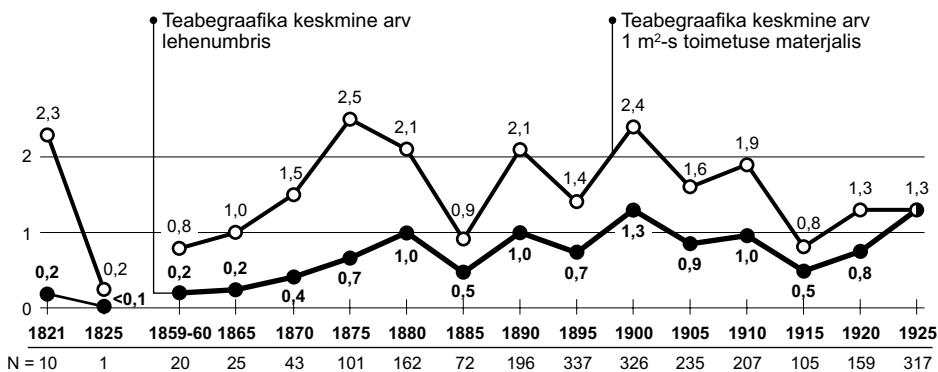
**Joonis 4.28. Teabegraafika hulk**

Teabegraafika hulka kuuluvad tabelid, kaardid, plaanid, skeemid, joonised, diagrammid, maleseisud jms. 1806. a *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* säilinud numbrites teabegraafikat ei ole kasutatud

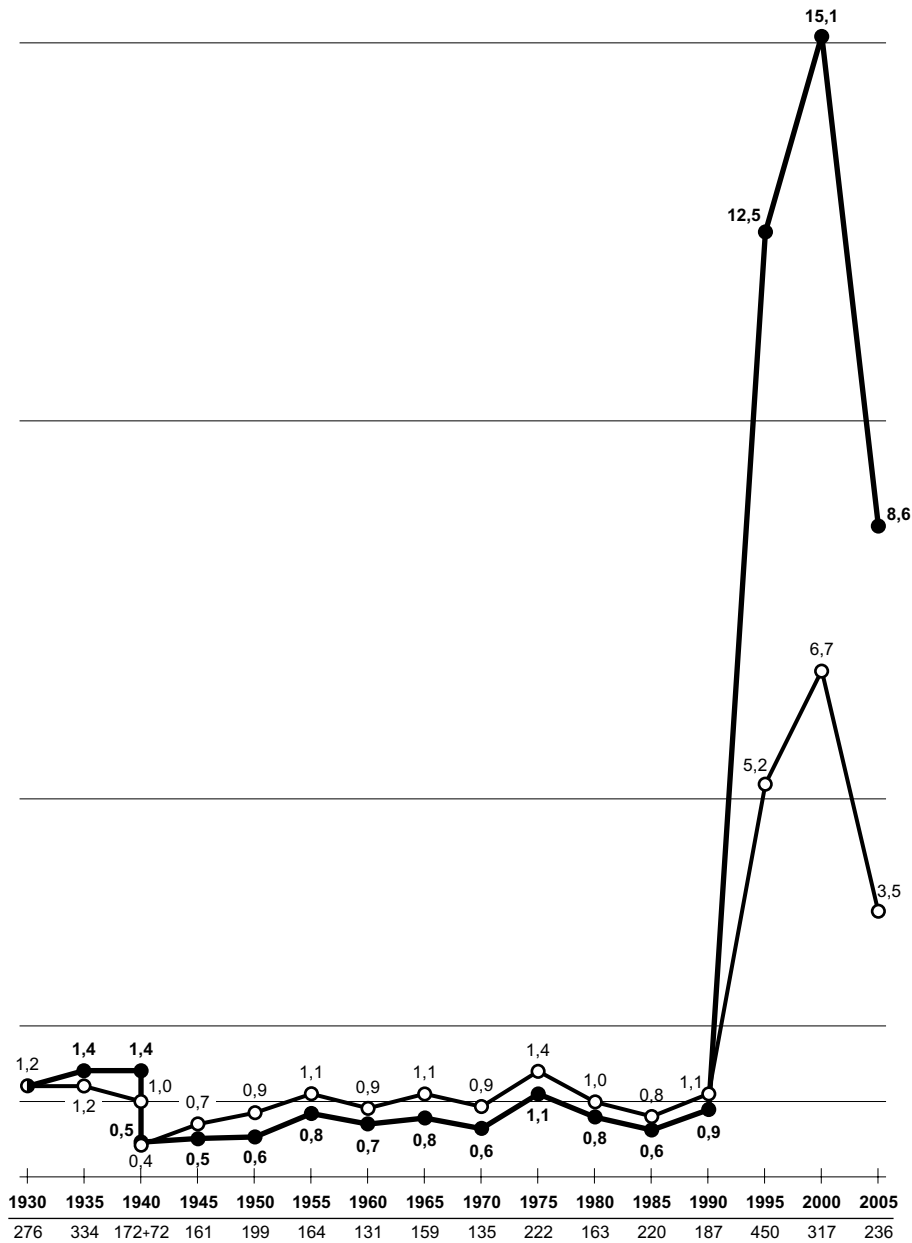
15

10

5



1990. aastate keskel hakkab fotode kasutuspraktika muutuma. Fotode hulk kasvab viie aastaga kaks korda, ka fotode mahu kasv jätkub. Samas fotode keskmine suurus väheneb, sest nende suuruseline jaotus muutub palju varieeruvamaks – üle poole fotodest on kuni ühe veeru laiused, rohkem ilmub ülisuuri (vähemalt viieveerulisi) fotosid, keskmise suurusega fotode osakaal selle võrra väheneb. Selle muutuse põhjustab fotode uus kasutusviis: fotode suuruse abil hierarhiseeritakse infot. Järsult kasvab ka ilma allkirjata fotode osakaal, kuna

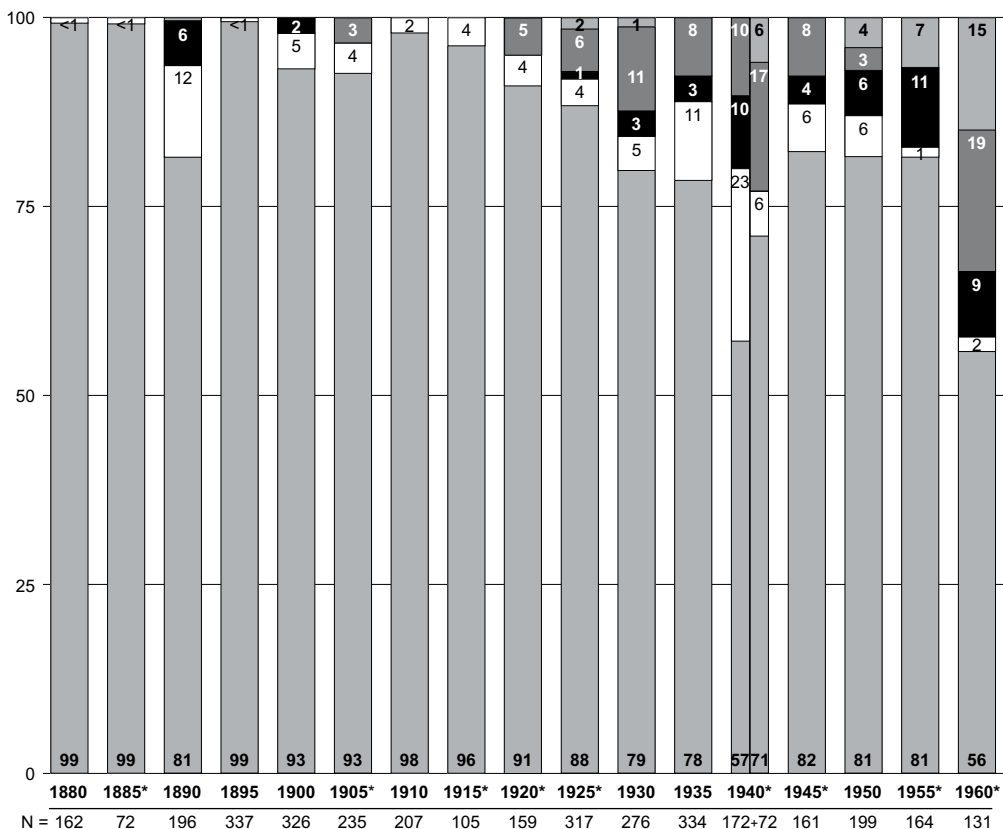
**JÄRG: Joonis 4.28**

üliväikesi fotosid ei allkirjastata. Fotode kuju hakatakse palju rohkem varieerima, järsult kasvab mittelinurksete fotode kasutamine (peamiselt siluett-fotod).

Samad tendentsid jätkuvad ka uuel sajandil. Fotode keskmine suurus kasvab pisut, sest üliväikseid fotosid kasutatakse vähem. 2005. a ilmub keskmiselt 30 fotot 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis (68 fotot lehenumbris), fotode maht on 27% toimetuse materjali mahust.

**Joonis 4.29. Teabegraafika liigid**

Eri liiki teabegraafika osakaalud. Enne 1880. aastat ilmus teabegraafikat väga vähe, üle 99% neist on tabelid

**4. Teabegraafika**

Teabegraafikat on analüüsitud kolme parameetri abil: hulk, tüpoloogia ja kujundusstiil. Teabegraafika on element, mille tähtsus ajalehes on hakanud kasvama alles viimase 15 aasta jooksul, kuni 1990. aastate alguseni kasutavad ajalehed teabegraafikat vähe.

Esimesed teabegraafikad – tabelid – ilmuvad *Marahwa Näddala-Lehes* 1821. a. Kuni 1880. aastani kasvab teabegraafika hulk sujuvalt ja jääb siis saavutatud tasemele 40 aastaks – ühes lehenumbris ilmub keskmiselt üks teabegraafika (joonis 4.28).

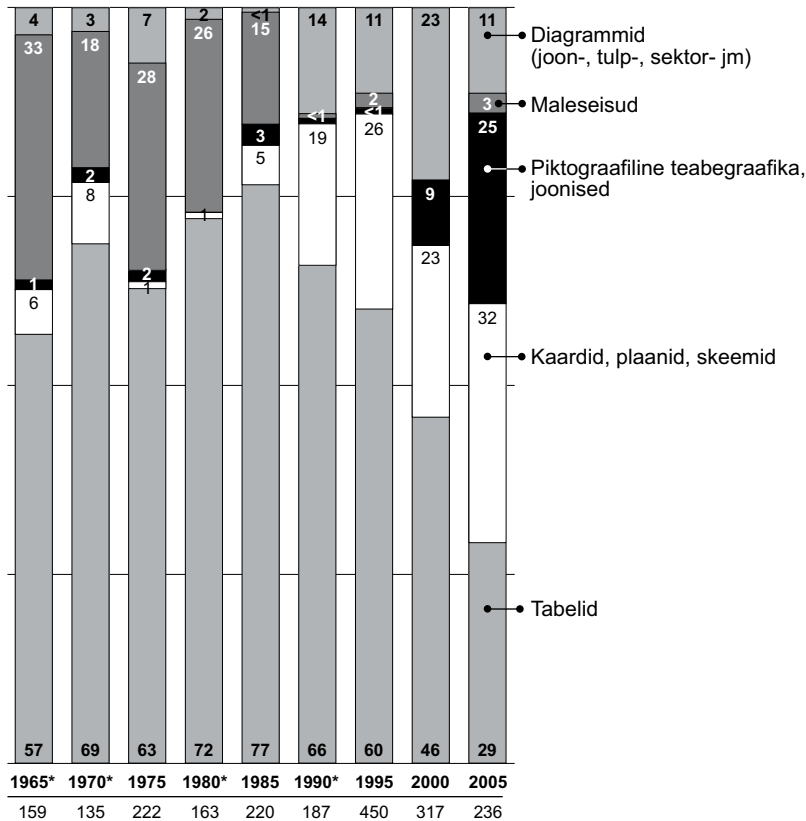
1920. a paiku teabegraafika hulk pisut kasvab ja püsib kogu vabariigi aja stabiilsena (keskmiselt 1,2–1,4 teabegraafikat lehenumbris).

1940. a langeb teabegraafika hulk pisut ja stabiliseerub sellele tasemele pooleks sajandiks (keskmiselt 0,5–0,8 teabegraafikat lehenumbris).

1990. aastate alguses hakkab teabegraafika hulk järsult kasvama ja saavutab tipu 2000. a (ühes lehenumbris ilmub 15 teabegraafikat). Seejärel väheneb teabegraafika kasutamine järsult (2005. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 9 teabegraafikat).

**Teabegraafika tüpoloogia** (joonis 4.29). Kuni 1990. aastate keskpaigani moodustavad suurima osa teabegraafikast tabelid, kuigi juba 19. sajandi lõpus hakkab ilmuma ka muid teabegraafika liike: maleseise 1883.–1884. a *Olewikus*, pildilist teabegraafikat 1890. aastate *Olewiku* populaarteaduslikes lugudes; alates sajandivahetusest maakaarte, mis näitavad

JÄRG: Joonis 4.29



Vene riigi peetud sõdade tandreid. Sajandivahetusel ilmuvad ka esimesed juhuslikud diagrammid.

Vabariigi ajal väheneb teabegraafikas tabelite osakaal järjekindlalt. Rohkem ilmub maleseise, kaarte (1930. aastate lõpu konfliktide ajal kasvab nende osakaal peaaegu veerandini teabegraafika hulgast) ning jooniseid (eelkõige tehnikast).

Nõukogude aja alguses ilmub taas rohkem tabeleid, aga 1950. aastate lõpus väheneb nende osakaal (80% → 60–70%) ja sellevõrra kasvab visuaalse teabegraafika osakaal (eelkõige male- ja kabeseisud). Muid teabegraafikaliike (kaarte, diagramme, jooniseid) ilmub vähe.

1990. aastate alguses hakkab järjekindlalt kasvama visuaalse teabegraafika osakaal ja kasutatakse rohkem erinevaid teabegraafikaliike. 2005. a ei ole tabelid esmakordselt enam kõige arvukam teabegraafika liik (29% kogu teabegraafikast), neist rohkem ilmub kaarte (32%, peamiselt ilmakaartid) ja peaaegu sama palju piktograafilist teabegraafikat (25%, peamiselt piltlikustatud ilmaennustused). Järjekindlalt ilmub diagramme (11%) ja maleseise (3%).

**Teabegraafika stiil.** 19. sajandi lehtede teabegraafika on loodud tüpograafiliste vahenditega (trükikirjade, -joonte, -ornamentidega). Alates 19. sajandi lõpust on pildiline teabegraafika käisitsi joonistatud ja tsinkograafiliselt klišeeritud. Teabegraafikal puudub ühtne kujundusstiil, sest ajalehed koondavad ja reprodutseerivad juba olemasolevat eri allikatest pärit teabegraafikat (esialgu peamiselt raamatute jaoks loodut, hiljem ametkondlikuks kasutamiseks mõeldut ja välismaistest väljaannetest mahapildistatut). Esimesed ajalehede jaoks

tehtud teabegraafikad on sõjakaardid, mis ilmuvad 19./20. sajandi vahetusest kuni II maailmasõjani. Järjekindlamalt ilmub ajalehe jaoks tehtud teabegraafikat alates 1960. aastatest, kui toimetuste kunstnikud joonistavad propagandistlikke diagramme ja reprodutseeritakse ka välismaistest lehtedest pärit teabegraafikat.

Järsult muutub kujundusstiil 1990. aastate alguses, kui teabegraafikat hakatakse arvutiga tegema. Nüüd kaob lehtedest 'mujal' tehtud teabegraafika, kogu teabegraafika luuakse toimetuses. Esialgu on kujundus juhuslik, kohmakas, eklektiline. 1990. aastate keskel muutub teabegraafika välimuse järk-järgult lihtsamaks, süsteemsemaks ja lihvitudmaks. Samas muutub keerukamaks teabegraafika struktuur: kesksele visuaalsele infole lisatakse paratekste (pealkiri, selgitus) ja teabegraafika kujundatakse hierarhiliselt, rõhutades teatud infot visuaalselt.

## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

Lisaks üksikute kujunduselementide välimusele määrab ajalehe välimust ka see, kuidas kujunduselemente omavahel kombineeritakse ehk kuidas struktureeritakse tekstiplokke ja kuidas ehitatakse tekstiplokkidest lehekülgi. Nende kombinatsioonide analüüs põhineb eelkõige kvalitatiivsel visuaalsel analüüsil, mis omakorda toetub ajalehekujunduse teoreetilistele mudelitele.

### I. Tekstiplokid

Tekstiplokina käsitlet põhiteksti koos selle juurde kuuluvate paratekstide ja visuaalidega (pealkirjad, fotod, teabegraafika, lisalood jms). Tekstiplokke on analüüsitud kahe parameetri alusel: tekstiploki kuju ja lisaelementide paigutus põhiteksti suhtes.

**Tekstiplokkide kuju** on esimestes ajalehtedes juhuslik, kuna lood küljendatakse lineaarselt veerust veergu üksteise järele.

1910.–1920. aastatel võetakse kasutusele moodulkujundus, milles tekstid on küljendatud nelinurksete plokkidena, kus (mitmeveeruline) pealkiri katab loo tekstiveerge. Plokid ei ole alati perfektselt nelinurksed. Kui lugu on nelinurga täitmiseks liiga lühike, siis laotakse tekstiploki viimase veeru lõppu täiteks mõni lühike lugu. Kui lugu ei mahu nelinurka ära, siis jätkub ta järgmises veerus lineaarselt. Lisaks ilmub endiselt ka juhusliku kujuga tekstiplokke, sest kasutusel on ka varasem lineaarne küljendus.

1939.–1940. a võtavad lehed uudistekülgedel lühikeseks ajaks kasutusele ka planeeritud ebakorrapärase kujuga tekstiplokid, kus põhiteksti esimene või viimane veerg on teistest järjekindlalt lühem või pikem. Selline plokikuju kaob ajalehtedest kohe pärast nõukogude võimu kehtestamist, nüüd kasutatakse ainult nelinurkse kujuga tekstiplokke.

1950. aastate lõpus tekstiplokkide kuju muutub: nelinurkseid plokkide asendavad ebakorrapärase kujuga plokid, neid kasutatakse nüüd kogu ajalehes. Ebakorrapärase kujuga tekstiplokkide kasutamine jääb suhteliselt lühiajaliseks, 1970. aastate alguses pöörduakse tagasi nelinurksete tekstiplokkide juurde, ainult lineaarselt küljendatud lühiuudiste- ja kirjaderubriikides võib ette tulla ka suvalise kujuga lugusid. Edaspidi tekstiplokkide kuju ei muutu.

Kokkuvõttes kasutatakse kahe sajandi jooksul põhiliselt kolme tekstikuju. Lisaks esialgsele juhuslikule kujule tuleb 1920. aastatel kasutusele nelinurkne kuju, 1930. aastate lõpus ebakorrapärane kuju. Edaspidi domineerivad eri perioodidel kas nelinurkse või ebakorrapärase kujuga tekstid, vähesel määral kasutatakse juhusliku kujuga tekstiplokke (vt ka tabel 4.2)

**Lisaelementide paigutus.** Alguses integreeritakse (põhi)teksti juurde kuuluvad lisaelemendid (visuaalid, teabegraafika) põhiteksti sisse. Lisaelemendid paigutatakse lineaarselt

nagu tekstki ja lähtutakse sealjuures (põhi)teksti sisust. Nad pannakse ruumiliselt just selle lõigu järele, kus tekst jutustamisjärjega nendeni jõuab. Kui element (nt tabel) on veerust laiem, siis keeratakse ta külili, et ta ühte veergu ära mahuks. Vaid üksikud suured joonisused paigutatakse lehekülje tsentrisse, kus tekst neid ümbritseb.

1870. aastatel, kui lehtede formaadid suurenevad, hakatakse järjekindlalt kasutama paigutust, kus suur visuaal (peamiselt joonistus) ja sisult selle juurde kuuluv tekst pole omaval ruumiliselt (*spatially*) üldse seotud. Visuaal pannakse sellise lehekülje tsentrisse, kus põhitekstist visuaalselt tugevamad elemendid puuduvad, visuaali selgitav tekst aga pannakse eraldi rubriiki lehenumbri lõpus (hiljem ka alguses) või mõnes teises lehenumbris. Selline paigutus on üldlevinud 1920. aastate alguseni.

1920. aastatel kasutusele võetud mittelineaarne küljendamine muudab mittelinearseks ka loo lisaelementide paigutuse: põhitekst ja selle lisaelemendid on nüüd nelinurksete moodulitena üksteise kõrval. Sealjuures pannakse visuaalid lugude servadesse, nii et nad põhiteksti kulgu ei katkesta. Kui ühe loo juurde kuulub mitu visuaali, siis paigutatakse nad loo servadesse laiali tasakaalustatult.

Kuni 1990. aastate keskpaigani uusi paigutusvariante ei lisandu. Vaid visuaalse teabegraafika paigutamisel pöördatakse nõukogude ajal tagasi lineaarse paigutuse poole ja pannakse teabegraafika taas täpselt selle tekstilõigu järele, mis teda esitleb.

Nõukogude aja muutused seisnevad selles, et eri kümnenditel domineerivad erinevad paigutusvariandid, mis erinevad üksteisest eelkõige põhiteksti fragmenteerimise ('lõhkumise') määra poolest.

- 1940.–1950. aastatel on paigutus vähefragmenteeriv: lisaelemendid pannakse lugude serva, nii et nad teksti kulgu ei sega. Kui ühe loo juurde kuulub mitu visuaali, siis koondatakse nad tavaliselt kokku.

- 1950. aastate lõpus ja 1960. aastatel on paigutus põhiteksti fragmenteeriv: lisaelemente pannakse keset põhiteksti. Isegi pealkirju, mis varem olid alati loo alguses põhiteksti kohal, pannakse üksikutes pikemates lugudes loo keskele. Kui ühe loo juurde kuulub mitu visuaali, siis paigutatakse need loo servadesse laiali.

- 1970.–1990. aastatel puudub domineeriv paigutusmall: lisaelemente pannakse lugude serva, aga ka lugude keskele; ühe loo juurde kuuluvad fotod jagatakse tasakaalustatult teksti sisse laiali, aga mõnikord koondatakse ka kokku üksteise kõrvale.

1990. aastate teisel poolel lisatakse põhitekstile üha rohkem lisaelemente: fotosid, teabegraafikat, paratekste. Nende paigutamisel jääb kasutusele ainult mittefragmenteeriv mall: põhitekstid on omaette nelinurkades, lisaelemendid põhitekstide servades. Ühe loo juurde kuuluvad lisaelemendid (visuaalid ja paratekstid) koondatakse kokku.

Sel ajal võetakse kasutusele üks väga oluline uuendus: visuaalid (eelkõige fotod) paigutatakse nüüd ülespoole, teksti alguse lähedale. Selline paigutus ei esitle visuaali enam teksti lisandina, vaid keskse infoandjana.

2000. aastate alguses hakkab lisaelementide paigutus taas põhiteksti 'lõhkuma': tsitaat-väljavõtteid pannakse keset tekstiveerge; kui ühe loo juurde kuulub palju lisaelemente, ei koondata neid ilmtingimata üksteise kõrvale, üksik tühi veerg võib jagada põhiteksti kaheks jms.

Kokkuvõttes varieerub lisaelementide paigutus kahe sajandi jooksul kahe parameetri alusel. Esiteks on paigutus kas ühe- või kahedimensiooniline, s.o lineaarne (elemendid üksteise järel, lähtudes teksti sisust) või modulaarne (elemendid üksteise kohal või kõrval). Teiseks pannakse lisaelemendid kas teksti keskele või servadesse. Kui esimeses parameetris on toimunud üleminek ühedimensiooniliselt paigutuselt kahedimensioonilisele ehk lineaarselt paigutuselt modulaarsele, siis teises parameetris selge tendents puudub, kord eelistatakse lisaelementide paigutamist tekstide keskele, kord tekstide serva.

## 2. Lehekülg

Lehekülgede välimust on analüüsitud kahe parameetri alusel: lehekülje struktuur ja kasutatud elementide kontrastsus.

**Lehekülje struktuurimudelid** (tabel 4.2). Esimestes eesti lehtedes struktureeritakse aja- ja lehe materjal lineaarselt – üheveerulised elemendid järgnevad üksteisele veerust veergu ja leheküljelt leheküljele. Ei ole põhjust rääkida *lehekülje* struktuurist, kuna ühedimensiooniliselt lineaarne lugude paigutus ei arvesta lehekülgede olemasolu, leheküljevahetused katkestavad lugusid savalistes kohtades.

Lehekülgede olemasolu arvestatakse vaid ühel harval juhul, siis kui suured mitmeveerulised joonistused pannakse lehekülje tsesse. Aga ka siis on ülejäänud struktuur lineaarne, tekstiveerud ümbritsevad pilti ja lugemisjärjega tuleb 'hüpata' üle pildi.

Suurema lehekülje kasutuselevõtt 1870. aastatel toob lineaarsesse struktuuri ühe muudatuse: osa lehekülgi jagatakse horisontaalse joone abil kaheks pooleks, üleval on päevakajaline (ajalehelik) materjal, all ajatum materjal (joonealune). Mõlema poole struktuur on endiselt lineaarne.

Lehekülje struktureerimismudel muutub tugevalt seoses mitmeveeruliste tekstiplokkide ja visuaalide kasutuselevõttuga 1910./1920. aastate vahetusel. Lisaks lineaarsele paigutusele hakatakse elemente paigutama modulaarselt: mitmeveerulised tekstiplokkid ja visuaalid pannakse üksteise alla ja kõrvale. Loobutakse lugude jätkamisest ühelt leheküljelt teisele (nagu raamatus). Seega, võttes aluseks John F. Pile'i kaunite kunstide jaotuse ühe-, kahe-, kolme- ja neljadimensiooniliseks (Pile 1979: 118–119), võib öelda, et senist ühedimensioonilist struktuuri asendab kahedimensiooniline ja leheküljest saab omaette kujundusüksus.

Samas ei ole kogu lehekülg modulaarselt struktureeritud. Modulaarsete osade vaheline ala täidetakse lineaarselt üheveeruliste elementidega. Nii kasutatakse samal leheküljel korraga lineaarset ja modulaarset paigutust ja tulemuseks on hübriidne struktuurimudel.

1939.–1940. a tuleb uudistekülgedel lühikeseks ajaks kasutusele uus lugude paigutamise mudel. Lood ei ole nelinurksed, vaid loo üks veerg on teistest pikem, ja sellised ebakorrapärase kujuga lood on omavahel ühendatud nagu pusletükid. Elementide paigutus üksteise suhtes pole ei lineaarne ega modulaarne, vaid põimitud. See on puslestruktuur.

Nõukogude võimu kehtestamise järel muutub lehekülgede struktuur radikaalselt. Esiteks loobutakse ebakorrapärase kujuga lugudest ja puslestruktuur on kasutusel ainult lühikest aega (peamiselt 1960. aastatel). Teiseks, endiselt kasutatakse hübriidstruktuuri ja 1950. aastatel võetakse kasutusele selle uus alaliik: topeltlineaarne struktuur, kus nelinurksed kahe- või üheveerulised lood paigutatakse lineaarselt üksteise alla. Kolmandaks, esmakordselt võetakse kasutusele moodulstruktuur, kus kõik lood on nelinurksed ja kogu lehekülg tervikuna on modulaarselt üles ehitatud.

Eesti ajalehtedes saab eristada kaks moodulstruktuuri alaliiki: eraldav ja ühendav struktuur. Neid eristab see, kas lehekülg on liigendatud selgeteks eraldiseisvateks alaosaadeks (nt lehekülge läbivate joonte abil) või on lood paigutatud leheküljele hajusalt, nii et selgeid alaosi ei teki. Ühendava moodulstruktuuri levinud variant on 'tigu' – lehekülje tsesse on lühike lugu ja teised elemendid on kontsentriselt selle ümber.

Kirjeldatud mudeleid kasutatakse nõukogude ajal paralleelselt, kusjuures eri kümnenditel eelistatakse eraldavaid või ühendavaid mudeleid. See ajaline liigendus kattub loo lisaelementide paigutusvariantide vaheldumisega.

- 1940.–1950. aastate leheküljed on tavaliselt lihtsa eraldava moodulstruktuuriga. Kasutatakse ka hübriidstruktuure, aga nendegi puhul on kõik tekstid nelinurksed.



<b>Tabel 4.2. Ajalehekülje struktuurimudelid</b>					
	<b>Struktuuri- mudel</b>	<b>Lehekülje ülesehitus</b>	<b>Tekstiploki kuju</b> (põhitekst koos para- tekstide ja visuaalidega)	<b>Lehekülje tasa- kaalustatus</b>	<b>Kasutamis- aeg</b>
1.	<b>Lineaarne struktuur</b>	Lineaarne küljendamine	Juhuslik	Tasakaa- lustatud	1806 – 1920. aastate algus
1.1.	Lineaarne struktuur joonealusega	Lineaarne küljendamine + lehekülje horisontaalne jaotamine			1870.–1910. aastad, 1980. aastad
2.	<b>Hübrid- struktuur</b>	Modulaarne küljendamine + lineaarne küljendamine	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nelinurkne</li> <li>• 'Vigaselt' nelinurkne (loo viimane veerg teis- test lühem või loo lõpp lineaarselt järgmises veerus)</li> <li>• Juhuslik (lineaarses osas)</li> </ul>	Tasakaa- lustatud	1910.–1960. aastad
2.1.	Topeltlineaarne struktuur	Lineaarne küljendamine kahe- ja üheveerulistes moodulites	Nelinurkne		1950. aastad
3.	<b>Puslestruktuur</b>	Põimiv küljendamine	Ebakorrapärane (veerud ebavõrdse pikkusega)	Tasakaa- lustatud	1939–1940, 1950. aastate lõpp – 1960. aastad
4.	<b>Moodul- struktuur</b>	Modulaarne küljendamine	Nelinurkne	Tasakaa- lustatud	Alates 1940. aastatest
4.1	Ühendav moodulstruktuur	Modulaarne küljendamine + lugusid eraldavad jooned ei läbi kogu lehekülge			1940. aastad – 1990. aas- tate algus
4.1.1.	Tigu	+ + Lühike lugu lehekülje keskel, teised elemendid kontsentriselt selle ümber			1940. aastate lõpp – 1990. aastate algus
4.2	Eraldav moodul- struktuur	Modulaarne küljendamine + lehekülj on jagatud selgeteks alaosadeks läbivate joonte abil			Alates 1940. aastatest
5.	<b>Fokuseeriv struktuur</b>	Modulaarne küljendamine + lehekülj on jagatud selgeteks alaosadeks	Nelinurkne	Fokuseeri- tud	Alates 1990. aastate keskpaigast

• 1950. aastate lõpus ja 1960. aastatel on leheküljed mitmekesisema struktuuriga. Rohkem kasutatakse ühendavat moodulstruktuuri. Taas võetakse kasutusele puslestruktuur. Märkamatu kaob lehtedest hübridstruktuur.

• 1970. aastatest kuni 1990. aastate keskpaigani on lehekülgede struktuur taas lihtsam, sest enam ei kasutata puslestruktuuri. Kõige rohkem kasutatakse eraldavat, vähem ühendavat moodulstruktuuri. (Lisaks võtab 1980. aastatel *Noorte Hääli* taas kasutusele lineaarse struktuuri joonealusega.)

Järgmine muutus toimub lehekülgede struktuuris aastatel 1995–1997, kui ajalehed võtavad kasutusele täiesti uue struktuurimudeli – fokuseeriva struktuuri. Sellise struktuuriga lehekülj koosneb samuti nelinurksetest moodulitest, mis on üksteisest selgesti eraldatud, aga erinevalt varasemast ei ole moodulid võrdse või juhusliku visuaalse kaaluga, vaid üks tekstiplokk on leheküljel alati dominantne (teistest selgelt suurema fotoga ja pealkirjaga) ning teised lood jagatud kindla visuaalse tugevusega lahtritesse. Info ei ole lugeja jaoks olulisuse alusel mitte lihtsalt visuaalselt hierarhiseeritud, vaid lahtrerdatud kolme tähtsuska-tegoriesse: fookus / teisene info / täidis.

See struktuur saab analüüsitud lehtedes ainuvalitsevaks. Vaid ksikutel kindlatel lehekülgedel jääb kasutusele ka senine eraldav moodulstruktuur.

Kokkuvõttes on kahe sajandi jooksul liigutud lineaarselt ühedimensiooniliselt mudelilt modulaarse kahedimensioonilise mudeli kasutamisele (koos kõrvalepõikega puslemudelile), kusjuures üleminek hübriidse mudeli kasutamise kaudu kestis pool sajandit (1910–1960). 1990. aastate teisel poolel lisatakse modulaarsele kahedimensioonilisele mudelile veel kolmas dimensioon: lehekülg on fokuseeritud.

Nii on lehekülgede struktuur kahe sajandi jooksul muutunud visuaalselt järjest efektiivsemaks, et näidata lugejale, mis on olulisem info ajalehes. Selleks on struktureerimis põhimõtteid olemuslikult muudetud kolmel korral: 1870. aastatel võetakse kasutusele joonealune, 1920. aastatel hakatakse infot hierarhiseerima, 1990. aastate teisel poolel fokuseerima.

Ajalehe esmane lineaarne struktuur on nõrgalt liigendatud ega osuta lugejale info suhtelist tähtsust ja eeldab lugejalt kogu ajalehe lugemist algusest lõpuni. Joonealuse kasutuselevõtt struktureerib ajalehe sisuliselt ja vormiliselt kaheks erinevaks osaks ning pakub mitut lugemise alguspunkti vastavalt lugeja huvidele. Järgmine samm – mitmeveeruliste ja erineva suurusega elementide paigutamine üksteise kõrvale ja alla – hierarhiseerib infot visuaalselt ja näitab lugejale, mis on olulisem info. Selliselt struktureeritud ajaleht võimaldab lugejal kergemini infot valida, alustada lugemist eri kohtadest, osa infot vahele jätta. Viimaks võetakse kasutusele fokuseeritud ja standardiseeritud leheküljestruktuur, mis mitte ainult ei hierarhiseeri infot, vaid annab lugejale kindla alguspunkti ja süstematiseerib info kindla suurusega 'tükkideks'.

**Kontrastsus.** Kontrastimine tähendab visuaalselt tugevamate ja nõrgemate elementide kasutamist üksteise kõrvale, nii hierarhiseeritakse elemendid ja kontrastsuse abil osutatakse lugejale info suhtelise olulisusele. Kontrastimise võtted võivad olla tüpograafilised (paks kiri, suurem kiri) ja visuaalsed (fotod jms).

Varastes ajalehtedes on kogu materjal visuaalselt suhteliselt ühetooniline: rubriiginimed ja pealkirjad laotakse tekstikirjast vaid pisut suuremas ja paksemas kirjas, joonistusi ja fotosid ilmub harva.

Esimest korda muutub lehe välimuse kontrastsemaks I maailmasõja ajal ja kontrastimiseks kasutatakse tüpograafilisi võtteid: üksikutes lugudes suuremat ja paksemat tekstikirja, üksikuid suuremaid, paksemaid ja laiemaid pealkirju ja rubriiginimesid. See on esimene järjekindel katse infot välimuse abil lugeja jaoks järjestada.

1920. aastate teisel poolel muutuvad leheküljed järsult kontrastsemaks ja nüüd kasutatakse kontrastimiseks lisaks verbaalidele ka visuaale ja paigutust. Pealkirju tugevdatakse (suuremad, laiema, põhitekstiga kontrastsed kirjad). Järjekindlalt hakatakse kasutama visuaale (joonistusi ja fotosid). Reklaame (mis on toimetuse materjalist visuaalselt tugevamad) pannakse peaaegu kõigile lehekülgedele. Kontrastsuse järsku suurenemist peegeldab hästi põhiteksti mahu vähenemine (1925. a on põhiteksti maht 76% toimetuse materjalist, 1930. a 67%; joonis 4.19).

Edaspidi tuleb selles hierarhilises süsteemis kaldumist suurema ja vähema kontrastsuse suunas. 1940. aastatel muutuvad leheküljed vähemkontrastseks, materjal on vähem liigendatud, visuaalselt nõrgem ja kompaktsem. 1950. aastate lõpus muutuvad leheküljed järsult kontrastsemaks, sest kasvab visuaalide kasutamine (6% → 13% toimetuse materjali mahust), aga ka liigendamine ja tüpograafiline variatiivsus. Visuaalsus jääb samale tasemele 1990. aastate alguseni, aga liigendatus ja variatiivsus vähenevad 1970. aastatel.

1990. aastatel kasvab kontrastsus järsult, sest kasutatakse üha rohkem visuaale (joonis 4.20), igapäevaselt hakatakse kasutama täisvärvi (joonis 4.7), esialgu eelkõige värvilisi visuaale, seejärel üha rohkem ka taustu ja paratekste.

Kui käsitleda kaht analüüsitud parameetrit – struktuurimudeleid ja kontrastsuse kasvu – koos, siis näeme, et kontrastimise abil info järjestamine lugejate jaoks on omane kõigi-

le mittelineaarsetele leheküljestruktuuridele. Mittelineaarsete struktuuride kasutuselevõtu põhjus ongi soov näidata info suhtelist tähtsust välimuse abil ja selleks kontrastitakse, tugevdatakse tähtsamat infot visuaalselt. Algul proovitakse kontrastida senise lineaarse struktuuri raamides, kasutades standardsest suuremat-paksemat tekstikirja. Mõne aasta pärast hakatakse üha rohkem kontrastima mitmeveeruliste elementide abil ning see sunnib lineaarsest küljendamisest loobuma ja võtma kasutusele modulaarse küljendamise.

Teist korda kasvab kontrastsus järsult alates 1990. aastate algusest ja ka nüüd on see seotud sooviga infot lugeja jaoks veelgi selgemalt hierarhiseerida. Nii nagu eelmiselgi korral, püütakse esialgu kontrastsust suurendada senise (modulaarse) struktuuri raamides, kasutades varasemast suuremaid pealkirju, rohkem visuaale, suuremaid fotosid. Aga mõne aasta pärast võetakse sel otstarbel kasutusele uudne fokuseeritud struktuur, milles üksikud elemendid (tavaliselt üks pealkiri, foto) peavad olema teistest silmatorkavalt kontrastsemad ja nende tugevdamine kasvatab lehekülgede kontrastsust 1990. aastate lõpus. See mitte lihtsalt ei järjesta infot lugeja jaoks, vaid lahterdab info etteplaneeritud kontrastsusega rühmadesse, kusjuures üks rühm (= üks lugu leheküljel) on teiste suhtes visuaalselt tugevuselt dominantne.

## KOKKUVÕTE

Analüüs näitas, et vähesed kujunduselemendid eesti ajalehtedes muutuvad sujuvalt (nt veergude arv leheküljel ja põhiveergude laius). Enamik elemente teiseneb hüplikult – järskude muutuste perioodid vahelduvad pikemaajaliste stabiilsete, muutusteta või vähemuutlike perioodidega. Oluline on, et üksikud elemendid ei muutu järsult paljudel suvalistel ajahetkedel, vaid eri elementide muutused kumuleeruvad ajaliselt vähestesse punktidesse. Seega, kui ajalehe välimus tugevalt muutub, siis muutub mitu elementi samaaegselt. Seetõttu saab ajalehtede välimust jagada perioodidesse. Periodiseeringut tutvustan järgmises peatükis.



## 5. EESTI AJALEHTEDE VÄLIMUSPERIOODID

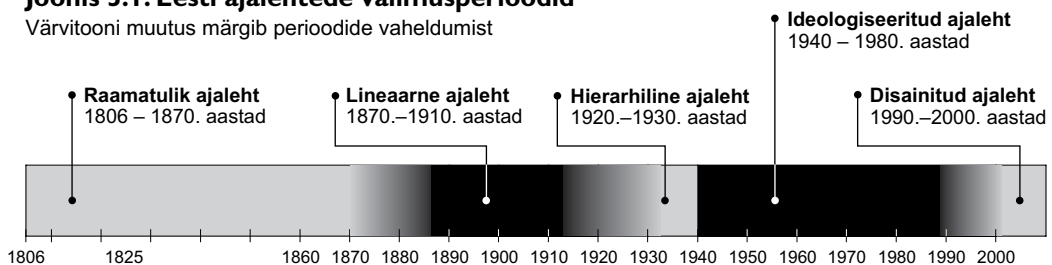
Eelmises osas tõin välja ajalehe välimuse muutumise tendentsid üksikute parameetrite kaupa läbi kahe sajandi. Nagu nägime, vahelduvad eri elementide kasutuses ja omadustes sujuvate muutuste perioodid kiirete ja järskude muutustega. Kui analüüsida ajalehe välimuse muutumistendentsi ajaskaalal, siis kumuleeruvad erinevate parameetrite järsud muutused nelja punkti: 1870.–1880. aastad, 1920. aastad, 1940. aastate algus ja 1990. aastad. See jagab eesti kesksete ajalehtede välimuse arenguloo viide suurde perioodi (joonis 5.1):

- 1806. a kuni 1870. aastateni;
- 1870. aastatest kuni 1920. aastateni;
- 1920. aastatest kuni 1940. a;
- 1940. aastate algusest kuni 1980. aastateni;
- 1990. aastatest kuni 2005. a.

Eri perioodid jagunevad omakorda alaperioodideks ehk faasideks, mille piiril kumuleeruvad väiksemad muutused. Faase kirjeldan perioodide juures.

### Joonis 5.1. Eesti ajalehtede välimusperioodid

Värvitooni muutus märgib perioodide vaheldumist



### I. Eesti ajalehtede välimus kuni 1870. aastateni. Raamatuliku ajalehe periood

Esimesed eestikeelsed ajalehed sarnanevad välimuselt tollal Eestis ilmunud raamatutele ja muudele perioodilistele trükistele. Nad kasutavad samasuguseid formaate, trükikirju ja liigendusvõtteid. Seetõttu nimetan eesti ajalehtede esimest välimusperioodi raamatulikuks perioodiks.

Muutuste järgi saab eestikeelsete ajalehtede välimuse esimesel perioodil jagada kahte faasi: 19. sajandi alguse ajalehed ja 19. sajandi keskpaiga ajalehed (olulisemad parameetrid on kokku võetud tabelis 5.1).

19. sajandi alguse ajalehtede (*Tarto maa rahwa Näddali-Leht* 1806 ja *Marahwa Näddala-Leht* 1820. aastatel) maht on 0,05–0,09 m<sup>2</sup>. Nad on oktaavformaadis ja üheveeruliste lehekülgedega. Lehenumbri sisuline struktuur ja temaatiline järjestus on ebajärjekindel ja sageli juhuslik. Lehed on visuaalselt väheliigendatud: nii tekst, pealkirjad kui kuulutused laotakse ühes kirjas ja kirjaseerias, kuulutuste välimus ei erine toimetuse materjalist, visuaale kasutatakse vaid 1806. a (tiitlipilt lehe päismikus). Faasi jooksul lehtede liigendus pisut kasvab: Masingu *Marahwa Näddala-Lehhe* sisu on jagatud üksikutesse rubriikesse, uudiste algusi markeeritakse sõrendatud kirjas kohanimedega.

1857. a alates ilmuvate lehtede maht on varasemast üle kolme korra suurem. Lehed on kvartformaadis ja kaheveeruliste lehekülgedega. Nad on temaatiliselt mitmekesisemad, lehenumbri struktuur ja järjestus on järjekindlamad. Lehed on sisult ja vormilt tugevamalt

<b>Tabel 5.1. Ajalehede välimus 1806, 1820. aastatel ja 1865</b>			
Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt			
	<b>Ajaleht 1806</b>	<b>Ajaleht 1821, 1825</b>	<b>Ajaleht 1865</b>
Lehenumbriga maht	0,05 m <sup>2</sup> = 4 lk	0,09 m <sup>2</sup> = 8 lk	0,27 m <sup>2</sup> = 8 lk
<b>Kuulutuste osakaal</b>	1%	2–4%	15%
Kuulutuste asukoht	Lehenumbriga lõpus	Juhuslik, peamiselt lehenumbriga lõpus	Lehenumbriga lõpus
<b>Kuulutuste kujundus</b>	Ei erine toimetuse materjalist	Ei erine toimetuse materjalist	Eri erine toimetuse materjalist
Lehekülje suurus	Oktaavformaad (135 cm <sup>2</sup> )	Oktaavformaad (keskmiselt 105 cm <sup>2</sup> )	Kvartformaad (keskmiselt 320 cm <sup>2</sup> )
Veergude arv leheküljel	1	1	2
Keskmine veerulaius	9 cm	7,7 cm	7,4 cm
<b>Lehenumbriga temaatiline järjestus</b>	Juhuslik	Juhuslik	Valgustuslik-didaktiline lugu, uudised rubriigistatuna, kaubanduslik-majanduslik info
Lehekülje struktuurimudel	Lineaarne	Lineaarne	Lineaarne
<b>Lugude arv lehenumbri</b>	7	5–6	22
<b>Lugude keskmine pikkus</b>	52 cm <sup>2</sup>	128–133 cm <sup>2</sup>	82 cm <sup>2</sup>
<b>Paratekstide kiri</b>	Tavaline tekstikiri, sõrendatud kiri	Sõrendatud kiri	Paksu kiri
<b>Uudiste alguse markeerimine</b>	–	Sõrendatud kirjas kohanimi	Paksu kirjas kohanimi (mõnikord ka sõrendatud kirjas märksõna)
<b>Siltide arv lehenumbri</b>	–	2	7
Visuaalide mahu osakaal	8%	0	4%
Visuaalide liigid	Tiitlipilt	–	Tiitlipildid, üksikud joonistused tekstides
Teabegraafika arv lehenumbri	–	0,1	0,2

liigendatud: kogu sisu on jagatud rubriikidesse; pealkirjad, rubriiginimed ja kohanimed uudiste alguses laotakse paksu kirjas; kuulutuste välimus on toimetuse materjalist erinev, kasutatakse visuaale (tiitlipildid ja üksikud muud joonistused).

Seega muutuvad raamatulikud ajalehed kuni 1870. aastateni kahel moel: 1) lehtede maht, formaat ja liigendus kasvavad; 2) lehtede sisu ja vorm muutuvad järjekindlamaks. Siiski sarnanevad eesti ajalehed nii 19. sajandi alguses kui ka keskel endiselt teiste kaasaegsete perioodiliste trükistega (raamatutega, ajakirjadega). Sajandi keskel on välja kujunenud üksikud esimesed ajalehele iseloomulikud kujundusjooned (rubriigistatud sisu, paksu kirjaga rõhutatud kohanimed uudiste alguses), aga neid pole piisavalt palju, et ajaleht eristuks välimuse poolest selgelt omaette massikommunikatsiooni liigiks.

## **2. Ajalehede välimuse muutumine 1870. aastate lõpus.** **Lineaarse ajalehe periood**

1870. aastate teisel poolel hakkab ajalehede välimus muutuma. Olulisemad kujunduslikud parameetrid aastatel 1875 ja 1885 on lühidalt kokku võetud tabelis 5.2.

Toimunud muutused on põhiliselt kvantitatiivsed ja koonduvad kahe keskmee ümber. Esiteks suureneb lehenumbriga maht ja koos sellega materjali liigendus: kasvab rubriikide ja lugude arv, lood keskmiselt lühenevad. Teiseks suureneb ajalehe formaat ja koos sellega veergude arv leheküljel. Samal ajal väheneb kasutatud trükikirjade suhteline suurus võr-

<b>Tabel 5.2. Ajalehtede välimus 1875 ja 1885</b>		
Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt		
	<b>Ajaleht 1875</b>	<b>Ajaleht 1885</b>
<b>Lehenumbriga keskmine maht</b>	0,32 m <sup>2</sup> = 8 lk ja 4 lk ( <i>Eesti Postimees</i> )	0,64 m <sup>2</sup> = 4 lk
<b>Kuulutuste ja reklaami osakaal</b>	17%	26%
Kuulutuste ja reklaami asukoht	Lehenumbriga lõpus	Lehenumbriga lõpus
<b>Kuulutuste ja reklaami kujundus</b>	Üksikud mitmeveerulised kuulutused	Reklaamid mitmeveerulised, kontrastsema kujundusega kui kuulutused
<b>Lehekülje suurus</b>	Kvartformaad ja foolioformaad (keskmiselt 570 cm <sup>2</sup> )	Foolioformaad (keskmiselt 1600 cm <sup>2</sup> )
<b>Veergude arv leheküljel</b>	2 ja 3	2 ja 5 (kuulutustes 3; 6 veergu)
Keskmine veerulaius	7,6 cm	8,4 cm
Rubriigistatus	Kogu lehe sisu rubriigistatud	Kogu lehe sisu rubriigistatud
Lehenumbriga temaatiline järjestus	Numbriga sisukord, pikem artikkel, uudisterubriigid, viimased uudised, kuulutused ja reklaam	Numbriga sisukord, juhtkiri, uudisterubriigid, kultuur vm lood, lisauudisterubriigid, kuulutused ja reklaam
<b>Lehekülje struktuurimudelid</b>	Lineaarne	Lineaarne + joonealune
<b>Lugude arv lehenumbriga</b>	19	51
<b>Lugude keskmine maht</b>	121 cm <sup>2</sup>	76 cm <sup>2</sup>
Liigendatud lugude osakaal	0	1%
Tekstikirja suurus	12p	12p
Pealkirjade suurus	12–14p	12–14p
Enimkasutatav pealkirjastamisviis	Rõhutatud algusega lood	Rõhutatud algusega lood
Enimkasutatav pealkirja-kirja rass	Fraktuur	Fraktuur
<b>Siltide arv lehenumbriga</b>	6	9
Põhiteksti mahu osakaal	82%	85%
<b>Visuaalide mahu osakaal</b>	3%	~0%
Teabegraafika arv lehenumbriga	0,7	0,5

reldes lehekülje suurusega (kuna leheküljed on suuremad, näivad kirjad väiksemad). Lisaks väheneb visuaalide kasutamine, lehed loobuvad tiitlipiltidest.

Seega toimuvad muutused peamiselt olemasoleva välimusparadigma raames, kasutades seniseid võtteid ja vahendeid varasemast rohkem (rohkem veerge, lugusid ja rubriike) või vähem (visuaale).

Uus võtte toimetuse materjali osas on joonealune, mille abil jagatakse leht sisuliselt ja vormiliselt kaheks: päevakajaline materjal (juhtkirjad, uudised) ja ajatum materjal (järjerman, kultuuriteemad). See on esimene ulatuslikum struktureerimisvõtte ajalehe ühedimensioonilises lineaarses struktuuris.

Olulised kvalitatiivsed muutused toimuvad väljaspool toimetuse materjali, kuulutus-teosas. Kuulutuste osakaalu kasv näitab, et kuulutused omandavad 1880. aastatel ajalehes varasemast olulisema positsiooni. Siin on otseseks põhjuseks majanduse kiire areng, mis toob ajalehtedesse rohkem kuulutusi. Aga kindlasti on mõju ka vastassuunaline – ajalehed on eesti ühiskonnas saavutanud nii laia leviku, et ajalehes on mõtet kuulutust avaldada. See kindlustumine väljendub selgesti ka kuulutuste (= makstud materjali) vormis. Kui juba varem oli makstud materjal toimetuse materjalist erineva välimusega, siis nüüd toimub diferentseerumine makstud materjali sees: kuulutused ja reklaam eristuvad üksteisest kujunduslikult, kuulutusi hakatakse laduma toimetuse materjalist kitsamale veerule. Seega võetakse 1870.–1880. aastatel kasutusele liigendus, mis on makstud materjali kujundamisel aluseks tänapäevalgi.

Kokkuvõttes lähtub ajalehtede välimus ikka veel raamatulikust esteetilisest ja tüpograafilisest traditsioonist. Ka suuremas, mitteraamatulikus formaadis ajalehe välimus kohandatakse olemasolevasse esteetilisse traditsiooni (klassikaline kirjäuhtsus, vähene visuaalne kontrastsus).

Kui ajalehe välimuse muutused toimetuse materjalis on suures osas vaid kvantitatiivsed, miks siis rääkida uuest perioodist eesti ajalehtede välimuses?

Põhjuseks on asjaolu, et ajaleht on saanud esimesed tunnused (suur formaat ja nelja-viieveeruline lehekülg), mis eristavad ta selgelt raamatutest ja ajakirjadest. Ta pole välimusest enam raamatu uudislikum ja operatiivsem alaliik.

Ka tiitlipiltidest loobumine on tõlgendatav kui kaugenemine raamatuspetsiifilistest kujundusvõtetest, kuna ajalehe päsmikus tiitlipildi kasutamise traditsioon on pärit raamatute tiitellehtedelt (vt nt Johnson 1951, Hutt 1973: 13). Aga siin on võimalik ka teine tõlgendus: ajalehe välimus muutub 19. sajandi lõpus ikka veel raamatuga sünkroonselt. 1880. aastatel muutuvad ka eesti raamatud 'halliks', kaovad puugravüürid, raamatuid avaldatakse ilma igasuguse kunstilise kujunduseta, pearõhk on massilisusel ja odavusel (Miller 1972: 137). Samasugust allakäiku raamatute kujunduses 19. sajandi viimasel veerandil on kirjeldatud Läänemaailmas laiemalt (vt nt McMurtrie 1937; Levarie 1968).

Kuidas nimetada seda perioodi eesti ajalehtede välimuses? Perioodi dominantne tunnus on suurem ja nelja-viieveeruline lehekülg, millel kogu materjal on korrastatud kitsasteks, üheveerulisteks elementideks ning järjestatud lineaarselt üksteise järele. Ulatusliku leheküljepinna lineaarse struktureerimise tõttu olen kogu perioodi nimetanud lineaarse ajalehe perioodiks. Lineaarses ajalehes võib olla ka väga üksikuid laiemaid elemente (nt kogu lehekülje laiused joonistused *Sakalas* 1880, kogu külje laiune pealkiri ja tekstiveerg keiserlike tähtsündmuste puhul 1880.–1890. aastatel), aga need ei muuda lineaarset küljenduspõhimõtet.

**Muutused lineaarse perioodi jooksul.** Ka alanud perioodil ei püsi ajalehtede välimus päris ühesugusena. Muutused toimuvad sujuvalt, aga välja saab tuua kolm ajalist alguspunkti: 1890. aastate alguses, enne 1910. a ja I maailmasõja ajal. Sealjuures 20. sajandi alguse muutused on selgelt uudsete tendentside algmed, esimesed katsetused, mida kasutatakse üksikutes leheosades üksikutel juhtudel. Muutused koonduvad viie märksõna ümber.

Esiteks muutub tüpograafia ajalehelikumaks. 1890. aastate alguses hakatakse tekstikirjana kasutama väiksemat kirja kui raamatutes (10p senise 12p asemel). 20. saj alguses hakatakse rubriiginimedes kasutama üksikuid mittefraktuurseid kirju, seega loobutakse raamatutele iseloomulikust kirja ühtsuse reeglist (kogu väljaanne ühes kirjaperekonnas).

Teiseks hakkab ajalehetekstides ilmuma üksikuid visuaale. 1890. aastatel avaldab *Olewik* järjekindlalt joonistusi ja üksikuid harvu fotosid. Teistes lehtedes hakkab joonistusi ja fotosid stabiilsemalt ilmuma enne 1910. a.

Kolmandaks hakatakse uudiseid visuaalselt ja verbaalselt intensiivsemalt esitama. Siin saab loetleda terve rea uudsete tendentside algmeid. 1890. aastatel muutub aktuaalsemaks joonistuste sisu (ilmuvad portreed uudistes tegutsevatest isikutest, karikatuurid). Sajandi alguses hakatakse järjekindlalt pealkirjastama uudiseid. I maailmasõja ajal ilmuvad välisuudistesse esimesed deklaratiivsed pealkirjad. Lisaks senistele geograafilistele rubriikidele ilmuvad esimesed üksikud temaatilised uudisterubriigid. Lehed avaldavad esimesed maakaardid, mis on tehtud spetsiaalselt konkreetsete sündmuste visualiseerimiseks. Esimese maailmasõja ajal tuuakse uudised ja visuaalid lehenumbri esiküljele.

Neljandaks hakkab kasvama visuaalne kontrastsus. Esmalt, enne I maailmasõda, muudetakse silmatorkavamaks üksikud pealkirjad (peamiselt uudistes), kasutades suuremat kirja ja mitmeveerulist ladu. Esimese maailmasõja ajal hakatakse tähtsamate uudiste rõhutamiseks kasutama ka suuremat tekstikirja ja üksikuid suuremaid rubriiginimesid.



Viiendaks hakkab muutuma lehekülje struktuur. Sajandi alguses lisandub tavapärasesse lineaarsusse üksikuid mitmeveerulisi elemente (pealkirju, rubriiginimesid, joonistusi, fotosid). Esimese maailmasõja ajal hakkavad leheküljed kujunema omaette terviklikeks üksusteks (lood ei 'hüppa' enam ühelt leheküljelt teisele, lehekülje ülaosa muutub silmatorkavamaks, sinna koondatakse visuaalselt kaalukamad elemendid).

### 3. Ajalehede välimuse muutumine 1920. aastatel. Hierarhilise ajalehe periood

Esimese maailmasõja eel ja ajal alanud vaiksed muutused saavad hoo sisse 1920. aastate alguses, kui lehtede välimus muutub kiiresti ja tugevalt. Olulisemad välimusparameetrid aastatel 1920 ja 1920 on kokku võetud tabelis 5.3. Nagu näha, jääb endiseks suhteliselt vähe parameetreid: ajalehede formaat, veergude arv, kuulutuste ja reklaami osakaal, lugude keskmine maht, tekstikirja rass ja suurus, teabegraafika hulk.

Kõige olulisem, mis eristab uut perioodi varasemast, on ajalehe täiesti teistsugune struktureerimine. Ajaleht oli muutunud ruumiliselt uudistekeskseks juba I maailmasõja ajal, aga nüüd tuuakse uudised ka visuaalselt kõige tugevamini esile. Tähtsamaid uudiseid lehenumbri alguses ei jagata rubriikidesse, eesti ja välisuudised on samal leheküljel segamini. Rubriiginimede asemel esitlevad infot pealkirjad, mis on mitmeveerulised ja varasemast suuremad. Rubriike kasutatakse ainult lehenumbri lõpus kohalike uudiste ja mõne teema esitlemiseks.

Seega hakkavad toimetajad senise rutiinse rubriikide täitmise asemel lugeja jaoks lugusid hierarhiseerima. Hierarhia esiletoomiseks kasutatakse varasemast kontrastsemad kujundusvõtteid. Selline välimus pole enam visuaalselt 'lame' ja infot võrdustav, vaid peegeldab info suhtelist tähtsust. Visuaalselt tugevamate elementidega esitatud info on implitsiitselt esile tõstetud, jättes visuaalselt nõrgema info tagaplaanile.

Välimusmurrangus on keskne roll uudisel pealkirjastamispraktikal. Seni oli pealkiri tavaliselt teemat markeeriv silt, kõik pealkirjad olid ühesuurused, rubriigid ja lood järgnesid üksteisele lineaarselt. Nüüd muutub nii pealkirja sisu kui vorm:

- pealkirja sisu muutub deklaratiivseks, st ta toob loost esile üksikuid fakte;
- pealkirja vorm muutub hierarhiseerivaks – ajakirjanik teeb valiku ja tõstab osa lugusid välimuse abil teistest tähtsamaks, pannes neile detailsema, suurema ja laiema pealkirja;
- pealkirja paigutus muutub hierarhiseerivaks: tähtsamad lood paigutatakse lehenumbri algusse ja lehekülje ülaserava.

Just soov kasutada laiemaid pealkirju sunnib ajalehti loobuma lineaarsest leheküljestruktuurist. Mitmeveeruliste pealkirjade juurde tuleb lood küljendada mitmeveeruliste plokkidega ja see muudab leheküljestruktuuri mittelineaarseks – lood ei järgne üksteisele veerust veergu, vaid neid pannakse ka üksteise kõrvale. Esialgu pole mittelineaarne mudel läbinisti modulaarne (nelinurkadest koosnev), vaid hübriidne – mitmeveeruliste moodulite vahelised alad täidetakse endiselt lineaarselt.

Modulaarse küljendamise kasutuselevõtuga loobutakse lugude jätkamisest leheküljelt leheküljele, kuna mitmeveeruliste tekstiplokkide puhul oleks lugude jätkamine järgmisel küljel segadusttekitav. See omakorda muudab iga lehekülje omaette visuaalseks tervikuks (varem polnud lehekülgedeks jagunemisel mingit tähtsust, leheküljevahetused katkestasid infot suvalises kohas), leheküljed hakkavad lehenumbrit liigendama. Samuti mõjutab lehekülgede kujunemist terviklikeks struktuuriüksusteks juba varasem (I maailmasõja aegne) uudiste toomine lehenumbri algusse (uudised esiküljel, juhtkiri teise külje alguses).

Modulaarse küljendamisega ja ruumiliselt terviklike lehekülgede väljakujunemisega omandab lehekülje struktuur ruumilise tähenduslikkuse (loo asukoht leheküljel annab lugejale implitsiitset infot loo tähtsuse kohta).

<b>Tabel 5.3. Ajalehede välimus 1920 ja 1930</b>		
<b>Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt</b>		
	<b>Ajaleht 1920</b>	<b>Ajaleht 1930</b>
<b>Lehenumbri keskmine maht</b>	0,91 m <sup>2</sup> = 5 lk (tavaliselt 4 lk, ka 6 ja 8 lk)	1,5 m <sup>2</sup> = 8,7 lk (tavaliselt 8 lk ( <i>Postimehes</i> 6 lk), ka 10 ja 12 lk)
Kuulutuste ja reklaami osakaal	36%	36%
Reklaami asukoht	Reklaamikülgi 25%; segakülgi 49%	Reklaamikülgi 23%; segakülgi 70%
Lehekülje suurus	Täisformaat (keskmiselt 1800 cm <sup>2</sup> )	Täisformaat (keskmiselt 1740 cm <sup>2</sup> )
Veergude arv leheküljel	4 → 5; 5; 5 → 4	5
Keskmine veerulaius	7,3 cm	6,7 cm
<b>Rubriigistatus</b>	Kogu lehenumbri sisu on jagatud rubriikidesse	Lehenumbri alguses rubriike ei kasutata
<b>Lehenumbri temaatiline järjestus</b>	Päevauudised, juhtkiri jm artiklid, kohalikud argiuudised, kuulutused ja reklaam	Reklaam + päevauudised, juhtkiri + järjeromaan, päevauudised, pikemad artiklid ja temaatilised osakonnad, kohalikud argiuudised, pisiinfo, kuulutused ja reklaam
<b>Regulaarselt ilmuvad temaatilised osakonnad</b>	Majandus ( <i>Päewalehes</i> ), põllumajandus ( <i>Wabas Maas</i> )	<i>Päewalehes</i> : nali, kultuur, male, mood, tehnika; teistes lehtedes puuduvad
Järjeromaan	Ilmub igas lehenumbris	Ilmub igas lehenumbris
<b>Lehekülje struktuurimudelid</b>	Lineaarne (+ modulaarne)	Hübriid (modulaarne + lineaarne)
<b>Lugude arv lehenumbris</b>	54	82
Lugude keskmine maht	67 cm <sup>2</sup>	73 cm <sup>2</sup>
<b>Liigendatud lugude osakaal</b>	4%	9%
Enimkasutatav tekstikirja rass	Fraktuur (100%)	Fraktuur (99%)
Tekstikirja suurused	10p	Peamiselt 10p (ka 8p)
Põhitekstide–paratekstide suhtarv	13 parateksti 10 loo kohta	14 parateksti 10 loo kohta
<b>Pealkirjade suurus</b>	Tavaliselt kuni 20p	Tavaliselt kuni 36p
<b>Enimkasutatav pealkirjastamisviis</b>	1-veeruline pealkiri (91% lugudest)	2-veeruline pealkiri (60% lugudest)
<b>Mitmeveeruliste pealkirjade osakaal</b>	1%	24%
<b>Alapealkirjastatuse osakaal</b>	4%	40%
Enimkasutatav pealkirja-kirja rass	Fraktuur (95%)	Fraktuur (82%)
<b>Muus kirjas pealkirjade osakaal</b>	Plokk-kiri (5%)	Plokk-kiri (11%), kalligraafiline kiri (5%), antiikva (3%)
<b>Siltide arv lehenumbris</b>	15	10
<b>Põhiteksti mahu osakaal</b>	76%	67%
<b>Visuaalide mahu osakaal</b>	< 0,5%	7% (fotod 5,6%, joonistused 1,7%)
<b>Fotode arv lehenumbris</b>	–0	7
Fotode keskmine suurus	x	74 cm <sup>2</sup>
Enimkasutatav fotolaius	x	2–3-veeruline (44% fotodest)
<b>Joonistuste arv lehenumbris</b>	0,2	1,6
Teabegraafika arv lehenumbris	0,8	1,2
Lisavärviga lehekülgede osakaal	< 0,5%	2%

Hierarhilisust luuakse ka tüpograafilise liigendamise abil. Tekstikirja suurust ja paksust varieeritakse rohkem, lugusid liigendatakse rohkem. Rohkem kasutatakse tekstikirjast erinevaid pealkirja-kirju.

Hierarhiline esitusviis teeb info pilkupüüdvamaks ja orienteerib lugejat sündmustes varasemast teisiti. Varasemad rubriigistatud ja pealkirjata uudised esitlesid sündmusi geograafiliselt korrastatud ühtlase massina. Nüüdne rubriigistamisest loobumine ja iga üksiku uudise esitlemine erineva tugevusega pealkirjaga esitleb sündmusi individuaalsete faktide-

na. Seda toetab ka pealkirjade konkreetsem, aktiivsem, deklaratiivsem ja detailsem sõnastamine. Seega ajaleht ei paku enam lugejale geograafiliselt korrastatud ülevaadet ühetaoliselt esitatud sündmustest, vaid rõhutab lugejale valitud üksiksündmusi ja -tegelasi. Selline muutus on kolmekordselt murranguline.

Esiteks, esmakordselt on ajalehetegijad seadnud välimusele selge eesmärgi: kujundada tuleb nii, "et iga lehekülj ka väliselt huwitaw paistaks, lehe sisu korralikult osakondadeks jaotataks, nii et iga teadet ruttu kätte wõib leida, tähtsamat ja silmapaistwamat uudist juba esimesel silmamis.[el] jne. tabada." (A. T. 1920: 4). Seega ajalehe välimus ei ole enam üksnes esteetiline tegu seni suhteliselt vabalt kujunenud traditsiooni raames, vaid ka turundustegu lähtudes teatud kriteeriumitest. Välimus hakkab ratsionaalsel moel edasi andma info suhtelist tähtsust ajalehes ja sellega muutub välimuse funktsioon ajalehes.

Teiseks, ajalehe hierarhiline struktureerimine eeldab tegijalt valimist. Huvitav ja tähtis, mida lugeja jaoks esile tõsta, tuleb ajakirjanikel leida. Seega ajaleht mitte lihtsalt ei peegelda maailma ega koonda seda, mis kätte on sattunud ja ajalehte sobib (lood teistest lehtedest ja kaastööliselt, visuaalid teistest väljaannetest), vaid ajakirjanikud otsivad, süstematiseerivad ja järjestavad infot lähtudes oma tõekspidamistest. Millistest väärtustest nad sealjuures lähtuvad, on eraldi küsimus, lehe välimuse seisukohast on kõige tähtsam, et ajalehe keskmesse tõstetakse teatud ideoloogia järgi valitud uudised.

Kolmandaks, uudne välimus sugereerib lugejale varasemast kardinaalselt erinevat lugemismoodust. Hierarhiline ajaleht ei eelda enam tekstide lugemist algusest lõpuni, üksteise järel, vaid kutsub lugema mittelineaarselt: lugemist-vaatamist saab alustada erinevatest kohtadest, katkestada, jätta lugusid vahele, vaadata lehekülje valikuliselt.

Oluline on siinjuures see, et hoolimata info hierarhisest esitusviisist on leheküljed tasakaalustatud kompositsiooniga. See väljendub nii elementide (pealkirjade, fotode jms) suuruses kui nende paigutuses: elemendid on küll varasemast suuremad ja laiemad, aga ka suurimad neist on tavaliselt kuni kolmeveerulised; elemendid paigutatakse nii, et lehekülj oleks visuaalselt tasakaalus.

Lisaks erineb see periood varasemast veel mitmete näitajate poolest. Kõige olulisem neist on visuaalsuse plahvatuslik kasv 1920. aastate keskel. Nii fotosid kui joonistusi ilmub ajalehtedes iga päev, algul erakordsete sündmuste puhul, seejärel juba igapäevaste sündmuste puhul. Hakatakse kasutama ka lisavärvi ja täisvärvi. Seetõttu on info liigendatum ja varasemast järsult multimodaalsem. Lugude arv lehenumbri kasvab, kuna lehenumber on mahukam; aga lugude arv 1 m<sup>2</sup>-s väheneb, kuna lugude keskmine pikkus kasvab ja lisandub visuaale. Lehtedes kujuneb välja nädalarütm (nädalavahetuse lehenumbrid on paksemad ja reklaamirikkamad, hakatakse avaldama kord nädalas ilmuvaid rubriike). Muutub reklaamide asukoht. Reklaami pannakse üha rohkem segamini toimetuse materjaliga ja nädalavahetusel on ajalehtede esiküljel tavaliselt ainult reklaam.

Kuna hierarhilisus on uudse ajalehe dominantne tunnus, olen ajalehe välimuse seda perioodi nimetanud hierarhilise ajalehe perioodiks.<sup>[1]</sup>

Info hierarhiline ja varasemast sihipärasem esitamine tähendab ka seda, et ajalehe sisu ei kujune nii vabalt ja sihitult kui varem. Lehte ei panda enam seda, mis on kätte sattunud, vaid infot kogutakse, valitakse ja süstematiseeritakse teatud põhimõtetest lähtudes. Ajaleht hakkab peegeldamise asemel lugeja jaoks maailma konstrueerima.

Hierarhiline välimusperiood algab eesti lehtedes enam-vähem samal ajal kui Soome lehtede paraadkülgede ajastu (vt Mervola 1995: 189jj). Aga Eestis ei piirdu perioodi kesksed

[1] Barnhurst ja Nerone on sellist hierarhilist esitusmoodust nimetanud visuaalseks kaardistamiseks (*visual mapping*; Nerone & Barnhurst 1995; Barnhurst & Nerone 2001: 219–254).

tunnused ainult uudiste esiplaanile tõstmisega (nagu tegid Soome paraadküljed), vaid ümber korraldatakse kogu lehenumbri ja lehekülgede struktuur.

Erinevalt Soome lehtedest ei jagune selleaegsed eesti lehed kaheks selgelt erinevaks osaks: paraadküljed ja endiselt lineaarsed leheküljed. Eestis kasutatakse lineaarset ja modulaarset paigutust samal leheküljel. Eestis saaks rääkida paraadosadest ehk *lehekülje* jagunemisest kaheks erinevate põhimõtete järgi kujundatud osaks:

- tähtsamad lood, milles kasutatakse mitmeveerulisi pealkirju ja suuremaid fotosid;
- vähemtähtsad lood, mis paigutatakse üheveeruliselt ja lineaarselt tähtsamatest lugudest ülejäänud ruumi peale.

Laiemas plaanis on sellised hierarhiseerivad muutused saanud alguse USA lehtedest: juba 1890. aastate lõpus said sealsetes lehtedes tavaliseks kaheveerulised pealkirjad, I maailmasõja ajal võeti kasutusele kogu lehekülje laiused pealkirjad (*bannerid*), kasvas lehtede visuaalsus. Euroopasse jõudsid laiema pealkirjad I maailmasõja ajal. 1920.–1930. aastatel on muutuste tippaeg, laiema pealkirjad ja mitmeveeruline küljendamine saavad tavaliseks paljudes lehtedes (Hutt 1973: 88jj; Evans 1974: 4–5; LeMahieu 1988: 76; Nerone & Barnhurst 1995; Barnhurst & Nerone 2001: 219jj; Morano 2002: 321–322). Siiski pole lehekülje struktuurimudeleid võimalik täpsemalt võrrelda, kuna vastavad andmed USA lehtede kohta on ebamäärased.

**Muutused hierarhilise perioodi jooksul.** Selle perioodi jooksul muutub ajalehtede välimus vähe. Olulisim on saksa-like fraktuurkirjade kasutamise järsk vähenemine 1930. aastate teisel poolel. See näitab, et eesti ajalehed kaugenevad saksa kultuuriruumist.

Lisaks muutub kohalike uudiste esitamine. Seda peegeldab kontentanalüüsis eelkõige kaks parameetrit: üheveeruliste pealkirjade hulga vähenemine ja ilma pealkirjata lugude osakaalu kasv 1920. aastate teisel poolel ning rubriiginimede hulga kasv 1930. aastate alguses (joonised 4.14 ja 4.18). Seega muutub kohalike uudiste esitamine vastupidiselt 'suurtele' (= riiklikele ja rahvusvahelistele) uudistele: neid pealkirjastatakse vähem ja esitatakse rohkem ühtse geograafiliselt liigendatud massiivina.

#### **4. Ajalehtede välimuse muutumine 1940. aastate alguses.** **Ideologiseeritud ajalehe periood**

Nõukogude aja alguses muutub eesti ajalehtede välimus kiiresti ja tugevalt. Olulisemad muutused on lühidalt kokku võetud tabelis 5.4, mis võrdleb lehtede välimust viis aastat enne ja viis aastat pärast 1940. a juunipööret. Nagu näha, jääb muutumatuks ainult üks parameeter – ajalehtede formaat –, vähe muutub ka põhitekstide–paratekstide suhtarv ja visuaalide mahu osakaal.

Kõige olulisemad muutused, mis eristavad seda perioodi varasemast, on liigendatuse vähenemine ja ajalehe struktureerimise muutus.

Kaovad regulaarselt ilmuvad temaatilised osakonnad, rubriike ilmub palju vähem. Lehtedest kaob nädalarütm (kindlal nädalapäeval ilmuvad temaatilised osakonnad). Leheküljed on lihtsama ja selgema struktuuriga, lood nelinurksed. Lugusid on ajalehes vähem, need on pikemad ja vähemliigendatud. Tekstikiri muutub väiksemaks ja ühtlasemaks, selle suurust ja tihedust varieeritakse vähe. Kaovad pisipealkirjad. Alapealkirju kasutatakse vähem. Kokkuvõttes on üllatav, et liigendatuse määra statistiliselt peegeldav paratekstide ja põhitekstide omavaheline proportsioon muutub nii vähe. Põhjuseks on siin pealkirjata kohalike uudiste kadumine – see vähendab põhitekstide arvu ja kompenseerib sellega statistikas paratekstide (rubriiginimede, alapealkirjade, vahepealkirjade) järsu vähenemise.

<b>Tabel 5.4. Ajalehede välimus 1935 ja 1945</b>		
Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt		
	<b>Ajaleht 1935</b>	<b>Ajaleht 1945</b>
<b>Lehenumbri keskmine maht</b>	1,50 m <sup>2</sup> = 8,1 lk	0,75 m <sup>2</sup> = 4,3 lk
<b>Kuulutuste ja reklaami osakaal</b>	23%	3%
<b>Reklaami asukoht</b>	Reklaamikülgi 13%; segakülgi 68%	Reklaamikülgi 0%; segakülgi 18%
Lehekülje suurus	Täisformaad (keskmiselt 1720 cm <sup>2</sup> )	Täisformaad (keskmiselt 1810 cm <sup>2</sup> )
<b>Veergude arv leheküljel</b>	5	5 → 6, 6, 6 → 7
<b>Keskmine veerulaius</b>	6,6 cm	5,7 cm
<b>Lehenumbri temaatiline järjestus</b>	Reklaam + päevauudised, juhtkiri + järjeromaan, päevauudised, pikemad artiklid ja temaatilised osakonnad, kohalikud argiuudised, pisiinfo, kuulutused ja reklaam	Lk 1: Riik (elu NSVL-s) Lk 2: Partei (propaganda jm pikemad artiklid) Lk 3: Eesti Lk 4: Maailm (välisuuudised, sport), kuulutused
<b>Regulaarselt ilmuvad temaatilised osakonnad</b>	Film, nali, kultuur, naistekülg, majandus, mood, tehnika, male, bridž	"Puhkepäeva lehekülg" (Noorte Hääles), male
<b>Järjeromaan</b>	Ilmub igas lehenumbris	–
<b>Lehekülje struktuurimudelid</b>	Hübriid (modulaarne + lineaarne)	Hübriid (modulaarne + lineaarne), modulaarne, lineaarne
<b>Lugude arv lehenumbris</b>	93	45
<b>Lugude keskmine maht</b>	77 cm <sup>2</sup>	106 cm <sup>2</sup>
<b>Liigendatud lugude osakaal</b>	13% (peamiselt uudised)	4% (peamiselt populaarteadus jm pikemad lood)
<b>Enimkasutatav tekstikirja rass</b>	Fraktuur (96%)	Antiikva (100%)
<b>Tekstikirja suurus</b>	Peamiselt 10p (ka 8p)	Peamiselt 8p (ka 10p ja 6 p)
Põhitekstide–paratekstide suhtarv	14 parateksti kümne loo kohta	12 parateksti kümne loo kohta
<b>Enimkasutatav pealkirjastamisviis</b>	1-veeruline pealkiri (55% lugudest)	2-veeruline pealkiri (43% lugudest)
<b>Mitmeveeruliste pealkirjade osakaal</b>	23%	57%
<b>Alapealkirjastuse osakaal</b>	30%	5%
<b>Enimkasutatav pealkirja-kirja rass</b>	Fraktuur (78%)	Plokk-kiri (59%)
<b>Ehiskirjas pealkirjade osakaal</b>	1%	9%
<b>Suurtäheliste pealkirjade osakaal</b>	5%	15%
<b>Siltide arv lehenumbris</b>	21	8
Visuaalide mahu osakaal	6% (fotod 4%, joonistused 2%)	7% (fotod 6%, joonistused 1%)
<b>Fotode arv lehenumbris</b>	7	5
<b>Fotode keskmine suurus</b>	63 cm <sup>2</sup>	94 cm <sup>2</sup>
<b>Enimkasutatav fotolaius</b>	1-veeruline foto (41% fotodest)	2–3-veerulised fotod (57% fotodest)
<b>Joonistuste arv lehenumbris</b>	1,4	0,3
<b>Teabegraafika arv lehenumbris</b>	1,4	0,5
<b>Lisavärviga lehekülgede osakaal</b>	5%	2%

Fotosid ilmub vähem ja nad on keskmiselt suuremad, sest kaovad pisifotod. Kuigi fotode keskmine maht ei vähene, harveneb fotode ilmumine, sest lehtede maht on varasemast palju väiksem. Ilmub lehenumbreid, kus pole ühtki fotot. Väheneb joonistuste ja teabegraafika kasutamine. Lisavärvi kasutatakse vähem.

Siiski on paar muutust, mis teevad ajalehe liigendatumaks ja kirevamaks. Kasvab veergude arv leheküljel ja veerud on varasemast kitsamad. Kasutatakse laiemaid pealkirju. Ehiskirjas pealkirjade osakaal kasvab märgatavalt.

Lisaks liigendatuse muutumisele toimuvad mitmed olemuslikud muutused ajalehe struktuuris. Ajalehenumbri struktuur muudetakse uudistekesksest propagandistlikuks, esiplaanil pole enam uudised, vaid pikemad lood uue nõukogude elu headusest. Ajalehe temaatiline

mitmekesisus väheneb, lehest kaob meelelahutus ja kerged teemad: huumor, koomiksid, järjeromaanid, hobide ja argieluga seotud rubriigid. Kuulutuste ja reklaami osakaal väheneb üle seitsme korra. Kuulutusi ja reklaami ei panda enam segamini toimetuse materjaliga, vaid koondatakse viimase lehekülje lõppu.

Mitmeid esiletõstmisvõtteid kasutatakse varasemast erinevates kohtades, peamiselt ideoloogiakstide rõhutamiseks. Näiteks ala- ja vahepealkirjastatakse pikemaid lugusid, mitte uudiseid nagu varem. Lisavärviga trükitakse nõukogude ajastu saabumisest teatavaid pealkirju, kommunistlikke sümboleid, aga mitte enam reklaami.

Muutub ka tüpograafia. Frakture asendavad tekstides antiikvad, pealkirjades peamiselt plokk-kirjad, suuremates pealkirjades antiikvad. Kõik lood saavad külge autorinime.

Nende muutuste taga on riigivõimude sekkumine ajalehe sisusse ja välimusse. See on tegur, mis varasematel perioodidel mõjutas lehti ainult kaudselt, nüüd aga väga otseselt. Parteifunktsionärid (riigi kui omaniku esindajad) nõuavad, et ajalehenumber struktureeritaks ideoloogiakeskselt, reklaam surutaks tagaplaanile, lehed ei avaldaks meelelahutust, visuaalid oleksid ideoloogiliselt sobiva sisuga, lugude juurde lisataks autorinimed jne. Teatud keelud kehtestab tsensuur (sh fotodele, maakaartidele) ja see vähendab näiteks teabegraafika hulka. Sellele lisanduvad veel kaudsed mõjud – ideoloogia esiplaanile seadmine tähendab implitsiitselt, et uudised tuleb ka kujunduslike võtetega tagaplaanile lükata (väiksed pealkirjad, vähene liigendatus, tagasihoidlik asukoht jms). Ka saksalike fraktuurkirjade kadumise taga on ilmselt ideoloogilised eelistused.

Seega võib öelda, et lehtede välimus (ja sisu) ideologiseeritakse – ideoloogiast lähtuvad nõudmised saavad peamiseks teguriks ajalehetegemisel. Kui hierarhilise ajalehe perioodil konstrueeriti ajalehte lugeja jaoks, siis nüüd lähtutakse riiklikust ideoloogiast. Seetõttu olen perioodi nimetanud ideologiseeritud ajalehe perioodiks, tahtes rõhutada kindla ideoloogia pealesundimist väljastpoolt ajalehetoimetusi.

**Ajalehe välimuse kolm faasi nõukogude ajal.** Kontentanalüüs näitab, et nõukogude eesti ajalehede välimus püsib poole sajandi jooksul väga paljudes parameetrites ühtlane ja stabiilne, erinedes selgelt eelnevatest ja järgnevatest perioodidest. Sellised on näiteks lehenumbri maht, reklaami osakaal ja paigutus, formaat, põhiteksti keskmine maht lehenumbris, lugude keskmine arv lehenumbris, tekstikirja suurus, alapealkirjastamine, teabegraafika hulk, värvikasutus. Kõik need parameetrite stabiilsus on tugevalt seotud kahe mõjuriga: lehe püsiva mahuga ja riikliku-parteilise ideoloogiaga. Samas toimuvad selle aja jooksul ajalehe välimuses ka mitmed kvantitatiivsed ja kvalitatiivsed muutused. Need muutused ei ole sujuvad, vaid kumuleeruvad kahte ajahetke: 1950. aastate teise poole ja 1970. aastate algusse.

1950. aastate keskel algavad muutused on kokku võetud tabelis 5.5, mis võrdleb olulisemaid parameetreid muutuste eel 1955 ja faasi kõrgpunktis 1965.

Selles faasis kasvab lehtede temaatiline mitmekesisus, lehed muutuvad elulisemaks, 'kergemaks', inimlähedasemaks. Taas hakkavad ilmuma järjejutud, paljud temaatilised rubriigid, esimesed autorirubriigid. Lehe temaatiline järjestus muutub vabamaks. Esiküljel ei kirjutata mitte ainult Nõukogude riigist, vaid antakse lühikokkuvõtte päevast: olulisemad uudised (maailmast, NSVL-st, Eestist), spordiudised, ilmateade. Välisuudised tuuakse ettepoole (viimaselt, neljandalt küljelt kolmandale). Kuulutuste ja reklaami osakaal kasvab järsult.

Lood on lühemad, aga neid liigendatakse rohkem ja visuaalselt tugevamalt.

Kirjakasutus on kirevam ja dekoratiivsem. Lisaks antiikvale hakatakse tekste laduma ka plokk-kirjas. Kõrvuti kasutatakse erinevaid tekstikirju (varieerub kirjarass, kirjaseeria, kirjasuurus) ning paljudes erinevates kirjades pealkirju ja silte. Varasemast rohkem ilmub 'muus' kirjas pealkirju.

Varasemast rohkem kasutatakse silte, paljud neist on joonistustega dekoreeritud. Kasutatakse silmatorkavaid erinevaid (ehis)jooni ja raame.

Visuaalsus kasvab väga järsult, fotosid ja joonistusi ilmub rohkem. Enamik joonistustest on väiksed.

Tekstiplokkide ja lehekülgede struktuur muutub varieeruvamaks ja keerukamaks. Lood on ebakorrapärase kujuga (varem nelinurksed), fotosid, joonistusi ja pealkirju 'löigatakse' tekstiveergudesse. Lehekülgede struktureerimisel kasutatakse puslestruktuuri ja rohkem ühendavat moodulstruktuuri senise eraldava moodulstruktuuri ja hübriidstruktuuride asemel. Veerulaius väheneb ja hakkab varieeruma (samal leheküljel erineva laiusega veerud).

Kokkuvõttes muutuvad leheküljed järsult kontrastsemaks, kuna kasvab visuaalide kasutamine, aga ka liigendamine ja tüpograafiline variatiivsus. Teine oluline tunnus on kujunduse ebakorrapärasus, kirevus ja keerukus. Nii sarnastuvad eesti ajalehed välimuselt tollaste lääne ajalehtedega. Samas näiteks Soome ja angloameerika lehtedes on tüpograafiline variatiivsus sel ajal tagasihoidlikum kui eesti lehtedes: tavaliselt piirduakse kuni kolmenelja erineva kirjaverekoniga, mis on disainilt suhteliselt sarnased ja mida muudetakse vaheldusrikkamaks erinevate kirjaseeriade kasutamise. Ehiskirju (sh kalligraafilisi kirju) uudiste pealkirjades ei kasutata (vt Hutt 1973; Etusivun 1979; Marttinen 1993).

Järgmine muutustelaine tuleb 1970. aastate alguses ja selle suund on eelmisele vastupidine. Lehtede välimus lihtsustub, muutub vähemliigendatuks ja süstemaatilisemaks. Tabelis 5.5 on võrreldud olulisemaid parameetreid muutuste eel 1965 ja kümme aastat hiljem, 1975.

Selles faasis ilmub lehtedes jälle rohkem ametlikke materjale. Esiküljel kirjutatakse taas peamiselt NSVL-st, *Rahva Hääles* täidavad esikülje sageli ainult TASS-i ja ETA ametlikud materjalid. Lehenumbriid saavad püsivama struktuuri: kindlad rubriigid ilmuvad kindlatel nädalapäevadel kindlatel lehekülgedel (isegi kindlates leheküljeosades). Enamik lugusid on sildistatud (st kuulub mõnda rubriiki).

Liigendatud lugude osakaal väheneb.

Tekstikirjana kasutatakse rohkem plokk-kirja. Pealkirja-kirjad muutuvad modernsemaks ja üksteisega sarnasemaks. Kõige rohkem ilmub plokk-kirjas pealkirju, ehiskirju kasutatakse minimaalselt. Järsult kasvab suurtäheliste pealkirjade osakaal. Käekirjalise ja käsitöendusliku muljega kirju asendavad tööstuslikuma muljega, lihtsamad ja neutraalsemad kirjad. Sama tendents ilmneb ka kujundusvõtetes: sullejoonistuste asemel hakatakse siltides ja ehiskirjades kasutama tööstuslikult toodetud Letraset-sümboleid<sup>[2]</sup> ja toonideta fotosid, uudeid kirju kaunistatakse tüpograafiliste võtetega (raster, pöördkiri jms). Pealkirja-kirju kasutatakse süsteemsemalt, samas rubriigis ilmuvate lugude pealkirjad laotakse sama kirjaga.

Tekstiplokkide kuju ja lehekülgede struktuur lihtsustub järsult. Taas hakatakse kasutama nelinurkseid tekstiplokke ja moodulstruktuuri. Lehekülje ülesehitamisel kasutatakse rohkem eraldavat struktuurimudelit, see süstematiseerib ja lihtsustab välimuse muljet. Välimuse lihtsustumist toetab ka vähemate ja suuremate visuaalide kasutamine.

Kokkuvõttes seostuvad 1970. aastate alguses ja keskel kumuleerunud muutused kolme märksõnaga: lihtsus, süstemaatilisus ja tööstuslikkus. Eesti ajalehede välimus moderniseerub. Alles jääb ka kirevust ja eklektilisust: endiselt avaldatakse kõrvuti erinevates stiilides kujundatud silte, vahepealkirjadel puudub kindel vorm, kasutatakse erinevaid tekstikirju.

Näeme, et see faas kombineerib ideologiseeritud ajalehe varasemaid faase ja lisab neile mõned uued jooned. Stalinistliku ajaga on sarnane teemade järjestus, lihtsus, selgus, lugu-

[2] Letraset ehk letra – üldnimetus 1970.–1980. aastatel eesti lehtedes kasutatud tööstuslikult toodetud kirjalehtedele, millelt kirjatähed, sümboolid jm kujunduslemendid kantakse ühekaupa hõõrudes soovitud pinnale. Saanud nime samanimeliselt firmalt, mis selliseid kujunduselemente esimesena tootis.

<b>Tabel 5.5. Ajalehtede välimus 1955, 1965 ja 1975</b>			
<b>Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt</b>			
	<b>Ajaleht 1955</b>	<b>Ajaleht 1965</b>	<b>Ajaleht 1975</b>
Lehenumbri keskmine maht	0,76 m <sup>2</sup> = 4 lk	0,76 m <sup>2</sup> = 4 lk	0,80 m <sup>2</sup> = 4 lk
<b>Kuulutuste ja reklaami osakaal</b>	2%	6%	7%
Reklaami asukoht	Reklaamikülgi 0%, segakülgi 25%	Reklaamikülgi 0%, segakülgi 26%	Reklaamikülgi 0%, segakülgi 25%
Lehekülje suurus	Täisformaad (keskmiselt 1893 cm <sup>2</sup> )	Täisformaad (keskmiselt 1879 cm <sup>2</sup> )	Täisformaad (keskmiselt 2002 cm <sup>2</sup> )
Veeergude arv leheküljel	6, 6 → 7, 7	7, 7, 8	7, 8, 8
Keskmine veerulatus	5,5 cm	4,8 cm	4,6 cm
<b>Lehenumbri temaatiline järjestus</b>	Lk 1: Riik (elu NSVL-s) Lk 2: Propaganda (jm pikemad artiklid) Lk 3: Eesti (uudised ja pikemad artiklid) Lk 4: Maailm (välisuudised, sport), kuulutused	Lk 1: Riik ja päevauudised Lk 2: Propaganda, ka olukirjelused ja uudised Eestist Lk 3: Maailm (välisuudised, sport), järjejutt, temaatilised rubriigid Lk 4: artiklid (ka järjejutt, sport), kuulutused	Lk 1: Riik (elu NSVL-s) Lk 2: Partei (propaganda jm pikemad artiklid), ka temaatilised rubriigid Lk 3: temaatilised rubriigid, järjejutt Lk 4: Maailm (välisuudised, sport), artiklid, temaatilised rubriigid, kuulutused
<b>Regulaarselt ilmuvad temaatilised osakonnad</b>	Kirjandus, satiir, haridus (kasvatus), "Puhkepäeva lehekülg" <i>Noorte Hääles</i>	Kultuur, satiir, perekond, kasvatus, televisioon, film, "Puhkeheteks" (rist-sõna, male-kabeülesanded), ateism, populaariteadus, noored, kodu-uurimine, üliõpilaselu, teadus, viktoiriin	Satiir, kultuur, liiklus, tehnika, loodus, ilm, üliõpilaselu, teadus, nädalakommentaar, "Lugejaga vestleb" (essee), kabe
<b>Järjejutt</b>	Ilmub ainult suvel <i>Noorte Hääles</i>	Ilmub peaaegu igas lehenumbris	Ilmub peaaegu igas lehenumbris
<b>Lehekülje struktuurimudelid</b>	Hübriid (moodul + lineaarne; topeltlineaarne), eraldav moodulstruktuur	Puste, ühendav moodulstruktuur	Eraldav ja ühendav moodulstruktuur
Lugude arv lehenumbris	43	45	46
Lugude keskmine maht	116 cm <sup>2</sup>	87 cm <sup>2</sup>	87 cm <sup>2</sup>
Liigendatud lugude osakaal	4%	8%	4%
<b>Tekstikirja rassid</b>	Antiikva (98%), plokk-kiri (2%)	Antiikva (92%), plokk-kiri (8%)	Antiikva (84%), plokk-kiri (17%)
Tekstikirja suurus	Peamiselt 8p (ka 10p ja 6p)	Peamiselt 8p (ka 6 p)	Peamiselt 8p (ka 6 p)
Põhitekstide–paratekstide suhtarv	11 parateksti kümne loo kohta	13 parateksti kümne loo kohta	11 parateksti kümne loo kohta
<b>Peamine pealkirjastamisviis</b>	2-veeruline pealkiri (57% lugudest)	1-veeruline pealkiri (42% lugudest)	2-veeruline pealkiri (30% lugudest), pealkirjata (29% lugudest)
Alapealkirjastatud lugude osakaal	6%	6%	5%
<b>Enimkasutatav pealkirja-kirja rass</b>	Antiikva (77%)	Antiikva (54%)	Plokk (64%)
<b>Ehiskirjas pealkirjade osakaal</b>	9%	12%	1%
Suurtäheliste pealkirjade osakaal	31%	35%	55%
<b>Siltide arv lehenumbris</b>	7	15	16



Visuaalide mahu osakaal	6% (fotod 6%, joonistused <1%)	14% (fotod 12%, joonistused 2%)	14% (fotod 12%, joonistused 1%)
Fotode arv lehenumbris	6	10	8
Fotode keskmine suurus	77 cm <sup>2</sup>	84 cm <sup>2</sup>	111 cm <sup>2</sup>
Enimkasutatav fotolaius	2–3-veerulised fotod (56% fotodest)	2–3-veerulised fotod (63% fotodest)	2–3-veerulised fotod (71% fotodest)
Mittetäisveeruliste fotode osakaal	30%	35%	20%
Joonistuste arv lehenumbris	0,5	2,4	1,8
Teabegraafika arv lehenumbris	0,8	0,8	1,1
Lisavärviga lehekülgede osakaal	<1%	<1%	2%

de nelinurksus; 1960. aastatest on säilitatud visuaalsuse määr ja temaatiline mitmekesisus. Uudsed jooned on suurem süstemaatilisus ning tööstusliku muljega tüpograafia.

Moderniseerumise trendid on sünkroonis lääne lehtede muutmise, aga moderniseerumise sisu on seal 1970. aastate alguses palju ulatuslikum<sup>[3]</sup> ja mõneti teistsugune. Näiteks globaalseid kujundustrende loovate angloameerika lehtede välimuses rõhutatakse kesksete uuendustena modulaarset ja horisontaalset leheküljestrükture (varasema vertikaalse asemel), veergude arvu vähendamist (kaheksa veeru asemel kuus veergu leheküljel), pealkirjade tüpograafia lihtsustamist, kasvanud fotokasutust (Utt & Pasternack 1985: 8). Eesti lehtedes ilmneb neist tendentsidest 1970. aastatel ainult kaks: leheküljestrükture muutub modulaarseks ja pealkirjade tüpograafia lihtsustub.

Nii jaguneb ideologiseeritud ajalehe periood kolme faasi, mida eristab üksteisest eelkõige lehekülje strükture, lehekülje välimuse selgus, süsteemsus, visuaalsuse määr ja tüpograafiline mulje:

1) 1940 – 1950. aastate keskpaik – lehe välimus on lihtne, modulaarne ja vähevisuaalne;

2) 1950. aastate lõpp – 1970. aastate algus – lehe välimus on keerukas, ebakorrapärane ja palju visuaalsem;

3) 1970. aastate keskpaik – 1980. aastate lõpp – lehe välimus on lihtsam, süsteemsem ja endisel määral visuaalne, tüpograafia on tööstusliku muljega.

## 5. Ajalehtede välimuse muutumine 1990. aastatel. Disainitud ajalehe periood

1990. aastatel muutub lehtede välimus võrreldes nõukogudeaegsega väga tugevalt peaaegu kõigis uuritud välimusparameetrites (vt tabel 5.6, mis võrdleb lehtede välimust aastatel 1990 ja 2000). Muutustes saab tuua välja kaks faasi, mida eristab teineteisest eelkõige korrastatuse ja süstemaatilisuse määr: 1) 1990. aastate esimene pool on segaduse ja vabaduse aeg, mida iseloomustab kasv, eklektilisus ja stiihilisus, ning 2) 1990. aastate teine pool on korrastamise ja ratsionaliseerimise aeg, mida iseloomustab stabiliseerimine ja uue kujundusparadigma väljakujunemine.

**1990. aastate esimene pool** on eesti ajalehtedes nõukogudeaegsest välimusest lahtiütlemise, kasvu, vabaduse ja korrastamise ajajärk. See algab väikestest muutustest 1980. aastate lõpus, saab hoogu 1990–1991, kui ajalehtedes hakatakse kasutama arvu-tiladu ja -küljendust, ning 1993–1994, kui ajalehtede maht kiiresti kasvab ja palgatakse uusi ajakirjanikke.

Ajalehtede temaatiline mitmekesisus suureneb, lehe keskmesse tõstetakse taas uudised. Esiküljel ja ajalehenumbri alguses antakse

[3] Tagantjärele on seda nimetatud USA ajalehtede disainirevolutsiooniks (nt Utt & Pasternack 1989: 621).

<b>Tabel 5.6. Ajalehede välimus 1990 ja 2000</b>		
Paksu kirjaga on esile tõstetud parameetrid, mis muutuvad oluliselt		
	Ajaleht 1990	Ajaleht 2000
<b>Lehenumbri keskmine maht</b>	0,86 m <sup>2</sup> = 4 lk (tabloidformaadis <i>Edasis</i> 8 lk)	3,39 m <sup>2</sup> = 26–30 lk; tavaliselt 24, 28 või 32 lk, ka 36 lk (täisformaadis <i>Eesti Päevalehes</i> 12, 16, 20 lk)
<b>Kuulutuste ja reklaami osakaal</b>	9%	29%
<b>Reklaami asukoht</b>	Reklaamikülgi 5%; segakülgi 27%	Reklaamikülgi 18%; segakülgi 43%
<b>Lehekülje suurus</b>	Täisformaat, tabloidformaat (keskmiselt 1900 cm <sup>2</sup> )	Tabloidformaat, täisformaat (keskmiselt 1300 cm <sup>2</sup> )
<b>Veergude arv leheküljel</b>	8; 8; 5	6; 6; 1 tv + 6 → 6
<b>Keskmine veerulais</b>	4,5 cm	4,1 cm
<b>Lehenumbri struktureerimismoodus</b>	Lehenumbr koosneb multitemaatilistest lehekülgedest	Lehenumbr on jagatud monotemaatilisteks lehekülgedeks
<b>Lehenumbri temaatiline järjestus</b>	Päevauudised, artiklid, järjeutt, sport, reklaam	Reklaam + lehenumbri tutvustus, arvamuskülg, uudised (Eesti, välismaa), teemaosakonnad (majandus, kultuur, sport), 'täna'-küljed
<b>Igas numbris ilmuvad temaatilised osakonnad</b>	Välisuudised, sport	Arvamus, Eesti uudised, välisuudised, majandus, kultuur, sport, 'täna'-küljed
<b>Järjeutt</b>	Ilmub igas lehenumbris	–
<b>Lehekülje struktuurimudelid</b>	Eraldav ja ühendav moodulstruktuur	Fokuseeritud struktuur, eraldav moodulstruktuur
<b>Põhiteksti mahu osakaal</b>	55%	39%
<b>Lugude arv lehenumbris</b>	38	91
<b>Lugude keskmine maht</b>	118 cm <sup>2</sup>	80 cm <sup>2</sup>
<b>Liigendatud lugude osakaal</b>	12%	19%
<b>Tekstikirja rassid</b>	Antiikva (96%), plokk-kiri (4%)	Antiikva (95%), plokk-kiri (5%)
<b>Tekstikirja suurus</b>	Peamiselt 8p, 9p (ka 6p)	Peamiselt alla 10p (ka 8p)
<b>Põhitekstide–paratekstide suhtarv</b>	12 parateksti kümne loo kohta	20 parateksti kümne loo kohta
<b>Peamine pealkirjastamisviis</b>	2-veeruline pealkiri (40% lugudest)	1-veeruline pealkiri (38% lugudest)
<b>Mitmeveeruliste pealkirjade osakaal</b>	66%	49%
<b>Vähemalt 4-veeruliste pealkirjade osakaal</b>	8%	22%
<b>Pealkirjade joondamine</b>	Tsentreeritud → vasakule joondatud	Vasakule joondatud, tsentreeritud
<b>Alapealkirjastatud lugude osakaal</b>	8%	15%
<b>Enimkasutatav pealkirja-kirja rass</b>	Antiikva (61%)	Plokk-kiri (63%)
<b>Suurtähealiste pealkirjade osakaal</b>	28%	~0%
<b>Siltide arv lehenumbris</b>	7	65
<b>Visuaalide mahu osakaal</b>	12% (fotod 10%, joonistused 2%)	27% (fotod 21%, joonistused 5%)
<b>Põhitekstide–visuaalide suhtarv</b>	3 visuaali kümne loo kohta	8 visuaali kümne loo kohta
<b>Fotode arv lehenumbris</b>	10	57
<b>Fotode keskmine suurus</b>	87 cm <sup>2</sup>	79 cm <sup>2</sup>
<b>Enimkasutatav fotolaius</b>	2–3-veerulised fotod (66%)	Veerust kitsam foto (41%)
<b>Mittetäisveeruliste fotode osakaal</b>	13%	47%
<b>Joonistuste arv lehenumbris</b>	2	9
<b>Enimkasutatav joonistuseliik</b>	Karikatuur (82%)	Koomiks (56%)
<b>Teabegraafika arv lehenumbris</b>	1	15
<b>Värviliste lehekülgede osakaal</b>	~0%	65%

ülevaade päeva tähtsamatest sündmustest, lühiuudiste rubriigid saavad rohkem mahtu ja neid esitatakse silmatorkavamalt. Koos lehtede mahuga kasvab lugude, fotode ja joonistuste arv

lehenumbris (aga nende kasutamistihedus 1 m<sup>2</sup>-s ei muutu oluliselt). Ajalehenumber liigendatakse (mono)temaatilisteks lehekülgedeks. Kuulutuste ja reklaami maht kasvab plahvatuslikult, reklaami hakatakse üha rohkem toimetuse materjaliga segamini paigutama.

Tekstikiri suureneb, seda ei varieerita enam vastavalt lugude temaatikale. Paratekstide hulk kasvab järsult, kuna varasemast rohkem kasutatakse silte ja vahepealkirju. Pealkirjad muutuvad sisult deklaratiivseks ja vormilt intensiivsemaks (suurem kiri, väiketähed, vasakule joondamine). Visuaalide maht kasvab järsult. Fotode keskmine suurus kasvab. Keskseks joonistuste liigiks saavad karikatuuride asemel koomiksid. Teabegraafika kasutamine kasvab plahvatuslikult.

Nii on suur osa 1990. aastate esimese poole muutustest kvantitatiivsed, seotud ideoloogilisest ettemääratusest vabanemisega, lehenumbri mahu kasvuga ja uute elementide kasutuselevõtiga.

Samas on selle aja lehtede välimus väga eklektiline (kontentanalüüs seda ei näita, eklektilisus tuleb esile kvalitatiivses analüüsis). Tekstikirja suurust ja tihedust muudetakse laialdaselt selleks, et lugusid lehte nelinurksena ära mahutada. Pealkirjad on suvalise pikkusega. Pealkirja-kirjade suurus varieerub vabalt (varem sundis tinaladu kasutama kindlates suurus-tes kirju). Sildid on stiililt eklektilised. Uudsed kujunduselemendid (igapäevane toimetuse karikatuur, koomiksid, visuaalne teabegraafika, värv) on kohmaka välimusega.

Samal ajal kestavad edasi mitmed varasemale ajale iseloomulikud tendentsid. Eelkõige pealkirjade ja fotode laius on ühetaoliselt keskmised nagu nõukogude ajal. Valdav osa pealkirjadest on kaheveerulised, valdav osa fotodest kahe-kolmeveerulised. Lugude pikkuses jätkub 1970. aastate lõpul alguse saanud kasvutendents. Ka tekstikirja suuruse muutmine lugude mahutamiseks oli kasutusel juba nõukogude ajal, arvutite kasutuselevõtt võimaldab seda teha varasemast kergemini. Fotode ja joonistuste hulk kasvab sünkroonselt lehenumbri mahuga, aga nende kasutamistihedus 1 m<sup>2</sup> kohta jääb samasuguseks kui nõukogude aja lõpus. Kõige olulisem on see, et endiselt kasutatakse seniseid lehekülje struktuurimudeleid. Nii on lehekülje ülesehitus endiselt hierarhiline ja samas tasakaalustatud, infot võrdsustav ja ühtlustav (nagu see on olnud alates 1920. aastatest).

**1990. aastate teine pool.** 1995.–1997. a algab korrastamise ja süstematiseerimise ajajärk. Jätkub ka kasv, aga see on varasemast erinev, peamiselt suurendatakse ajalehe liigendatust ja visuaalsust. Teabegraafika muutub sisult ja vormilt variatiivsemaks, seda hakatakse pealkirjastama. Kasvab paratekstide hulk, st rohkem ilmub vahepealkirju, alapealkirju, tsitaate, infokaste. Leheküljed hõrenevad, elementide vahele lisatakse tühja ruumi. Täisvärvi kasutamine kasvab järsult. Visuaalide maht kasvab 1990. aastate teisel poolel samasuguses tempos kui esimesel poolel. Erinevalt kümnendi esimesest poolest kasvab nüüd järsult ka visuaalide kasutamistihedus. Järjest rohkem avaldatakse visuaalset teabegraafikat. Liigendatuse muljet suurendab ka ajalehtede formaadi, veergude arvu ja veerulaiuse vähendamine.

Põhimõtteliselt muutub fotode kasutuspraktika: iga päev ilmub lehes üksikuid ülisuuri fotosid ja palju pisifotosid. Selle taga on oluline ja teadlik lehekülje struktureerimispõhimõtete muutus: tasakaalustatuse ja võrdsuse asemele tuuakse sisse fokuseeritus – suur foto esitleb iga lehekülge ja juhatab sisse iga pika loo. Foto ei ole enam teksti lisand, vaid tähelepanuärataja, lehekülje keskne element, mis pannakse ajalehes teksti üle domineerima. See ongi keskne muutus uue välimusparadigma väljakujunemisel. Uudne fokuseeritud struktuur annab lehekülje vaatamise järjestuse ja lihtsustab sellega lugeja jaoks lehekülge. Fotod paigutatakse üles, loo alguse lähedale; mitme foto kasutamisel koondatakse fotod üksteise kõrvale, nii et nad moodustavad visuaalselt kaalukama terviku. Uus struktuurimudel tõrjub välja vanad hierarhilised mudelid (eraldav moodulstruktuur jääb kasutusele vaid üksikutele kindlatel lehekülgedel).

Teine oluline tunnus uudse välimusega ajalehe väljakujunemisel on standardiseerimine ja süstematiseerimine. Tekstikirjaks on nüüd üks kindel kiri kindlas suuruses ja tiheduses, mida ei varieerita. Pealkirjad ja vahepealkirjad on kindla pikkusega, nende tüpograafia süstematiseeritakse (üks-kaks kindlat kirja kindlates suurustes). Sildid kujundatakse ühes stiilis, nende dekoratiivsus väheneb nii sisus kui vormis. Vahepealkirjad muutuvad sisulisest liigendajast vormilisteks liigendajaks (kindlas suuruses ja pikkuses, alati loo tekstiveergude keskel). Lihvitakse detaile (nt teabegraafika kujundus, läbimõeldud värvikasutus, kindla suurusega tühi ruum elementide vahel). Eri osakondades kasutatakse sarnast leheküljestruktuuri.

Oluline on senise eksperimenteeriva kujundamispraktika asendumine teadliku ja ennast põhjendava kujundusmudeliga. Loobutakse paljudest varieerimisvõimalustest, mida seni vabalt kasutati. Välimuse peamiseks kriteeriumiks saab lugejasõbralikkus, kujundamise põhieesmärk on lugejale võimalikult efektiivselt edastada lehe sisu. Selleks on kujundus foku-seeritud, funktsionaalne ja süstemaatilise struktuuriga. Lehed on varasemast palju visuaal-semad ja liigendatumad ning sellevõrra on vähenenud (põhi)teksti osakaal. Üha rohkem ilmub ka lehe sisu reklaamivaid elemente (fotosid, paratekste, esikülj kui lehenumbri sisu tutvustav 'vitriin'). Nende muutuste tulemusel omandavad eesti päevalehed 1995–1998 sel-lise välimuse nagu muu maailma ajalehed samal ajal. Ideologiseeritud ajalehest, mille sisu ja vormi määrasid mõjurid väljastpoolt toimetust, on saanud disainitud ajaleht, kus lehe sisu toodetakse vastavalt toimetuse poolt varem väljatöötatud mudelitele.

Rangelt standardiseeritud kujundus nõuab ühetoalisena püsimiseks paberil fikseeritud reegleid. Suurte lehtede toimetustes võetakse selleks 1995.–1997. a kasutusele esimesed kujunduse stiiliraamatud, kus fikseeritakse kasutatavad kujunduspõhimõtted ja -võtted (nt erinevate elementide vormistamismallid, lehekülgede struktuur).

Teemadele ja elementidele, mis sellesse mudelisse ei kuulu, ajalehes kohta ei ole. Seega lehe välimus domineerib sisu üle, lehe sisu luuakse algusest peale sellisena, et lehe vorm saaks seda võimalikult efektiivselt esitada. See ongi nn disainerite diktatuur, mis tekkis USA ajalehtedes 1980. aastate lõpus (Barnhurst & Nerone 2001: 209–211). Tunnuslik on, et toi-metajad ja reporterid defineerivad oma tööülesandeid kui osa uudiste disainimisest. Seetõttu olen seda perioodi nimetanud disainitud ajalehe perioodiks.

Üleminek disainitud ajalehele on teistsugune kui varasemate perioodide algused. 1990. aastate esimene pool on tõeline ülemineku-aeg, mis ei seostu tugevalt ei vana (ideologiseeritud) ajalehega ega uue (disainitud) ajalehega. Ajalehe välimus ei ole enam ideologiseeritud, vaid saab kujuneda vabalt, lähtudes ajakirjanike parimast äranägemisest. Ta ei seostu ka veel disai-itud ajalehega, sest lehtede välimus ei ole surutud kindlatesse raamidesse. Ideologiseeritud ajalehe periood algas eriliselt – järsu, ideoloogiast mõjutatud nihkega. Samuti lõpeb ta eriliselt: ideoloogiline surve kaob, sellest vabanemisest tekkinud 'auku' ei täida esialgu mingi muu olu-line mõjur ning see väljendub lehe välimuses kvantitatiivsetes muutustes (uued elemendid, ele-mentide suurenemine). Kui varasemad üleminekud olid sujuvad vana ja uue perioodi segune-mised, siis nüüd ideoloogiliselt defineeritud vana välimus lihtsalt kaob koos pealesunnitud ideoloogia kadumisega. Alles jäävad vaid mõned varasemad konventsioonid: lehe tasakaalus-tatud välimus, senine visuaalsuse määr. Kulub aega, enne kui ideologiseeritud plaanimajan-duslikku ühiskonda asendab liberaalne turumajanduslik ühiskond ja selle mõjul kujuneb välja ajalehtede uus välimusparadigma (mõjuritest pikemalt 11. peatükis, lk 335–354).

**Muutused 21. sajandil.** Pärast 2000. a kasvab ajalehtede keskmine maht 17% ja pea-miselt mitmesuguste temaatiliste lisade loomise arvel (paljud neist reklaamilisad, kuhu 'toodetakse' lugusid samateemaliste reklaamide toetuseks). Kujunduses jätkuvad 1990. aas-tate lõpu tendentsid, aga need ei muuda välimust enam selgemaks ja funktsionaalsemaks, vaid vastupidi eklektilisemaks ja korratumaks.

Infot tükeldatakse üha enam. Tekste hakatakse sõna otseses mõttes eraldi tükkideks jagama: ühe pika teksti asemel kasutatakse järjekindlalt mitut lühemat (põhilugu + lisalood). Lisaelemente paigutatakse nii, et nad 'tükeldatavad' põhiteksti (nt tsitaadid keset tekstiveerge, lisalugu keset põhilugu). Kasvab siluett-fotode osakaal. Kasutatakse palju rohkem piselemente: tsitaate, värvilisi pisipealkirju, silte, pooleveerulisi fotosid jne. Lugude juurde ilmuvad 'lingid' – viited samateemalistele lugudele teistel lehekülgedel või internetis. Tühja ruumi 'pikitakse' sama loo elementide vahele (nt tühi veerg keset arvamislugu, suurem tühi ruum piselementide ümber). Selline hõrendamine ei tee kujundust enam efektiivsemaks ja korrastatumaks, vaid lõhub selle üksteisega lõdvalt seotud tükkideks.

Kuigi põhiteksti hulk ajalehes on pidevalt vähenenud alates nõukogude aja lõpust, ületatakse 2000. aastate alguses teatud kriitiline piir – esmakordselt ei ole põhitekst eesti ajalehes enam kõige mahukam infoedastusviis. Kolmetise jaotuse puhul – põhitekst, visuaalne materjal, struktureeriv materjal (paratekstit, tühi ruum, jooned) – on nende maht 2005. a laias laastus võrdne. Kõige rohkem ruumi saab struktureeriv materjal – 36%, enam-vähem võrdse mahuga on põhitekstiline ja visuaalne materjal – 33% ja 31% (vt joonis 4.19). Sama tendentsi näitab ka paratekstide-visuaalide arv võrreldes põhitekstidega: kümne põhiteksti kohta ilmub 2005. a keskmiselt 26 parateksti ja 11 visuaali (joonis 4.13). Umberto Eco terminit kasutades võib öelda, et eesti ajalehed on 21. sajandi alguses jõudnud paratekstilisse 'elevantsusse' (*paratextual elephantiasis*; Colilli 2007: 448–449), kus paratekstide hulk ja maht ületab põhiteksti oma. Kui aga mõõta 2005. a lehtede ühe lehenumbri põhiteksti keskmist mahtu, siis on see langenud tagasi eelmise vabariigi aegsete ajalehete tasemele (joonis 4.8). Nõukogudeaegsete lehtedega võrreldes on lehenumbri põhiteksti maht veel kaks korda suurem, aga kui võtta arvesse põhitekstikirja suurenemine u 20% võrra (joonis 4.12), pole infohulga erinevus nii suur.

Seega, kui käsitleda põhiteksti toimetuse materjali tuumana, mis annab põhiosa infost, siis võib öelda, et kaks kolmandikku toimetuse materjali mahust kulutatakse info reklaamimiseks, lugema meelitamiseks paratekstide ja visuaalide abil. See on utreeritud väide, mis vaatab visuaale eelkõige verbaalidele alluvana, verbaalide esitlejana, kuigi nad annavad ka iseseisvat infot ja hinnanguid (toimetuse karikatuur, teabegraafika, fotod) ja mõned visuaalid on iseseisvad, nad ei meelita lugejat midagi muud lugema (nt koomiksid).

Kui võrrelda eesti päevalehti kaasaegsete lääne lehtedega, siis on eesti lehtede välimus palju kirevam ja fragmentaarsem, sarnaneb rohkem lääne massilehtedega kui kvaliteetlehtedega. Seda tendentsi kinnitab eesti lehtede võrdlus inglise massilehtedega (inglise kohta vt Uribe & Gunter 2004: 396). 2005. a on eesti kesketes lehtedes põhitekstilist materjali 33% mahust, briti massilehtedes 2001. a 40%; eesti lehtedes on visuaale 31%, briti massilehtedes 36%; eesti lehtedes on struktureerivate materjali (parateksti ja tühja ruumi) 36%, briti massilehtedes 24%. Seega suurim erinevus on info esitlemises ja struktureerimises: eesti kesksed päevalehed kulutavad selleks palju rohkem ruumi kui briti massilehed ning kasutavad sellevõrra vähem põhiteksti ja visuaale.<sup>[4]</sup>

Kokkuvõttes muutub pärast 2000. a eesti päevalehete välimus atomiseeritumaks. Endiselt lähtutakse lehekülgede struktureerimisel tugeva fokuseerimise põhimõttest, aga ajalehte lisatakse ka palju väikesi elemente (pisifotod, pisikesed paratekstit). See 'lamendab' senist järsku hierarhilist struktuuri. Lisaks muudab värvikirev ja visuaalselt intensiivne kujundus ajalehe välimuse meelelahutuslikuks, info ise jääb sellise kujundusega võrreldes kahvatuks.

[4] See näitab üldist kujundustendentsi, aga võrdlus ei ole ühene: andmete kogumise aastad on erinevad (eesti lehtedel 2005, briti massilehtedel 2001) ja briti lehtede andmed hõlmavad ainult uudistekülgi (eesti lehtede andmed kogu toimetuse materjali).

## Kokkuvõte

Eelnev analüüs näitab, et eesti ajalehede välimus jaguneb viide perioodi: raamatulik ajaleht, lineaarne ajaleht, hierarhiline ajaleht, ideologiseeritud ajaleht ja disainitud ajaleht (joonis 5.1). Neid perioode eristab üksteisest eelkõige ajalehe formaat, liigendatuse määr ning ajalehe ja lehekülje struktureerimisviis. Kui muutub vähemalt kaks kolmest kesksest parameetrist, on ajalehe välimus nii tugevalt muutunud, et vana välimusparadigma asendub uuega.

**Ajalehede formaat** muutub olemuslikult kahel korral. 1870. aastatel võetakse raamatuliku formaadi asemel kasutusele suur ajalehelik formaat, mida raamatute trükkimisel ei kasutata. 1990. aastatel väheneb sada aastat püsinud suur ajalehelik formaat poole võrra.

**Ajalehede liigendatus** väljendub väga mitmetes kvantitatiivsetes näitajates ja muutub järsult iga uue perioodi alguses. Liigendatus kasvab kolmel juhul. 1870. aastatel kasvab lehenumbri liigendatus (rohkem rubriiginimesid, joonealune). 1920. aastatel kasvab lehekülgede ja lugude liigendatus (mitmeveerulised ja suuremad pealkirjad, palju ala- ja vahepealkirju, variatiivne tekstikiri). 1990. aastatel kasvab liigendatus kõigil tasanditel (lehenumber struktureeritakse monotemaatiliste lehekülgedena, kasutatakse lühemaid lugusid, suuremaid pealkirju, rohkem ala- ja vahepealkirju, fotosid, joonistusi, teabegraafikat, silte, värvi). Liigendatus väheneb ühel juhul, 1940. a lood pikenevad, tekstikirja varieeritakse vähem, kasutatakse vähem ala- ja vahepealkirju, rubriiginimesid, joonistusi, teabegraafikat.

Nii seostub liigendatus lehenumbri mahu järsu muutumisega. Kui maht kasvab, siis kasvab ka liigendatus; kui maht kahaneb, siis väheneb ka liigendatus.

**Ajalehede leheküljestruktuur** muutub olemuslikult kolmel korral: 1870. aastate lõpul, 1920. aastatel ja 1990. aastate teisel poolel. Kõigil juhtudel muudetakse struktuuri efektiivsemaks, et näidata lugejale ajalehe ülesehitust ja tuua esile olulisem info.

Ajalehete esmane struktuur on ühedimensiooniline ja väheliigendatud. Lood järgnevad üksteisele lineaarselt, kasutatakse üksikuid väikseid paratekste (peamiselt rubriiginimesid). Selline struktuur ei osuta lugejale info suhtelist olulisust ja eeldab lugejalt kogu ajalehe lugemist algusest lõpuni, lõik lõigu ja veerg veeru järel.

1870. aastatel võetakse kasutusele joonealune, mis struktureerib ajalehe sisuliselt ja vormiliselt kaheks erinevaks osaks ning pakub mitut lugemise alguspunkti vastavalt lugeja huvidele. Ajalehe struktuur on endiselt ühedimensiooniline, aga kahe 'algusega'.

1920. aastatel hakatakse järjekindlalt kasutama mitmeveerulisi ja erineva suurusega elemente (põhitekste, paratekste, visuaale), et nende suuruse, visuaalse tugevuse ja liigendatuse abil info hierarhiseerida. Tähtsamad lood on pikema põhitekstiga, suurema-laiema pealkirjaga, alapealkirjastatud, vahepealkirjadega liigendatud. Koos mitmeveeruliste elementide kasutamisega muutub lehekülje struktuurimudel kahedimensiooniliseks: lood ei järgne üksteisele lineaarselt, vaid nad paigutatakse üksteise kõrvale ja alla, tähtsamad lood on ülevalpool. Selline ajaleht võimaldab lugejal kergemini infot valida, alustada lugemist eri kohtadest, osa infot vahele jätta.

1990. aastate teisel poolel võetakse kasutusele uudne fokuseeritud leheküljestruktuur ja standardiseeritakse kujundusvõtteid. Uue struktuurimudeli kohaselt on lehekülje keskmeks dominantse fotoga fookuslugu, mis organiseerib kogu lehekülge. Fotode, pealkirjade ja lugude suurused vahelduvad, tavaliselt kasutatakse kolme taset: fookus, kesktase ja täidislood (lühiuudised). Seega pole info mitte lihtsalt hierarhiseeritud, vaid jagatud kindla suurusega tükkideks. Lehekülje struktuur muutub kolmedimensiooniliseks, lisaks modulaarsele paigutusele juhitakse lugejat visuaalide abil. Lugeja jaoks muudab see lehe välimuse efektiivsemaks, andes info vaatamiseks kindla alguspunkti ja süstematiseerides info 'silmapärase' suurusega tükkideks. Ajakirjanike jaoks asendab see senise intuiitse ja otsiva kujundamis-

praktika teadliku ja ennast põhjendava kujundusmudeliga, mis allutab enese reeglitele ka sisu 'tootmise' (kindlad žanrid, kindla pikkusega tekstid-paratekstid).

Liikumine järjest efektiivsema struktuuriga ajalehe poole seostub ajalehtede kasvava mahuga. Kõigil juhtudel eelneb efektiivsema leheküljestruktuuri kasutuselevõtule lehenumbriga keskmise mahu järsk kasv, mis ühest küljest võimaldab kasutada ruuminõudlikumat efektiivsemat kujundust, teisest küljest ka nõuab selle kasutamist, et suuremat infohulka kiiremini 'läbitavalt' esitada.

Perioodide nimetamisel olen keskseks seadnud ajalehe välimuse dominantsed jooned. Enamasti on need seotud ajalehe ja lehekülje struktureerimise moodusega, aga mitte ainult, igale perioodile nime andnud idee on laiemal mõjuga ja tuleb esile ka ajalehe välimuse teistes olulistest parameetritest (tüpograafia, visuaalsus).

Raamatuliku ajalehe keskne tunnus on ajalehe sarnasus tollaste raamatuga (sama formaat, kirjakaasutus, vähene visuaalsus).

Lineaarse ajalehe perioodil on keskne kogu ajalehe materjali korrastamine üheveeruliselt üksteise järel, mis oli olemas juba eelmisel perioodil, aga tuleb nüüd formaadi suurendamise ja veergude lisamise tõttu dominantsena esile. Lineaarne välimus sugereerib ajalehenumbriga lineaarset lugemist algusest lõpuni.

Hierarhilise ajalehe perioodil on keskne senise lineaarse struktuuri asendamine mittelineaarse hierarhilise struktuuriga, mis osutab, et ajalehes olev info ei ole võrdse tähtsusega, ja ütleb lugejale, mis on tähtsam, mis vähemtähtis. Selline ajaleht ei nõua enam lugemist tervikuna, vaid võimaldab lugeda valikuliselt.

Ideologiseeritud ajalehe perioodil on kogu ajalehe välimus allutatud riiklikele ja parteilistele ideoloogilistele nõudmistele, sellest lähtudes struktureeritakse ajalehenumber ja leheküljed, valitakse trükikirjad, kasutatakse visuaale ja teabegraafikat. Seega võib öelda, et nõukogude ajal ei peegelda ajalehe sisu ja välimus (teadlikult või ebaseadlikult) ühiskonna ideoloogiat nagu kõigil varasematel ja hilisematel perioodidel, vaid on ideoloogiale täielikult allutatud. Selline ajaleht pole mitte lihtsalt ideoloogiline, vaid ideologiseeritud.

Disainitud ajalehe perioodil on aga keskne ajalehe välimuse tarbijasõbralikkus ja funktsionaalsus ning sellele on allutatud kõik kujundusvalikud, aga nende kaudu ka sisulised otsused.

Kokkuvõttes näeme, kuidas eesti ajalehe välimus emantsipeerub sisuliselt kirjandusest ja vormiliselt raamatust. 1920. aastatel saavutab ajalehe välimus täieliku iseseisvuse, ta ei kasuta enam varasemates trükistes väljakujunenud välimuskonventsioone, vaid on arendanud oma konventsioonid. Nende elluviimisega muutub ajalehe välimus (ja koos sellega ka sisu) üha etteplaneeritumaks. Välimus (ja sisu) ei kujune enam isevooluted, vaid järjest enam 'lavastatakse' teatud põhimõtetest lähtudes. Ideologiseeritud ajalehes on selleks riiklikud ideoloogilised nõudmised, disainitud ajalehes aga toimetuste enda kehtestatud reeglid võimalikult lugejasõbraliku välimuse saavutamiseks. Koos sellega hakkab ajalehe välimus ajalehe sisu üha rohkem mõjutama. Ajalehe sisu on üha rohkem tegelikkuse teadlik konstrueerimine lähtudes vormilistest parameetritest.

Samas ei eristu perioodid üksteisest muidugi mitte ainult kolme keskse tunnuse alusel (formaad, struktuur, liigendatus). Ajalehe välimust defineerivad veel paljud iseloomulikud detailid, millest möödavaatamine lihtsustaks ajalehtede välimuse üldpilti liigselt. Et joonistada välja eesti ajalehtede välimuse muutumise pilt kogu selle mitmekesisuses, annan järgnevatel peatükkides detailsema ülevaate eesti kesksete ajalehtede välimusest. Ülevaade on esitatud siinses peatükis esile toodud perioodide kaupa ja perioodide sees üksikute parameetrite kaupa.

## T e ä d u s e d.

Saksamaal on ka Nardi kuul hirmsat weenunuse hädda ja dnetust olnud, mis sest tulnud, et maa siskendades monarhistaniise liikumist olnud, mis sest mäista, et kaenud ja hällikad wäga palju wet ülles-ja wälja teesid, ja jõe nenda paisusid, et erud ja maddalad maa tehjad, käit wec al oled seismas. Teewed mefomnad on äraaupund; küllad äraafadunud, ja inimeste ja ellajate pelest armamata rüpponded hukka sanud.

Narwast, sel 19ml Novembril. Kui sille kuu 7mal päwal se hirmus kange maru oli, mis meie maal, ni mitmes kõhhas, mända kah-ju teinud, ja meie kõhlist ja kuuljat Peterpurri sinna pea hopis olets äraafatund, kui ta kaemine olets mälland: siis nähti meil Narwas, sel kange tule puhumise ajal, immet, mis siin weel ümasti polle nähtud ega rüppele pandud. Kõrgis kaenudes rüüsi wesi, kihhises ja wylhises, kui olets temma, kemas olnud. Se im-me asji tähhendab ja nätab jebda, et süggawal maa sees, eht muus maa kohtades, mis meiet wägga kauget on, kange monarhistaniist olnud: ning, et muist iggafid, kui jebda on, su-red marud, wahhest weel müristamistega juh-tuwad ollema: siis sünid armota, et se maru, mis sel päwal oli, ja hukkamist Peterpurris teggi, monarhistaniist on tulnud, et meie sed-da käl mitte ommas kõhhas polle märfand.

**Näide 6.1. Raamatulik ajaleht 19. sajandi alguses**  
**Marahwa Näddala-Leht 14. jaan 1825: 10–11** (lehenumbri 2.–3. külg). Iseloomulik on lugude suvaline järjestus, sõrendatud tekstikirja kasutamine rubriiginimedes ja sõnumite alguse rõhutamiseks.

Allutoggu se-maal, sure mere räämast. Minneval suwvel oli räime kalla (Strohfling) meie merrest hopis äraafadunud, nenda, et ei meie rääma, ei fare, ega Some rääma mehed tedda polle püida ega nähhagi sanud. Nendaks on ka luggu lillarääme, mis märatumalt Tallinna räämas rääfaks; ega räämwode kogoniste püdmie ajal siina polle tulnud. Sebda ei tea kõigemõnnevad inimises mälestada, et jebda nenda olets olnud. Arwamad inimises, et se kallahagu meie merrest ära, ja sure mee-e läinud. Kui ta jebda teinud, siis wõiks olla, et ta merre pühjast siid teinud, et käl ehtwahhest jo kausgi jebdohagust liikumist olnud, mis, kuida kirjad, mis Narwast tulnud, jät kaenudes olnud, ütlenud ollewad.

Riast. Minneval aastal on meie sinna 99 laewa wõderalt mailt tulnud, ja 93 jät sinna läinud.

Koblenzi linnast Saksa-maal, kirjutakse, et sellamal ajal, mil meil se hirmus maru, ja Peterpurris se laur wecuputus oli, seal kõhhas kät jõe liaste paisumud; et wõit ellomajad ja hõned mer täis tulud; ta oli sealane järn, mis kausis suur, nenda tekind, et wec pind teeme siid kõrgemaks rääsunud.

Tarto-maal, Eestis kihhelfõnnas ja Kärf-na wäljas, suri minnema Martsi kuu 7mal pä-

nenda kõmra ja päst on seal rehhojuurdtega lübbikamand sibt. Kewwade on jubba natu- tute kerem torbada ja harrida. Ma on is- fenneseft ennamiht hea, liiwofeggane sawi oi ja mõnnes paisus 1½ jalga mušta mulda peal, mõnnes paisus ka paisjast 3 tolli; Eest- laste küllas ülleülse ½ jalga. Hea aastaga peab põld mõnnes paisus 15, teises 7 wiija olnud, ega ni süggusti aastaid on wäbbe ja faggendam neid, kus nappist semet kätte sawad, ja sähhärdusi on näud jubba 5 järgemda olnud. Semendaminne saab kewwade älle alla tehtud ja seilga peab põld rahhul ollema. Kats ja kolm aastat tehakse järge mdra sui-niisjo übbe täkfi peate. Ruffid ja odre tehakse wägga wäbbe, seft need lähwad warwolt torba ja neid ei küsfi kegi ohta. Arma on tatraid ja Xargi niisjo nähhä. „No siis flakse Samara- ras äna saia?“ — ütles mõnni. Eälfse jah, ega sure woenwaga; nad tullesid parrem meit male kaera kület söma. Duraia wiit, nago kartohwoid, kaapjad ic. on seal tundmatta oßi; ei lähhä torba. Weitfendweldis olleme 5. Ju- lil kirriflamba ardas 3 tolli kõrgusid kar- tohmil kaufusid näinud ja kaapjad oled oled kolmes lehtis. Tango on kalli hinna eest üffi liinades sada ja keit aiawilli müafse kato jär- rele. Eestlaete iggapäine toit on jahhopudro. Minnema talme oli hädda suur ja laenoti kono poleft 45 naela jahho ku seef inimisepe peate, ka sai igga perrewees kewwade ni mitto setweeti semet laenatud, kui tal hobbusid oli, mis ega süggise pärroft leikust peab taggasi makstud fama. Eslelligpäraft on minnema talme, kuida rahwas isef rääfid, tolm inni- meft nende seoft nägga äraofatund.“

Rob, kas tähme ta Samara saia söma?

(Näud poleft.)

## Sannumed ommalt maalft.

**Wernuft.** Wornist ja sojuft wolle meit siin mdra läinud päiwil mitte puwa olnud. Kaupdäw õie wosto pühhapäwa (8. 9. Oktbr.) murdis torm ka liina silu otjast täkfi ära ja olets merresse wiinud, kui mitte merre poolt laened pollets taggasi röhhunud. — Eht käl

teed wägga seppafed on, tullemad siisti maalft wiija ja liinasemne worid rohteste siise. Kauba hinnadest räägime jälle lõppetusise.

**Tartust.** Eäd, jänno weel küllast, ega õlut otjast! Tartus on „Wairi-õuõft“ pra- go laur puwas ja ractohhus lubba annud, et 23. Sept. kuni 15. Novembril sabis „Wairi-õuõft“ ka maalft ja teistest liinadest ilma otjita wõid siise roduw sada. Wõft on õlut wägga ju pärroft, eht tedda wägga kaefimiste olnud, et sähhärdune õnnetus tulnud! Rob, ega inimisesft maal ega teiste liinadest om- ma liigimeßi jännuse ei jätta.

Rahha-martide poleft on ka wõder ma- xide wastowõtminne Tartus ärafeidud; sed- da seftsi kaupa olla seal jubba liig paisjo. — Kus seft puwas on? Rahha enasti on wäbbe nähhä, ega jebda ennam paberri täkfi, mis rahha nimme kandwad. Saggedaste peab in- minenne nendega weel etterotama, et lapsfe kanni rahha oßemel ei sa.

**Riast.** Kindral-kubberneri herra on lub- ba annud, et Riama mdäniffud omma tän- namo aastafst kofortullemist ja nõu pidamist (Landtag) 21. Novembril Riia liinäs wõ- maw allastada.

**Peterburgist.** Keisri Herra on 1. Oktobril Peterburgist Polamale Wacrawi liina sõitnud, kuhhe Austria keiser ja Wreßfi walliteija prints temmale wõderak tullemad. Wernema saditud Pariisi ja Londoni liinast tullemad ta sena. Lafo Zummat nende jut- tud ja nõupidamisesfed keige rigi allamaste kaufuts tulla, se on meie sowiminne ja patce.

— Raudeed, kellest jubba „Postimeh- he“ eßimenne nummer räägib, on ka fia male hea täl eddasi läinud. 4000. werstast, mis 10 aasta seef piddi tehtud fama, on jubba 1220 wersta walimis; 580 wersta keige rahma sõita ning 640 wersta ailes ni paisjo, kui tee teggemisepe peale tarwis on.

— Peterburgi sure wäljafesdmisepe peal, mis 28. Sept. hakkas, on seftsemest seftsi oßjo nähhä: 1) püü-wiija seftsid; 2) jebdo-olla-

**Näide 6.2. Raamatulik ajaleht 19. sajandi keskel**

**Perno Postimees 19. okt 1860: 325** (ekskli- kult trükitud 323; lehenumbri 3. külg). Ise- loomulik on lugude lineaarne küljendamine veerust veergu, paksu kirja kasutamine rubriiginimede ladumiseks ja kohanime rõhu- tamiseks sõnumite alguses (mõnikord on seal lisaks ka sõrendatud kirjas märksõna; mõttekriips märgib korduvat kohanime).



## 6. RAAMATULIK AJALEHT. Eesti ajalehtede välimus kuni 1870. aastateni

Esimesed eestikeelsed ajalehed ilmuvad 19. sajandi esimesel veerandil, mil enamik eestlastest on pärisorised talupojad. Uus talurahvaseadus (Põhja-Eestis 1816, Lõuna-Eestis 1819) kaotab küll pärisorjuse ja annab talupojale vabaduse ning vallasvaraõiguse, kuid maa jääb endiselt mõisnike omandusse.

Selles situatsioonis ilmub kaks esimest eesti lehte: *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* (1806) ja *Marahwa Näddala-Leht* (1821–1823, 1825). Mõlema ilmumine jääb lühiajaliseks. *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* keelatakse ja konfiskeeritakse 1806. a lõpul. Otto Wilhelm Masingu toimetatud *Marahwa Näddala-Leht* jääb seisma kitsaste ühiskondlike olude tõttu: eestlaste lugemisharjumus on vähene ja lehe ostmiseks ei jätku raha (vt Tarto 1998; Peegel 1966; Peegel jt 1994).

Uute eestikeelsete ajalehtede asutamiseks Vene võimud järgnevatel aastakümnetel luba ei anna. Samas kerkib esile mitmeid estofiile-valgustajaid ja elavneb muude eestikeelsete trükiste avaldamine. Alates 1840. aastatest ilmub mitu ebaregulaarset eestikeelset jätkväljannet (*Leiwakorwikenne*, *Ma-ilm ja mõnda mis seal sees leida on* jm). Selge muutus tuleb 1850. aastate teisel poolel, kui pärast Nikolai I surma asub troonile Aleksander II, kes suhtub trükisõna avaldamisse mõnevõrra liberaalsemalt. 1855. a esitab Johann Voldemar Jannsen eesti ajalehe väljaandmistootluse kahe trükkali kaudu ja 1856. a lõpul saavad mõlemad ilmunisloa. Nii hakkab 1857. a suvel ilmuma kaks ajalehte korraga: *Perno Postimees* ja *Tal-lorahwa postimees*. See on järjepideva eestikeelse ajakirjanduse algus.

### RAAMISTIK

#### I. Ajalehtede maht ja ilmunissagedus

Esimeste eestikeelsete ajalehtede maht 19. sajandi alguses on stabiilne ja muutumatu. *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* lehenumbri maht on 500 cm<sup>2</sup> ja *Marahwa Näddala-Lehhe* u 900 cm<sup>2</sup> (joonis 4.2). Kui mõõta mahtu lehekülgedes, siis 1806. a on lehenumber neljaküljeline, 1820. aastatel kaheksaküljeline (joonis 4.1). Kui mõõta mahtu trükipoognates, siis 1806. a on lehenumbri maht veerand poognat, 1820. aastatel pool poognat.

Alates 1857. a on ajalehenumbri tavaline maht märgatavalt suurem – üks trükipoogen ehk pisut üle 0,25 m<sup>2</sup>. Lehenumbrid ei ole alati rangelt sama mahuga, lisaks kaheksaküljelistele numbritele ilmub üksikuid numbreid, mille maht on 10 või 12 külge. Kuna mahukam ajaleht ei mahu ühele trükipoognale, siis trükitakse sel juhul lisaks tavapärasele kaheksaküljelisele ajalehele sobivas formaadis lisapoogen. Nii ilmub kaheksat lehekülge (s.o üht trükipoognat) ületav leheosa eraldi voldituna (st lisapoognana) ja eraldi väikse päismikuga (*lissa-kirri* või *Lisaleht*). Enamasti sisaldab lisapoogen ainult kuulutusi. Seega suurendatakse üksikute lehenumbrite mahtu siis, kui kuulutusi (makstud materjali) on nii palju, et need ei mahu põhilehte ära.

Kokkuvõttes on esimeste eestikeelsete ajalehtede maht ette planeeritud ja suhteliselt muutumatu. Pole tähtis, et kogu olemasolev materjal käsilolevasse lehenumbrisse ära mahuks, vajadusel jäetakse lugusid pooleli ja jätkatakse järgmises numbris. Näiteks Otto Wilhelm Masing saadab oma *Marahwa Näddala-Lehte* tsenseerimiseks nn käsikirjavihikute kaupa, sageli mitu vihikut korraga. Pärast tsensuurist läbikäimist avaldatakse igas lehenumbris just nii palju materjali, kui kaheksale leheküljele mahub (vt Masing 1995–1997 3. kd: 123; vrdl TÜR KHO f 26 s 433 ja ilmunud lehenumbreid). 1825. a mais arvestab Masing,

et tal peaks olema tsenseerimiseks ette saadetud tekste üheksa-kümne nädala lehenumbrite jagu (Masing 1997: IV: 98). Kuna ajalehte sai tellida poole aasta või terve aasta kaupa, siis oli see igati loogiline lahendus puhuks, kui toimetajal oli lehetegemiseks vähe aega. Ajaleht on sel perioodil vormiliselt aastaraamat, mis ilmus vihkudena kord nädalas.

**Ilmumissagedus nädalas ja aastas.** Esimesed eesti ajalehed on nädalalehed, tavaliselt ilmub neid 52 numbrit aastas. Aasta lõpus avaldatakse aastakäigu tiitelleht ja sisukord, mis annab ülevaate, missugused rubriigid ja pikemad lood on ilmunud millises lehenumbris. Alates 1821. a nummerdatakse ajalehtede leheküljed aastakäikude kaupa (1806. a lehes on leheküljed nummerdamata). 1821. a *Marahwa Näddala-Leht* avaldab aasta lõpuks ka aastakäigu trükivigade loetelu (11 lk).

Nii et hoolimata ilmumisest kord nädalas esitletakse esimesi eestikeelseid ajalehti pigem uudislike (aasta)raamatutena, mida avaldatakse jaokaupa, nelja- või kaheksaküljeliste vihkudena. Eeldatakse, et lugeja köidab aastakäigu lehenumbrid kokku, loeb neid ja säilitab nagu raamatut. Müümata jäänud numbrid köitis väljaandja aastakäikude kaupa kokku ja müüs neid odavamaga. Näiteks Masingu *Marahwa Näddala-Lehhe* köidetud aastakäike müüdi peaaegu 20 aastat pärast lehe ilmumist, veel mitu põlvkonda luges seda kui rahvaraamatut (Peegel jt 1994: 64, 75).

## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

19. sajandi alguse esimeste eesti ajalehtede formaat on samasugune nagu tollastel rahvaraamatutel (A5 formaadist pisut väiksem; joonis 4.1). Seda formaati on nimetatud oktaavformaadiks (nt Peegel jt 1994: 58, 64), kuid see on üsna ebatäpne termin.

19. sajandil ja 20. sajandi alguses sõltub ajalehe formaat kasutatava paberipoogna suurus ja sellest, mitu korda poogen kokku murtakse. Eesti ajalehed kasutavad samu formaate (ja formaadinimetusi) kui tollased raamatud. Formaadinimetused märgivad, mitu lehte saab ühest paberipoognast. Oktaavformaat saadakse paberipoognast kolm korda kokku murdes, ühest poognast saab kaheksa lehte ehk 16 lehekülge. Kvartformaat saadakse poognast kaks korda kokku murdes, ühest poognast saab neli lehte ehk 8 lehekülge. Foolioformaat saadakse poognast üks kord kokku murdes, ühest poognast saab kaks lehte ehk 4 lehekülge. Need nimetused märgivad formaadi suurust üsna ebatäpselt, sest lähtuvad poognast saadud lehtede arvust, mitte poogna suuruselt. Lisaks pole 19. sajandil paberipoognate suurused veel standardiseeritud. Nii ongi nii *Tarto maa rahwa Näddali-Lehte* (1806) kui ka *Marahwa Näddala-Lehte* (1821–1825) nimetatud oktaavformaadis ajalehtedeks (nt Peegel jt 1994: 58, 64), kuigi nende leheküljesuurus erineb umbes veerandi võrra (trükipinnad 135 cm<sup>2</sup> ja 105–110 cm<sup>2</sup>).

Ilmselt valitakse 19. sajandi alguses ajalehtede trükkimiseks paberipoogna suurus ja seega ka ajalehe formaat lähtudes lehe planeeritud mahust (neli külge või kaheksa külge). Näiteks saksakeelne ajaleht *Dörptsche Zeitung*, mida trükitakse 1806. a eestikeelse *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhega* samas trükikojas ja kust võetakse hulgaliselt materjali eestikeelses lehes avaldamiseks (Tarto 1998: 13), on formaadilt *Tarto maa rahwa Näddali-Lehest* peaaegu kaks korda suurem (trükipind 18 x 14,1 cm = 254 cm<sup>2</sup>).

19. sajandi alguse ajalehtedes on tekst laotud ühes veerus. Olenevalt lehe formaadist on veeru laius 7,7 või 9 cm.

1857. a, pärast rohkem kui 30-aastast vahet eestikeelsete ajalehtede ilmumises, hakkavad eesti lehed ilmuma suuremas, kvartformaadis (u A4). Nüüd laotakse tekst kahes veerus, veerulaius on u 7,5 cm.

### 3. Ajalehenumbri struktuur

Esimesed eestikeelsed ajalehed sisaldavad peamiselt õpetlikke, harivaid, populaarteaduslikke kirjutisi ja teistest ajalehtedest refereeritud uudiseid. *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* ongi valdavalt tõkeline väljaanne, mis refereerib baltiksaksa ja vene lehti. Avaldatakse välisuudiseid ja uudiseid Venemaalt, ilukirjanduslikke palu, nõuandeid ja õpetusi, statistilisi ülevaateid (Tarto 1998: 13). Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes* on esiplaanil õpetlikvalgustuslikud teemad (haridus, majandus, ajalugu, loodusteadused ja tehnika, tervis). Siin ilmuvad ka esimesed lühikesed raamatutsensioonid.

19. sajandi keskel muutub lehtede temaatika mitmekesisemaks. Kodumaised uudised räägivad keisrikoja sündmustest, õnnetustest ja kuritöödest, ilmastikust, kiriklikest sündmustest, koolielust. Välisuudistes kirjutatakse valitsejate elust, riikide suhetest, erakordsetest ja kurioosetest sündmustest ning õnnetustest, teaduse- ja tehnikasaavutustest (Peegel jt 1994: 95–97). Lisandub uusi info-elemente: kaubahindade tabelid, 1865. a loosivõitude tabelid (*Perno Postimees* 21. juulil 1865); 1870. a telegraafi teel saadud uudised rubriigis “Telegrahwi sõnumed (Depeschen)” (*Perno Postimehes*) või “Telegrammid” (*Eesti Postimehes*)<sup>[1]</sup> ja väärtpaberite hinnad “Intressi pabberid”, 1875. a “Kiriko-sõnumed” (ristitute, laulatute ja surnute loetelu; nt *Perno Postimees* 13. juuni 1875). 1867. a avaldab *Eesti Postimees* kirjanduskriitikat rubriigis “Mõnnest uest ramatust” (Nigol 1968: 39/40).

Lehtede esmase sisu määratleb toimetajate arusaam eesti ajakirjanduse rahvahariduslikust funktsioonist. Oma piirangud seab ka tsensuur, näiteks pole lubatud avaldada arvamulusid (juhtkirju jms) (Peegel jt 1994: 93).

Kui vaadata lehtede sisu lehenumbrite kaupa, siis 19. sajandi alguses on sisu suhteliselt juhuslik ja ebajärjekindel. Mõnes numbris võib ilmuda 16 teksti (kõik uudised), mõnes üksainus (osa pikemast järjeloost, mida pannakse lehte vastavalt sellele, kui palju leheruumi on). Lugude arvu suure kõikumise tõttu muutub suurtes piirides ka lugude maht. See näitab, et ajalehtede sisu ei ole kavakindlalt numberhaaval planeeritud, eesti lehtedes ilmuvad lood, mis toimetajad parasjagu kätte on saanud või ise kirjutanud ja mida nad eesti talupojale lugemiseks sobilikuks peavad. Eelkõige on ebaühtlane just uudiste avaldamine, sest postiolud on viletsad (muukeelsed lehed, kust materjali võtta, ei jõua alati regulaarselt lehetoimetajateni) ning lehtedel on väga vähe kaastöölisi.<sup>[2]</sup>

Johann Voldemar Jannseni ajalehed (*Perno Postimees* ja *Eesti Postimees*) on esimesed, mille sisu on kavakindlam, igast numbrist leiab uudiseid kodu- ja välismaalt, pikema artikli ja kuulutusi. Koos järjekindlana sisuga kasvab 1860. aastatel ka uudiste osakaal ajalehes. Siinses kontentanalüüsis peegeldab seda tendentsi hästi kaks parameetrit. Esiteks, lood lühenevad: 1860. a on loo keskmine maht 138 cm<sup>2</sup>; 1865 – 82 cm<sup>2</sup>, 1870 – 86 cm<sup>2</sup> (joonis 4.10). Kui arvutada need mahud ümber 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis on 1860. a loo keskmine pikkus 32 cm, hiljem 19–20 cm. Teiseks, pealkirjastatud lugude osakaal väheneb: 1860. a on pealkirjastatud 17% lugudest, 1865 – 4%, 1870 – 7% (joonis

[1] *Eesti Postimehes* esmakordselt 22. juulil 1870, *Perno Postimehes* nädal hiljem. Esimesed telegrammid toovad teateid Preisi–Prantsuse sõjast, kuupäevad uhkelt iga paarirealise uudise alguses.

[2] Heaks allikaks esimeste eesti ajalehede tegemise praktika kohta on Masingu kirjad Rosenplänterile (Masing 1995–1997) ja Tallorahwa *postimees* 1859. Näiteks Tallorahwa *postimehe* toimetaja Körber peab ühe lehenumbri jaoks saatma viis (kirja)poognat teksti (*Tallorahwa postimees* 27. nov 1859: 378) ja sageli täidab ta seda mahtu kirjeldustega oma raskest lehetööst, mida takistavad ajannappus, halvad postiolud (saksakeelsed ajalehed, kust ta uudiseid võtab, tikuvad hilinema ja kaduma minema), reisid ja Tartusse-kolimine, sugulaste külaskäigud jm (vt nt nr 12: 91; 13: 97–99; 17: 129; 18: 137; 33: 260; 34: 263). Kui Körberil pole aega lehega tegelda, saadab ta trükikotta varemkirjutatud tekste, mis on seisnud kuid ja isegi aastaid.

4.14). See näitab uudiste osakaalu kasvu, kuna tol ajal pealkirjastatakse ainult pikki, mitte-uudislikke lugusid.

**Sisu esitamine.** Esimestes eesti ajalehtedes puudub kindel temaatiline järjestus. Lehenumber võib alata pikema populaarteadusliku looga või uudistega või ametliku kuulutusega (nt *Marahwa Näddala-Leht* 19. okt 1821 pearaha maksmisest). Kui eelmises numbris on lugu või uudisterubriik pooleli jäänud, siis tavaliselt algab uus number sellega. Seega peegeldab esimeste ajalehtede lugude järjestus vahetult toimetaja tööjärge, trükikojas tekste ümber ei järjestata, vaid avaldatakse selles järjekorras, nagu toimetaja on nad kirja pannud ja trükikotta andnud (vrld *Marahwa Näddala-Lehhe* käsikirja TÜR KHO f 26 s 433 ja ilmunud lehenumbreid).

Masingu *Marahwa Näddala-Leht* kasutab sisu liigendamiseks ja esitlemiseks ka paari rubriiginime: “Teädused” märgib uudiseid ja “Teädaandmine” kuulutust.<sup>[3]</sup> Rubriiginimede kasutamisega süstematiseerimine esialgu piirubki, numbri struktuuri pole vastavalt rubriiginimedele muudetud. See tähendab, et kõik uudislood lehenumbris pole koondatud kokku ühte “Teäduste” rubriiki, vaid osa neist võib ilmuda numbri lõpus ilma sildistamata (nt *Marahwa Näddala-Leht* 19. okt 1821). Segamini on uudislood Eestist ja kaugemalt, ilmselt vastavalt sellele, mis järjestuses toimetaja nad käsikirja on kirja pannud (vt näide 6.1). Silt “Teädaandmine” ei ühenda kõiki kuulutusi, vaid kordub iga kuulutuse alguses (nt 20. apr 1821: 128 kaks korda samal leheküljel).

1825. aastaks on süstematiseerimine sedavõrd edenenud, et uudised ja kuulutused koondatakse lehenumbris üheks rubriigiks kokku. Kui valmislaotud uudised numbrisse ära ei mahu, laotakse lehenumbri lõppu märkus “(Jäeb polele.)” ja rubriik jätkub järgmises lehenumbris sildiga “Teädused. // (Mis Nr. 2. polele jäi.)”.

Masingu lehest 32 aastat hiljem iluma hakkavas *Perno Postimehhes* koostab ja järjestab Jannsen lehenumbreid juba süstemaatilisemalt. Number algab uudistega, mis on jagatud kaheks geograafilis-poliitiliseks rubriigiks: “Sannumed ommalt maalt” (st Vene riigist) ja “Sannumed wõeralt maalt” (st välismaalt). Neile järgneb pikem lugu (nt populaarteaduslik, praktilised õpetused põllupidamisest). Mõnikord ilmub seejärel veel üks uudisterubriik (nt “Jutto jätkud”, “Mõnnesuggused sannumed”, “Uuemad sõnnumed”). Number lõpeb kuulutustega. Mõnikord ilmuvad nende järel pisiinforubriigid “Kauba hinnad”, “Postimehhe kirjavastused” vms.

1865. aastaks on pikem lugu tõstetud numbri algusse, lisandunud on uusi inforubriike. Võib öelda, et selleks ajaks on raamatuliku ajalehe struktuur välja kujunenud. Lehenumber jaotub kolme sisulisse ossa, neile lisandub esitlev tiitliosa ja kirjavastuste rubriik.

**0. Tiitliosa.** Esikülje tipus asub tiitlipildiga kaunistatud päismik ja selle all sisukord (“Ses lehhes seisab”, “Register” või “Sissekord”), mis loetleb pealkirjad, rubriiginimed ja lugude alguses olevad märksõnad selles järjestuses, nagu need lehes ilmuvad.

**1. Põhilugu.** Lehenumber algab õpetlik-manitseva või valgustuslik-populaarteadusliku pikema artikliga (sellest areneb hiljem juhtkiri).

**2. Uudisteosa** järgneb algusartiklile ja jaotub kaheks: põhiuudised ja täiteks juurde lisatud uudised.

Põhiuudised ilmuvad kahes rubriigis ja on järjestatud geograafilis-poliitiliselt, alustades lähemalt ja liikudes üha kaugemale. Uudiste alguspunkt on kummaski rubriigis erinev. Esmalt esitatakse Vene riigi uudised (rubriik “Ommalt maalt” vms), alustades lehe ilmumiskohast (Pärnu või Tartu, seejärel Liivimaa, Eesti, Venemaa lääneosa, idaosa). Seejärel

[3] Harvem ja juhuslikumalt kasutatakse silte “Mõistatus” või “Sõnnamõistatus” ja “Turro hinnad” või “Turrohind”.

esitatakse välisuudised (rubriik “Wöeralt maalt” vms), alustades Vene riigi pealinnadest (esimalt Euroopa, siis Aasia, Aafrika, Ameerika). Seega näiteks uudised Skandinaavia riikidest ilmuvad lehenumbris pärast Kesk-Euroopa uudiseid.

Uudiste geograafilisel liigendamisel lähtutakse uudise allika asukohast, mitte sündmuse toimumiskohast. Näiteks *Perno Postimehhes* on 27. juulil 1860 Saksamaa-uudiste seas teated Vene keisri ema 62. sünnipäevast (sest ta oli sünnipäeva ajal Saksamaal ja ilmselt pärineb info mõnest Saksa lehest) ja uudis “Borneo missioonäri waesed lapsed” (sest kirjutatakse Saksa misjonärist ja ilmselt pärineb info mõnest Saksa lehest).

Põhiliste uudisterubriikide järel ilmuvad lisauudisterubriigid (“Uemad sõnnumed”, “Mõnnesuggused sõnnumed”, “Aeawiteks”, “Lissa”, “Telegrahwi sõnnumed (Depeschen)” või “Telegrammid”). Mõnikord ilmub ühes lehenumbris mitu lisauudiste rubriiki.

Uudiste selline jaotamine on ilmselt tingitud tollasest tööprotsessist. Võib arvata, et kui esialgu laduda antud materjal ei täitnud lehenumbrit ära (sest kuulutuste maht ei ole kõigis numbrites ühesugune) või on osa sellest välja tsenseeritud, siis pannakse ruumitäiteks põhiuudiste lõppu lisaks teistest lehtedest võetud uudiseid ja telegraafiuudiseid (alates 1870. a). Seega hilisem materjal lisatakse varasema lõppu, mitte vahele sobivasse rubriiki.

Toimetuse materjali lõpus ilmuvad mõnikord ka üksikud temaatilised rubriigid (“Kirjavastused”, raamatututvustused). Kuna neid rubriike on vähe, maht väike ja enamik neist ilmub juhuslikult, siis pole veel põhjust pidada neid omaette leheosaks.

**3. Kaubanduslik-majanduslik osa** järgneb uudisteosale ja jaotub samuti kaheks. Esimalt ilmuvad kuulutused (ja üksikud esimesed reklaamid), nende järel pisiinforubriigid: “Kauba hinnad”, “Intressi pabberid”, “Rahha wõidude numred” (s.o loterii võidunumbrid).

1870. aastate alguses pööratakse selle osa järjestus vastupidiseks: toimetaja kogutud pisiinfo tõstetakse kuulutuste ette toimetuse materjali lõppu, kuulutused paigutatakse lehenumbri lõppu. Tollasest tööprotsessist lähtudes võib oletada, et kuulutused ‘algavad’ lehenumbri lõpus (viimase lehekülje alaservas) ja neid paigutatakse leheküljel järjest ülespoole ja lehenumbris järjest ettepoole.

#### 4. Kuulutused ja reklaam

18. sajandi saksa ajalehtedes võtsid kuulutused enda alla umbes 5% lehtede mahust. Äri tehti enamasti silmast silma, reklaam oli suuline. 19. sajandi teisel poolel koos kapitali kontsentreerumisega kasvab kuulutuste ja reklaami osakaal ajalehtedes järsult (Habermas 2001: 252). Sajandi lõpus saavad kuulutused ja reklaam ajalehtede kõige olulisemaks sissetulekuallikaks (vt andmeid USA lehtede kohta Schudson 1978: 206).

Esimestes eestikeelsetes ajalehtedes on kuulutuste ja reklaami osakaal samuti väike ja enamasti pole tegemist kommertskuulutustega, vaid pigem võimude teadaannetega. Juba esimeses eestikeelses ajalehes *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* ilmuvad mõned sellised tekstid: märtsis annab kihelkonnakohtunik Ungern Sternberg teada kohtupidamise ajad ja augustis otsitakse taga Rõngu kihelkonnast põgenenud talupoega Johanni (*Tarto maa rahwa Näddali-Leht* 28. märts 1806 ja 15. aug 1806). Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes* ilmub kuulutus juba regulaarsemalt, aga veel mitte igas lehenumbris. Lisaks ametlikele kuulutustele ilmub nüüd ka ärikuulutusi (raamatute müük, kinnisvara rent või müük, tööpakkumised).

1850. aastate lõpus ilmuma hakkavad eesti ajalehed avaldavad kuulutusi järjekindlalt igas lehenumbris. 1860. a võtavad need keskmiselt 6% lehe mahust, viis aastat hiljem 15%. Sellele tasemele jääb kuulutuste osakaal 1870. aastate lõpuni (joonis 4.2).

Esiialgu pannakse kuulutused lehenumbri lõppu. Vaid omakuulutused, milles väljaandja-toimetaja reklaamib enda (või tsensori) väljaandeid, tõstetakse üldisest kuulutustevoost eral-

392

Berno politsei lohus annab teeläbi teada, et see iga aasta peetakse jõulu, hobuste, veiste ja fauba laad, see aasta 15. ja 16. Detsembril, Nleije allemis, mana lastawa loha pool laad perinud. Bernus, politsei lohus, 4. Detsembril 1876. Politsei peawõnner Oroot.

N. 1759. Sekretär C. v. der Borq. 1

**Vrii tulekustutaja selts IV. jago.**  
Rühopäimäl, 7. Detsembril pärast lõunat kell 2, **õpimine.**  
Kommandeur.

**Moskwa tulekassa selts, kelle**  
põhjus kapital **2,000,000 rubla,**  
tagawara kapital **200,000 rubla,**  
wõtab nii hästi liitumat kui liitumata wõra tulekajajate juurde peate wõsta, Bernus oma wõlutud ogeeni eht tallaja läbi

**O. Sõõke. 4**  
Zammiste mõlla tarmitakse puurajajaid ja antakse jälle roimuse eest 60 kop. Puu rajajad wõinaw föil see talme tööd laada.

**Wõifamaliitfus. 5**  
Üht head fofka naesterahwaid ja taoläbratut, kes ta fufka teelt mõistwad ja felleid head tunnistajad ettenäitaw, tarwitaw Bernus linna puumeister

**N. Oulfe. 3**  
Käpeld, kes maalt linna footi tulewad, wõinaw head passide fortret laada Bernus froomu jaba magafini wõsta, tistlermeister **A m e n d e** majas.



Wäga hästi teinud **puusfargid**, laad luuride, on alati walmis, niidähti ajäste teinud, fuf ta frite maefima rahwale faaba, ja faawad oboomalt teijajale wõne tunni pärast fätte antud, tistlermeister **C. S. Dunkel** läbi, Tallinnas, piffa ulitsas, N. 116, froomu jahumagafini wõsta.

Wino maja, mis Nleije allemis, faure fika otias, nimetud: **Suure silla trafter**, on 1. Jaanuarist faabit 1876, wendi peale faaba.

**J. Abler. 3**

Wino trafter, linna fess, mino omas majas, on 1. Jaanuarist faabit 1876 üüri peale faaba. Kähemat tääwust faab mino fauba majast.

**Geinr. Wils. 2**

**Õmbluse masinad**  
pakkub mitme aastase wastamife al mia Bernus

**Th. G. Braeter.**  
Wäl on tahtmine oma teist maja, kõige fõrwalitse boonete ja ajapattajaga fuf ääri peale antu eht ta aruamla. Weija on Berno-Wia allemis M. Martialis, Karaleil ulitsas ja wäga omare förti pidamifets, mis tarbets fa fohtu poolst luba antud. Niidähti ääri fuf müüma hinna poolst faab minu föst otist.

**Wißfel Ara. 1**  
Kõige Grotimaa rüfepa, fingskapa ja faabulirapade tohawa minna üls saar fõna rüfida. Braetgo nimetud ametiweib elawad föil oma näpuga töök ja see fõnmid weib selle alle järelmõtlema, fufda meie lähema aegaga rohtem töök mõitfime walmis teha.

**Geil. 1** See oma näpuga töök elab, ei wot'ee mitte üks föil alla, fuf tema ähe föhe fäämra pifake õmbluse ähe wexand tunni woi ähe minutiga walmis õmblab, ja nii fuur on see faia, mis õmbluse masinad meile pakuwad. Et fül üts mitfuguse walt 50 ja 100 rubla wõel waltib, on omette fufatut rahwast mõlia aruand, et tema ennast poole antaga aruamafid. See fõne ei ole mitte üks fufi jut, tulge aga fia, wõwabate ja fofefe ifi, fül teie oma fõm füs õppetab ja töt tunnistab. Wino juures on faaba Singeri masinad ja ta teistest wõbrifatef.

Wino pood on Tallinnas piffa jalla al.

**Eduard Johannfon. \***  
Roonga mõlla pärast **Ohama Forts** on wendi peale faaba. Kähemat tääwust faab mõitfimalitfufe fäet.

Wõõda läinud reede õhtul on üks mõtti leitud, mis föeter Korwensjoni juuref woi fätte faaba.

Üts müeta ja walgel lappiline, müeta förmadega ja libeda farmaga fuur täis fõm linna foer, fõttor nimt, on mõõda läinud laupäimäl aruafõnuud. See fõl fõeralt Nleije allemis, W. Su'f'i juure telget tääwust teab anta eht feba fenna wib, faab 3 rubla wõema palka.

Geinri poolst lubatud. Nigad, 24. Novemberil 1876. — Trükk P. H. Born. — Wastaja Redaktor: G. J. Korwensfon.

### Näide 6.3. Kuulutuste kujundus 1860.–1870. aastatel

**Perno Postimees** 5. dets 1875: 392 (lehenumbri 8. külg). Iseloomulik on märksõnade tüpograafiline rõhutamine ja temaatiliste puugravüüride kasutamine (nt maja majamüügikuulutuses, koeraraostamis-kuulutuses).

di lehenumbri algusse või keskele. Ka hilisemates ajalehtedes on tavaline, et oma ajalehe tellimiskuulutused asuvad lehenumbri alguses.

1850.–1860. aastatel paigutatakse kuulutused endiselt lehenumbri lõppu, aga kuulutuste järel ilmub veel ka majanduslikku pisiinfot (peamiselt tabel “Kauba hinnad”, hiljem ka väärtpaberite hinnad tabelis “Intressi pabberid”). 1870. aastate alguses tõstetakse majanduslik pisiinfo kuulutuste ette, toimetuse materjali lõppu ja seega jaotub nüüd leht kaheks selgeks osaks: alguses toimetuse materjal, lõpus kuulutused.

**Kujundus.** *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhes* 1806 ei erine kuulutused muudest tekstidest väliselt mitte mingil moel. Ka Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes* on kuulutused kujundatud toimetuse tekstidega identselt, ainult kuulutuse algusse on laotud sõrendatud kirjas silt “Teädaandmine” (< sks *Bekanntmachung*).

1850. aastate lõpu lehtedes on kuulutused varasemast juba pisut erineva välimusega, kujundatud toimetuse materjalist liigendatumalt, kontrastsemalt ja visuaalsemalt (vt näide 6.3). Kuulutused on üksteisest eraldatud horisontaalsete joontega, kasutatakse üksikuid suuremas paksus kirjas pealkirju-märksõnu (nt kuultus pealkirjaga “10 rubla leido” pakub leiutasu rahakoti leidjale – *Perno Postimees* 19. okt 1860). Kuulutustele lisatakse väikseid pidevalt korduvaid puugravüüre, mis markeerivad kuulutuse teemat. Kõige levinumad on näpuga näitavad käed, majad (majamüügi kuulutustes), hobune (hobusemüügi kuulutustes), hobune ja teda päitsetest talutav mees (hobusevarguse kuulutustes), laev (laevaliinide kuulutustes, nt *Perno Postimees* 20. mai 1870), kirst (tistlerite kuulutustes), õmblusmasin. Surmakuulutused raamitakse jämeda musta raamiga (*Perno Postimees* 28. apr 1865). 1870.

aastatel hakkab ilmuma üksikuid kaheveerulisi (st leheküljelaiusi) kuulutusi, algul oma lehe reklaamimiseks.

Rahvusvahelises võrdluses sarnaneb eesti ajalehekuulutuste esmaste välimusjoonte väljakujunemine vene ja angloameerika lehtede kuulutustele (Kisselev 1990: 50–52, 101; Barnhurst & Nerone 2001: 85–95). Sarnane on just suuremate märksõnade ja temaatiliste puugravüüride kasutamine. Eesti lehtede kuulutuste kujundusmallid on pärit muidugi lähemalt, need võetakse üle kaasaegsetest baltisaksa lehtedest. Näiteks 1850. aastate lõpus kasutavad *Postimehhed* üksikutes kuulutustes suuremas kirjas pealkirju ja pisipilte ning täpselt samamoodi kujundatakse kuulutusi ka *Dörptsche Zeitung* vastavates aastakäikudes. Ka lugejatele selgitatakse kuulutamise põhimõtteid just baltisaksa lehtede eeskujuga (nt “Kolm korda kuulutada lasta on saksa seitungide sees wanna pruuk.” – *Perno Postimees* 13. jaan 1860: 10).

## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

**Lugude hulk ja pikkus.** Esimestes eesti ajalehtedes ilmub keskmiselt 5–7 lugu ühes lehenumbris (joonis 4.9). Lugude arv varieerub tugevalt, ühes numbris võib ilmuda ainult üks lugu, aga võib ilmuda ka üle kümne loo. Eelkõige sõltub lugude arv sellest, kui palju on lehes uudiseid. Kui toimetaja ei leia teistest lehtedest talumehele kohast infot, kui ajalehed on postis kaduma läinud (muukeelsed lehed, kust eesti lehtedesse materjali võtta) või kirjasaatjad pole sõnumeid saatnud (Masingu lehe puhul), siis on uudiseid vähe ja toimetaja täidab lehte ajatumate lugudega, mis on pikemad.

19. sajandi keskel on lugude hulk lehenumbris kasvanud, kuna lehenumbri maht on varasemast suurem. Ka on lugude arv muutunud stabiilsemaks. 1860. a ilmub lehenumbris keskmiselt 15 lugu, edaspidi lugude hulk kasvab ja kümme aastat hiljem on lehenumbris lugusid peaaegu kaks korda rohkem (28 tk).

1875. a on lugusid lehenumbris varasemast keskmiselt vähem (19 tk) ja see on seotud valimisse võetud lehtede sisu erinevusega. *Perno Postimees* avaldab kõster Lorenzsonni toimetamisel üheülbalisemat materjali: lehes ilmub varasemast vähem ja pikemaid lugusid, kuna kirjasaatjate (ja seega ka uudiste) hulk on vähenenud. Lisaks on valimis äsja ilmuma hakanud *Ristirahwa pühhapäwa leht*, mis pole segasisuline nädalaleht, vaid pastorite leht, mis avaldab jutlusi ja selgitab pühakirja, uudiseid ilmub vähe, seetõttu on lehenumbris keskmiselt 13 lugu (teistes uuritud lehtedes 22 lugu).

Lugude keskmine maht kõigub esimestes eestikeelsetes ajalehtedes väga laiades piirides (joonis 4.10). *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhes* on lugude keskmine maht 52 cm<sup>2</sup>, aga järgmistes eesti lehtedes üle kahe korra rohkem. Nii toob lugude suurem maht esile populaarteaduslikud ja õpetlikud lehed, kus ilmub vähem uudiseid: *Marahwa Näddala-Leht*, *Tallo-rahwa postimees* ja *Perno Postimees* 1860. a. Kui teisendada lugude keskmised mahud 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis on nendes lehtedes lugude keskmine pikkus 25–30 vcm.

1860. aastatel ja 1870. aastate alguses ilmub uudiseid rohkem ja lugude keskmine pikkus väheneb 20 vcm peale. 1875. a on lugude keskmine pikkus suurem (28 vcm) seetõttu, et valimisse tuleb *Ristirahwa pühhapäwa leht* (selle lugude pikkus on keskmiselt 42 vcm).

Lugude arvu kasv ja lugude lühenemine ei tähenda, et ajalehe liigendatus oleks märgatavalt kasvanud. Põhjuseks on see, et ühes rubriigis ilmuvad lood ühendatakse endiselt üheks narratiiviks. Vormiliselt näeb rubriik välja nagu üks pikk lugu, kus üksikud uudised on eraldi lõikudes, algust märkimas paksus või sõrendatud kirjas märksõnad (vt näide 6.2). Sageli algavad rubriigid ja lood mõne kommenteeriva lausega, mis eri tekstid tervikuks

ühendab ja vajadusel märgib, et toimetaja refereerib teiste kirjutatut. Näiteks *Perno Postimehhe* rubriik “Sannumed wöeralt maalt” algab 13. jaan 1860 nii: “Üleültse on wöerama asjad sel nädalal, nago minnewal nädalal ollid; polle weel paljo eddasi egga taggasi läinud. Rägime siis lühhidelt ni paljo, kui räkida on.”

Kõige rohkem kasutatakse sellist sidumist *Tallorahwa postimehhes*, kus on vähe rubriiginimesid. Toimetaja kirjutab lugude vahel ka lugude päritolust, oma tööst ja perekonnaelust. Näiteks lõpeb uudis Paistu kiriku torniehitusest lausega “Muud kõnnet ommalt maalt jätan teiseks kõrraks, agga kule nüüd jälle eddasi **maarahwa luggu wannast aiast sadik.**” See paksus kirjas lauseosa (ilma mingi vaheta) ongi pealkirja aseaine ja üleminek ühe loo juurest teise juurde (*Tallorahwa postimees* 21. veebr 1858).

**Teksti tüpograafia.** Nagu kõik tollased baltisaksa ja eesti trükised, laotakse ka eesti ajalehed fraktuuris, mis on gooti kirjade üks alamrass. Gooti kirjad olid esimesed Euroopa trükikirjad. Juba renessansiajal võeti suures osas Euroopast gooti kirjade asemel kasutusele antiikvakirjad. Gooti kirjad jäid kasutusele Saksamaal ja Skandinaavias (Updike 1962; Barnhurst 1994: 122; Chappell & Bringhurst 1999; Bringhurst 2004: 266; Meggs & Purvis 2006; Dodd 2006: 18–21) ning selle mõjul ka Eestis. Nii seob fraktuur Eesti trükiväljaanded otsest saksa kultuuriruumiga.

Esimeste eesti ajalehtede tekstikirja suurus on 12p (nagu ka tollastes rahvaraamatutes ja kalendrites), st 10 veerusementritele mahub 23 tekstirida (reakõrgus 12p; vt joonis 4.12). See kirjasuurus on olnud universaalne eri riikide esimestele ajalehtedele, mis on alustanud ilmumist eri sajanditel. Selles kirjasuuruses alustasid 17.–18. sajandil ilmumist vene ja baltisaksa ajalehed, briti ja angloameerika ajalehed. Mõne aja pärast hakkasid kõik kasutama väiksemaid kirjasuursi (Kisselev 1990: 27–28, 36–37; Hutt 1973: 15, 23). Ka baltisaksa lehed kasutavad esimese eesti ajalehe ilmumise ajal juba väiksemat, 10p tekstikirja. Seega ühendab kirjasuurus eri riikide esimesed ajalehed raamatulikku traditsiooni.

Esialgu on toimetajatel raskusi sobiva hulga materjali leidmisega eesti ajalehtede jaoks ja nii muudetakse 19. sajandi alguse lehtedes teksti reavahe suurust tekstide mahu reguleerimiseks. *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhes* tihendatakse paaril korral teksti reavahet, et lugu lehenumbriisse ära mahutada (nt 1. märts 1806: 4). Ka Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes* kõigub 1821. a kirja tihedus väga laiades piirides (18–24 rida 10 vcm peal), mõni number on tervenisti harvendatud reavahedega või ülisuure tühja ruumiga lugude vahel (nt 18. mai 1821). 1825. aastaks on reavahe kõikumist vähendatud ja 10 veerusementritele pannakse 23–24 rida teksti.<sup>[4]</sup>

1850. aastate lõpu *Postimeestes* varieeritakse tekstikirja juba sisust lähtudes. Lisaks tavapärasele 12p kirjale kasutatakse nüüd ka väiksemat ja tihedamat tekstikirja (10/10p ehk 28 rida 10 vcm peal). Selles laotakse kirjavastused, kaubahinnad jm pisiinfo. Seega kasutatakse tekstikirja suurust info hierarhiseerimiseks. Materjali mahtu suudetakse ilmselt täpsemalt planeerida, sest ridu enam ei harvendata.

1870. aastate alguses lisatekstikirja vähendatakse ja tihendatakse. Kasutusele võetakse 8/8p kiri (33–34 rida 10 vcm peal), selles laotakse varasem 10p materjal (kirjavastused jm pisiinfo). Väiksemas kirjas (10/10p ehk 28 rida 10 vcm peal) hakatakse regulaarselt laduma ka üksikuid lugusid. Kui varem oli väiksemat kirja kasutatud väga harva erandina selleks, et mõni pikem lugu ilmtingimata lehte ära mahutada (nt toimetaja Willigerode tekst “Tallorahwa postimehhe kirri R..... linna O... I.....le.” *Tallorahwa postimehhes* 21. veebr 1858: 265–268), siis nüüd ilmuvad *Eesti Postimehes* regulaarselt väiksemas kirjas toimetaja vaid-

[4] Toimetaja Masing selgitab seda trükkali kasuahnusega ja trükikoja vahetamisega: “[1821. a lehte trükkinud Schünmann] valdab meisterlikult kunsti asju nõnda venitada ning pikaks vedada, et poognaid juurde tuleb.” (Masing 1995–1997 3. kd: 122).



lused teiste lehtedega, raamatuarvustused jm arvamused lood. 1880. a laotakse rubriik “Sakala” tülinurk” isegi 8/8p kirjas.

**Autorinimi.** Lugude autoreid esimestes eesti ajalehtedes ei märgita (vt ka Meiner 1932; Kahu 1987). Enamik tekstidest on toimetaja enda kirjutatud, kaastööliste tekstidele tavaliselt autorinime ei lisata. Pikemate ja kaugemate kaastööde puhul viidatakse autorile sissejuhatavas tekstis või joonealuses märkuses. Enamasti öeldakse, kust kaastöö on saadud, aga ei mainita autori nime. Sellele järgneb kirjasaatja tekst, mis on tervikuna jutumärkidesse pandud. Nt kaastöö, mida esitletakse joonealuse märkusega: “\*) Sesinnane kirri tulli meile olgo terwe, Tweri linna Lutterusse usso õppetaja käest ning ei olle “Postimehhe” kirjutaja sannakest jure pannud egga mahhawõtnud.” (*Perno Postimees* 9. nov 1860).

Kohalikes uudistes antakse samamoodi teada, et need on ajalehele avaldamiseks saadetud. Nt “**Wörro maakonnast.** Põlwa koggodusest kirjutatakse meile: / “Meil on nüüd sagedaste tähtsaid päwi olnud, mis mele jäwad. /.../” (*Eesti Postimees* 4. dets 1868). Mõnikord laotakse loo lõppu ka kaastöölise nimetähed (“**Saremaalt.** [K o g g e m a t - t a e m m a .] Sealt söbber annab meile ka üht kurwa luggu teada, /.../ C. W. Fr.” – *Perno Postimees* 29. sept 1865).

Seega võib kaastööliste esitlemise põhjal öelda, et tollastes ajalehtedes ei peeta oluliseks, kes on tekstid kirjutanud. Märgitakse ja selgitatakse seda, et toimetaja vahendab oma lehes kellegi teise kirjutatud teksti.

## 2. Paratekstid

Esimeses eesti lehes *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhes* paratekstid peaaegu puuduvad (ilmub mõni juhuslik pealkiri), aga järgmistes lehtedes kasutatakse neid järjekindlalt. Paratekste ilmub vähe, keskmiselt kolm-neli tükki kümne põhiteksti kohta (ainult Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes* on paratekstide hulk suurem, sest ilmub rohkem pikemaid pealkirjastatud lugusid; joonis 4.13).

Kasutatakse peamiselt kaht liiki paratekste: rubriiginimesid ja pealkirju. Rubriiginimesid ilmub rohkem kui pealkirju. Alapealkirjade ja vahepealkirjade kasutamine on marginaalne ja juhuslik, nad jõuavad ajalehtedesse koos pikemate mitteajalehelike tekstide avaldamisega.

### 2.1. Pealkirjad

19. sajandi eesti ajalehtedes ilmub pealkirju suhteliselt vähe (joonis 4.14), sest pealkirjastatakse ainult pikemaid mitteuudislikke lugusid: õpetlikke ja populaarteaduslikke ülevaateid, ilukirjanduslikke palu, reisikirju.

Seetõttu näitab pealkirjastatud lugude osakaalu kasv üksikutel aastatel eelkõige seda, et lehes ilmub rohkem pikki lugusid ja vähem uudiseid (nt Masingu *Marahwa Näddala-Lehhes*, *Postimeeste* esimestes aastakäikudes 1850. aastate lõpus, *Ristirahwa pühhapäwa lehhes* 1875).

Esiialgu on igal lool vaid üks pealkiri. Ka siis, kui lugu jätkub järgmises numbris, pealkirja rohkem ei korrata. Näiteks *Marahwa Näddala-Lehhes* ilmunud lugu “Õppetus, kust ja kuidas tunda, kas inimene tõeste surnud, wai mitte; ja mis siis tehha, kui temma pitkas minnestuses on, et ta jälle toibuks” ilmub viies lehenumbris (1.–22. juuni, 6. juuli 1821), aga pealkirja kasutatakse vaid esimesel korral, teistes numbrites jätkub lugu lihtsalt viitega “(mis Nummer 22 [või 23 või 24 või 25] polele jäi.)”.

**Pealkirjade laad.** 19. sajandi ajalehepealkirjad on tavaliselt raamatulikud tiitlid. Enamasti on pealkirjaks temaatiline märksõna või pikemat selgitust pakkuv fraas: “L u m m e -

weermed (Roll-Lavine), lumme-laskmed (Sturz-Lavinen)” (*Marahwa Näddala-Leht* 1. apr 1825), “Awwalik põllo-sagi näitminne” (*Eesti Postimees* 17. märts 1865), “Kuida wäljama asjad seiswad” (*Perno Postimees* 12. aug 1870). Pealkiri võib anda ka infot loo allika või žanri kohta, nt “**Wastus wastuse peale Nr. 17**” (s.o lugejakiri 17. lehenumbriks ilmunud lugejakirja kohta; *Perno Postimees* 20. mai 1870). Pealkiri võib pöörduda lugeja kui kindlate tunnustega sihtrühma poole: “Minno armsa Eestirahwale” (*Perno Postimees* 1. dets 1865), “Mõnni sõnna laste wannemattele” (*Perno Postimees* 29. sept 1865).

Uudiseid tavaliselt ei pealkirjastata (vt näide 6.1). Esiialgu eraldatakse eri uudised üks-teisest lõpikjoonega<sup>[5]</sup>, alates 1821. a hakatakse uudislugude alguses või esimeses lauses kasutama sõrendatud kirja abil esile tõstetud kohanime, nt “R a k w e r e m a a l t. Meie pool on sel süggisel liig palju tullekahjusid nähtud /.../” (*Marahwa Näddala-Leht* 23. nov 1821).

1850. aastate lõpust alates märgitakse uudislugude algust konkreetsemalt ja visuaalselt tugevamalt: paksus kirjas kohanimega ja sageli lisaks ka sõrendatud kirjas märksõna(de)ga. Vene riigist pärit uudiste puhul on kohanimeks linna või kubermangu nimi, välismaiste puhul riigi nimi. Nt “**Ingländi maalt**. Neil on liggi seitse saddy (700) sõalaewa /.../” (*Tallorahwa postimees* 20. märts 1860), “**Peterburgist**. Keisri Herra on 1. Oktobril Peterburgist Polamale Warsawi linna sõitnud /.../” (*Perno Postimees* 19. okt 1860).

Kui samast kohast on pärit mitu uudislugu, siis pannakse need üksteise järele ja ainult esimene algab kohanimega, järgmistel märgib sama kohanime mõttekriips, nt “– T o s k a n a m a l e on nüüd Sardinia kuningas ühte omma suggulast mawallitsejaks pannud, /.../” (mõttekriips asendab sõna **Italiamaalt**; *Perno Postimees* 13. apr 1860; vt ka näide 6.2).

Uudiste alguse märkimine kohanimega (ja kuupäevaga) oli kombeks juba briti ametlikus väljaandes *Oxford Gazette*’is alates selle ilmumise algusest 1665. a. Traditsioon püsib inglise ja angloameerika lehtedes 18. sajandi keskpaigani, siis hakatakse lugude alguses kasutama väikseid tiiteltähti ja üksikuid tillukesi suurtähelisi pealkirju. (Hutt 1973: 15–16jj). Ka vene lehtedes on areng samasugune: esiletõstetud kohanimed 18. sajandi alguse lehtedes, suurtähelised pealkirjad alates 18. sajandi viimasest veerandist (Kisselev 1990: 20, 28–29jj). Baltisaksa lehtedes märgitakse 19. sajandi keskel uudiste algusi endiselt rõhutatud kirjas kohanime ja kuupäevaga ning sellest võtavad eeskujuga eesti ajalehed. Siiski on üks oluline erinevus: eesti lehed ei lisa kohanimele kuupäeva. Põhjuseks on ilmselt lehtede erinev ilmu-missagedus – baltisaksa lehed on päevalehed, eesti lehed nädalalehed.

Ainsad uudised, mida eesti ajalehed pealkirjastavad, räägivad keisriperekonnast, nt “Önsa Suurwürst Aujärjepärria Tsesarewitshi // N i k o l a i A l e k s a n d r o w i t s h i // ärralahkumissest.” (*Eesti Postimees* 21. apr 1865). Ühetaoliselt korduva püsipealkirjaga alustatakse keisri ametlikke teateid: “Jummala armust // **Meie Aleksander Teine**, // Wennema Keiser ja keigeüllem Issewallitseja, Polama Kuningas, Somema Suurwürst 2c. 2c. 2c. anname omma trui allamatele teada” (enamasti on need teated sündidest ja surmadest keisriperekonnas, nt *Perno Postimees* 3. aug 1860, *Eesti Postimees* 28. apr 1865).

**Alapealkirjad.** 19. saj eesti lehtedes ilmub üksikuid juhuslikke alapealkirju. Enamasti täiendab alapealkiri pikema mitteuudisliku loo pealkirja, määratledes loo žanri või teatades sündmuse koha/aja. See on täpsustus, mille autor on tiitlilaadselt napile pealkirjale lisanud. Nt “Kolm sanna. // (Üks wannaaegne tallorahwa jut.)” (*Tallorahwa postimees* 20. märts 1859).

Iseloomulik on, et alapealkiri laotakse pealkirja alla tekstikirjast väiksemas kirjas. Nii on ta ka vormilt pealkirja ja teksti selgitav tilluke pisimärkus, aga pole vormistatud mitte allmärgusena lehekülje lõpus ega lõppmärgusena teksti lõpus, vaid pealkirja all. Samasugust praktikat vene ajalehtedes on kirjeldanud Kisselev (1990).

[5] Lõpikjoon – üheveeruline horisontaaljoon lugude ja/või rubriikide vahel.

Nii on eesti ajalehtede alapealkirjastamispraktika kardinaalselt erinev tollaste USA ajalehtede omast, kus alapealkirju kasutatakse eelkõige tähtsamate uudiste esitlemiseks. Alates 1844. a hakatakse angloameerika lehtedes olulisemate uudiste rõhutamiseks kasutama üha suuremat hulka alapealkirju (ingl *decker*). Kuna tollane trükitehnika takistab veerust laiemale elementide kasutamist (Everett 1976), siis kasutatakse horisontaalse ja suuruselise rõhutamise asemel vertikaalset ja ruumilist rõhutust – suuremate-laiemate pealkirjade asemel paljusid alapealkirju üksteise all, tõstetud esile tühja ruumi abil. Rekordiks peetakse 14 alapealkirjaga pealkirja, mis teatab Chicago suurest tulekahjust 1871. a (*Chicago Tribune* 11. okt 1871; Hutt 1973: 58–60; Evans 1973: 24–25).

**Pealkirjade laius** (joonis 4.14). Kui algul on kõik pealkirjad ajalehes üheveerulised, siis 19. sajandi keskel hakatakse eesti lehtedes üksikutel juhtudel kasutama ka kaheveerulisi (st kogu lehekülje laiusi) pealkirju. Nendega tähistatakse suurimaid kirikupühi (lihavõtted ja jõulud) ja keiserlikke suursündmuseid (sünnid, laulatused, kroonijubelid, surmad; vt näide 6.4).

**Pealkirjade tüpograafia.** 19. sajandi alguse ajalehtedes valitseb raamatulik kirja ühtsus ja tüpograafilise varieerimise puudumine (vt Morison 1957: 101). Kogu ajaleht laotakse sama kirjaperekonna sama kirjaseeriaga, eristusteks (pealkirjadeks, vahepealkirjadeks) kasutatakse sõrendamist ja mõnikord paari punkti võrra suuremat kirja. Kõik pealkirjad on väiketähelised. See ühendab eesti lehed selgelt saksaliku traditsiooniga, ka baltisaksa lehtedes on pealkirjad väiketähelised. See on vastandlik vene ja briti ajalehtede tüpograafiaditsioonile, kus pealkirjad on algusest peale suurtähelised, esimest korda kasutavad briti lehed väiketähelist pealkirja 1888. a (Hutt 1973: 69).

1850. aastate lõpus hakkavad eesti lehed kirjaühtsuse reeglist kõrvale kalduma. Pealkirjad laotakse küll tekstiga samas kirjagarnituuris, aga nüüd teises kirjaseerias – paksus kirjas. Lisaks tugevdatakse paksu pealkirja mõnikord tekstist paar punkti suurema kirja ja sõrendatud kirja kasutamisega (kui pealkiri on lühike). See muudab pealkirjad pisut kontrastsemaks ja visuaalselt tugevamaks.

*Eesti Postimees* võtab 1860. aastate keskel pealkirjades kasutusele ka teise kirjaperekonna, ladudes pealkirjad tekstikirjast kitsama fraktuuriga (vt nt 3. veebr 1865). Ja ühel rituaalsel juhul – keiserlikud juubelid – rikuvad Jannseni lehed kirja ühtsuse reeglit veelgi. Siis kasutatakse ühes pealkirjas kolme-nelja erinevat ilutsevat ja keerukate kaunistustega fraktuuri korruga (nt *Perno Postimees* 31. aug 1860, *Eesti Postimees* 25. aug 1865, 26. aug 1870, 20. aug 1875; vt näide 6.4). Sama tüpograafilist stiili kohtab tollaste eesti raamatute ilutsevamatel tiiteltehtedel (nt Laakmanni välja antud “Häda- ja Abi-raamatukene, ehk Lاهearu küla õpetlik Rõõmu ja kurvastuse juttustus” 1863. a või “Wägga neitsit MaiRoos. Tütarlaste eeskueo. Wägga halle luggo, mis sündind Turraides, Lättimaal, Koiwa jõe äres” 1865. a).

## 2.2. Rubriiginimed

Esimene eestikeelne ajaleht *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* rubriike ei kasuta, küll aga on rubriigid olemas järgmises lehes, *Marahwa Näddala-Lehhes* 1821. Kõige esmalt eristatakse rubriiginimede abil uudised (“Teädused”) ja kuulutused (“Teädaandmised”), teisi rubriiginimesid (“Mõistatus”, “Turro hinnad” ja “Kirja ja õppetuse asjust”) ilmub harvem. Keskmiselt on ühes lehenumbri üks-kaks rubriiginime (joonis 4.18).

Kui tõmmata rahvusvahelisi paralleele, siis angloameerika lehed hakkavad lehe sisu rubriigistama ja sildistama umbes samal ajal. 1830. aastate lõpus paljudes USA lehtedes silte veel ei kasutata, 1840. aastate lõpus on need olemas enamikus lehtedes (Barnhurst & Nerone 2001: 64).

**Eesti Postimees ehk Näddalaleht**  
Tartus, 25. Augustil. **Ma- ja linnaarhwaale.** Teine aasta.  
**N<sup>o</sup> 34.** **1865.**



Meie sure ja auustud  
**Keisri Serra ja Prona**  
**Aleksander Nikolajewitshi ja Maria Aleksandrowna**  
**kronimise pühhal.**  
(Meestepealele.)

Baroosalt ruttu. G. Hardin.



Kas tun- te üht wõrs - si, sel- le ri - ksa äs- päi- nis õigus, wõi- ho sca- bus  
ei - ab? kes, kui eu hää- da, is - te ei - te as - tuis ja waen- la - soh koi jal - ge

#### Näide 6.4. Eesti Postimehe esikülj kroonupühal

**Eesti Postimees 25. aug 1865: 287.** Kroonupühadel teeb Johann Voldemar Jannsen keisri auks piduliku ajalehe: kasutab tavapärasest erinevat tiitlipilti (siin Aleksander I mälestussammas ja Talvapälee), mitut erinevat ilutsevat kirja pealkirjas ja kogu lehekülje laiust ladu.

1850. aastate lõpus ilmuma hakanud *Postimeestes* on kogu lehe sisu rubriikidesse süstematiseeritud ja lehenumbris on silte varasemast üle kahe korra rohkem. Edaspidi muutub lehe liigendus kiiresti detailsemaks (lisandub uudisterubriike ja pisiinforubriike) ja sedamööda kasvab ka rubriiginimede hulk. 1865. a on lehenumbris juba keskmiselt seitse rubriiki.

**Rubriiginimede laad.** Esimesed rubriiginimed kordavad silmatorkavamal kujul üle sama info, mis põhitekstis juba olemas on. Näiteks *Perno Postimehe* välisuudiste rubriik algab paksus kirjas rubriiginimega “Sannumed wöeralt maalt”, seejärel esitletakse rubriiki ka põhitekstis: “Lähme nüüd jälle ülle omma piri wöerale male, ja watame, kuidas seal loud selle näddala sees on läinud.” (19. okt 1860).

Rubriikide nimetamisel on kaks peamist mõjurit: tsensuur ja tollased baltisaksa ajalehed. Tsensuuri nõudmised määravad, milliseid teemasid ja tekstiliike võib leht käsitleda, ja see omakorda mõjutab rubriiginimesid. Näiteks *Perno Postimees* võib kubermanguvalitsuse illumislao kohaselt avaldada sõnumeid, kirjutisi põllutööst, majapidamisest, tervishoiust, jutte ning teadaandeid-kuulutusi (Peegel jt 1994: 93). Nii ilmuvad lehte rubriigid “San-

**Teädused.**  
Riast. i kes teist oli omma kopteni toogant i 5 rubla hääberohha, ja 7 sinist pankonci  
1821–1825

**Teädused.**  
Pohla-maalt Warsowi linnaft an-  
talle te. da, et sed liggimel, Narwa maonnas,  
1822

**Teädused.**  
Tartus, sel Giamel Januaril. Meie Su-  
reffoel on suur kohju fündinud, feli et tem-  
ma ramato. fohto ilkkertar. Karel Veres  
1823

**Sannumed ommalt maalt.**  
**Riast.** Wiinne pohja-torn, mis laewa-  
dele ni surets hädaks oli, on ka maal monda  
1857–1860

**Sõnnumed ommalt maalt.**  
Länno Jummalale, meie maal on kallis  
1861–1862

**Ommalt maalt.**  
**Vernust.** [Piiblipähha.] Meie linna  
1863–1874

**Ommalt maalt.**  
**Vernust.** Mõdalainud pähad. Meie  
1875–1878

#### Näide 6.5. Tartu sündmuste sildistamine 1821–1878

Näited *Marahwa Näddala-Lehhest* ja *Perno Postimehhest*. *Marahwa Näddala-Leht* (1821–1825) koondab uudised rubriiki “Teädused”, *Perno Postimehe* liigendus on juba detailsem, välismaised ja kodumaised (s.o Vene riigi) sündmused jagatakse eraldi rubriikidesse. Hilisemat sildistamist vt lk 186–187.

numed ommalt maalt” ja “Sannumed wöeralt maalt” ning sõnumirubriikideks nimetatakse ka artiklirubriigid, nt põllumajandusnõuannete rubriik kannab nime “Sannumed põlloharrimissest”, kaugeid maid tutvustav rubriik – “Sannumed pagganattest ja missioni tööst”

Baltisaksa lehtede eeskuju rubriikide nimetamisel on kahetine. Ühest küljest tõlgitakse-mugandatakse saksakeelseid nimesid, nt “Uemad sõnnumed” < “Neuere Nachrichten”, “Teädaandmissed” < “Bekanntmachungen” (kuulutused). Teisest küljest liigendatakse lehe sisu samasugusteks rubriikideks nagu baltisaksa lehtedes, ainult ajalise nihkega. Näiteks *Dörptsche Zeitungis* on juba 1820. a uudised jagatud välis- ja siseuudisteks (“Ausländische Nachrichten”, “Inländische Nachrichten”), eesti lehtedes hakatakse sellist jaotust kasutama alles 1850. aastate lõpus (“Sannumed wöeralt maalt”, “Sannumed ommalt maalt”).

**Rubriiginimede tüpograafia.** Rubriiginimed kujundatakse täpselt samamoodi nagu pealkirjad. Esialgu on nad sõrendatud tekstikirjas (mõnikord tekstist paar punkti suuremana) ja tsentreeritud, alates 19. sajandi keskpaigast suureneb nende erinevus põhitekstist. Nüüd on nad paksus tekstikirjas (tekstist paar punkti suuremana). Kui rubriiginimi lühike, siis on see sageli sõrendatud (näide 6.5).

### 2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks

Vahepealkirju kasutatakse esimestes eesti ajalehtedes väga harva ja juhuslikult (joonis 4.10). Esimesed vahepealkirjad ilmuvad pikkades lugudes, mille teksti autor ise on alaosadeks liigendanud. Näiteks *Marahwa Näddala-Lehhe* lugu “Õppetus, kust ja kuidas tunda, kas innimene tõeste surnud, wai mitte; ja mis siis teha, kui temma pitkas minnestuses on, et ta jälle toibuks” ilmub viies lehenumbris (1.–22. juuni, 6. juuli 1821) ja on liigendatud seitsmeks paragrahviks.

Tavaliselt sõnastatakse vahepealkirjad seletusena. Näiteks “§. 7. Issiärralised õppetused, kuidas neid, kes pitkas minnestuses, jälle hingewõtta” (*Marahwa Näddala-Leht* 15. juuni 1821), “Neljas Peatük. // Kuidas sain õppetaja luggemisse koli” (*Tallorahwa postimees* 25. sept 1859).

19. sajandi alguses ei erine vahepealkirjad välimuselt pealkirjadest, nad laotakse sõrendatud tekstikirjas. Vahepealkirjadeks saab neid liigitada vaid lugude sisu jälgides. Sajandi keskel on vahepealkirjad silmatorkavamad, laotud tavaliselt paksus tekstikirjas.

### 3. Joonistused

Esimene ajalehejoonistus ilmub juba esimeses eesti ajalehes 1806. a. Selleks on tiitlipilt ajalehe päismikus, mis kordub kõigis lehenumbrites. Tiitlipildi kasutamise eeskuju annavad tollased vene ja baltisaksa ajalehed, kus pildid päismikes on tavalised (Kisselev 1990), kuigi nende sisu on hoopis erinev. Näiteks nii *Rigasche Zeitungis*, *Dörptsche Zeitungis* kui *Pernausche wöchentliche Nachrichten* päismikus on 19. sajandi esimesel poolel kahepäise kotka pilt. Anton Jürgenstein on leidnud, et *Perno Postimehe* päismiku kujundamisel on eeskujuks olnud Saksa talurahvaleht *Schwarzwälder Bote* (*Eesti Kirjandus* 6/1921; Peegel jt 1994: 95). Nii võib öelda, et baltisaksa lehtede tiitlipildid rõhutasid võimu, talurahvalehete tiitlipildid aga talurahvale iseloomulikku pastoraalset ümbrust.

Esimene n.ö päris joonistus eesti ajalehes on O. W. Masingu ofort, mis täiendab tema enda jutustust “Maddi Rein” *Marahwa Näddala-Lehhes* 14. septembril 1821 (Erm 1976; Peegel jt 1994: 70). Kuna pilt on oforttehnikas (s.o sügavtrükkis, ülejäänud ajaleht on kõrgtrükkis), on ta trükitud ajalehest eraldi ja kleebitud vahelehele jutustuse lõppu. Ofort on tundlik trükitehnika, ühelt plaadilt saab 100–200 tõmmist, *Marahwa Näddala-Lehhe* tiraaž esime-

sel ilmumisaastal oli aga Masingu enda andmetel 500 eksemplari. Nii võib oletada, et pilti ei kleebitud kõigisse lehenumbritesse.<sup>[6]</sup>

Alates 1834. aastast illustreeritakse eesti trükiseid üksikute puugravüüridega (Hain 2006: 3). Puugravüüri puhul uuristatakse pilt reprodutseerimiseks käsitsi puuklotsi sisse. Tehnika väljaarendajaks peetakse Thomas Bewicki 18./19. sajandi vahetusel. Trükkimisel saab puuklotsi kinnitada tinast tekstiveergude vahele ning trükkida korraga teksti ja pildi. Puugravüür on väga vastupidav, ühelt puuklotsilt saab trükkida kümneid tuhandeid kordi (Bliss 1928; Tassa 1948; Finberg & Itule 1990 231–232; Meggs & Purvis 2006: 89, 147). Seetõttu sobivad puugravüürid hästi ajalehtedes-ajakirjades kasutamiseks. Bewicki graveerimismoodus panebki 19. sajandi keskel aluse illustreeritud väljaannete traditsioonile eesotsas Charles Knighti *Penny Magazine*'iga (1832–1845). Enne fotograafilise klišeerimise tavaliseksaamist 19./20. sajandi vahetusel kasutavad puugravüüre ajalehed-ajakirjad kogu Läänemaailmas (Anderson 1990; Doran 1991; Dowling 1995, 1999; Mervola 1995: 70jj; Barnhurst & Nerone 2001: 111–139).

Puugravüüre kasutavad ka 19. sajandi eesti ajalehed-ajakirjad. 1857. a *Tallorahwa postimees* lubab esimese numbriga alguses: ““Tallorahwa postimees” /.../ toob igga nädala sees pogent tullusa juttu, – wahlhelt ka pildiga – rahwa kätte /.../.” (5. juuli 1857). Pildid jäävad tollastes eesti lehtedes siiski väga haruldaseks. Juba mõne kuu pärast vabandab toimetaja Willigerode, et piltide valmistamine võtab kaua aega ning pealegi võtavad pildid tekstidelt ruumi ära (*Tallorahwa postimees* 11. okt 1857: 114). Mainimata jätab ta piltide kulukuse, mis ilmselt on peamine avaldamistakistus.

19. sajandi keskpaiga eesti ajalehed saavad puugravüüre avaldada eelkõige seetõttu, et 1835–1846 tegutseb Tartus Friedrich Ludwig Maydelli puulõike-õppetöökoda, kus saab hariduse terve rida ksülograafe. Kõige rohkem ilmub eesti lehtedes Maydelli õpilase August Daugelli töökojas tehtud puugravüüre. Alates 1866. a hakkab puugravüüre avaldama ka Eduard Magnus Jakobson ja Daugelli kaastöö eesti ajakirjanduses väheneb (Tassa 1948).

Enamik eesti lehtedes avaldatud piltidest ongi tiitlipildid, st lehtede päismikes ilmuvad pildid, mis korduvad aastate ja isegi aastakümnete jooksul. *Eesti Postimees* püüab tiitlipiltides ühendada dekoratiivsusega ka aktuaalsust ja kasutab pühade puhul tavapärasest erinevaid tiitlipilte. Kõige esmalt kasutatakse teistsuguseid pilte jõulude (alates 1864) ja tähtsamate kroonupühade tähistamiseks (keisri sünnipäev, kroonimispäev, nimepäev; alates 1865). Jõulupilte on kaks (üht kasutatakse 1864–1867 ja 1876, teist 1867–1872), kroonupühade pildivalik on varieeruvam. Kõige rohkem kasutatakse pilti Talvapäev ja Aleksander I ausambaga selle ees (vt näide 6.4; “Pildiselletus.” ilmub *Eesti Postimehes* 25. aug 1865: 289). 1867. a võetakse kasutusele valitsemisregaalidega tiitlipilt, mis hakkab tähistama Aleksander II kroonimispäeva augustis. Keisri nimepäeva puhul kasutatakse keisripäleede pilte (Tsarskoje Selo 30. aug 1867, Peterhof 28. aug 1868). Alates 1868. aastast kasutatakse lisaks erinevaid tiitlipilte vastavalt aastaegade vaheldumisele<sup>[7]</sup> (näide 6.6; pikemalt vt Treumann 1977: 131–139), nii ilmub aasta jooksul seitse-kaheksa erinevat tiitlipilti.

1878. a lõpus loobub *Eesti Postimees* tiitlipiltide kasutamisest. Võib oletada, et põhjuseks on teravnenud suhted *Sakala* ja tema toimetaja Carl Robert Jakobsoniga, kelle vend Eduard Magnus Jakobson oli enamiku tiitlipiltidest valmistanud.

Muid joonistusi peale tiitlipiltide ilmub eesti lehtedes väga harva ja juhuslikult. Joonistuste hulk on nii väike, et nende kasutussageduse väljaarvutamise asemel on ülevaatlikum

[6] Seetõttu on ta ka siinsast kontentanalüüsist välja jäetud. Pildiga ajaleheeksemplar on näiteks Tartu Ülikooli raamatukogus.

[7] Kuna aastaegade tiitlipildid vahetuvad igal aastal eri ajal (nt talvepilt võib hakata ilmuma nii oktoobris kui detsembris), siis võib oletada, et need peegeldavad konkreetse aasta ilmastikku.



Kõs weel jebda meest ep olle näinud, jebda Jummal 4. Aprillil meie armuolise Kõisari ellopõhijate oli jantud, se wõib temma pikri ſiin praega näha. Meie ollene jebda pihiteitaja ſabbi Peterburgis nenda laſtub illeſpanna, kui ta ſel päwal rües oli, ja annane omma lugaſatele ſiin malleſtaſſeſe, et ta meie järeltullejad weel wõinud näha: wata, jebda nägga ta oli! Meie ollene temmaſt jebda müda jebda hõnauemud ja toane kü, ſes ta oli ja mis ta näid on: pilla ſelleſt welle ennam jantud. Meie ſileme ka temma wahwa ämmaga: Jummal on ſel hästi teinud ja temma nim



Jofep Iwanowitſch Komifſarow.

me ſago auustud; innimenne ei lähenda ſel jures mitte paſjo," ja ſe on terve ideſi. Ommet on meil ka ſea weel ſelle inimmeſe peale wadala, ſelle läbbi Jummal meile head teinud, ja temma waote ämmalikkud oia. Selleſimmaſe mehe läbbi on Jummal meie talli Keiseri ello fatisnud ja ſega meie ſuurt rikk ning 75 miljoni inimmeſi ſure õnnetuſe ja aſhõuſe eſt hõidnud, ja ſepõhõſt on näid Komifſarow meile armos ja wõigga lähõs mees. Tännagem Jummalat, auustagem ja armatagem omma Kõisari teige truſſe ja ſonnatumitſega. —

## Näide 6.6. Esimene uudisjoonistus eesti ajalehes

**Eesti Postimees 25. mai 1866: 163** (päismikus ekslikult nädal varasem kuupäev). Joonistus kujutab Ossip Komissarovit, kes olevat atendaaditegijat seganud ja päästnud sellega Aleksander II elu.

tuua aasta jooksul ilmunud joonistuste arv. Lisaks tiitlipiltidele ilmub uuritud lehtedes sel perioodil joonistusi ainult kahel valimiaastal: 1859.–1860. ja 1865. a, kokku 26 puugravüüri. 1860. aastate lõpus kaovad (muud) joonistused lehtedest. Siin võib põhjusena oletada sobiva visuaalse proportsiooni leidmist ajalehtedes – piltide kasutamine on nii kallis, et esialgse prooviperioodi järel peavad toimetajad-kirjastajad otstarbekamaks keskenduda ajalehtede sisule, verbalsele poolele. Tähelepanuväärne on ka see, et baltisaksa lehtedes joonistusi ei ilmu. Nii et ilmselt kasutasid eesti ajalehtede toimetajad 1850.–1860. aastatel joonistusi selleks, et uudset meediumi talupoegade atraktiivsemaks teha, aga see ei andnud loodetud tulemusi.

Kui mõõta piltide kasutamist mahuliselt, siis on nende osakaal esimestes eesti ajalehtedes üllatavalt suur, sest see hõlmab ka tiitlipiltide mahtu (joonis 4.21). Ajalehtede tiitlipildid on aga võrreldes lehenumbrite mahuga väga suured – väikseformaadilises lehes katab päismik umbes poole lehe esiküljest. Kui tiitlipildid analüüsist välja jätta, on joonistuste maht kaduvväike ja proportsioonis joonistuste arvuga – mitte kunagi üle 0,5%.

Joonistused on populaarteadusliku sisuga ja ilmuvad seeriatena, nt postkaardid Tartu vaadetega (*Tallorahwa postimees* 1857), paganate metsik elu kaugelel maadel (*Perno Postimees* 1860). *Tallorahwa postimehes* (7. aug 1859) ilmub ka Hermann Eduard Hartmanni kuus puugravüüri Kristjan Jaak Petersoni akvarellidest, mis kujutavad tollaseid üliõpilasi. Toimetaja nimetab neid “Tiroli linna tudentideks”, kes Itaaliasse sõtta läinud. Neid puugravüüre on peetud esimesteks karikatuurideks eesti ajakirjanduses (Loodus 1964: 8–10).

Seega ei ole eesti ajalehtedes ilmunud esimesed joonistused ajalehtedele ainuomased, nad pole aktuaalsed aga seotud päevakajaliste sündmustega, neid ei avaldata seetõttu, et sündmused seda nõuavad. Samasuguseid (ja sageli samu) pilte avaldatakse tollastes kalendrites ja kooliõpikutes (Tassa 1948). Olemasolevat graveeritud puuklotsi kasutatakse korduvalt, müüakse ja laenatakse. Eestis trükitakse sama puuklotsiga isegi mitme aastakümne jooksul. Näiteks Vene keisripaari kaksikportree ilmub *Eesti Postimehes* 24. augustil 1866 ja taas 19. veebruaril 1880. *Eesti Postimees* avaldab 1880. aastate alguses taas pilte, mida 1870. aastatel kasutati tiitlipiltidena (valitsemisregaalid, Peterhofi loss, Talvepalee, jõulupilt).

*Eesti Postimehes* ilmub siiski ka puugravüür, mida võib pidada üheks esimeseks uudisjoonistuseks, mis tehtud spetsiaalselt eesti ajalehes avaldamiseks. 25. mail 1866 on lehe esiküljel joonistus Ossip Komissarovist, kes nurjas atendaadi Aleksander II-le (näide 6.6). Ilumise aeg – üle pooleteise kuu pärast atendaadikatset (4. aprillil) – näitab toonast tempot joonistuste avaldamisel. Toimetaja Jannsen kirjutab uhkelt: “Meie olleme tedda pildileikaja läbbi Peterburgis nenda lasknud üllespanna, kui ta sel päwal rides olli, ja anname omma luggejatele siin mällestusseks, et ka meie järreltullejad weel woiwad nähha” (*Eesti Postimees* 25. mai 1866).

#### 4. Teabegraafika

Esimesed teabegraafikad eesti ajalehtedes ilmuvad *Marahwa Näddala-Lehhes* (1821. a kümme tabelit, 1825. a üks tabel; joonis 4.29). 1850. aastate lõpu *Postimeestes* ilmub teabegraafikat endiselt vähe, aga varasemast regulaarsemalt, keskmiselt üks teabegraafika igas viiendas lehenumbris. 1860. aastate lõpus hakkab teabegraafika hulk kasvama ja 1880. a ilmub teabegraafika juba keskmiselt igas lehenumbris.

Suure enamuse teabegraafikast moodustavad järjepidevalt ilmuvad tabelid kaubandusinfo: kaubahinnad, viljahinnad, hiljem ka loteriivõidunumbrid (“Rahaloosimisse wõidud”) ja “intressipabberide” (s.o väärtpaberite) hinnad. Lisaks ilmub koduloolist ja rahvastikustatistika, nt huntide söödud koduloomade hulk Liivimaa maakondades 1822–1823 (*Marahwa Näddala-Leht* 19. aug 1825), meistrite arv Tartu linnas (*Tallorahwa postimees* 12. juuni 1859). Selline temaatika on väga sarnane vene kubermangulehtedele (Kisselev 1990: 79). 1870. aastatel hakkab järjest rohkem ilmuma rahvusliku liikumise statistikat: seltside ja laulupidude kassaaruandeid, ülevaateid Aleksandrikooli abikomiteede kogutud summadest jms.

Enamik tabelleid on lihtsad veerustatud (tabuleeritud) loetelud tavalises tekstikirjas (nt kaubahinnad *Perno Postimehes* 19. okt 1860). Mõnikord (enamasti vanemates lehtedes) kasutatakse terviklikumat ja keerukamat kujundust, kus tabel on vormistatud väikse kirja ning peente horisontaal- ja vertikaaljoonte abil tervikuks (nt postitõllahinnad *Marahwa Näddala-Lehhes* 24. aug 1821, kaubahinnad *Perno Postimehes* 10. veebr 1860).

Lisaks tabelitele ilmub sel perioodil ka esimene visuaalne teabegraafika. *Perno Postimees* avaldab G. Jürgensoni loo “Õuna- ja marja-pude piddamissest” (9. nov 1860), seda täiendav plaan näitab, kuidas aeda rajada. Tähelepanuväärne on see, et plaan ei ole joonistatud, vaid loodud ainult tüpograafiliste vahenditega, kasutades erinevaid jooni, tärne jm ornamente. Plaani kõrvale on laotud märkide seletused.



## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

### 1. Tekstiplokid

Lugude kuju on esimestes eesti lehtedes samasugune kui raamatutes ja ajakirjades. Tekst kulgeb lineaarselt veerg veeru järel ja vajadusel mitmel leheküljel. Uus lugu võib alata veeru alguses, keskel või lõpus. Pühade puhul kasutatakse esiküljel topeltveerulist ladu (näide 6.4), aga tekst küljendatakse ikka lineaarselt.

Põhiteksti täiendavad ajalehes üksikud paratekstitid (pealkirjad, rubriiginimed) ja harva muud elemendid (teabegraafika, joonistus). Need lisaelemendid paigutatakse tekstidesse lineaarselt. Paratekstitid on tekstide vahel tsentreeritud, joonistused-teabegraafika paiknevad põhitekstis just selle lõigu järel, kus tekst jutustamisjärjega nendeni jõuab (nt karikatuurid “Tiroli linna tudentidest” *Tallorahwa postimehes* 7. aug 1859).

### 2. Leheküljed

Lehekülgede struktuur näitab selgelt ajalehe raamatulikku päritolu. Tekst kulgeb lineaarselt ühes või kahes veerus leheküljel täpselt nagu raamatutes. See, et ajaleht jaguneb lehekülgedeks, lugude paigutust ei mõjuta. Uus lugu võib alata lehekülje alguses, keskel või lõpus. Seega pole esimestes ajalehtedes (nii nagu tollastes raamatuteski) lehekülg omaette tähenduslik üksus. Lehekülg pole visuaalselt omaette tervikuks struktureeritud. Kõik leheküljed on välimuselt ühetaolised ja neid loetakse ühtmoodi lineaarselt. Sellist mudelit nimetan lineaarseks küljendusmudeliks.

Ainsad elemendid, mis rikuvad lineaarset küljendusmudelit ja mille paigutamisel arvestatakse lehekülgede olemasolu, on suuremad joonistused, mis ühte tekstiveergu ära ei mahu. Need paigutatakse lehekülje tsentrisse. Tekstiveerud ümbritsevad pilti, lugemisjärjega tuleb ‘hüpata’ üle pildi (nt *Perno Postimees* 10. veebr, 21. dets 1860; vt ka näide 6.6).

Seega kasutatakse küljendamisel lisaks lineaarsele mudelile ka mudelit, mis põhineb sentri ja perifeeria vastandusel – visuaalselt kaalukas element pannakse lehekülje tsentrisse. Tulemuseks on lehekülg, mis on sümmeetriline ja formaalselt tasakaalustatud. See kompositsiooniprintsiip ei ole tollal ainuomane ajalehtedele, vaid keskne ka mujal. Sümmeetriast lähtutakse arhitektuuris, maalide kompositsioonis, raamatute kujundamisel jne (vt nt Meggs & Purvis 2006).

## KOKKUVÕTE

Esimeste eesti ajalehtede välimus näitab selgesti nende ‘põlvnemist’ raamatutest. Ajalehed on väikses formaadis (A4 ja väiksemad), ühe-kaheveerulised, lineaarse küljendusega. Paratekste (rubriiginimed, pealkirjad) kasutatakse vähe, need on vähemärgatavad. Periood jaguneb kahte faasi.

19. sajandi esimesel veerandil ilmuvad esimesed juhuslikud eestikeelsed lehed on justkui aastaraamatu vihud: oktaavformaadis (väiksemad kui A5) ja üheveerulised, numbrilise struktuurilise juhuslik, liigendamiseks üksikud sõrendatud kirjas paratekstitid.

1850. aastate lõpul ilmumist alustavad ajalehed on järjekindlalt struktuuriga ja pisut tugevama liigendatusega. Lehed on kvartformaadis (väiksemad kui A4) ja kaheveerulised. Kasutatakse üksikuid visuaale (eelkõige tiitlipilte). Välja on kujunenud mõned ajalehespetsiifilised jooned (rubriigistatud sisu, paksus kirjas laotud kohanimed uudiste alguses), aga neid pole piisavalt palju, et ajaleht eristuks välimuselt selgesti raamatutest-ajakirjadest.



## 7. LINEAARNE AJALEHT. Eesti ajalehtede välimus 1870.–1910. aastatel

1870. aastatel kasvab eesti ajalehe kui infoandja tähtsus märgatavalt (Lauk 1996a: 770). See on tugevalt seotud rahvusliku eneseteadvuse tekke ja arenguga 1860.–1870. aastatel. Ajalehed omakorda õhutasid talurahva eneseteadlikkust (vt Jansen 1996, 2004: 60jj, 2007; Talve 2004: 379jj; Laar 2006; Zetterberg 2007: 412jj; 2009: 339–340). Eesti ühiskond kasvab sel perioodil nii kultuuriliselt kui majanduslikult. Rahvuslik ärkamine, elav seltsitegevus, majanduse järsk kasv – see kõik annab ajalehetele rohkem kirjutamisainest ja tugevdab samal ajal ajalehete positsiooni ühiskonnas (vt Aareleid & Jansen 1982). Tehnilised uuendused transpordis ja kommunikatsioonis (aurulaevad, telegraaf, raudtee) tõstavad infoedastamise kiirust ja sellega ka huvi uudiste vastu. Telegraafi kasutuselevõtt suurendab materjali hulka, mida ajalehed saavad trükkida.

1870. aastate lõpus hakkab kujunema eesti ajaleheturg, esimest korda hakkavad lehed omavahel konkureerima. 1878. a ilmub neli eestikeelset ajalehte, 1880 – 14 eestikeelset väljaannet, 1887 – 25. Alates 1880. aastate teisest poolest saab rääkida ajakirjanduse üldrahvalikust levikust ja ajakirjandusturu tekkest (Lauk 1996a: 770–772, 1996b: 8, 2000: 236).

### RAAMISTIK

#### 1. Ajalehete maht ja ilmumissagedus

**Lehenumbri maht lehekülgedes.** 19. sajandi lõpu ajalehenumbrite standardne maht on neli lehekülge (joonis 4.1). See on maht, mille tollased trükimasinad (kiirpressid) korraga ära suudavad trükkida.

Kui lehenumbri mahtu tahetakse pisut vähendada, avaldatakse üksikuid kaheküljelisi numbreid (s.o lehe maht on pool paberipoognat). Seda võtet kasutab *Postimees* aastatel 1889–1890, pärast ilmumissageduse tihendamist (kolm korda nädalas senise ühe korra asemel). Kui lehenumbri mahtu tahetakse suurendada, siis kasutatakse kaht erinevat võtet sõltuvalt sellest, kas mahtu soovitakse suurendada püsivalt või ajutiselt: ajalehele luuakse lisaleht või trükitakse üksikute lehenumbrite juurde lisapoojen.

**Lisaleht.** 1870.–1880. aastatel hakkavad lehed välja andma üldhuvi-lisalehti, mis ilmuvad järjekindlalt koos iga lehenumbriga (nt *Eesti Postimees* 1875; *Sakala* 1880; *Olewik* 1885). Selline lisaleht sisaldab tavaliselt mitteuudislikku materjali: ilukirjandust, populaarteadust, naljarubriiki, mõistatusi jms. Lisalehe maht on tavaliselt kaks või neli lehekülge.

Enamik lisalehti aga ei moodusta põhilehega lahutamatu tervikut: mõnd levitatakse ainult põhilehe tellijatele (lisatasuta või lisatasu eest), mõnd saab tellida põhilehest eraldi, mõnd müüakse ka üksikmüügis.

Lisalehed on tollaste ajalehete väljaandjatele vormiliselt kasulikud kolmel moel.

Esiteks aitavad lisalehed ajalehe sisu liigendada: põhilehes ilmub päevakajaline materjal (juhtkiri, uudised, kuulutused-reklaam), lisalehes ajatum materjal (populaarteadus, rahvuslikud aktsioonid, järjejutud, huumor). Seega on lisaleht samasuguse sisuga nagu joonealune (vt lk 200–201). Vormilt ongi lisaleht joonealuse mahukam alternatiiv. Kui ajaleht annab välja lisalehte, siis põhilehes joonealust ei kasutata.

---

#### Näide 7.1. Lineaarne lehekülj joonealusega

*Postimees* 15. juuni 1895: 2. Kogu ajalehe materjal korrastatakse rubriikidesse ja küljendatakse üheveerulisena üksteise järele. Struktureerimiseks kasutatakse joonealust. Rubriiginimed on väiksed, uudiseid ei pealirjastata, nende algusi rõhutatakse paksus või sõrendatud kirjas märksõnadega.

Teiseks aitavad lisalehed saada üle trükitehnilistest piirangutest (korruga saab trükkida ühe trükipoogna ehk neli fooliolehekülge). Kuna lisad sisaldavad ajatumat materjali, siis trükitakse nad ilmselt *enne* põhilehe trükkimist, siis, kui päevakajalisema sisuga põhilehte alles tehakse. 20. sajandi alguses, kui trükipresse on juba rohkem, trükitakse lisasid ka põhilehega samaaegselt teisel masinal.

Kolmandaks võimaldavad lisalehed pilte kvaliteetsemalt trükkida. 20. sajandi alguse päevalehed koondavad peaaegu kogu visuaalse materjali (pildi)lisadesse, nt “*Eesti Postimehe*” *Õhtused kõned* (1896–1905), “*Postimehe*” *eralisa* (1898–1901), “*Tallinna Teataja*” *Külaline* (1910–1915). Pildilisad trükitakse paremale paberile ja paremat trükikvaliteeti võimaldavate pressidega.

**Lisapooogen.** Kui mõnda lehenumbri korjub rohkem materjali (enamasti kuulutusi ja reklaami), kui neljale leheküljele ära mahub, lisatakse põhilehe juurde lisapooogen ja trükitakse põhilehte toimetuse materjali lõppu sellekohane märkus (“Täna sel numbril on kõigil lehtedel lisa nr. 168 kaasas” – *Postimees* 4. aug 1905). 1870.–1880. aastatel, kui ajalehtede formaati on suurendatud kvartformaadist foolioformaati, kasutatakse lisapooognat harva, sest lehenumbri sisu mahub suuremale trükipoognale ära. 20. sajandi algul hakkab lehtede maht trükitehnilisi võimalusi ‘ületama’ ja taas võetakse appi lisapooogen (nagu 1860. aastatel). Lisapooognasse pannakse reklaami ja ajatumat materjali (pikem lugu, rubriigistatud uudiseid, aga mitte telegramme ja värskemaid uudiseid).<sup>[1]</sup>

Kõige rohkem kasutatakse kaheküljelist lisapooognat ja nn poolkülge<sup>[2]</sup>, hiljem ka neljaküljelist lisapooognat. Nii võimaldab lisapooogen suurendada lehenumbri mahtu neljandiku, poole või terve põhilehe mahu võrra. 1910. a paiku on lisapooognate kasutamine nii tavaline, et neid ei nimetata enam lisaks (vms), vaid esimese poogna toimetuse materjali lõppu (lk 2 või 3) trükitakse teade lehenumbri mahu kohta (“Täna sel nummert on 6 lehekülge.”).

Kõige rohkem kasutab lisapooognaid *Postimees* 20. sajandi esimesel kümnendil, teised lehed mahutavad lehenumbri veel ühte poognasse ära. 1905. a paneb *Postimees* lisapooogna sageli kaasa ainult osale lehenumbritest, ilmselt just nii operatiivselt, kui lisa trükkimisega valmis saada plaanitakse. Näiteks selgitus “Täna sel numbril on kohalikkudel ja Peterburi lehtedel lisaleht nr. 188. kaasas” (*Postimees* 27. aug 1905) viitab, et Tartust kaugemale Lii- vi- ja Eestimaale saadetavad numbrid lisapooognat ei sisalda. 1910. aastal, kui *Postimeest* trükitakse kiirema, rotatsioonimasinaga, on laupäevased numbrid järjekindlalt kuue- või kaheksaküljelised ja mahukam lehenumber trükitakse kõigi lugejate jaoks. 1910. aastate esimesel poolel kasutavad lisapooognat järjekindlalt ka *Päewaleht* ja *Tallinna Teataja*.

Seega võib lisapooogna kasutamises näha tehniliste piirangute lahendust, aga ka pingutust selleks, et ajalehe vormi ei peaks muutma, et ajalehte saaks struktureerida endisel viisil.

Teistest lehtedest suurema lehekülgede arvuga on alates 1889. aastast *Olewik*, mis hakkab siis ilmuma väikses formaadis (u A4). Varem oli lehenumbri keskmine maht neli lehekülge, pärast formaadi vähendamist 1890. a – keskmiselt 21 lk, 1895. ja 1900. a – 24 lk; 1905. a, kui leht ilmub kaks korda nädalas, on maht vähendatud 16 küljele. Seega on väikseformaadilise *Olewiku* lehenumbri maht esialgu 1,5 trükipoognat, hiljem üks trükipoogen.

**Lehenumbri maht (m<sup>2</sup>).** Eesti lehtede numbri keskmine maht püsib 1857. a tasemel peaaegu 20 aastat. Ainult *Eesti Postimees*, mis on tollal nii sisult kui majanduslikult kõige

[1] Tagametsa Tiit selgitab sellise varulao olemasolu eelkõige tsenseerimisega: “/.../ on trükikojas alati valmis tsenseeritud ladu väga palju tagawaral, ja mahatõmmatud tükkide asemele tuleb sellest tagawarast midagi ilmsüütamat lehetäiteks sisse.” (“Kuidas “Postimeest” tehtakse.” – *Postimees* 6. aug 1905: 8).

[2] Kaheküljeline lisapooogen, mis on põhilehe poole lehekülje suurune ja horisontaalse kujuga (nt *Postimees* 4. aug 1905).

tugevam eesti leht, suurendab mahtu juba 1869. a (1865. a on lehenumbri keskmine maht 0,27 m<sup>2</sup>; 1870 – 0,46 m<sup>2</sup>). Alles 1870./1880. aastate vahetusel asutatud lehed (*Sakala, Tartu Eesti Seitung, Tallinna Sõber, Valgus, Olewik, Wirulane*) pakuvad *Eesti Postimehele* mahus konkurentsi. Nüüd (1879. a) suurendab mahtu pisut ka *Perno Postimees*.

Kokkuvõttes kasvab uuritud lehtede keskmine maht 1870. aastate teisel poolel peaaegu kaks korda (1875 – 0,32 m<sup>2</sup>, 1880 – 0,60 m<sup>2</sup>, vt joonis 4.2).

Lehe mahu järsk kasv on sünkroonis formaadi suurendamisega (vt järgmist alaosa). Pärast foolioformaadi kasutuselevõttu 1870.–1880. aastatel kasvab lehtede keskmine maht aastakümnete jooksul aeglaselt. 1905. a uuritud ajalehtede numbri keskmine maht väheneb. Selle põhjuseks on seniste nädalalehtede ilmumahakkamine kaks korda nädalas, nii et hoolimata numbrimahu vähenemisest nädalamahut suureneb (1900 – 1,64 m<sup>2</sup>, 1905 – 2,41 m<sup>2</sup>).

Samamoodi väheneb ka *Postimehe* numbri keskmine maht 1889–1890, kuna leht hakkas 1887. a ilmuma kolm korda nädalas. 1890. a on *Postimehe* lehenumbri keskmine maht 0,36 m<sup>2</sup>, s.o üle kahe korra väiksem kui teistel tollastel lehtedel, mis ilmuvad nädalalehtedena. 1891. a suudab *Postimees* varasema numbrimahu taastada ega vähenda seda ka pärast päevaleheks saamist. Edaspidi kasvab numbri maht järjekindlalt (kõige kiiremini 1900–1905). 1905. a, kui teised lehed ilmuvad kaks korda nädalas, on kuus korda nädalas ilmuva *Postimehe* numbrimaht tõusnud uuritud lehtede seas suurimaks (0,78 m<sup>2</sup>).

Tollased lehed suurendavad mahtu, ostes pisut suurema formaadi trükkimiseks võimelisi kiirpresse. Sajandi alguses hakatakse mahu suurendamiseks järjepidevalt avaldama ka lisapoonaid neljaküljelise põhilehe vahel. Nende kahe võimaluse kombineerimine määrab eesti lehtede tollaseks optimaalseks numbrimahuks keskmiselt pisut üle nelja lehekülje. Mahu oluline suurendamine nõuaks lehtedelt investeringuid ja suuremat käivet, et osta võimsamat trükitehnikat, palgata rohkem (käsi)ladujaid või osta ladumismasinaid, osta rohkem paberit. Lisaks on suurem paberipoojen kallim (kui mahu suurendamiseks formaati veelgi suurendada).

Lehtede maht ei kasva oluliselt ka 1910. a paiku, kui esimesed eesti lehed võtavad kasutusele moodsama trükitehnika (põhitekti ladumiseks ladumismasinaid, trükkimiseks rotatsioonimasinaid). 1914. a algav I maailmasõda ja sellele järgnev Vabadussõda sunnivad aga mahu suurendamise plaanidest täielikult loobuma. 1919. a sekvesteerib Eesti valitsus kuus Tallinna trükikoda ja suunab nende põhijõu uute õpikute trükkimisele, piirates seal trükivate ajalehtede mahtu (neli lehekülge, laupäeviti kuus lehekülge; Harro 1994a: 75–76).

**Ilmumissagedus nädalas.** Esimesed eesti ajalehed on nädalalehed. 1870. aastate lõpus proovivad eesti lehed esmakordselt ilmuda kaks korda nädalas, kuid ükski neist katsetustest ei kesta kaua (*Eesti Postimees* ja *Tartu Eesti Zeitung* 1879, *Valgus* 1884). 1880. aastate keskel tahab Grenzstein teha päevalehe *Olewikust*, Jaan Jõgever *Oma Maast*, aga need plaanid ei teostu. (Kahu 1971; Kivimägi 1984: 48–49; Aru 2008: 61, 70–71, 335–336). “Puudusid päevalehele kõige olulisemad, kõige spetsiifilisemad eeldused – elutempo vajalik kiirus, maailmatunnetamise intensiivsus, elule kaasamõtlemise ja temast osasaamise aktiivsus,” kirjutab Meelik Kahu 19. sajandi esimese poole kohta (Kahu 1971: 23), aga sama kehtib veel ka aastakümneid hiljem.

1887. a lõpus hakkab *Postimees* esimese eesti ajalehena ilmuma kolm korda nädalas ja alates augustist 1891 kuus korda nädalas (esmaspäevast laupäevani) (vt Uus 1984; Aru 2008: 56jj). Sajandivahetusel tihendab ilmumist *Uus Aeg* (kaks korda nädalas alates 1899. a septembrist, kolm korda nädalas alates 1901. a augustist). 1901. a novembris hakkab ilmuma teine eesti päevaleht – *Teataja* Tallinnas.

Sajandi esimesel kümnendil suurendavad eesti lehed ilmumissagedus kiiresti. Kaks korda nädalas hakkavad ilmuma *Uudised* (1903–1905), *Eesti Postimees* (1903. a lõpus) ja

*Olewik* (1904. a lõpus). Päevalehtedena alustavad ilmumist *Päewaleht* (1905–1940) ja *Tallinna Teataja* (1910–1922).

Lehtede sagedasemast ilmumisest tingitud nädalamahu kasvu peegeldab hästi ka kontentanalüüs. 20. sajandi esimesel kümnendil kasvab uuritud ajalehtede keskmine nädalamaht peaaegu kolm korda: 1900. a on see 1,64 m<sup>2</sup>, 1910 – 4,84 m<sup>2</sup>. Samal ajal kasvab ühe lehenumbri keskmine maht ainult alla 10%.

Seega võib öelda, et ilmumise tihendamine on 20. sajandi alguse eesti ajalehtedele optimaalne lahendus kasvava infohulga lehtemahutamisel:

- see on sotsiaalselt optimaalne – elutempo on kiirenenud, uudiste edastamine kord või paar nädalas ei ole enam piisavalt operatiivne;

- see on trükitehniliselt optimaalne – sagedasem ilmumine võimaldab hoida lehenumbri mahu endiselt neljaküljelisena (nii palju külgi suudavad kiirpressid korruga trükkida, nii palju külgi trükkivad ka esimesed rotatsioonimasinad, mis ostetakse Eestisse enne 1910. a).

Lehenumbri mahu, trükitehniliste võimaluste ja ilmumissageduse vahelist seost illustreerib selgelt *Uue Aja* praktika sajandivahetusel. Leht alustab ilmumist 1899. a alguses nädalalehena ja numbri maht on tavaliselt kaheksa foolioformaadis lehekülge. Juba septembris minnakse üle kahele ilmumiskorrale nädalas ja vähendatakse numbri mahtu poole võrra. Seega lehe nädalamaht ei muutu, lihtsalt nüüd toimetatakse need lugejate kätte kahe eraldi lehenumbrina.

**Ilmumissagedus aastas.** 19./20. sajandi vahetusel ilmub nädalalehti aastas 50–52 numbrit, kaks korda nädalas ilmuvaid lehti 100 numbrit, kolm korda nädalas ilmuvaid lehti 150 numbrit. Kui *Postimees* hakkab kuus korda nädalas ilmuma, siis avaldab ta aastas umbes 290 lehenumbrit (leht ei ilmu kiriku- ega kroonupühadel). Pärast 1905. hakatakse lehti järkjärgult avaldama ka kroonupühadel ja nüüd ilmub aastas aastas 298–300 lehenumbrit.

## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

Kuni 1860. aastate lõpuni ilmuvad kõik eesti ajalehed kvartformaadis, 1869. a suurendab *Eesti Postimees* lehenumbri mahtu ja hakkab ilmuma foolioformaadis (u A3; joonis 4.1). *Perno Postimees* jätkab kvartformaadis, nagu ka 1875. a ilmuma hakkav *Ristirahwa pühapäeva leht*. Suurema formaadi võtavad kohe kasutusele need eesti lehed, mis hakkavad ilmuma 1870./1880. aastate vahetusel: *Sakala* (1878), *Tartu Eesti Seitung* (1879), *Tallinna Sõber* (1879), *Walgus* (1880), *Olewik* (1881), *Wirulane* (1882). *Perno Postimees* läheb suuremasse formaati detsembris 1878.

1880. aastatel ongi foolioformaad eesti ajalehtedes kõige tavalisem. Aga see ei tähenda, et kõik ajalehed oleksid sama suurusega. Näiteks 1885. a on *Perno Postimehe* foolioformaad *Eesti Postimehe* foolioformaadist 2,5 korda väiksem (815 cm<sup>2</sup> ja 2086 cm<sup>2</sup>). Konkreetse ajalehe formaat sõltub kahest asjaolust. Esiteks, lehenumbri soovitud mahust, kuna mahu reguleerimiseks on trükitehniliselt kõige lihtsam valida ajalehele pisut suurem või väiksem paberipoogen, mitte muuta lehekülgede arvu numbris. Teiseks sõltub formaad kasutatava trükipressi tehnilistest parameetritest ehk kui suur on maksimaalne paberipoogen, mis trükipressi mahub.

Nii võib *Perno Postimehe* lehekülgede suurusi võrreldes oletada, et Bormi trükikoda Pärnus trükkib seda lehte ilmumise algusest kuni lõpuni (1857–1885) sama(suguse) käsipressiga. Alates 1878. aastast volditakse paberipoognat senise kahe korra asemel kokku üks kord. Tulemuseks on foolioformaad kvartformaadi asemel ja see suurendab lehenumbri mahtu umbes 20% võrra (eelkõige tänu veeriste arvu vähenemisele).

Teistest lehtedes erinevalt muudab formaati *Olewik*, mis ilmub 1881–1889 foolioformaadis (numbri maht neli lehekülge), seejärel aga 1889–1906 ajakirjalikus kvartformaadis (numbri maht 16–24 lk). Formaadi valik ei ole tingitud trükitehnilistest piirangutest, vaid on toimetaja Ado Grenzsteini kaua planeeritud otsus, et rõhutada ka lehe välimuse kaudu ajalehe harivat loomust ja üle aegade kestvat väärtust. Juba 1885. a kirjutab Grenzstein *Olewikus*, et suur formaat on ajalehele “otse kahjuline”, kuna seda on ebamugav lugeda, ajalehti on halb köita ja alles hoida (“Raamatu kappi nad ei mahu. Neid võib ainult süngi all ehk pööningul paigal hoida.”), lehetoimetajatel aga takistab suur formaat lehenumbri mahu paindlikku muutmist. Grenzstein soovib kõigil eesti ajalehtedel võtta kasutusele ühesugune väike leheküljesuurus (28 x 20 cm) ja kirjutab, et *Olewik* tahab juba järgmisel aastal selles formaadis ilmuma hakata (*Olewik* 25. veebr ja 4. märts 1885). Ükski eesti leht seepeale formaati ei vähenda, Grenzstein ise võtab enda soovitatud formaadi *Olewikus* kasutusele peaaegu neli aastat hiljem (vt näide 7.7).

Kuni ilmumise lõpuni 1906 annab *Olewik* igal aastal välja ka aastakäigu tiitellehe ja sisukorra. Nii näitab ka ajalehe vorm, et Grenzsteini jaoks on ajaleht osake kirjandusest. Ta ise rõhutab seda lehe tellimisreklameid ning võrdleb *Olewikku* ikka raamatutega: “Et *Olewik* raamatu kaustas (formatis) ilmub ja aastast 158 trükipoognat pakub, siis on ta kõige suurem raamat Eesti kirjanduses. Aga ta on ka kõige odavam raamat meie kirjaturul, sest et ta poogen kaht kopikatki ei maksa, kuna poogna hind meie raamatute juures läbinisti 5 kop. on.” (*Olewik* 5. dets 1895).

*Olewik* on oma väikse formaadiga siiski erand. 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses loobub enamik eesti ajalehti väiksematest formaatidest ja suurendab aja jooksul järk-järgult foolioformaate. Näiteks *Postimehe* foolioformaat suureneb 15 aastaga (1890–1905) peaaegu kaks korda: 1010 cm<sup>2</sup>-lt 1900 cm<sup>2</sup>-le. Ilmselt on põhjuseks soov lehe mahtu suurendada ja selleks ostetakse varasemast suuremad trükipressid, et kasvatada mahtu ilma nelja lehekülje piiri ületamata. Formaadid muutuvad pisut ka siis, kui leht vahetab trükikoda (nt *Eesti Postimees* 1905, *Tallinna Teataja* 1910).

Kõige suuremat formaati kasutab uuritud lehtedest *Tallinna Teataja* 1910. a, lehekülje trükipinna suurus on 2470 cm<sup>2</sup> (59,5 x 41,5 cm). Kui arvutada uuritud ajalehtede keskmine formaat, siis 1910. a ongi kõige suurema formaadiga lehtede aasta eesti ajakirjanduse ajaloos (joonis 4.3). Siis võtavad eesti lehed kasutusele esimesed rotatsioonimasinad, mis kiirendavad tööd ja võimaldavad korraga trükkida enam kui neli lehekülge. Sellega kaob ka surve suurendada ajalehe formaati lehe mahu suurendamiseks.

1909. a kirjutab *Postimehe* toimetaja Jaan Tõnisson taas ajalehtede formaadi vähendamisest, tuues esile, et lugejad on selleks (ja lehekülgede arvu suurendamiseks) soovi avaldanud, sest “wähem kaust /= formaat/ oleks nägusam, lugemisel hõlpsam, lehtede alalhoidmisele kergituseks”. *Postimees* siiski formaati ei vähenda, Tõnisson selgitab, et see oleks tehniliselt keerukas (rotatsioonimasinad ehitatakse kindla formaadi trükkimiseks), kulukas (muudetavat formaati trükkiv masin on poole kallim) ja vähendaks lehe operatiivsust (rohkemate lehekülgede stereotüpeerimine<sup>[3]</sup> võtab rohkem aega; *Postimees* 19. dets 1909).

Oluline on see, et foolioformaadi kasutuselevõtuga hakkab nõrgenema ajalehe aastaraamatulik identiteet, loobutakse lehekülgede nummerdamisest, aastakäigu tiitellehe ja sisukorra kasutamisest.

Väikses, raamatulikus formaadis ajalehed nummerdasid kogu aastakäigu leheküljed läbivalt. Kui *Eesti Postimees* läheb 1869. a foolioformaati, siis jätkab ta seda traditsiooni, aga järgmised suureformaadilised lehed 1870. aastate lõpus lehekülgi enam ei nummer-

[3] Stereotüpeerimine – laotud ja küljendatud leheküljest tinatrukivormi valmistamine.

da.<sup>[4]</sup> Lehekülgi nummerdavad nüüd ainult need lehed, mis on järjekindlalt paksemad kui neli lehekülge. Nende hulgas on nii kvart- kui foolioformaadis lehti. Kvartformaadis lehed nummerdavad kogu aastakäik läbivalt (nt *Ristirahwa pühhapäwa leht* 1875–1916, *Olewik* 1889–1906<sup>[5]</sup>), foolioformaadis lehed lehenumbri kaupa (*Uus Aeg* 1899–1901). Enamik päevalehti hakkab lehekülgi uuesti nummerdama 1910. aastate esimesel poolel, kui lehed on sageli mahukamad kui neli lehekülge (*Tallinna Teataja* alates 1912. a, *Postimees* 1913. a, *Päewaleht* 1914. a).

Foolioformaadi kasutuselevõtmise järel loobutakse järk-järgult ka aastakäigu tiitellehe ja sisukorra avaldamisest. Esialgu püüavad suureformaadilised lehed mahutada kogu aasta sisukorra tiitellehe pöördele. Sisukorras nimetatakse ainult pikemad ja tähtsamad lood ja pildid; uudised jms pisilood mainitakse rubriiginimega. 1880. aastatel loobuvad eesti lehed sisukorra avaldamisest. Kõige kauem (kuni ilmumise lõpuni 1905. a) kasutab aastakäigu tiitellehte ja sisukorda (“juhtkawa”) väikseformaadiline *Olewik*.

**Veergude arv ja veerulaius** (joonised 4.1, 4.4 ja 4.5). Koos foolioformaadi kasutuselevõetuga hakkavad eesti lehed laduma põhiteksti senise kahe veeru asemel kolme veergu leheküljel. Kui foolioformaadi suurendatakse, siis lisatakse ka veerge. Näiteks *Eesti Postimees* suurendab formaadi järk-järgult 1869. aastast kuni 1885. aastani ja lisab iga viie aasta jooksul ühe veeru: 1865 – kaks veergu, 1870 ja 1875 (formaad väheneb pisut) – kolm veergu, 1880 – neli veergu, 1885 – viis veergu.

Viis veergu leheküljel ongi maksimum, mida tollased eesti ajalehed kasutavad. Kui 20. sajandi alguses foolioformaate suurendatakse, siis enam veerge ei lisata, vaid neid laiendatakse (7,2–7,5 cm). Sajandialguse heitlikes oludes (trükikodade vahetamine, uute trükimasinate kasutuselevõtt) kõiguvad veergude laiused varasemast sagedamini, aga kõikumiste amplituud on varasemast väiksem. Enamasti muudetakse veerulaiust tehnilistel põhjustel (nt koos trükikoja vahetamisega).

Teistest lehtedest erinev on *Perno Postimees*, mis säilitab endise kaheveerulise lao ka foolioformaadis ja kuni ilmumise lõpuni 1885, kasutades lihtsalt laiemaid veerge (endise 7,2 cm asemel 10,7 cm).

Veergude arvus ja laiuses matkivad eesti ajalehed baltisaksa lehti ning kuuluvad seega saksa traditsiooni, kus 19. sajandi teisel poolel on kombeks kasutada viit-kuut veergu leheküljel. Samas inglise ja ameerika lehtedes on alates 19. sajandi keskelt tavaline seitse veergu leheküljel ja 5,6 cm laiune veerg. Mõjuriks on siin tollane trükitehnika – suured lehed kasutavad trükipresse, milles ladu kinnitatakse veeruvahejoontega, kitsamate veergude kasutamine võimaldab veerge stabiilsemalt kinnitada ja ajalehte kiiremini trükkida (Hutt 1973: 48, 56). Suurematest lehtedest levib see veerulaius ka väiksematesse, kuigi nad kasutavad trükimasinaid, mis veergude laiust ei piira. Ka Soome lehed võtavad 1870. aastatel anglo-ameerika lehtede eeskujul kasutusele 5,6 cm laiuse veeru<sup>[6]</sup> ja kuus-seitse veergu leheküljel (Mervola 1995: 134–136).

### 3. Ajalehenumbri struktuur

1880. aastatel kasvab eesti ajalehtede temaatiline mitmekesisus. Sellega lisandub kultuuri-rubriike, kultuurilisi ja majanduslikke pisiinforubriike, uudiseid hakatakse jagama detailsematesse rubriikidesse. Ilmub ajutisi rubriike, eelkõige seoses sõdadega (1885 “Sõja platsilt”,

[4] Alates 1882. a loobub lehekülgede nummerdamisest ka *Eesti Postimees*.

[5] Lisaks on nummerdatud kogu aastakäigu veerud nagu teaduslikus ajakirjas.

[6] Sama veerulaiuse kasutamist eri lehtedes soodustab reklaamide laialdasem levik ajalehtedes, reklaamijatele hakatakse pakkuma võimalust avaldada sama reklaam mitmes väljaandes.



1900 “Lõuna-Afrika sõjawäljal”). Toonase ajalehe temaatilist mitmekesisust saab hästi mõõta rubriiginimede arvu muutumisega, kuna peaaegu kogu ajalehe sisu on rubriigistatud. Rubriiginimede arv kasvab järsult 1880. aastate lõpus: 1885. a on 1 m<sup>2</sup> toimetuse materjalise keskmiselt 18 rubriiki, 1890. a – 29 rubriiki (joonis 4.18).

Teine temaatilise mitmekesistumise laine tuleb pärast 1905. a. Esimese maailmasõja ajal mitmekesisus väheneb, sõjauudised täidavad suurema osa lehest. Ka joonealustes ilmuvad peamiselt sõjaga seotud lood (nt J. Siir’i “Ühest sõjakäigust. / (Eesti sõjamehe kirjast)” *Tallinna Teatajas* 5. veebr 1915).

**Sisu esitamine.** Väikseformaadilistes ajalehtedes tavaline järjestus – pikem ülevaatlük-õpetlik lugu, uudisteosa (uudised lähemalt kaugemale, seejärel lisauudised), kaubanduslik-majanduslik osa – jääb püsima ka suurema formaadiga lehtedes. Kuni I maailmasõjani püsib struktuur põhimõtteliselt samasugune, üksikute muudatustega (järgnevalt on leheosad järjestatud nii, nagu nad lehenumbris ilmusid, lisatud numbrid markeerivad struktuuraalseid seoseid leheosade vahel).

**0.** Lehenumbri sisukord. 1865. a alates oli lehtede päismikus või selle all ilmunud lehenumbri sisukord, aga 1885. aastaks on see kadunud. Muutus tundub esmapilgul ebaloogiline: lehed avaldavad numbrisiis, kui nende maht on väiksem, ja loobuvad sisukorrast, kui maht on kasvanud ja struktuur muutunud keerukamaks.

Ühelt poolt võib selles näha loobumist raamatule omasest sisukorrast iga lehenumbri alguses. Teiselt poolt on muutuse põhjuseks ilmselt ka tehnilised piirangud seoses lehe mahu kasvamisega ja tööprotsessi kiirenemisega. Kuna kiirpressid trükivad korraga ainult poogna ühele poolele, siis trükiti esmalt lehenumbri välimised küljed (lk 1 ja 4), et trükivärv saaks kauem kuivada ja määriks pakkimisel ja edasitoimetamisel vähem, seejärel sisemised küljed (sama on märkinud USA lehtede kohta Barnhurst & Nerone 2001: 39).

Ilmselt on just 1880. aastate alguseks eesti ajalehtede töötempo nii palju tõusnud, et esimesi külgi vajadusel veel muudetakse, kui välimised küljed on juba trükiis. Nii ei ole võimalik esiküljel enam numbrisiis avaldada. Aega nõudis ka eeltsenseerimine, esmalt laoti ja küljendati esimese külje tekstid ja neljanda külje kuulutused ning saadeti need tsen-sorile ja politseisse (kuulutusi tsenseeris politseiülem), vahepeal aga “laoti ja kirjutati teist ja kolmandat lehekülge edasi /.../. Seni kui esimest ja viimast lehekülge trükiti, jõuti ka teise ja kolmanda lehekülje ladumise ja tsenseerimisega nii kaugemale, et leht õhtu eel lugeja /.../ kätte jõudis.” (kirjeldus 1890. aastate keskpaiga kohta *Postimehes* 12. dets 1926: 21).

**1.** Pikem ülevaatlük-õpetlik lugu ilmub lehenumbri alguses järjekindlalt kuni I maailmasõjani. 1880. aastatel hakatakse neid lugusid nimetama juhtkirjadeks, kuigi žanrilt pole need juhtkirjad tänapäevases mõttes. Enamasti on tegemist kirjeldavate ülevaadetega (nt “Metsa tähtsusest Wenemaa majanduse kohta” ja “Mesilasepidamisest” *Postimehes* 10. märtsil 1900), harvem programmiliste kirjutistega (“Plaan, mille järele Eesti elu tuleks mõnusale korrale seadida” *Olewikus* 14. okt – 23. dets 1885), aga ilmub ka ümberjutustusi teistest lehtedest ja reisikirju. Sageli jätkuvad juhtkirjad läbi mitme lehenumbri.

**20.** sajandi alguses loobutakse järk-järgult mitmes lehenumbris jätkuvatest juhtkirjadest. Tavaliselt ilmub nüüd ühes lehenumbris kaks-kolm juhtkirja. Nende järel avaldatakse mõnikord veel refereeringuid teistest lehtedest (rubriik “Teistest lehtedest”, “Ajakirjanduse ülevaade” vms). Nii kujuneb lehenumbri algusse artiklite- ja ülevaadeteosa, mis lõpeb tavaliselt teise külje keskel.

**2.** Uudisteosa järgneb pikematele ülevaadetele-artiklitele. Selle osa korrastatus on jätkuvalt geograafiline. Senistes uurimustes on öeldud, et tollased Eesti lehed järjestavad uudiseid lähemalt kaugemale (Nigol 1968: 31; Kokk 1971: 34), aga siiski pole üldpilt nii ühe-ülbaline ja muutumatu. Uudiste järjestamisel muudetakse nii uudiste alguspunkti kui sise- ja

välisuudiste omavahelist järjestust. Lisaks geograafilisele järjestusele hakatakse järk-järgult kasutama ka teisi järjestamismooduseid (fokuseerimine, temaatiline liigendamine).

Varasema kodulinnast (st lehe ilmumiskohast) kaugemale liikumise asemele tuleb 1880. aastate lõpus 'impeeriumikesksem' pilk. Uudiste algusse tõstetakse Vene pealinn(ad), seejärel liigutakse erinevate uudisterubriikidega mitu korda lähemalt kaugemale<sup>[7]</sup>: esmalt Vene riigis (Eesti, Läti, Soome jm)<sup>[8]</sup>, siis välismaal (Euroopa, Aasia, Aafrika, Ameerika), siis suuremates Eesti linnades ("Sõnumid Tartust", "Sõnumid Tallinnast"), siis uuemates uudistes ("Põhja telegrafi-agenturi telegrammid").

Vene pealinnade keskmesse-tõstmine on ilmselt seotud venestamisega, kuigi näiteks *Olewik* kasutab enamiku oma ilmumisajast Tartu-keskset järjestust, Vene riigi pealinnade-keskset ainult 1890. aastate keskel.

1890. aastate alguses tehakse põhimõtteline muudatus kodu- ja välismaiste uudiste omavahelises järjestuses. Kõik lehed (v.a *Olewik*) tõstavad uudisteosa algusse välisuudised, seejärel tulevad kodumaa-uudised.<sup>[9]</sup>

Kuna uudise žanr ei ole veel selgelt väljakujunenud, siis ilmub uudisterubriikides väga erinevaid tekste. Sajandi alguses on eriilmelise materjali hulk nii palju kasvanud, et kodumaa-uudised ja viimased uudised muutuvad žanriliselt üsna eklektiliseks (vt Rüga & Lauk 2000). Kuna rubriigistamisel lähtutakse eelkõige geograafiast, mitte žanridest, on näiteks *Postimehe* "Kohalikes sõnumites" üksteise järel kõikvõimalikud Tartuga seotud teemad ja žanrid erinevas mahus ja kujunduses (pealkirjaga ja pealkirjata): uudised, artiklid, kirikuteated, väiksed arvamusepliigid, aruanded.

20. sajandi alguses hakatakse kodu- ja välismaiseid uudiseid üha rohkem segamini avaldama. Näiteks ilmub 1905. a *Olewikus* rubriik "Segasõnumed omalt maalt ja võersilt."

Lisaks uudiste geograafilisele liigendamisele võetakse kasutusele ka temaatiline liigendamine. Teerajaja on siin Ado Grenzstein, kes hakkab *Olewikus* Eesti uudiseid temaatiliselt süstematiseerima (ja kaastööliste saadetud uudiseid lühendama) alates 1886. a. Ta jagab rubriigi "Sõnumid Eestimaalt" kuude alarubriiki: "Walitsus. Kord. Kohus", "Kodu. Kool. Kirik", "Töö. Teenistus. Terwis", "Seltsielu. Lõbustused. Kirjandus", "Õnnetused. Kõrtsielu. Kuritööd", "Segasõnumid". Alarubriikide sees on uudiste järjestus ikka geograafiline. Grenzstein selgitab uue süsteemi eeliseid infohulga suurendamisega, parema korrastatuse ja uudisväärtuse arvestamisega: "Nii võime meie mitu kümme korda enam sõnumeid tuua, igale väikesele juhtumisele lugemiseväärilise tähtsuse anda ja nende lugemise ka kenaks teha. /.../ P ä a s i on aga see, et meie oma lugijatele l ä b i s õ e l u t u d ja korda seadud töö ette toome." (*Olewik* 2. jaan 1886).

Ilmselt pole need väärtused 19. sajandi eesti lugejatele olulised, sest teised lehed Grenzsteini eeskuju esialgu ei järgi. Nad hakkavad uudiseid temaatiliselt liigendama alles paarikümmend aastat hiljem ja esialgu üksikutes alarubriikides. Näiteks 1900. a jagab *Eesti Postimees* rubriigi "Uuemad sõnumid" temaatilisteks alarubriikideks "Üleüldised teated", "Majandus", "Teised ajalehed", "Kirjandus", "Wäljamaalt". Pärast 1905. a lisandub temaatilisi uudisterubriike juba järjekindlamalt. Eraldi rubriikidesse koondatakse "Sport" ning "Õnnetused ja kuritööd", rubriiki "Wene riigist" lisanduvad alarubriigid "Riigiwolikogu" ja "Riiginõukogu". Aga I maailmasõja alguses selline süsteem kaob.

Teine uudne järjestamisprintsip on fokuseerimine. See võetakse kasutusele 1890. aastate alguses, kui välisuudiste algusse tuuakse üks sündmus ükskõik millisest maailmajaost

[7] Geograafilisel korrastamisel on endiselt aluseks uudise allika asukoht.

[8] Alates 1890. aastate algusest järjestab *Postimees* Vene riigi uudiseid vastupidiselt: kaugemalt lähemale, tsentrist perifeeriasse, kohalike uudisteni (Vene, Soome, Läti, Eesti, Tallinn, Tartu).

[9] Seda järjestust kasutasid *Perno Postimees* ja *Sakala* ajutiselt ka 1880. a paiku.

ja kirjutatakse sellest pikemalt (nt “Sõjasõnumid” *Eesti Postimehes* 1895), siis järgnevad lühemad uudised endises geograafilises järjestuses. Põhimõtteliselt samasugust süsteemi kasutatakse ka I maailmasõja ajal, ainult nüüd on sõjauudiste maht umbes kümme korda suurem kui muude välisuudiste maht.

**3.** Kultuur ja elu. Koos lehenumbri mahu kasvuga ja temaatilise mitmekesisuse suurenemisega hakkab ajalehtedes ilmuma mitmesuguseid uusi rubriike (“Keel ja kirjandus”, “Kool”, “Põllu- ja käsitöö” jms) ning pikemaid ja lühemaid lugusid: raamatuarvustusi, reisikirju, ülevaateid teistest eesti lehtedest, ilukirjanduslikke palu ja järjejutte, luuletusi, mõistatusi jms. Neid ilmus ka varasemates lehtedes, aga nüüd on ilmumine järjekindlam ja arvukam.

Need lood koondatakse peamiste uudisterubriikide järele. Siia pannakse ka lisanduvad kultuurilised ja majanduslikud pisiinforubriigid: rahvuslikeks üritusteks kogutud raha aruanded (“Eesti Aleksandri-kooli hääks” jms), rongide sõiduplaan (“Raudtee-sõidud” vms), uue kirjanduse nimestikud jms. Endiselt ilmuvad siin rubriigid “Kirjad toimetusele”, “Kirjawas-tused”, “Toimetusele saadetud raamatud”.

Nii kujuneb uudisteosa järele uus struktuuriosa, mille sisuks on eelkõige kultuur. Kui leht kasutab joonealust (vt *Lehekülg* lk 200–201), siis koondatakse osa kultuuritekstidest sinna (tavaliselt järjeromaan, ajatumad ‘kerged’ uudised väljaspoolt Eestit, reisikiri).

**2a.** Viimased uudised. Endiselt jaotub uudisteosa kaheks: põhiuudised (sise- ja välisuudiste rubriigid) ja viimased uudised, mida pannakse toimetuse materjali lõppu nii palju, kui mahub (mõnikord paar uudist, mõnikord pool ajaleheveergu). Tavaliselt asuvad viimased uudised eelviimase, kolmanda külje viimase veeru lõpus (viimane lehekülg on täidetud kuulutuste ja reklaamiga), 1870. aastatel koondatakse nad rubriiki “Uuemad sõnumed” (vms; vt näide 7.4).

1880. aastatest alates hakkab viimaste uudiste päevakajalisus ja maht kasvama. Ilmselt on see seotud telegraafiagentuuri asutamisega Venemaal (1866) ja telegraafiudiste üha laiema levikuga (Rantanen 1990). Siiski on viimased uudised eesti lehtedes ikka veel ruumitäiteks juhul, kui esialgu laotud materjal ei täida lehenumbrit ära või osa sellest on välja tsenseeritud. Sellest annab tunnistust viimaste uudiste väga varieeruv maht (mõnikord puuduvad nad üldse) ja varieeruv liigendus (mõnikord üks rubriik, mõnikord kaks).

1890. a keskel hakkab viimaste uudiste tähtsus lehes kasvama: nad ilmuvad eranditult kõigis lehenumbrites, rubriigi maht ja liigendus kasvab (rubriik jagatakse alarubriikideks). 1900. a *Eesti Postimehes* hõlmab rubriik “Uuemad sõnumed” mõnikord rohkem kui lehekülje (s.o üle kolmandiku toimetuse materjali mahust ühes lehenumbris). Nii võib öelda, et ruumitäitest ajalehe lõpus on saanud iseseisev ja oluline ajalehe osa.

1910. a sügisel hakkab *Tallinna Teataja* viimaseid uudiseid ka visuaalselt rõhutama, “Telegrammide” rubriik saab topeltveerulise sildi ja ta küljendatakse eraldi kaheveerulise plokina kolmanda külje paremasse alanurka. Lugeja jaoks on see visuaalselt kõige silmator-kavam element lehe sisekülgedel. Mitmeveerulise elemendi kasutamine muidu lineaarses struktuuris näitab selgesti, et lehe planeerimisel arvestatakse nüüd algusest peale viimaste uudiste rubriigi olemasoluga.

Rahvusvahelises võrdluses pole viimaste uudiste koondamises toimetuse materjali lõppu midagi Eestile ainuomast. Näiteks angloameerika lehtedes paigutatakse 1790.–1860. aastatel kuulutused ja reklaam pigem ajalehe esiküljele, et hoida viimaste uudiste jaoks ruumi lehe sisekülgedel (st lk 2–3; Barnhurst & Nerone 2001: 85–86). Ka Vene ametlikus lehes *Moskovskije Vedomosti* on viimaste uudiste rubriik 1850. aastatel lehenumbri lõpuosas (Kisselev 1990: 55). Samas baltisaksa lehtedes (*Rigasche Zeitung*, *Dörptsche Zeitung*) ilmub viimaste uudiste rubriik kohe lehenumbri alguses alates 1860. aastate lõpust.

4. Kuulutuste- ja reklaamiosa lõpetab lehenumbri. Rutiinselt hõlmab see ajalehes terve viimase, neljanda külje, vajadusel ka kolmanda külje alaosa. See loob esimese tervikliku lehekülje, sellise ajaleheosa, mida struktureeritakse omaette ruumilise tervikuna.

Nii on sajandivahetuse neljaküljelisel ajalehel kaks keset ajalehe välimistel külgedel, mis trükitakse esimesena. Esikülje algusest alustatakse toimetuse materjali paigutamist: juhtkirjad, uudised, kultuur, pisiinfo; viimaselt leheküljelt alustatakse kuulutuste ja reklaamiga. Nende kahe piiril (tavaliselt kolmanda külje lõpus) on 'soo', kuhu toimetused paneb täidislugusid niipalju, kui lehenumbri täissaamiseks tarvis.

Kokkuvõttes võib öelda, et sajandivahetuse lehenumbri struktuur on rubriigistatud, geograafilis-kronoloogiline ja lineaarne (ühemõõtmeline, tekstid on üheveeruliselt üksteise järel). Kogu lehe materjal (v.a juhtkirjad) korrastatakse rubriikidesse. Uudisterubriigid on eelkõige geograafilised, muud rubriigid temaatilised. Hea näite lehe sisu korrastamisest rubriikide kaupa annavad tähtsad sündmused. Näiteks Lev Tolstoi surma järel (1910) ilmuvates *Postimehe* numbrites on tema surma teemalised tekstid laiali kogu lehes: rubriigis "Ajakirjanduse ülewaade" refereeritakse teisi lehti; "Wene riigist" annab teateid matuste korraldamisest jm jooksvatest sündmustest; "Riigivolikogu" ja "Riiginõukogu" kirjutavad ametlikest korraldustest seoses matustega; "Tartu teated" kirjutavad Tolstoi mälestamisest Tartus.

Uudiste kronoloogilise ja lineaarse järjestamise määrab toimetuse tööprotsess – eespool asuvad uudised on varasemad, tagapool värskemad; hilisem materjal lisatakse lõppu, mitte ei paigutata vahele temaatiliselt sobivasse rubriiki. Seetõttu ilmub kõige värskem materjal kolmanda külje paremas alanurgas. Viimaste uudiste paigutamine lehe siseküljele on ka trükitehnoloogiliselt sobiv, kuna siseküljed trükitakse väliskülgedest hiljem. Näiteks 26. juulil 1900 on *Postimehes* rubriigi "Wene telegrahwi-agenturi telegrammid" lõpus kaks ühelauselist sõnumit, mille ette on laotud tekst "(Lehe trükkimise ajal siia jõudnud)".

Selline kronoloogilis-lineaarne küljendamine on hästi märgatav siis, kui lehenumber on paksem rutiinsest neljast küljest. Tavapäraselt nelja lehekülje ületav leheosa küljendatakse *pärast* esimese poogna küljendamist ja lisapoogen kordab oma struktuuriga põhipoogna struktuuri. Näiteks 18. augustil 1910 on *Postimees* kaheksaküljeline ja sisaldab justkui kolm lehenumbrit: 4 + 2 + 2 külge, kus iga alaosa algab pikema looga, seejärel ilmuvad uudisterubriigid ning alaosa lõpeb kuulutuste ja reklaamiga. Osa rutiinseid elemente ja rubriike kordub, nt väljalõigatav jutunurk (lk 1-2 ja 5-6), rubriigid "Ajakirjanduse ülewaade" (lk 2 ja 5), "Wene riigist" (lk 2-3 ja 7), "Soomemaalt" (lk 3 ja 7), "Kodumaalt" (lk 3 ja 7), "Toimetusele tulnud kirjad" (lk 3 ja 7), "Kirjawastused" (lk 5 ja 7). Kuulutused ja reklaam asuvad suure plokina 4., 6. ja 8. küljel.

Alates 1860. aastatest kasutusel olnud lehenumbri järjestusse tulevad esimesed põhimõttelised muutused I maailmasõja ajal, kui uudiste osakaal ja tähtsus lehes kasvavad järsult. Kõige olulisemad muutused on uudiste tõstmine ajalehe esikülje algusse, tähtsamate uudiste koondamine teemade kaupa kokku ning tähtsamate sündmuste loetlemine lehenumbri alguses. Kaht esimest võtet oli varem kasutatud ainult erakordsete sündmuste puhul (nt 19. sajandi lehtedes ilmusid esikülje alguses uudised keiserlikest suursündmustest; *Päewaleht* koondas enamiku Lev Tolstoi surmaga seotud lugusid kokku eraldi suurte pealkirjade alla).

Uudised tuuakse juhtkirjade asemel lehenumbri algusse kohe pärast sõja algust 1914. a suvel. Enamasti on need (viimased) sõjauudised, mis on grupeeritud rinnete ja teemade kau-

## Näide 7.2. Esimese maailmasõja aegne ajaleht

*Päewaleht* 27. apr 1915: 1 (vähendatud 2,5 korda).

Lehenumber algab tähtsamate sõjasündmuste loeteluga ja uudistega. Kasutatakse üksikuid suuri pealkirju ja rubriiginimesid. Üksikuid (välismaiseid) fotosid ilmub ainult *Päewalehes*.



pa (näide 7.2). Juhtkiri järgneb uudistele teise külje keskel, ka joonealune viiakse esiküljelt teisele küljele.

Operatiivsema materjali paigutamist esiküljele ei takista enam ka trükitehnika, sest suuremaid lehti trükitakse nüüd rotatsioonimasinatega, mis trükiivad korraga paberipoozna mõlemale poole (*Päewaleht* alates 1906, *Postimees* alates 1909). Ainult *Tallinna Teataja* jätkab esialgu esiküljel juhtkirja ja pikemate artiklite avaldamist. Ilmselt on siin põhjuseks just probleemid trükimasinatega. “Suure rotatsioon-masina rikkemineku all tuli neil [*Tallinna Teatajal* ja *Tallinna Uudistel*] palju kannatada ja ajutiselt neid kiirpresside peal trükkida,” selgitab *Tallinna Teataja* (16. dets 1915: 4). Alates 1. juunist 1915 on sõjauudised ka *Tallinna Teatajas* esiküljel.

Maailmasõja ajal hakkab murduma ka traditsioon panna viimased uudised toimetuse materjali lõppu. *Päewaleht* ei kasuta I maailmasõja ajal viimaste uudiste rubriike enam üldse, vaid jagab uudised temaatiliselt sobivatesse rubriikidesse laiali. *Tallinna Teataja* avaldab rubriiki “Uuemad sõjatelegrammid” sõjauudistekülje lõpus, alates 1915. a keskpaigast lehekülje alguses, seejärel loobub rubriigist. Ainult *Postimehes* ilmuvad viimaste uudiste rubriigid endiselt kolmanda külje lõpuosas. Uudiste kuupäevade järgi otsustades ongi *Postimees* lehtedest kõige operatiivsem, avaldades telegrammide seas ka lehe ilmutuspäeva uudiseid. Rubriigis “Viimased telegrammid” teatatakse järjekindlalt uudiste lehtepaneku kellaega, nt “(Toimetusse jõudnud kell 2 l.[õuna ajal]”. Arvestades seda, et lehenumber jõudis tollal Tartus müüki kell 5 õhtul, on see hämmastav operatiivsus.<sup>[10]</sup>

Kohe sõja algul hakatakse lehe alguses järjekindlalt avaldama tähtsamate (sõja)uudiste loetelu<sup>[11]</sup>. Erinevalt 19. sajandist ei ole enam tegemist numbri sisukorraga. Nüüd on deklaratiivne nii loetelu sisu kui vorm. Esiteks loetletakse deklaratiivsete fraasidega lühidalt olulisemaid sündmusi. Kuna sinne järjestus on erinev samade uudiste järjestusest lehenumbris, siis võib eeldada, et toimetajad on järjestamisel lähtunud sündmuste olulisusest. Teiseks on olulisemate uudiste loetelu laotud põhitekstist palju suurema ja silmatorkavana: kasutatakse vähemalt 18p ja paksu kirja, mitme veeru laiust ladu (*Tallinna Teatajas* kogu lehekülje laiust ladu). Kolmandaks hierarhiseeritakse tüpograafia abil sündmusi – esimesed pealkirjad on laotud teistest suuremas kirjas. *Tallinna Teataja* on iseäranis moodne ja kasutab *bannerit*<sup>[12]</sup>, mille USA lehed olid võtnud kasutusele 1897. a Hispaania–Ameerika sõja eel (Hutt 1973: 80–82). *Päewaleht* kasutab liigendamiseks kolme erinevat kirjasuurust (näide 7.2).

Uudne võte on ka üksiku olulise sündmuse käsitluste koondamine kokku suure pealkirja alla. Näiteks 27. aprillil 1915 on *Päewalehe* esiküljel pealkiri “Reisijatelaew “Lusitania” põhja lastud” ning selle alla on koondatud 18 lühemat ja pikemat uudist (näide 7.2). See on esimene samm uudiste fokuseeritumal esitamisel, sest esialgu lihtsalt kogutakse samateemalised uudised kokku ja pealkirjastatakse suurelt, aga neid ei sünteesita uueks sisuliseks tervikuks (nt ei võeta varasematest uudistest välja infot, mille hilisemad uudised ümber lükkavad). Uudisteploki *sees* on järjestus endiselt kronoloogiline, uudised on laotud kuupäevade järjekorras üksteise järele, mõnele on pandud pealkiri, mõnel on alguses ainult kohanimi ja kuupäev. Kõige tähtsamad uudised plokis laotakse paksus tekstikirjas, mõnikord ka suuremas kirjas. Seega püütakse kronoloogilise uudisteploki osi tüpograafiliste võtetega fokuseerida ja hierarhiseerida.

[10] 24. septembril 1905 algab *Postimehe* telegrammiderubriigi viimane uudis märkusega “(Toimetusse jõudnud kell 4 p. l.) // Moskwas. 24. sept – kella 5 ja 6 wahel õhtu /.../”. See on ilmselt suurim kiirus, mida on võimalik paberajalehes saavutada.

[11] Halliki Harro on nimetanud seda numbri liidiks (ingl *number lead*; Harro 2000a: 176–177; 272–274).

[12] *Banner* (ingl), *шанка* (vn) – kogu lehekülje laiune suures kirjas pealkiri lehekülje tipus.

#### 4. Kuulutused ja reklaam

**Maht** (joonis 4.2). 1870. aastate lõpul tõuseb eesti ajalehtedes kuulutuste ja reklaami keskmine osakaal esmakordselt üle 20% lehe mahust. 19. sajandi lõpul täidavad kuulutused ja reklaam keskmiselt 25% lehe mahust ehk ühe külje neljaküljelisest lehenumbri. See ongi kuulutuste ja reklaami tollane standardmaht eesti lehtedes. Lehenumbrit planeerides arvestatakse, et viimase külje täidab reklaam ja toimetuse materjali jaoks on kolm külge. Mõnikord pannakse reklaami hulka täidismaterjali, s.o omareklaame, et viimane lehekülge reklaami ja kuulutustega tervenisti täita.

1910. a tõuseb kuulutuste ja reklaami osakaal kolmandikuni lehe mahust, aga langeb I maailmasõja ajal tagasi veerandini.

Kui võrrelda eesti lehtede kuulutuste-reklaami mahtu rahvusvaheliselt, siis on see sama kui tollaste baltisaksa lehtedes. Vene pealinnade suuremates lehtedes võtab reklaam 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses umbes poole lehenumbri mahust (Kisselev 1990: 136). Anglo-ameerika lehtede neljaküljelistes numbrites hõlmasid kuulutused-reklaamid 18. sajandil ja 19. sajandi alguses  $\frac{1}{3}$ – $\frac{3}{4}$  (keskmiselt umbes pool) lehenumbri mahust (Barnhurst & Nerone 2001: 85). Nii näitab kuulutuste erinev osakaal ajalehtedes ühiskondlikke ja majanduslikke erinevusi riikide ja regioonide vahel, samuti ajakirjanduse erinevat staatust ühiskonnas. Eestis on kuulutuste-reklaami väiksema osakaalu põhjus ilmselt ka kohaliku majandus-kaubandussfääri väiksus, inimesed suhtlesid kaupmeestega otse, ilma ajalehe vahendusest.

**Asukoht.** Kuulutused ja reklaam koondatakse lehenumbri lõppu kokku.<sup>[13]</sup> Erandiks on ajalehe omareklaam (tellimisreklaam jms), mis pannakse sageli esiküljele päismiku alla. Kui lehenumber on neljast küljest paksem, siis koondatakse kuulutused kahte kohta: esimese poogna lõppu (s.o neljandale küljele) ja lisapoozna lõppu.

1910. a paiku, kui kasutusele võetakse rotatsioonimasinad, muutub ajalehe struktuur teraviklikumaks, kogu kuulutuste- ja reklaamiosa koondatakse esimese poogna lõppu (neljandale küljele ja vajadusel ka kolmanda külje alaossa), lisapooznasse paigutatakse ainult toimetuse materjal. Siiski kasutab *Postimees* veel isegi 1920. a topeltstruktuuriga lehenumbreid.

Alates 1890. aastatest pannakse lehtede vahele üksikuid lahtisi reklaamlehti (“Selle numbri kaasas on Peterburist Wene-Amerika Seltsi gummiwabriku galossikuulutus.” – *Olewik* 24. okt 1895). Need on erineva mahu ja formaadiga, ilmselt ei trükita neid ainult (ühe) ajalehe vahele panemiseks, vaid kasutatakse ka muudel sobival juhitudel (nt näitustel ja laatadel).

19. sajandi lõpust alates hakatakse üksikuid kuulutusi ja reklaami järk-järgult toimetuse materjaliga rohkem segamini panema: kõige esmalt esiküljele päismiku alla (1890. a paiku), siis teiste lehekülgede tippu ja ka lugude vahele (pärast 1905. a)<sup>[14]</sup>. Kuulutuste ja reklaami integreerimise kasvu näitab segalehekülgede<sup>[15]</sup> osakaalu kasv: 1890. a on segakülgi 7%, 1900 – 30%, 1910 – 42%, 1920 – 49%. Sellest tõusujoonest jäävad allapoole revolutsiooni-aasta 1905 ja sõja-aasta 1915, siis on segalehekülgede osakaal väiksem (joonis 4.6).

Reklaamide paigutusvariatiivsuse suurenemisest annab märku ka kuulutuste-reklaamide hinna diferentseerimine. Alates 1887. a teatab *Postimees* päismikus, et esiküljel reklaamimine on 2–2,5 korda kallim kui lehe lõpus. *Päewaleht*, mis alustab ilmumist 1905, hakkab

[13] Ainult *Olewiku* kuulutustel on kaks keset: lehenumbri algus ja lõpp. Alguses on 2 lk reklaami (toimetuse materjal algab 3. küljel lehe päismiku kordamisega), lõpuosa kuulutuste- ja reklaamimaht varieerub, tavaliselt on see 3–5 lk.

[14] 1905. a annab reklaamide paigutamine lugude vahele ja sisse tähelepanelikule lugejale märku tsenseerimisest. Esialgu jätvavad ajalehed tsenseerimise märkimiseks ja protestiks väljatsenseeritud teksti asemele tühja koha (nt *Postimees* 19. veebr 1905). Kui see keelatakse, hakkavad ajalehed väljatsenseeritud teksti koha peale panema omareklaame (nt *Postimees* 14. okt 1905; vt ka Lauk 1989: 62–64).

[15] Segalehekülge – lehekülge, millel on nii toimetuse materjali kui kuulutusi-reklaami.

kuulutuste hinda veelgi enam diferentseerima. Kallim hind kehtib kuulutustele lehenumbri “eesotsas”, väljastpoolt Tallinnat kuulutajatele, kuulutustele laupäevases lehes ja tekstide keskel jne. Seejärel hakkavad hinda rohkem diferentseerima ka teised lehed.

Sel perioodil leiavad kindla koha lehtedes mõned privaatuulutuste liigid: kihla- ja abielukuulutused esikülje paremas ülanurgas, surmakuulutused kõige viimasel leheküljel (vajadusel võetakse eestpoolt lehekülgi juurde).

**Kujundus.** Juba 1860.–1870. aastatel olid kuulutused kujundatud toimetuse materjalist kontrastsemalt, visuaalsemalt ja liigendatumalt. 1870. aastate keskel hakkab ilmuma mitmeveerulisi kuulutusi, mis on tavapärasest kuulutustemassist silmatorkavamalt kujundatud. Kümnendi lõpus ilmneb ka teine tendents: väiksed kuulutused kujundatakse visuaalselt kokkusuurutumana kui toimetuse materjal. Nüüd saab rääkida eraldi kuulutustest ja reklaamidest.

Reklaamid on sageli mitmeveerulised, neis kasutatakse üha enam erinevaid kirju (erinevad kirjarassid, suurused, paksused), raame, jooni, pilte<sup>[16]</sup>, tühja pinda. Kui mitmeveerulisi reklaame ilmub juba rohkem, siis hakatakse reklaamiosa küljendama mittelineaarselt mitmeveeruliste moodulitena (senise lineaarse järjestamise asemel). Nii on reklaamiosa esimene, kus ajaleht võtab kasutusele ruumilise struktuurimudeli. Sellega kujuneb ajalehe neljas, viimane lehekülg järk-järgult terviklikuks visuaalseks üksuseks.

Kokkuvõttes muutub reklaami kujundus järjest kirevamaks ja eristub järjest rohkem toimetuse materjali kujundusest. Kuigi juba 1910. a seab T.S. eeskujuks soome ajalehekuluutuste “lihtsust ja silmapaistvust” (*Päevaleht* 18. juuni 1910), pole sel soovitud tulemust.

Kirevusele vastukaaluks hakkab sajandi alguses ilmuma ka üksikuid reklaamtekste, mille välimus on identne toimetuse materjali välimusega (nt lugu “Kõige suurem heategu” reklaamib Pixavon-seepi kõõma ja kiilaspäisuse vastu – *Päevaleht* 21. mai 1910: 3). Tekib tekstreklaam (ingl *advertorials*), mis ähmastab piiri reklaami ja toimetuse materjali vahel. Uudiste välimust imiteerides püütakse reklaamile laiendada toimetuse materjali loetavust ja usaldusväärust ning varjata, et reklaam esindab kellegi erahuve (vt ka Cameron jt 1996; Habermas 2001: 256).

Vastukaaluks reklaamidele omandavad kuulutused ühetaoliselt tagasihoidliku ja tiheda kujunduse: nad on üheveerulised, ainult verbaalsed (esialgu kasutatakse harva väikseid teemaatilisi puugravüüre, hiljem neist loobutakse), tüpograafiliste võtetega rõhutatakse üksikuid märksõnu.

Alates 1880. aastast kasutatakse kuulutustes kitsamaid veerge kui toimetuse materjalis. Kui esialgu ületab kuulutuste veergude arv toimetuse materjali veergude arvu ühe võrra (toimetuse materjalis kaks, kolm või neli veergu leheküljel; kuulutusteosas kolm, neli või viis veergu), siis 1920. a on kuulutustes juba peaaegu kaks korda rohkem veerge kui toimetuse materjalis (toimetuse materjalis neli-viis veergu, kuulutustes seitse kuni üheksa veergu).

Kuna kuulutuste avaldamisel tuleb maksta iga avaldatud rea eest, siis on veergude lisamine (= kitsendamine) varjatud viis hinda tõsta. Lisaks suurendavad lehed endi sissetulekut kuulutuste kirja pideva vähendamisega. Neljakümne aasta jooksul (1875–1915) vähendavad lehed kuulutuste kirja poole võrra (12p asemel 6p). See võimaldab nii aastal 1875 kui 1915 lugejatele teatada, et kuulutuste hind on 5 kopikat rida, aga selle rea pindala on veeru kitsendamise ja kirja vähendamise tõttu vahepeal kahanenud 3,7-kordselt.

1910. a hakkab *Postimees* kuulutusi rubriikidesse jagama ja sildistama. Kõige esmalt koondatakse kokku “Töö-pakkumised” ja “Töö-otsimised”, hooajati ka “Kosti-kohad”. Teised lehed hakkavad kuulutusi rubriigistama alles 1920. aastate alguses.

[16] Sama pilti (puugravüüri) kasutatakse üha uuesti ja uuesti. Näiteks 1870. aastatel kasutatakse kogu kümnendi jooksul tiseritöökodade reklaamides üht kirstu pilti, see ilmub nii *Eesti Postimehes* kui *Perno Postimehes*, 1882. a ka *Olewikus*.



## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

**Lugude hulk ja pikkus.** 1880. aastate esimesel poolel tõuseb plahvatuslikult lugude arv eesti ajalehtedes (joonis 4.9). 1880. a ilmub keskmiselt 65 lugu 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis, 1885. a peaaegu kaks korda rohkem – 122 lugu. Põhjus on eelkõige uudiste hulga järsus kasv ja telegraafiudiste ilmutahakkamises (1883. a). Uudiste hulga kasv võib olla seotud venestuse survega, kuna ajalehed on sunnitud loobuma ideoloogiliste seisukohtade avaldamisest (Aru 2002: 27), selle asemel hakatakse avaldama rohkem infot, mille üksikute lugude maht on väiksem.

Kuna enamik uudislugudest ilmub pealkirjata, siis lugude arvu kasv ajalehe välimust liigendatumaks ei tee. Seda peegeldab hästi ajalehtede (põhi)tekstilisuse määr, mis aastatel 1860–1875 oli 81–83%, aastatel 1885–1905 paar protsenti suurem, muutumatult 83–85% (joonis 4.19). Põhitekstilise materjali osakaalu kasv on tingitud tiitlipiltidest loobumisest.

Ka edaspidi jääb lugude keskmine arv samale tasemele, 1 m<sup>2</sup>-s ilmub pidevalt üle 100 loo, üksikutel aastatel isegi üle 130 loo.

Lugude keskmine maht (joonis 4.10) kõikus väga tugevalt kuni 1880. aastate alguseni (80–140 cm<sup>2</sup>). Siis, samaaegselt lugude arvu kasvuga, lood lühenevad ja nende maht püsib stabiilselt 60–80 cm<sup>2</sup> vahel kuni 1930. aastate lõpuni. Kui teisendada maht 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis on lugude keskmine pikkus 14–18 vcm.

Kuna lugude keskmine maht püsib üle poole sajandi samal tasemel, võib oletada, et 1880. aastate alguses kujuneb välja eesti ajalehtedele tüüpiline sisu proportsioon (uudiste ja muude lugude suhteline osakaal lehenumbris), mida kasutatakse järgneva 60 aasta jooksul, kuni nõukogude okupatsioonini. Hüpootees vajab siiski edasist kontrollimist, sest sinise kontentanalüüsi andmed on liiga üldised. Lugude *keskmise* pikkuse mõõtmine ei võimalda täpsemalt määratleda näiteks muutusi lugude pikkuse varieeruvuses.

**Teksti tüpograafia.** 19. sajandi lõpu ajalehtedes on tekstikirjaks endiselt ülivaldavalt fraktuur. Harva, peamiselt luuletuste ladumisel, kasutatakse ka antiikvat või plokk-kirja. Antiikvas ilmub ka üksikuid muid lugusid, näiteks *Olewikus* 1890 rubriik “Teised lehed” ja *Postimehes* 1895 Hurda vanavarakogumise aruanded, mis avaldatakse tolle aja kohta väga väikeses (8p) kirjas. Siin võib põhjuseks olla fraktuur-kirjatüüpide puudus ja nende asemel kasutatakse väikest antiikvat (mida mujal – nt raamatutes – vaja ei lähe). Oletus, et antiikvat kasutatakse ruumi kokkuhoiuks ja kirja väiksuse kompenseerimiseks (väike antiikva on fraktuurist selgem kiri), oleks ennatlik – tollaste trükiste välimus ei lähtu nii ratsionaalsetest kaalutlustest.

Alates 1870. aastate keskpaigast kasutatakse lehtedes kolme erinevat kirjasuurust: 1) enamik tekste laotakse 12/12p kirjas (st 23 tekstirida 10 vcm peal); 2) 10/10p kirjas avaldatakse vaidlusi teiste lehtedega, raamatuarvustusi jms; 3) veelgi väiksemas, 8/8p kirjas (33-34 rida 10 vcm peal) laotakse “Kirjavastused” ja pisiinfo (peamiselt majandusstatistika; vt joonis 4.12). Seega hierarhiseeritakse toimetuse materjal kirjasuuruse abil kolmeks: lugusid laotakse kahes kirjasuuruses, kõige väiksema kirjaga eristatakse pisiinfo ja suhtlus kaasautoritega.

1890. aastate alguses tekstikirjade suurust vähendatakse ja kõige enam kasutatavaks kirjasuuruseks saab 10/10p kiri. 12p kirjas laotakse ainult juhtkirjad<sup>[17]</sup>. Väiksemas, 8/8p kirjas laotakse pisiinfo ja ka lugusid: mõni lugejakiri, Hurda vanavarakogumise aruanded, rubriik “Kirjandusest”, ka osa uudiseid (eelkõige lehenumbri lõpus: kohalikud ja viimased uudised, telegraafiudised).

[17] *Olewikus* ka teised pikemad lood ja välisuudised.

Nii väheneb tekstikirja suurus numbri jooksul: alustatakse kõige suurema, 12p kirjaga (juhtkirjad); seejärel on põhiosa materjali 10p kirjas ning kõige lõpus on veel väiksemas, 8p kirjas laotud lood. Juhtkirjade rõhutamine suurema kirjaga ei ole läbinisti järjekindel võte (seda kasutavad mõned lehed mõnel aastal). Järjekindlalt kasutatakse aga tekstikirja vähendamist toimetuse materjali lõpuosas. Piir väiksemas kirjas laotud lugude vahel pole täpselt paigas, rubriikides on sageli segamini 8p ja 10p kirjas laotud uudised-lood (nt *Eesti Postimees* 28. sept 1900: 2), kusjuures pikemad (uudis)lood on sagedamini väiksemas kirjas. Võib oletada, et väiksemas kirjas laotakse lood, mida ei peeta väga oluliseks, aga tahetakse ikkagi avaldada (kaastööde lühendamise või toimetamisega tollased ajakirjanikud eriti ei tegele, vt Pallas 2000: 157–158, 160). Kokkuvõttes võib öelda, et tekstikirja suurust ei varieerita mitte olulise info esiletõstmiseks, vaid (vähemolulise) info lehtemahutamiseks ilma seda muutmata.

Rahvusvahelises võrdluses on eesti ajalehtede tekstikirja suurus 19. sajandi lõpus sarnane baltisaksa ja vene ajalehtede kirjaga (10p ja 12p, tendents samuti tekstikirja vähendamisele nagu eesti lehtedes 1890. aastate alguses; Kisselev 1990: 142). Samas näiteks inglise ajalehed kasutavad sel ajal tavaliselt 7p tekstikirja ja USA ajalehed 5½–6p kirja (Hutt 1973: 54; Barnhurst 1994: 150).<sup>[18]</sup> Ajaleht on lühiealine trükitoode, mille tüpograafia ja heale loetavusele sel ajal tähelepanu ei pöörata. Koos veergude lisamise ja kitsendamisega vähendatakse ka kirja suurust.

Esimese maailmasõja puhkedes hakkavad *Tallinna Teataja* ja *Päewaleht* tekstikirja varieerima sõjauudistes lehenumbri alguses. Tekstikirja suurendati mõnikord harva juba varemgi, sajandi algul mõne uudise eriliseks rõhutamiseks (nt Nikolai II tänusõnad, et alamad teda haiguse ajal palvetes meeles pidasid – *Postimees* 2. dets 1900). Nüüd saab suurem tekstikiri igapäevaseks võtteks oluliste sündmuste rõhutatamisel. Tavaliselt laotakse suur hulk (sõja)uudiseid ja kommenteerivaid tekste paksus kirjas ning üksikud uudised suuremas paksus tekstikirjas (14p ja 12p, mõnikord isegi 16p tavapärase 10p asemel; nt *Tallinna Teataja* 13. mai 1915: 2; vt ka näide 7.2). Nii on sõjauudised tekstikirja abil hierarhiseeritud kolme rühma: ülitähtsad (suuremas kirjas), tähtsad (paksemas kirjas) ja tavalised. Erineva tüpograafilise rõhutusega uudised ilmuvad läbisegi, sest uudiseid järjestatakse endiselt geograafilisest lähedusest ja sündmuste kronoloogiast lähtudes. Seega on uudiste järjestamise põhimõtted endised, aga lisaks proovitakse uudiseid ka hierarhiseerida ja tehakse seda põhiteksti tüpograafia abil.

**Autorinimi.** 19. sajandi lõpu eesti ajalehtedes on autorinime kasutamine haruldane. Tavaliselt lisatakse see mitteamakirjanduslikele tekstidele: järjejuttudele, luuletustele, reisirakirjadele, st loomingle, algupärasele, ainukordsele. Initsiaalidega allkirjastatakse mõnikord juhtkirju ja pikemaid artikleid.

1890. aastatel hakkavad kohalike uudiste alguses ilmuma lühendid ja trükiornamendid, mis märgivad autorit (nt \*; se.; Q–; Srl; as.; ?!; V; z.–; K.; vt lisanäide 2, lk 414). Nimemärgid *eristavad* autoreid üksteisest, aga ei identifitseeri neid lugejate jaoks ja seda ei peetagi oluliseks, pigem tähendab nime puudumine kirjutajale kaitset. Ajakirjas *Linda* õpetatakse ajalehe kirjasaatjaid: “Ilmutatagu ka elukoht ja oldagu mureta, sest toimetuse ei anna nii hõlpsasti oma kirjasaatjaid teada.” (27. juuni 1896: 373).

Nimemärkide kasutuselevõtt lähtub toimetaja vajadustest. Kuna lehed hakkavad sel ajal kaastöölistele avaldatu eest reahonorari maksma, vajavad toimetajad täpsemat arvestust igalt kaastöoliselt ilmunud tekstide mahu kohta. Näiteks *Postimees* hakkab reatasu maksma

[18] Kirjade loetavusest ei anna USA ja eesti ajalehtede tekstikirjade suuruse arvuline võrdlus (6p ja 10p) päris täpset pilti, sest kirjarasside disain (antiikva ja fraktuur) on erinev. Aga mahutavuse seisukohast on võrdlus korrektne: 6p antiikvat mahub samale pinnale 40% rohkem kui 10p fraktuuri.

1897. a, pärast Jaan Tõnissoni asumist lehe väljaandjaks (Aru 2008: 110–112) ja samal ajal ilmuvad kohalikesse uudistesse ka autorite nimemärgid.

20. sajandi alguses viiakse autorite nimemärgid loo algusest lõppu. Muutus on tingitud uudiste pealkirjastamisest, mis esialgu tähendab tavaliselt seda, et pealkirjana vormistatakse märksõnad, mis seni laoti uudise algusse (pikemalt sellest alaosas *Pealkirjad*).

## 2. Paratekstid

Kuni 20. sajandi alguseni on paratekstide kasutamine eelmise perioodiga sarnane. Paratekste ilmub vähe (keskmiselt kolm-neli parateksti kümne põhiteksti kohta; joonis 4.13) ja peamiselt kaht liiki: rubriiginimed ja pealkirjad, kusjuures rohkem kasutatakse rubriiginimesid. Alapealkirjade ja vahepealkirjade kasutamine on marginaalne ja juhuslik.

1905. a paiku hakkab paratekstide arv järjest suurenema, eelkõige seetõttu, et pealkirjastama hakatakse uudislugusid. Esimese maailmasõja lõpul on paratekstide arv tõusnud võrdseks põhitekstide arvuga. Koos uudiste pealkirjastamisega toimub muutus ka rubriiginimed-pealkirjade omavahelises proportsioonis. 1910. a kasutatakse pealkirju esmakordselt sama palju kui rubriiginimesid, sealt edasi pealkirjade hulk üha kasvab.

### 2.1. Pealkirjad

Nii nagu varemgi, pealkirjastatakse 19. sajandi lõpu eesti ajalehtedes peamiselt pikemaid mitteuudislikke lugusid: juhtkirju, ilukirjanduslikke tekste, reisikirju. Uudised on pealkirjata, nende algusse laotakse paksu kirjaga esile tõstetud märksõna (kõige sagedamini kohanimi). Siiski ilmub sajandi lõpus ka üksikuid pealkirjastatud uudislugusid, enamasti räägivad need erakordsetest ja sensatsioonilistest sündmustest (“Siberi katk Haapsalu maakonnas” – *Postimees* 12. dets 1895: 2-3).

20. sajandi alguses toimub oluline muutus – pealkirjastama hakatakse ka uudiseid. Kõige esmalt teeb seda päevaleht *Postimees*. 1900. a on seal pealkirjastatud 5% kõigest lugudest, 1905. a 28% ehk üle viie korra rohkem (näide 7.3). Teised lehed *Postimehe* eeskujul esialgu ei järgi, vaid püüavad lehe sisu organiseerida ja esitleda endiselt 19. sajandi paradigma raamides, kasutades võimalikult palju ja detailseid rubriiginimesid. Nii on näha, et 20. sajandi alguses on uudiste pealkirjastamine päevalehelik võte. Kaks korda nädalas ilmuvates lehtedes on pealkirjastatud ainult 8% lugudest, päevalehes *Postimees* aga 28%. Võib oletada, et nädala lõikes on harvem ilmuvate lehtede maht 20. sajandi alguses liiga väike, et ‘raisata’ ruumi uudiste pealkirjadele. Samas ka veel 1910. a kasutavad teised päevalehed uudistes vähe pealkirju. Näiteks *Päevalehes* ilmub *Postimehega* võrreldes peaaegu kaks korda rohkem rubriiginimesid (46 tk/m<sup>2</sup>-s vs 24 tk/m<sup>2</sup>-s) ja neli korda vähem pealkirju (12% vs 46% lugudest on pealkirjastatud). *Tallinna Teataja* aga kasutab mõnikord uudispealkirju lihtsalt ka ruumitäiteks (vt näide 7.4, kus on pealkirjastatud kõik uudised rubriikides “Uuemad sõnumed” ja “Telegrammid”, aga rubriigis “Päevauudised” pole ainsatki pealkirjastatud uudist).

1910. aastate alguses saab uudiste pealkirjastamine kõigis lehtedes tavaliseks ja kasvab kümnendi jooksul plahvatuslikult. 1910. a on pealkirjastatud keskmiselt 28% lugudest, 1920. a juba 93%. (joonis 4.14).

Rahvusvahelises võrdluses lähevad eesti lehed 1910. a paiku pealkirjastamises baltisaksa lehtedest ‘ette’. Baltisaksa lehed jätkavad kuni I maailmasõjani senist traditsiooni ja esitlevad enamikku uudistest kohanimega uudise alguses, väga üksikuid uudiseid aga

pealkirjadega.<sup>[19]</sup> Ka võrreldes Soome lehtedega on eesti lehtede pealkirjastamise areng järsem ja kiirem. Soome lehed hakkavad uudiseid pealkirjastama I maailmasõja ajal, 1920. a on pealkirjastatud u 65% kõigist lugudest (Mervola 1995: 175). USA ajalehtedes oli uudiste pealkirjastamine saanud tavaliseks juba kodusõja ajal 1860. aastatel (Evans 1973: 24–25; Hutt 1973: 58–59).

**Pealkirjade laad.** Pealkirjana kasutatakse ajalehtedes endiselt peamiselt raamatulikku tiitlit – lühikest temaatilist fraasi, nt “Prantsuse sotsialistid ja Briand”, “Wesuuiuse tulepurskamisest” (*Postimees* 1. apr 1906). Välisuudiseid esitletakse ka riiginimedega (“Ungriast”, “Hispaniast” – *Päewaleht* 10. juuni 1910). Sajandi alguses hakatakse tähtsaid (välis)sündmusi käsitlevaid uudiseid koondama sildistavate püsipealkirjade alla, mis korduvad lehest lehte ühetaolisena (“Rewolutsion Portugalis” – *Tallinna Teataja* 25., 27.–30. sept, 1. okt 1910; näide 7.4).

Ka uudiste pealkirjastamine ei too pealkirjade sisusse muutust. Uudiste pealkirjad on enamasti samasugused märksõnafraasid nagu varasemad tüpograafilised esiletõstetud uudiste alguses. Nüüd on esiletõste lihtsalt vormistatud teisiti, pealkirjana – eraldi lõigus ja tsentreerituna (vt näide 7.3). Sageli on uudiste pealkirjad ‘poolikud’, st pealkirjaks on tõstetud loo esimese lause algus, nt “[pealkiri] Koos olek Tolstoi mälestamiseks // [põhitext]” pandi ka veterinar-institudis eila, 9. now., toime. /.../” (*Postimees* 10. nov 1910).

Pealkirjade laad muutub I maailmasõja ajal, kui osa sõjauudiseid pealkirjastatakse deklaratiivsete väidetega, mis toovad esile mõne fakti sündmusest, mitte lihtsalt teema. Näiteks *Tallinna Teataja* pealkirjastab 3. jaanuaril 1915 sõjauudiseid nii: “Kaukasuse wäe staabilt”, “Jaapani wabatahtliste diwisjonid”, “Prantslased Soissoni juures taganenud, mujal edasi tunginud” ja “Maawärisemine Italias 25,000 inimest ohwriks nõudnud”.

Kui uudised allikate järgi liigitada, siis on näha selge muster: deklaratiivsed, sündmuse tuuma esitlevad pealkirjad on uudistel, mis pärinevad välismaistest uudisteagentuuridest või välismaistest ajalehtedest; temaatilised pealkirjad on PTA<sup>[20]</sup> loodud uudistel ja kohalikel uudistel. Seega võib oletada, et eesti lehed avaldavad uudisteagentuuridest saadud uudised algsete pealkirjadega ja ‘impordivad’ niimoodi ka esimesed deklaratiivsed pealkirjad.

Ise loovad eesti lehed deklaratiivseid pealkirju esialgu ainult tähtsamate päevasündmuste loetelus lehe alguses (vt lk 174). Näiteks seesama *Tallinna Teataja* (3. jaan 1915) esitleb eelmises lõigus mainitud sõjauudiseid päevasündmuste loetelus hoopis detailsemalt ja deklaratiivselt: “Karaugani ringkonnas Türgi 52. polk ära häwitatud. Üle 5000 türk-lase wangi wõetud, peale selle 14 suurtükki ja 10,000 karilooma meie saagiks langenud. Jaapanist tahetakse kaks diwisjoni wabatahtlisi Europa sõjawäljale saata. Prantsuse wägi Soissoni juures üle Aisne’i jõe taganenud, mujal mitmes kohas edusammusid teinud. Maawärisemise läbi Italias 25,000 inimest surma saanud.” Kas eesti ajakirjanikud on need pealkirjad kirjutanud ise välisuudiste pealkirjade eeskujul või edastavad infoagentuurid selliseid deklaratiivsete (sõja)pealkirjade loetelusid või loetlevad ka tollased Euroopa lehed esiküljel tähtsamaid sündmusi ning pealkirjad on sealt tõlgitud, nõuab edasist uurimist.

Mujal rubriikides on pealkirjadeks temaatilised fraasid nagu varemgi.

**Alapealkirjad.** Nagu varem, ilmub ka 19./20. sajandi vahetuse ajalehtedes üksikuid juhuslikke alapealkirju. Siinses valimis on pealkirjastatud lugude arv nii väike, et kuni I maailmasõjani ei saa alapealkirjastatuse osakaalu väljatoomist eriti usaldusväärseks pidada (joonis 4.15). Siiski näitab osakaalu vähenemine neid aastaid, mil ajalehes on rohkem uudiseid ja vähem pikki lugusid (1905, 1915).

[19] Kohe pärast maailmasõja algust 1914. aasta suvel suletakse Vene võimude korraldusel kõik baltisaksa väljaanded. Uuesti hakkavad need ilmuma juba Eesti Vabariigi ajal (Talve 2004: 533, 561).

[20] PTA – Peterburi Telegraafi Agentuur.



Sisult on alapealkiri endiselt pealkirja täpsustus või selgitus (“Eesti keel kõnes ja kirjas. // Katse meie kirjakeele parandamiseks.” – *Postimees* 20. sept 1905). Mõnikord kasutatakse sisukord-alapealkirja, mis loetleb loo peamised alateemad. Näiteks Ado Grenzsteini reisi-kirjas “Keisri hõbepulmad Wiinis” (*Sakala Lisaleht* 2. veebr 1880) on alapealkirjaks terve märksõnade rodu: “Kunst uulitsal, hommik Praateris, käik läbi pidu-uulitsa, pidurong: studentid ja turnijad, tulekustutajad ja kütid, seltside saadikud, jaht, põllutöö, kullakaewajad, pekred, kõrtsmikud ja sarnased ametnikud, kaupmehed, laewasõit, raudtee, raamatutrükijad ja kunstnikud, jaht, lauluseltsid, wäike wihm, keisri telgi ees, keisri tänu, asete wahetus.” Esimese maailmasõja ajal ilmub sisukord-alapealkirju ka väga üksikutel uudistekogumitel (nt *Tallinna Teataja* 6. mai 1915: 3).

19. sajandil vormistatakse alapealkiri tavaliselt pisimärkusena, põhitekstist väiksemas kirjas. 20. sajandil, koos uudiste pealkirjastamisega, hakkavad ka alapealkirjad suurenema ja põhitekstist silmatorkavamaks muutuma: esialgu laotakse nad tekstiga samas kirjasuuruses, aga sõrendatult või paksus kirjas; I maailmasõja ajal juba ka tekstikirjast suuremas kirjas.

**Pealkirjade suurus** on 19. sajandi eesti ajalehtedes tavaliselt 12–14p, järjejuttudes ka 18p. Kui uue sajandi alguses hakatakse uudiseid pealkirjastama, siis need pealkirjad on esialgu tekstiga samas kirjasuuruses (10p), sõrendatud või paksus kirjas, surutud lugude vahele ilma tühja ruumi lisamata (vt näide 7.3).

Enne I maailmasõda hakkavad pealkirjad suurenema, üksikud pealkirjad laotakse kuni 24p kirjas. Suuremat kirja kasutatakse peamiselt mitmeveerulistes pealkirjades ja väga üksikutes üheveerulistes pealkirjades. Kui varem kasutati suuremat pealkirja pikemates artiklites, juhtkirjades, järjejuttudes jm, siis nüüd vastupidi, eelkõige uudistes.

Esimese maailmasõja ajal kasvab suuremate pealkirjade hulk ja suurus, kasutatakse ka 30p ja 36p pealkirju. Suuremas kirjas laotakse päevasündmuste loetelud sõjauudiste alguses, aga tähtsate sündmuste puhul ilmub ka suuri üheveerulisi pealkirju (vt näide 7.2).

Suuremad pealkirjad ja rubriiginimed on seejuures välimuselt ühesugused. Toimetusele pole oluline, kas need on ainult üks kord ilmuvad pealkirjad või korduvad rubriiginimed, esile tõstetakse neid fraase, mis annavad teada tähtsa info olemasolust ja piiridest lehe osade vahel.

**Pealkirjade laius** (joonis 4.14). 19. sajandi lõpus on pealkirjad tavaliselt üheveerulised. Mitmeveerulisi pealkirju ilmub harva erandina keiserlike sündmuste puhul, kohalikke suur-sündmusi peetakse üliharva mitmeveerulise pealkirja vääriliseks.

1910. a paiku hakkab lehtedesse ilmuma rohkem mitmeveerulisi pealkirju. Kõige enam kasutab neid *Tallinna Teataja* (nt 1910. a märtsis kolmel korral, aprillis kümnel korral; näide 7.4). Nendega esitletakse tähtsaid välisuudiseid ja ka üksikuid kohalikke uudiseid (nt “Tallinna tööliste ametiühisused kinni pandud” – *Tallinna Teataja* 19. märts 1910). Mõnel harval juhul pannakse mitmeveeruline pealkiri ka seltsielu, kongressi või näituse ülevaatele (nt viieveeruline pealkiri “Eesti kunstiseltsi näitus Tallinnas.” – *Postimees* 18. sept 1910).

Esimese maailmasõja alguses hakkavad *Päewaleht* ja *Tallinna Teataja* mitmeveerulisi pealkirju kasutama tähtsamate sõjasündmuste teadaandmiseks. *Päewaleht* kasutab tavaliselt üht kahe-kolmeveerulist pealkirja esikülje tipus (vt näide 7.2), *Tallinna Teataja* kasutab *bannerit*, aga mitte igas lehenumbri (“Saksa Zeppelin Liibawit pommitanud ja ära häwitanud” – 14. jaan 1915). Need mitmeveerulised pealkirjad ei ilmu vastavate lugude alguses, vaid lehekülje ülaservas, tähtsamate sündmuste loetelu alguses. Siin ei matkita enam kohalikke baltisaksa lehti, kus mitmeveerulisi pealkirju ei kasuta. Kas eeskuju võetakse suurematest

#### Näide 7.4. Esimesed mitmeveerulised pealkirjad

*Tallinna Teataja* 1. okt 1910: 3 (vähendatud 2,5 korda).

Mitmeveeruliselt pealkirjastatud tekstiplokid pannakse üksteisest eraldi, lehekülje nurkadesse ja alaserva. Toimetuse materjali lõpus (viimase veeru lõpus) on värskemate uudiste rubriik “Telegrammid”.



inglise ja ameerika lehtedest, kus kohe sõja alguses saavad tavaliseks kaheveerulised pealkirjad ja *bannerid* (Hutt 1973: 90–91, 94–97), või on tegemist vahendatuma matkimisega, vajab edasist uurimist. Erinevalt anloameerika lehtedest kasutavad eesti lehed uudseid mitmeveerulisi pealkirju ainult tähtsamate (sõja)sündmuste loetelu alguses, mitte aga vastavate tekstide alguses.

Muude (s.o. vastava teksti juures asuvate) mitmeveeruliste pealkirjade osakaal ei kasva, pigem vastupidi. Näiteks *Tallinna Teatajas* ilmub selliseid pealkirju 1915. a. jooksul 12 tükki, need esitlevad peamiselt sõjauudiseid.

Esimese maailmasõja jooksul ja Vabadussõja ajal mitmeveeruliste pealkirjade hulk väheneb, lõpuks nad peaaegu kaovad. Põhjuseks võib oletada ruumipuudust, aga ka tsensuuriiranguid ja segadust seoses sõjaaegsete võimuvahetustega. Ohutum on mitte kasutada suures kirjas, mitmeveerulisi selgete seisukohtadega deklaratiivseid uudispealkirju. Väga üksikuid laiemaid pealkirju ilmub taas 1919. a., kui võim Eestis saab kindlamaks. Näiteks kasutatakse mitmeveerulisi pealkirju 24. veebruaril 1919 Eesti Vabariigi esimese sünnipäeva puhul. Mitmeveeruliste pealkirjade hulk hakkab kasvama 1919. a. lõpus koos ajalehede mahu kasvamisega.

**Pealkirjade tüpograafia.** Pealkirjad laotakse endiselt paksus fraktuurkirjas ja tsentreeritakse. Eri lehtede fraktuurid on erinevad: mõni leht kasutab tekstikirjaga sama kirjaperekonda, mõni teist kirjaperekonda (kitsamat, dekoreeritumate suurtähtedega). Üliharva (enamasti luuletustes) ilmub antiikvas või plokk-kirjas pealkirju (joonis 4.16).

Esimese maailmasõja ajal hakatakse üksikutes pealkirjades mittefraktuurseid kirju regulaarsemalt kasutama, esialgu peamiselt bastardkirju (fraktuur + antiikva, fraktuur + plokk-kiri) ja plokk-kirju. Seega distantseerutakse senisest saksa (sh ka baltisaksa) traditsioonist, kus ajalehepealkirjad on laotud eranditult ühetaolises fraktuurkirjas. Mittefraktuurseid kirju kasutatakse tähtsaimate uudiste suurimates pealkirjades, seega kõige olulisema info rõhutamiseks (vt näide 7.2).

Mõneti liiguvad eesti lehed mittefraktuurseid pealkirju kasutusele võttes Soome ajalehede jälgedes. Soomes loobusid esimesed rootsikeelsed ja seejärel soomekeelsed ajalehed fraktuurist juba 1880.–1890. aastatel ja võtsid kasutusele antiikvas pealkirjad (Mervola 1995: 152–158). Samas on tüpograafia muutumisviis selgelt erinev. Soomes oli üleminek süstemaatiline, sageli vahetas ajaleht fraktuuri antiikva vastu ühekorraga pealkirjades ja tekstides, enamasti kasutati kogu lehes sama pealkirja-kirja. Seega on Soome lehtede loobumine fraktuurist varasem, järsem ja süstemaatilisem, eesti lehtedes hilisem ja juhuslikum. Eesti lehtede kirjavahetuse eemärgiks ei ole lugemise lihtsustamine (nagu Soome lehtedes), vaid üksikute pealkirjade visuaalne tugevdamine.

Eesti ajalehepealkirjade tüpograafiline areng on vastupidine ka USA lehtede omale, kus seni laoti pealkirju kõikvõimalikes kättesattunud kirjades, aga I maailmasõja ajal hakatakse esmakordselt kirjakasutust ühtsustama, kasutades pealkirjades üht kirjaperekonda (Hutt 1973: 95–97).

Kokkuvõttes võib sajandialguse pealkirjade muutumistes – uudiste pealkirjastamise alustamises, esimeste deklaratiivsete pealkirjade kasutamises, üksikute pealkirjade suurendamises-laiendamises, alapealkirjade suurendamises, üksikute pealkirjade ladumises mittefraktuurset – näha pealkirjade rolli muutumise algust. Pealkirjad mitte lihtsalt ei liigenda ega sildista infot, nad hakkavad lugejale infot välja pakkuma, reklaamima. Sajandi kahel esimesel kümnendil ilmuvad pealkirjades embrüonaalsel kujul kujundusideed ja tendentsid, mis saavad tavaliseks 1920. aastate eesti ajalehtedes.



## 2.2. Rubriiginimed

**Rubriiginimede laad.** Rubriikide nimetamisel lähtutakse eesti ajalehtedes peamiselt geograafilisest liigendamisest. Kui Vene riigi uudiseid hakatakse 1880. aastate lõpus jagama detailsematesse rubriikidesse, siis on nimetusteks lihtsalt kohanimed: “Wene maalt // Kaugemalt riigist”, “Kodumaalt” (st Eestist), “Läti maalt”. Kohalike uudiste puhul lisatakse žanrinimetus – “Sõnumid Tallinnast”, “Sõnumid Tartust” –, kuigi mingit sisulist eripära tegelikult ei ole, kõik rubriigid koondavad erinevates žanrides tekste (vt näide 7.5).

Lehenumbri lõpus ilmub rubriik “Uuemad sõnumed” või “Wiimased sõnumed”. Kui tänapäeva lehelugejal seostuvad need sõnad operatiivsuse, värskuse jm uudiste jaoks positiivsete omadustega, siis 19. sajandi ajakirjanike ja lugejate jaoks ei pruukinud konnotatsioonid olla samad. Nende rubriikide varasemad nimed “Mõnnesugused sõnumed” ja “Lissa” viitavad, et rubriigid koondavad lihtsalt viimasena saadud lühikesi tekste.

20. sajandi alguses hakatakse rubriigi nimes esmakordselt rõhutama operatiivsust, päevakajalisust. *Päewaleht* nimetab viimaste uudiste rubriiki lehe lõpus varasemast teisiti: alul “Tallinna päewauudised” (1906–1908), siis “Päewauudised” (1908), siis “Kohalik elu” (1908–1910) ja taas “Päewauudised” (alates 1910). Nendes nimemuutustes on näha kõhklemine vana geograafilise nimetamise ja uue operatiivse nimetamise vahel. 1910. a ilmuma hakkav *Tallinna Teataja* kasutab juba järjekindlalt rubriiginime “Päewauudised” (vt näide 7.4). Rubriik sisaldab uudiseid (jm lühemaid lugusid) Eestist ja selle ümbrusest (sh Riia, Peterburg), 1910. aastate lõpus ka kaugemalt. Sõna *päewauudised* kasutamine rubriiginimena on esimene eksplitsiitne märk uudiste operatiivsuse ja prominentsuse esiletõstmisest geograafilise liigenduse asemel (vrld sm *päivän tiedot*).

Lisaks geograafilistele rubriiginimedeile ilmub 1880.–1890. aastatel ka üksikuid temaatiliselt nimetatud rubriike, enamasti on need mitteuudislikud: “Kirjandusest”, “Põllutööst”, “Nalja”, joonealune “Jututuba” (*Eesti Postimehes*) või “Jutunurk” (*Postimehes*). Esimesed temaatilised uudiserubriigid hakkavad ilmuma enne 1910. a, kui eraldi koondatakse “Õnnetused ja kuritööd”, “Kohtukoda” (lühiauudised kohtuprotsessidest), “Sport” ning “Tööstus ja kaubandus” või “Majandus”.

**Rubriikide hulk** (joonis 4.18). 19. sajandi eesti ajalehtedes on kogu lehe sisu (v.a juhtkirjad) jagatud rubriikidesse, seega on rubriiginimede arv seotud lehe mahuga, temaatilise mitmekesisusega ja liigenduse detailsusega.

1860.–1870. aastatel ilmus ühes lehenumbris keskmiselt kuus-seitse rubriiki. 1870. aastate lõpus hakkab kasvama lehenumbri keskmine maht ja koos sellega ka rubriikide hulk lehenumbris. Edaspidi kasvab rubriikide hulk seetõttu, et infot liigendatakse ja sildistatakse järjest detailsemalt ning lisandub uusi temaatilisi rubriike. Nii on 1880. aastatel ühes lehenumbris keskmiselt üheksa rubriiginime, 1890. aastate keskel peaaegu kaks korda rohkem – 17. Enne I maailmasõda saabub rubriigistamise kõrgpunkt: 1910. a ilmub lehenumbris keskmiselt 19 rubriiki.

Samas on 20. sajandi alguses saanud rubriigistamise kõrval üha tavalisemaks teine võtte info esitlemisel – uudiste pealkirjastamine. 1910. a ületab pealkirjade keskmine hulk lehenumbris esmakordselt rubriiginimede hulka (21 vs 19) ja edaspidi saabki pealkirjadest peamine võtte info esitlemisel. Rubriigid hakkavad jääma tagaplaanile, nende hulk väheneb. 1915. a ilmub lehenumbris keskmiselt 16 rubriiki ja pealkirjade arv lehenumbris ületab rubriiginimede arvu juba rohkem kui kahekordselt.

**Rubriiginimede tüpograafia.** Enamik rubriiginimesid ja püsipealkirju on välimuiselt samasugused kui pealkirjad: nad on laotud paksus fraktuurkirjas ja tsentreeritud veeru keskele. Järk-järgult muutub kujundus pisut variatiivsemaks. Alates 1880. aastate keskelt hakatakse eri rubriiginimesid laduma erineva kirjasuurusega. Sellega osutatakse nende oma-

**D m a i t m a a l t .**  
**Tallinnast.** 20. ja 21. Novembri vahelisel ööl, lõigatud Tallinna ja Värnu vahel postitee pääl, postis panna löditi ja rodetud hääl hull rahn, mis lödi teki olnud ära. Pa 10 Westerburi loodi

1878–1879

**K o d u m a a l t .**  
**Wiidandist.** Järelejäetud kiri on meile sõidit maakonnast ära trükitud kätte lõidatud ja anname ta enamiste kirjasaajate oma sõnudega, mille kirasti ta tehaia teha ära nõuema teab.

1879–1883

**S j a m a a l t .**  
**Värnust.** Üks uus Eesti keele ajaleht, mida ammuagi juba kuulutati ja mille nimi „Saarlane“, on proovi numres välja

1883–1885

**S j a m a a l t .**  
**Värnu maakonnast.** Nagu meile üks tutav käsi teatab on S. wallas 27. Detsembril milmasel põhjal üks varas läbi afaa kunnis riika talu neemehe wõidite kambri tahtnud teadaida.

1885

**Kohaliku sõnumid.**  
 Lahtete õnnejoonide eest, mis nende riibade kirjutaja jüulupõhade ja uutastu puhul lähebalt ja laugel lõpude, laudatõidite ja teaduste riikonnast wõidit olnud

1904–1905

**Kohaliku sõnumid.**  
 Niigiwõitlooga walimised ja linnaamet.  
 Niigiwõitlooga walimised on ule ees. Niigiult weel üle nõudala on walijate niiekirja tahtuaduwõidite olnud. Wõidite linnaamet on e

1905–1906

**Kohaliku sõnumid.**  
 Zartus 14 juunil.  
 Ametnikkude omanõu oli.  
 Põhja-Wiimaa sõjawõidite kambri al Weidhini on ilmsa põhjalte õhke-õnneõidite Wõidite olnud

1906 (juuni–sept)

**Teated Tartust.**  
 18. septembril  
 Tartu Eesti Põllumeeste seltsi pöördusolek  
 Eesti põllumeestel 17. septembril seltsi nõuiste teadetes ära. Kõrgeolekul ajas-õnne õnneõidite tehti õnneõidite ead. R

1906 (sept)

**Teated Tartust.**  
 30. sept. wõit.  
 Wõidite teadetes  
 Põhjalte teadetes ead-õnneõidite olnud  
 on tehti teada põhjal. 20. sept. tehti wõidite olnud teadetes

1906 (sept–dets)

**S j a m a a l t .**  
**Tartust.** Wina-wõidite teadetes walimine on teadetes. Kõs oma walimise teadetes ja teadetes olnud

1886–1887

**Sõnumid Tartust ja Tallinnast.**  
**Tartust.** Wõidite teadetes walimine on teadetes, ei walimisele üks teadetes teadetes olnud

1887–1888

**Sõnumid Tartust ja Tallinnast.**  
 — Uue postitee teadetes on joon-õnneõidite teadetes teadetes olnud

1888

**Sõnumid Tartust.**  
 — Справочная книжка Лифляндской губернии. (Wõidite teadetes olnud)

1888–1892

**Sõnumid Tartust.**  
 — Nagu Wiimaa lub ead-õnneõidite teadetes, on Wiimaa teadetes olnud

1892–1893

**Sõnumid.**  
 — Eila õnneõidite olnud teadetes olnud

1893 (9. – 16. aug)

**Sõnumid Jurjewist.**  
 — Nagu teadetes, on teadetes olnud

1893 (17. aug – 11. sept)

**Kohaliku sõnumid.**  
 — Wõidite teadetes, on teadetes olnud

1893 (13.–16. sept)

**Kohaliku sõnumid.**  
 — „Rakwõidite olnud“ teadetes olnud

1893–1894

**Kohaliku sõnumid.**  
 — Teadetes, on teadetes olnud

1895–1903

**Teated Tartust.**  
 Zartus, 2. jaanuaril  
**Uueks aastaks**  
 on sõbrad meile lähebalt ja laugel teadetes olnud

1907

**Tartu teated.**  
 Teadetes, 14 septembril 1908  
**Sõjateadetes teadetes**  
 Teadetes teadetes olnud

1908–1914

**Kohaliku teated.**  
**Õnneõidite teadetes**  
 Wõidite teadetes olnud

1914–1915

**Kohaliku teated.**  
**Wõidite teadetes**  
 Wõidite teadetes olnud

1915–1916

**Kohaliku teated**  
**Kõs professor Wene- ja Slaawiteadetes**  
 Teadetes teadetes olnud

1916–1918

**Kohaliku teated**  
**Eesti sõjawõidite teadetes**  
 Teadetes teadetes olnud

1918–1920

vahelist hierarhiat eelkõige kahe printsiibi järgi. Esiteks tekitatakse rubriiginimede erineva suurusega alarubriigid. Üha väiksemateks alaosadeks liigendatakse eelkõige Vene riigi ja viimaste uudiste rubriike. Teiseks laotakse peamiste uudisterubriikide nimed suuremas kirjas (nt *Olewikus* 1885: “Eestimaalt”, “Lätimaalt”, “Wenemaalt”, “Poliitika ringwaatus”). Teematiliste, viimaste uudiste ja pisiinforubriikide rubriikide nimed laotakse väiksemalt (“Mis teewad tõised ajalehed?”, “Kirjawastused”, “Uuemad sõnumed”, “Telegrammid”).

20. sajandi alguses hakatakse ka viimaste uudiste rubriikide nimesid suuremana laduma. 1910. a tõstab *Tallinna Teataja* “Telegrammid” väga selgelt lehenumbri fookusesse – see on kõige suurem ja ainus topeltveeruline rubriiginimi ajalehes. Selle põhjal võib järeldada, et uudiste operatiivsust peetakse alates sajandi algusest ajalehes üha olulisemaks (vt ka *Lehenumbri struktuur*, lk 171). Eriti suureks muutub rubriiginimede suuruste kontrast I maailmasõja ajal, kus *Postimehes* on “Sõda” ja “Uuemad sõja sõnumed” teistest rubriiginimedest mitu korda suuremad (72p ja 36p võrreldes tavapärase 18p).

Sajandivahetuse paiku hakkab lehtedes ilmuma üksikuid suuremaid aktsidentsfraktuurides<sup>[21]</sup> laotud rubriiginimesid (nt 1900 *Olewikus* “Tööpöld” ja “Waimuwald”). 1905.–1910. a tüpograafiline eristamine kasvab, kasutusele võetakse üksikud mittefraktuursed aktsidentskirjad. *Olewik* kasutab antiikvat, *Päewaleht* bastardkirja (fraktuur + plokk-kiri) ja kalligraafilist ‘sulekirja’ (“Telegrammid”). Tähelepanuväärne on tüpograafiline eristamine kahest aspektist. Esiteks, mittefraktuursete kirjadega rõhutatakse tähtsamaid uudisterubriike, ja teiseks, esmakordselt erinevad suuremad rubriiginimed selgelt pealkirjadest.

1860. aastate lõpus – 1880. aastatel kasutab *Eesti Postimees* väga harva ka pildilist rubriigisilti. Neid on paar-kolm tükki, kõik nad kujutavad mehi omavahel rääkimas ning tähistavad mitte-uudislikke rubriike (nt 27. veebr 1885: 3; 27. märts 1885: 1).

Nii võib ka rubriiginimede tüpograafias näha uudsete tendentside algust, uudiste esiplaanile tõstmist ajalehes ning pealkirjade ja rubriiginimede vormilist eristamist.

### 2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks

Vahepealkirju kasutavad eesti ajalehed vähe, liigendatud lugude osakaal on pidevalt umbes 1% kõigist lugudest (joonis 4.10). Peamiselt vahepealkirjastatakse järjeromaane, kasutades peatükkide numbreid, tiitleid või lihtalt tärne, s.o võtteid, millega autor ise on oma teksti sisu liigendanud.

Enne I maailmasõda hakkab vahepealkirju ilmuma väga üksikutes ajakirjanduslikes lugudes. Näiteks J. Hünersoni loos “Mis tänawusel Eesti näitusel waadata on!” (*Postimees* 22. aug 1910: 1-2) on vahepealkirjad “Kus ta on?”, “Üleüldine pilt” jne. Hünersoni tekstile järgnevad näituse seksioonide tutvustused (“Eesti ühistegewuse osakond”, “Sarwloomade osakond” jne), mis on eri autorite kirjutatud. Nende lugude pealkirjad on vormistatud täpselt

[21] Aktsidentskiri – pealkirja-kiri; kiri, mis pole mõeldud põhiteksti ladumiseks.

## Näide 7.5. Tartu sündmuste sildistamine 1878–1920

Näited *Perno Postimehest* ja *Postimehest*.

Esialgu räägitakse Tartu sündmustest endiselt kodumaiste sõnumite rubriigis, alates 1887. a luuakse Tartu sündmustele eraldi rubriik. Esimesel aastal on tegemist Eesti linnaderubiigiga “Sõnumid Tartust ja Tallinast”, edaspidi juba eraldi Tartu rubriigiga “Sõnumid Tartust”. Rubriigi nimi muutub 1893. a, kui Vene võimud nimetavad Tartu ümber Jurjeviks ja seda nime on kohustatud kasutama ka ajalehed. *Postimeest* sel ajal toimetanud Jaan Tõnisson püüab venelikku nime vältida ja jätab esialgu linna nime rubriiginimest välja (“Sõnumid”), aga lisab mõne päeva pärast siiski rubriiginimesse uue ametliku nime. 11. septembril 1893 jõuab tervisevetelt tagasi toimetaja Karl August Hermann ja nimetab Tartu rubriigi päevapealt ümber “Kohalikeks sõnumiteks”. Seda nimetust kasutatakse *Postimehes* 1906. aastani ja taas I maailmasõja ajal. Tartu sündmuste varasemat sildistamist vt lk 156, hilisemat sildistamist vt lk 222–223.

samasuguses paksus tekstikirjas nagu Hünersoni teksti vahepealkirjad. Seega võib öelda, et paratekstide vorm on alles kujunemas, erinevatel paratekstidel (pealkirjadel, vahepealkirjadel) pole veel omavahel sünkroniseeritud süsteemset visuaalset väljendust.

### 3. Visuaalid

Kui 19. sajandi keskel kasutasid eesti ajalehed visuaalidest ainult joonistusi (puugravüüre), siis alates 1893. a ilmub ka üksikuid fotosid. Kui mõõta visuaale mahuliselt, siis sajandi lõpukümnenditel on ajalehed varasemast vähemvisuaalsed, sest loobutakse tiitlipiltide kasutamisest (joonis 4.19). Muud visuaale ilmub endiselt väga vähe ja juhuslikult, suurem ilmunisstabiilsus saavutatakse enne I maailmasõda.

#### 3.1. Joonistused

Kui jätta kõrvale pidevalt korduvad tiitlipildid, siis ei ilmunud uuritud lehtedes 1870. ja 1875. a ühtki joonistust. 1880. aastatel ilmub joonistusi taas, kuid ikka juhuslikult ja harva (tabel 7.1). Kõige suuremaid pilte avaldab *Sakala Lisaleht*, seal ilmuvad puugravüürid, mis on hangitud Soome väljaannete toimetustelt (Nigol 1968: 59).

Lugejad ootavad pilte ja isegi nõuavad neid kirjades lehetoimetajatele. Nii peab ka *Sakala* toimetaja Jakobson pilte lugejate ahvatlemisel väga oluliseks, näiteks lehe tellimiskuu-lutuses toob ta esimeste argumentidena välja lehe mahu ja piltide avaldamise: “selle järele, kuidas lugejate hulk välja kannab, saab ka **iga numri kohta üks pilt** tulema” (*Sakala* 16. dets 1878, 5. jaan 1880). Seda lubadust *Sakala* pidada ei suuda.

Piltide vähese ilmumise põhjus on ikka endiselt kallis hind. C. R. Jakobson selgitab: “/.../ seesugused pildid, nagu sõa-elust trükkisime, 40 kunni 50 rubla tükk maksavad.” (*Sakala* 2. dets 1878; *Sakala* aastatellimus maksab 3 rubla).

On ka neid lugejaid, kes arvavad, et pilte ajalehes üldse vaja ei ole. Neile toob Jakobson eeskujuks välismaa lehti: “Waadake ommeti Saksa-, Prantsuse-, Inglise- ja Wenekeele aja-lehta, kus leiate, et neid rohkestes piltidega välja tulewad.” (*Sakala Lisaleht* 8. aug 1881).

Kui Jakobson kasutab pilte lehes pigem dekoratsiooni ja kurioosumina, siis Ado Grenzstein on esimene eesti toimetaja, kes mõistab pildilise info avaramat ja päevakajalisemat potentsiaali ajalehes. Ta kasutab teistest rohkem joonistusi juba *Eesti Postimehe* toimetajana 1881. a<sup>[22]</sup>, aga *Olewiku* toimetajana avaldab ta järjekindlalt joonistusi, mis on varasemast hoopis erineva sisuga (piltmõistatused, karikatuurid, populaarteaduslikud joonised).

1893. a seab Ado Grenzstein sisse esimese tsinkograafiatöökoja Eestis (*Olewik* 20. dets 1893: 1090; Sillaste 1979: 8–19; Tooming 1983: 43–46). *Olewiku* tsinkograafia asutamine toob eesti ajakirjandusse puugravüüride asemel esimesed keemiliselt klišeeritud pildid (joonistused ja fotod). See on oluline muutus, sest senist käsitsi klišeerimist (kunstnik, ksülograaf uuristas pildi puuklotsi sisse) asendab masinate abil klišeerimine (pilt kantakse keemilise menetlusega tsinkplaadile). See teeb piltide reprodutseerimise odavamaks ja kiiremaks, aga samas halvendab piltide trükitehnilist kvaliteeti.

Sajandi lõpus ja uue alguses avaldabki enamiku ajalehtedes ilmunud joonistustest *Olewik*. 1890–1905 ilmub uuritud kolme lehe joonistustest 92% *Olewikus*, teiste lehtede põhi-väljaannetes ilmub joonistusi juhuslikult ja väga harva. Vaenulikud suhted *Olewiku* toime-taja Grenzsteiniga ei ‘lubanud’ teiste lehtede toimetajatel *Olewiku* tsinkograafiast klišeesisid tellida. Näiteks *Postimees* püüab klišeesisid osta või laenata Vene, Soome ja Saksa väljaanne-

[22] 1881. a *Eesti Postimehes* ilmub kümme joonistust.

**Tabel 7.1. Joonistuste arv uuritud ajalehtede aastakäikudes 1875–1920**

V.a pildid päismikes ja rubriiginimeses. Esimeses reas on kolmes uuritud ajalehes ilmunud joonistuste arv summeeritud, teises reas on eraldi välja toodud ilmunud joonistuste arv eri ajalehtede kaupa

Aasta	1875	1880	1885	1890	1895	1900	1905	1910	1915	1920
Kokku	0	9	3	11	150	30	63	66	3	139
Igas uuritud ajalehes	0 + 0 + 0	7 + 2 + 0	2 + 1 + 0	11 + 0 + 0	149 + 0 + 1	28 + 1 + 1	44 + 2 + 17	9 + 30 + 27	1 + 2 + 0	126 + 13 + 0

telt (Sillaste 1979: 30–31). Klišeede tellimine väljastpoolt Eestit on aga aeganõudev ja toob lehtedele lisakulutusi. Nii avaldavad teised lehed joonistusi (ja fotosid) eelkõige lisalehtedes (“*Postimehe*” eralisa 1898–1901, “*Eesti Postimehe*” *Õhtused kõned* 1896–1905).<sup>[23]</sup> Ilmselt koondavad ajalehed visuaale lisadesse ka selleks, et saavutada paremat trükikvaliteeti – lisade tiraažid on mitmeid kordi väiksemad kui põhilehtede tiraažid, lisad trükitakse paremale paberile ja masinatega, mis võimaldavad pilte kvaliteetsemalt trükkida. Piltide levikut takistavad ka tsensuuripiirangud (vt Lauk 1989: 61–62).

Järgmised tsinkograafiad asutatakse Eestis peaaegu kümme aastat hiljem: Tallinnas 1899. ja 1903. a, Tartus 1905. ja 1906. a (sh ka *Postimehe* tsinkograafia). Nii on Tartus 1906. a lõpus neli tsinkograafiatöökoda, neist kaks ajalehtede trükikodades (*Olewik* ja *Postimees*).

Tsinkograafiatöökodade asutamine Eestis hakkab ajalehtedes välja paistma 1909.–1910. a, kui pilte (nii joonistusi kui fotosid) ilmub kõigis uuritud ajalehtedes, kuigi ikka veel vähe ja juhuslikult. Võib öelda, et 1910. a paiku saavutatakse visuaalide kasutamises stabiilsus – neid ilmub küll endiselt harva, aga varasemast järjekindlamalt.

Esimese maailmasõja ja Vabadussõja ajal on joonistused ajalehtedes väga haruldased, põhjuseks sõda ja sellest tingitud piirangud-raskused. Juba 1914. a sügisel ei saa *Postimehe* tsinkograafia korralikult töötada, sest puudus on tsiingist “kui Austria saadusest” (*Postimees* 15. nov 1914: 3). 1915. a ilmub uuritud kolmes ajalehes ainult kolm joonistust (portree, sündmusjoonistus ja karikatuur), seejärel kaovad nad lehtedest hoopis. Vaid *Wabas Maas* ilmub 24. veebruaril 1919 kolm fotode järgi joonistatud portreed Eesti Päästekomitee liikmetest. Joonistuste eksklusiivsust rõhutab nende alla laotud tekst “Pildid J. ja P. Parikas’te üleswõtete järele. Järeltrükk keelatud.”

Kogu perioodi jooksul on kasutatavate piltide hulk ikka veel nii väike, et sama joonistust kasutatakse mitmes väljaandes. Näiteks portreejoonistus Buuri sõdade väejuhist kindral Herbert Kitchener’ist ilmub *Olewikus* (1. veebr 1900: 109), “*Eesti Postimehe*” *Õhtustes kõnedes* (9. märts 1900: 97) ja “*Postimehe*” eraliskas (1900: 31). Ka samas väljaandes kasutatakse vajaduse korral sama joonistust korduvalt. Nii ilmub Jüri Vilmsi portree *Wabas Maas* 1920. a detsembris kahe nädala jooksul kolm korda: 4. detsembril seoses *Waba Maa* teise sünnipäevaga, 11. ja 16. detsembril seoses Vilmsi ümbermatmisega. Esmakordselt oli see joonistus *Wabas Maas* ilmunud juba peaaegu kaks aastat varem, Eesti Vabariigi esimesel sünnipäeval 24. veebruaril 1919.

**Joonistuste laad** on esialgu samasugune nagu eelmisel perioodil: lugejale näidatakse eksootilist, seninägematut ja tundmatut. *Sakala* pildid näitavad tsiviliseerimata rahvaste metsikust ja Vene valitsejate võimsust, nt “Türgi Bahibozutid, kelle hirmsad weretööd wiimsel sõa-ajal kõikidest muudest üle käisiwad.” (2. veebr 1880), “Keiserliku Majesteedi Keisri Herra suwe-pallei Liwadias.” (26. apr 1880). Mõnikord on pildil allkiri all, aga tavaliselt kuulub pildi juurde pikem selgitav tekst. Selgitused on üksikasjalikud, kordavad üle, mis

[23] Lisalehtedes avaldatud joonistused jäävad siinsast kontentanalüüsist välja, kui need lisad on eraldi tellitavad (st nad ei moodusta põhilehega lahutamatu tervikut) ja neid ei kujundata ajalehtedena, vaid ajakirjadena.

pildil näha on, ja paigutavad kujutatu ka laiemasse konteksti (nt “Indialaste telgid. // (Pildi seletuseks.)” – *Sakala* 22. nov 1880: 3).

Uudseid joonistusi toob eesti ajakirjandusse Grenzsteini *Olewik*, mille pildid on juba esimesel ilmumisaastal (1882) varasemast mitmekesisemad ja aktuaalsemad. *Olewiku* joonistustevalik on kahesugune (nii nagu väljaanne ise on ajaleht ajakirja formaadis): ajalehlikult päevakajaline (karikatuurid, uudisjoonistused) ja ajakirjalikult dekoratiivne (joonistused-vinjetid). Lisaks avaldatakse piltmõistatusi ja teabegraafilisi jooniseid populaarteaduslikes lugudes. Toimetaja Grenzstein ise rõhutab just harivate ja päevakajaliste piltide avaldamise soovi: “/.../ tahame igas numbris tähtsatest meestest, rahwateadusest, teaduse ja tehnika põllult jne pilta tuua ja ka naljatusi nende sekka wõtta.” (*Olewik* 20. dets 1893: 1090).

Sajandivahetusel eesti ajalehtedes ilmunud joonistused saab jagada kolme suurde gruppi: karikatuurid, uudisjoonistused ja dekoratiivsed joonistused.

*Olewik* ongi esimene eesti ajaleht, mis juba esimesel ilmumisaastal avaldab sihiteadlikult karikatuure, eeskujuks eelkõige Saksa ajakirjad (vt Laugaste 1939: 14–54; Loodus 1964; Medijainen 1998: 6–7), autoriks toimetaja Ado Grenzsteini vend Tõnis Grenzstein.<sup>[24]</sup> 1880. aastatel on joonistuste hulk liiga väike, et karikatuuride osakaalu välja tuua, aga näiteks 1895. a on kolmandik aasta jooksul ilmunud piltidest karikatuurid. 20. sajandi alguses ilmuvad karikatuurid ka teistesse lehtedesse ning need on *Olewiku* omadest palju rafineeritumad ja aktuaalsemad (vt pikemalt Tamm 2001: 16–25). Peamiselt on see Karl August Hindrey teene, kes avaldab karikatuure nii *Postimehes* kui *Päewalehes*. 1910. a ilmub karikatuure juba kõigis uuritud lehtedes, kõige rohkem *Päewalehes* (17 tk aasta jooksul), paar-kolm tükki *Postimehes* ja *Tallinna Teatajas* (nimemärk PIPAR<sup>[25]</sup>).

Teiseks avaldavad ajalehed uudisjoonistusi. Need on fotode järgi tehtud joonistused, mis on seotud päevakajaliste sündmustega. Uudisjoonistuste kasutamise põhjus on lihtne – tsinkograafiline klišeerimine ei võimaldanud esialgu (fotode) pooltoone piisavalt kvaliteetselt reprodutseerida, joonkujutistest sai olemasoleva tehnikaga paremaid pilte. Seetõttu eelistavad eesti ajalehed 19. sajandi lõpus ja 20. sajandi alguses võrk- ehk rasterkliše (foto) asemel joonklišeid (joonistust)<sup>[26]</sup> ning avaldavad uudisjoonistusi – päevakajaliste fotode trükikõlblikuks joonistatud teisendeid. Näiteks 1895. a *Olewikus* ilmunud joonistustest veerand on uudisjoonistused.

1880. aastate lõpus ja 1890. aastatel on uudisjoonistuste kasutamine ka lääne ajakirjanduses tavaline praktika. USA-s palgatakse sadade kaupa kunstnikke ja klišeerijaid, kes sündmusi ajalehtede jaoks visuaalselt reprodutseerivad (vt Moen 1989: 9; Finberg & Itule 1990: 231–232; Kobre 1991: 318; Barnhurst & Nerone 2001: 111–139). Samas baltisaksa ajalehed on sel ajal endiselt läbinisti verbaalsed ja piltideta. Eestis ilmselt sajandi lõpus uudisjoonistusi ise ei tehta, vaid klišeeritakse mujalt pärit joonistusi või kasutatakse välismaiseid valmisklišeid. Enamik joonistusi võetakse saksa ja vene perioodikast ning raamatutest (Sillaste 1979: 14, 16–17). Uuel sajandil joonistavad fotosid ümber ka eesti kunstnikud, ajalehelisades ilmub palju kohaliku temaatikaga päevakajalisi joonistusi.

[24] *Olewikus* ilmub 25. veebruaril 1885 ka pildisari, mida võib pidada üheks esimeseks eesti koomiksiks. Pealkirja all “Triku Peedu koguni hale lugu Suhhum-Kalees” on salmidega vaheldumisi kaheksa väikest joonistust. Ilmselt on siin eeskujuks Wilhelm Buschi pildisarjad, mis baltisaksa väljaannetesse jõudsid 1879. a (vt Laaniste 2001: 1: 82).

[25] Henrik Visnapuu mälestustele tuginedes võib arvata, et PIPAR oli Peet Aren (Visnapuu 1995: 218).

[26] Joonkliše – trükivorm, mille abil saab trükkida jooni ja ühtlast värvipinda. Võrk- ehk rasterkliše – trükivorm, millega saab trükkida pooltoone (halltoone) vormi pinnal olevatele eri suuruses punktide abil (mida suuremad on punktid, seda tumedam näib trükk). Lähemalt vt nt Kobre 1991: 318–322; Eesmaa 2008: 14–15.

Enamik eesti lehtedes ilmunud uudisjoonistustest on portreed tähtsatest välismaistest isikutest (valitsejad ja riigijuhid, teadlased, kirjanikud). Suur osa neist ilmub seoses nende ametisseasumise või surmaga, mõne avastuse või leiutisega, nt Aleksander III (*Postimees* 21. okt 1894), Inglise kuninganna Victoria (*Olewik* 16. jaan 1901), Inglise kuningas Georg V ja kuninganna Mary (*Päevaleht* 1. mai 1910), endine Varssavi kindralkuberner (*Olewik* 7. veebr 1895) ja uus Varssavi kindralkuberner (*Olewik* 14. veebr 1895), “trükkimasina ülesleidja” König (*Olewik* 18. juuli 1895). Lisaks avaldatakse tähelepanuväärsete ehitiste pilte, nt uus ooperimaja Pariisis (*Olewik* 2. mai 1895).

Üksikud joonistused kujutavad ka otseselt sündmusi, nt “Wennaksed Robert täidavad oma esimese õhulaewa pommi wesinikuga.” (*Olewik* 5. dets 1895). 1900. a ilmub sündmusjoonistusi rohkem seoses Buuri sõjaga. Krimmi sõda (1853–1856) oli olnud esimene sõda, mida maailma ajakirjanduses lugejatele sõna otseses mõttes näidati – *London Illustrated News* avaldas sõjafotode järgi tehtud puugravüüre (Torvinen 1982: 82; History 2008: 27). Buuri sõda on esimene sõda, mida eesti ajalehed oma lugejatele näitavad: “Burid tungivad Inglaste kraamikoomate kallale.” (*Olewik* 11. jaan 1900), “Buride naisterahwad oma elumajasid kaitsemas.” (*Olewik* 14. märts 1900) jm.

Lisaks ilmub *Olewikus* ka dekoratiivseid joonistusi, mis pole lehes avaldatud tekstide sisuga kuidagi seotud. Sellised joonistused on sajandivahetusel tavalised ka eesti esimestes pildiajakirjades ja lehelisades, nt *Rahva Lõbu-Leht*, *Linda*, “*Postimehe*” *eralisa* (Tassa 1948: 12–13). Osa dekoratiivsetest joonistustest on tsinkograafiliselt klišeeritud, osa puugravüürid, mida nüüd teevad eelkõige Mart Pukits ja Andres Kuusk.

Dekoratiivsed joonistused jagunevad kaheks. On üksikuid suuri ekspressiivseid pilte, peamiselt loomadest, nt “Möirgawad alligatorid (Amerika krokodillid) Hamburi elajaaias.” (*Olewik* 5. dets 1895). Luuletuste ja juttude lõpus ilmub väikseid pilt-vinjette (roos, tuvi lil-leoksaga, kirik jms), mida avaldatakse korduvalt, osalt ruumitäiteks, osalt kaunistuseks.

### 3.2. Fotod

Alates 1890. aastate algusest avaldavad regulaarselt fotosid USA pildiajakirjad (Radder & Stempel 1942: 346). 1891. a ilmub esimene foto briti ajalehes (Hutt 1973: 85). 1898. a, Hispaania–Ameerika sõja ajal ilmuvad USA ajalehtedes esimesed uudisfotod (Moen 1989: 9). Nii muudab tsinkograafilise klišeerimise kasutuselevõtt 1890. aastatel kiiresti vanamoodsaks küslograafide käsitöö ja puugravüüri kasutamise ajalehtedes.

Aga rasterklišeede kvaliteet ja trükkimiskiirus ei ole päevalehtede jaoks siiski piisav ja esialgu eelistatakse fotode ümberjoonistamist ja reprodutseerimist joonklišeena. Veel sajandivahetusel peetakse fotode avaldamist ajalehes mõõduvaks moeröögatuseks. *Chicago Daily Newsi* toimetaja Melville Stone ütleb: “Newspaper pictures are just a temporary fad, but we’re going to get the benefit of the fad while it lasts.”<sup>[27]</sup> (tsiteeritud Moen 1989: 9 järgi). 20. sajandi alguses täiustab Arkas Sapt rasterklišeede valmistamise ja trükkimise tehnoloogiat ning ajalehed hakkavad regulaarselt fotosid avaldama. Esialgu koondavad inglise ja ameerika ajalehed fotod üksikutele pildikülgedele või -lisadesse, et neid erilise hoolega töödelda ja trükkida. Ajalehtede tavakülgedel ilmub ainult üheveerulisi portreefotosid. Alles 1920. aastatel saavutatakse tehniline tase, mis võimaldab fotosid piisavalt kvaliteetselt trükkida tavalise rotatsioonimasinaga päevalehe tavakülgedel. (Hutt 84–87).

Ka Eestis levivad ajalehefotod samasuguse mustri järgi: 1893. a ilmuvad esimesed fotod, sajandivahetusel ilmuvad fotod lehelisades, 1920. aastatel saavad fotod päevalehtedes tavaliseks.

[27] Ajalehefotod on ajutine moeröögatus, aga tuleb sellest kasu lõigata, kuni see kestab.

<b>Tabel 7.2. Fotode arv uuritud ajalehtede aastakäikudes 1895–1920</b>						
Esimeses reas on kolmes uuritud ajalehes ilmunud fotode arv summeeritud, teises reas on eraldi välja toodud ilmunud fotode arv eri ajalehtede kaupa						
Aasta	1895	1900	1905	1910	1915	1920
Kokku	2	1	13	47	~280	6
Igas uuritud ajalehes	2 + 0 + 0	1 + 0 + 0	10 + 0 + 3	15 + 2 + 30	0 + ~270 + 9	0 + 6 + 0

Esimesed eesti ajalehefotod avaldab *Olewik* 1893. a sügisel, need on klišeeritud *Olewiki* äsjaasutatud tsinkograafias. Fotod kujutavad Rootsi prints Oskar Bernadotte'i ja tema abikaasat Ebba Henriette Bernadotte'i (11. ja 18. okt 1893: 864 ja 884). Juuresolev tekst kirjeldab viis aastat vana sündmust: 1888. a oli Rootsi troonipärija abiellunud ilma kuninga nõusolekuta ja kaotanud seetõttu troonipärimisõiguse ja tiitli. Seega avaldatakse esimesed fotod pigem trükitehnilise proovina kui uudisliku vajaduse pärast. Ilmselt ei ole Grenzstein esimese fotoprooviga rahul, sest fotode avaldamine jääb soiku. 1893. a ilmub veel üks foto, 1895. a kaks fotot. 1894. a avaldab esimesed üksikud fotod ka *Postimees* (näide 7.6).

**Fotode hulk.** Sajandivahetuse paiku on fotod eesti lehtedes endiselt haruldased (tabel 7.2). Hoolimata esimestest tsinkograafiatöökodadest, mis Eestis on asutatud (vt lk 189), fotosid esialgu Eestis ei klišeerita (tehnika pole rasterklišeede tegemiseks piisavalt hea) ja mujalt klišeede tellimine on kallis. Seetõttu koondatakse põhiosa tollal eesti ajakirjanduses avaldatud fotodest ajalehtede lisadesse ja ajakirjadesse. Näiteks *Postimehe* ajakirja *Lastelehe* 1902. a juuninumbris ilmub terve seeria fotosid Väandra tummade koolist, mille on klišeerinud firma Schelter ja Gieseke Leipzgis (Sillaste 1979: 32–33).

Ajalehtedes kasutatakse kättejuhtunud klišeetid, mis vähegi päevasündmustega kokku lähevad. Seda võib järeldada fotodel kujutatud ning fotode avaldamise ebaregulaarsuse, heitlikkuse põhjal – fotosid võib ilmuda palju korruga ja seejärel võib ilmunumises olla pikk paus. Näiteks 1902. a detsembrikuu jooksul ilmub *Postimehes* järsku neli fotot: Tartu ülikooli peahoone seoses ülikooli taasavamisjuubeliga; Juhan Kunderist, Kreutzwaldist ja Faehmannist seoses nende sünniaastapäevadega. Kunderi ja Kreutzwaldi fotoportreed klišeid on aga vähemalt kaheksa aastat vanad, neid kasutas juba Hermann oma *Laulu ja mängu lehes* (nr 1 ja 12/1894).

Enne 1910. a hakkab ajalehtedes fotosid pisut rohkem ilmuma. Nüüd koondatakse fotod peamiselt laupäevastesse lehenumbritesse (nt *Postimehes* ilmub 5. sept 1909 kolm portreed seoses Cooki põhjapooluse ekspeditsiooniga) ja erinumbristes, nädala sees avaldatakse fotosid vaid tähtpäevade puhul (nt 22. apr 1909 ilmub *Postimehes* järsku viis portreefotot Türgi valitsejatest).

Esimese maailmasõja ajal ilmub esialgu fotosid varasemast rohkem, aga nende hulk on endiselt kõikuv. 1915. a ilmub *Päewalehe* igas numbris keskmiselt üks foto, *Postimehes* ainult üheksa fotot kogu aasta jooksul, *Tallinna Teatajas* mitte ühtegi fotot. Sõjaaegse tsingipuuduse tõttu eesti lehed ilmselt fotosid ise ei klišeeri, klišeid saadakse mõnelt välismaiselt väljaandelt. Sellele viitab *Päewalehe* fotode välismaine sisu ja ilmunumise ebaregulaarsus: mõnes numbris avaldatakse kaks-kolm fotot kõrvuti, mõnikord ei ilmu paari nädala jooksul ühtki fotot (vt näide 7.2). Sõja edenedes jääb fotosid vähemaks, pärast 1917. a revolutsioone ja Vabadussõja ajal uuritud ajalehtedes fotosid ei ilmu.

### Näide 7.6. Esimesed fotod *Postimehes*

*Postimees* 25. juuli 1894: 1. Portreefotod kujutavad Aleksander III vanimat tütart Ksenja Aleksandrovnat ja onu-poega Aleksandr Mihhailovitši, kes laulatatakse just fotode avaldamispäeval. Klišeid on ilmselt vene päritolu.





**Fotode laad.** Enamik ajalehtedes ilmuvatest fotodest on valitsejate, väejuhtide ja poliitikatelaste portreed. Harva on näopilt kõrvaloleva(te) teksti(de)ga seotud (v.a juubelite jm varem teadaolevate tähtpäevade puhul).

Esimese maailmasõja aegsed fotod keskenduvad sõjale, lisaks väeülemate portreedele avaldatakse fotosid laevadest, vaateid rindelinnadest. Enamik fotosid ei ole sisult aktuaalsed, vaid visualiseerivad sõja piirkondi ja peategelasi rahuaegsete linnavaadete ja esinduslike paraadportreede abil. Nii ilmub palju postkaardilikke fotosid linnadest, mis lehe ilmumise ajaks on purustatud (nt kuuefotoline kollaaž “Warssawi linn” – *Päewaleht* 8. aug 1915).

Võõritusefekti sündmuste traagilise sisu ja fotode postkaardiliku ilu vahel võimendab veelgi fotode ilmumine ajalise lõtkuga. Näiteks 24. aprillil 1915 lasevad sakslased põhja reisilaeva “Lusitania”, *Päewaleht* kirjutab sellest esiküljel pikalt ja põhjalikult 27. aprillil (näide 7.2). Paraadportreed laevast, hukkunud miljonärist Alfred Wanderbildtist ja pääsenud laevakaptenist Ternerist ilmuvad üle kuu aja hiljem, 3. juunil.

Siiski ilmub ka üksikuid sündmusfotosid, nt “Wõitlus kihwtiste gaasidega täidetud õhk-konnas.” (*Postimees* 23. sept 1916). Mitmeid fotosid avaldatakse uue, kauge ja seninägematu tutvustuseks (kuigi enamikus ilmuvad sellised fotod lisalehtedes), nt “Telefoniga rääkijad Hiinas.” (*Olewik* 11. juuli 1900).

Eestiga seotud fotosid ilmub ajalehtedes väga vähe. Peamiselt on need portreed rahvuslikest tegelastest, seltsimajadest ja seltsidest-kooridest. Ilmub ka esimesi sündmusfoto moodsid fotosid, need näitavad enamasti rahvahulki rahvuslikel sündmustel (nt *Postimehes* “Vane-muise” teatri nurgakivi panek 6. aug 1905, Tallinna laulupeo rongkäik 19. juuni 1910).

Enne I maailmasõda hakatakse ajalehtedes kasutama ka fotokollaaže. Nende abil püütakse fotosid ‘tihendada’, mahutatakse samale pinnale rohkem ja mitmekülgsemat infot. Enamasti koostatakse kollaaže mõne sündmuse visualiseerimiseks ja sündmuskohta kujutava üldvaates foto nurka kleebitakse keskse tegelase portree (laevahuku puhul näiteks laev + kapteni portree). Fotokollaaž on laenatud võtte, enamasti esineb seda välismaistes fotodes, aga vahel harva ka kohalikes fotodes (nt Tallinna III laulupeo puhul ilmub kollaaž, kus kõlakoja fotole on nurkadesse lisatud kolme laulupeojuhi portreed – *Postimees* 12. juuni 1910).

**Fotode suurus, laius ja kuju.** Kuna fotode arv on esialgu väga väike, siis pole mõtet välja tuua fotode keskmist suurust või eri laiuses fotode osakaale. Kõige rohkem ilmub üheveerulisi fotosid, enamasti on need vertikaalsed portreed. Esimese maailmasõja ajal ilmub kõige rohkem kaheveerulisi fotosid, enamasti on need horisontaalsed linnavaated, laevad jm.

Eesti ajalehefotode vormistus on vaoshoitult neutraalne. Enamik fotosid on nelinurksed. Järjekindlalt kasutatakse ka ovaalseid portreefotosid, mis näevad välja nagu medaljonid, aga nende osakaal on palju väiksem kui näiteks angloameerika ajakirjanduses (Barnhurst & Nerone 2001: 162). Mõned fotod – taustata portreed – võib liigitada ka siluett-fotode hulka. Rikkalikke ehisraame fotode ümber, mis teevad esimesed angloameerika ajalehefotod maali-de sarnaseks (vt nt Barnhurst & Nerone 2001: 162, 166, 174), eesti ajalehtedes ei kasutata.

#### 4. Teabegraafika

**Teabegraafika hulk** (joonis 4.28). Alates 1880. aastatest püsib teabegraafika hulk keskmiselt ühe teabegraafika ümber lehenumbri (0,5–1,3 teabegraafikat). Huvitav on see, et varieerumine selle arvu ümber toimub väga korrapärase pikkusega lainetena: 0-ga lõppevatel aastatel ilmub alati rohkem teabegraafikat kui 5-ga lõppevatel aastatel.

Eri lehti võrreldes tuleb esile teabegraafika kasutamise palju suurem ebahütlus. Näiteks 1895. a kasutab päevaleht *Postimees* teabegraafikat viis korda rohkem kui nädalaleht *Eesti*

*Postimees* (2,4 tk/m<sup>2</sup> ja 0,5 tk/m<sup>2</sup>). Põhjus on lihtne: kuna suur osa teabegraafikast on rutiinne (selline, mis ilmub lehes regulaarselt), siis väiksema mahuga ja sagedamini ilmuv leht avaldabki teabegraafikat märgatavalt rohkem.

Teabegraafika hulk väheneb ühiskondlikult heitlikel aegadel, näiteks 1905. a sügisel, I maailmasõja ja Vabadussõja ajal. Rutiinset teabegraafikat ilmub vähem ka siis, kui lehes on tavapärasest rohkem kuulutusi ja reklaami (sageli näiteks märtsis-aprillis, kui algab uus (põllu)majandusaasta). See näitab, et teabegraafika on teisejärguline, sellest loobutakse, et mahutada lehte päevakajalisemat infot ja makstud materjali.

**Teabegraafika temaatika.** Suure osa teabegraafikast moodustavad regulaarselt ilmuvad tabelid: turuhinnad, viljahinnad, loosivõitude numbrid jms. 1870.–1880. aastatel ilmub palju rahvuslike ürituste majandusstatistikat ja seda väga detailsel tasemel, nt 1890. a *Postimees* avaldab aruandeid “Prof. Dr. Mihkel Weske surnukeha äratoomise ja huaehtimise kuludeks” annetatud summadest

1903. a lisandub rutiinse teabegraafika hulka uus teema, *Postimees* hakkab avaldama ilmteadet tabelina “Ilmateade Reaalkooli ilmajaamast”. See ei ole ilmaennustus, vaid statistika õhurõhu ja -temperatuuri, tuule suuna ja kiiruse, õhuniiskuse ja pilvisuse muutumisest viimase ööpäeva jooksul. Lugeja peab ise oskama neist andmetest teha järeldused ilma edasise muutumise kohta. *Tallinna Teataja* kasutab enne I maailmasõda isegi graafilist ilmteadet – baromeetri pildi abil näidatakse õhutemperatuuri ja õhurõhku (nt 2. dets 1913). Pildilise ilmteate avaldamisest loobutakse juba paari kuu pärast, edaspidi ilmub lihtsalt olulisemate ilmaandmete loetelu.

Lisaks rutiinsetele tabelitele ilmub tabeleid ka põllumajandus- ja majanduslugudes. Nende temaatika avardub sajandivahetusel (nt 1905. a avaldatakse päriks ostetud talude protsent maakonniti, lehmapidamise tulud-kulud, vargused Viljandimaal, põllukultuuride saagikus Lääne- ja Ida-Euroopas jne).

**Teabegraafika liigid** (joonis 4.29). Ülivaldava osa teabegraafikast moodustavad ikka tabelid, aga sel perioodil ilmub eesti ajalehtedesse ka hulk uusi teabegraafikaliike: pildiline teabegraafika, kaardid, maleseisud, tulp- ja joondiagrammid.

Pildilist teabegraafikat avaldatakse üksikutel aastatel (1890, 1900) peamiselt populaarteaduslikes lugudes (nt tärgliseterakeste kuju, taimelehe ehitus, lapse lugemaõpetamise võtted). 1890. a ebatavaliselt suured pildilise teabegraafika ja kaartide-plaanide osakaalud (12% ja 6%) on Grenzsteini teene, kes avaldab *Olewiku* rubriigis “Maja-plaanid” taluhoonete plaane ja eskiise ning piltlikustab lugejale mitmeid muid teemasid, nt avaldab veise raieskeemi ja lihaliikide hinnad Londoni turul (10. dets), toob puukujulisel teabegraafikal välja eestikeelsete piiblitõlgete ilmumise kronoloogia (29. jaan)<sup>[28]</sup>. Pildilise teabegraafika avaldamine näitab selgelt Grenzsteini soovi, et ajaleht oleks visuaalne infokanal.

1895. a avaldab *Olewik* ka ühe esimestest kaartidest eesti ajakirjanduses. See on Ado Grenzsteini “Reisikirjades” ilmuv Konstantinoopoli kaart (10. jaan 1895), mis näitab linna suurust ja asetust Bosporuse väina suus. Käsitsi on kaardile kirjutatud linnaosade nimed, “Sõja sadam”, “Kauba s[adam]” jms.

Sajandivahetuse paiku hakkab eesti lehtedes kaarte ilmuma järjekindlamalt ja seda eelkõige Vene riigi peetud sõdade tõttu (samamoodi mõjutavad need sõjad kaartide avaldamist ka Soome ajalehtedes – vt Kosonen 2008: 24). Need on eestikeelsed kontuurkaardid, mis visualiseerivad sõjategevuse piirkondi: näitavad riigipiire, suuremaid linnu, jõgesid, raudteid. Kaartide avaldamist takistab tehniline keerukus – kaart tuleb joonistada, klišeerida ja

[28] Samasuguse puukujulise diagrammi abil on ta juba varem selgitanud lugejale kirjandusžanride omavahelisi seoseid (*Olewiku Lisaleht* 1. nov 1883).

piisavalt kvaliteetselt trükkida. *Postimees* trükkib sajandi alguses kaardid parema kvaliteedi saamiseks ajalehest eraldi (kivitrükkis, trükk ainult ühel lehepoolel) ja paneb ajalehe vahele “hinnata kaasandena”. 1905. a. seoses Vene–Jaapani sõjaga, avaldab *Postimees* ühe kaardi leheveergudel (20. jaan 1905), aga kvaliteet toimetust ilmselt ei rahulda, sest järgmised kolm kaarti ilmuvad taas kaasannetena (19. mail, 14. juunil, 2. augustil).

Enne I maailmasõda muutub kaartide sisu aktuaalsemaks: hakatakse piltlikustama sündmusi, mitte lihtsalt ei näidata sündmuskohti. Nii ilmub *Postimehes* kaart “Mandshuria raudteed”, mis toob välja olemasolevad ja rajatavad raudteed (23. jaan 1910), ja “Kolera-kaart”, mis näitab “Kolera laialelagunemist Weneriigis 12. aug 1910. a.” (17. aug 1910). See on üks esimesi andmekaarte eesti ajakirjanduses. Ilmselt on kaardid maha joonistatud vene väljaannetest.

Ootuspäraselt ilmub kaarte enneolematult palju I maailmasõja esimestel aastatel (sama tendents ilmneb ka nt USA lehtedes – Barnhurst 1994: 106). Kolm uuritud lehte avaldavad 1915. a jooksul 18 kaarti (*Postimees* 11, *Päewaleht* 7, *Tallinna Teatajas* kaardid puuduvad), mis kõik näitavad sõjategevusse haaratud alasid. Kaartide sisu oleneb kujutatud piirkondade geograafilisest lähedusest. Kaugemate sõjapiirkondade kujutamiseks kasutatakse 3–5-veerulisi kontuurkaarte, mis näitavad piirkondi ja linnu, millest uudistes juttu on. Eestile lähemaid piirkondi kujutades on kaardid aktuaalsemad (ja väiksemad) – nad visualiseerivad konkreetset sündmust ennast: sõjavägede paiknemist, pealetungisuundi, rindejoone asukohta (nt *Postimees* 2. mai 1915, *Päewaleht* 15. aug, 31. okt, 3. nov 1915). Nii *Päewaleht* kui *Postimees* avaldavad ka venekeelseid kaarte, et sõja seisu võimalikult operatiivselt edasi anda, kulutamata aega kaartide ümberjoonistamisele.

Esimesed maleülesanded<sup>[29]</sup> ilmuvad *Olewikus* 1883–1884 (ilmselt pärinevad need toimetaja Grenzsteini “Male-õpetusest”, mis ilmub 1884. a, 2. trükk 1904. a). Pärast paarikümneaastast pausi, 1905. a, avaldab maleülesandeid *Eesti Postimees*, mis saab selleks ärgitust Grenzsteini maleõpiku kordustrukist. Suvel ilmuvad ülesanded regulaarselt igal laupäeval, sügisel kaovad lehest (ilmselt ruumipuudusel).

Esimesed juhuslikud diagrammid ilmuvad eesti lehtedes sajandivahetuse paiku. Need on ilmselgelt laenatud välismaistest väljaannetest. 1895. a ilmub *Postimehes* üks esimesi tulpdiagramme, mis näitab, kuidas õhutemperatuuri on võimalik graafiliselt kirja panna (15. juuli 1895; artikli aluseks olev tekst on pärit ajakirjast *Deutsche Rundschau*). 1910. a ilmub *Postimehes* üks esimesi joondiagramme, mis kujutab Inglise valimistulemusi aastatel 1832–1910 vana- ja vabameelsuse skaalal (10. veebr 1910). Kui 1895. a diagrammil on juures üksikasjalik lugemis- ja tõlgendamisõpetus, siis 1910. a diagramm ilmub iseseisvana, ta on varustatud legendiga, aga lugemisõpetus puudub. Kuigi aastakümnete jooksul ilmub ainult mõni diagramm, on nende olemasolu siiski oluline. See näitab, et toimetajad peavad eesti lehelugejat piisavalt harituks, et talle infot diagrammidena esitada.

**Teabegraafika stiil.** Sajandivahetuse teabegraafika jaguneb kujundusstiililt kaheks: tüpograafiline ja käsitsi tehtud teabegraafika.

Tüpograafiliste vahenditega luuakse tabelid, maleseisud, aga ka üksikud skeemid-plaanid ja isegi kaardid. Esmapilgul tundub kummaline, miks peaks plaane ja kaarte tegema tüpograafiliselt, koostades neid tinatähtedest, (ehis)joontest ja tingmärkidest. Põhjuseks on jooniste klišeerimise võimaluste puudumine ja kulukus, samuti jätab tollaste klišeede tehniline kvaliteet sageli soovida. Teemaatika järgi otsustades on enamik tüpograafilistest skeemidest-plaanidest ilmselt loodud muukeelsete väljaannete eeskujul, aga mõni skeem on kindlasti algupärane. Sisult kõige tähelepanuväärsem on Narvas toimunud Vene sõjaväe-

[29] Male- ja kabeseisud on siinses kontentanalüüsis loetud üheks teabegraafika liigiks.

888

L i n e a r n e

N 83.

tõnna. Päälaagri kohal heljus sillast üle tagasi Narva poole, kõrgel taeva all juur õhulaem, skui ta punkt kell 10 küüsi õhustiteer sees. Kaem peeti kõi üle jõubis, lõhvimad suurtüübid otias tinni ja lõmmati mahete merista neli laugel häält. wafel maža. Rord lasti temoga. Edda algos. Paugub lõhfi- faks meelt ülesle. Kärafi aga wad lõgedamots ja wafete wala- lahingi ajal oli jälle üksainus hei lostis ta püsibde pörin Nam- mees ta sees, tes maenale lei burisje. Ennefs läks wihm üle fufofita wafets ja lõnetraabiga ja e: rittunud enam selle pñema olla teatas, mis nägi. Narwa toimetufi. Et päälahing Nam- pooit maehates oli lõjaplatsi burgi jõe kallastei tuit luia, feis umbes nii:

Kell 9 wafafimad hoomimant- nänud ja ajalehed tänini jelleit rid wafafai, fufu f. pool fimme weel midagi ei ole teatanud. Keiserlik rong jõubis. Punkt kell 1/2 12 jõubimad suurtüü- fimme kuulutas ürrahjuid eemalt, paugub märkha ligemale. Eot- et kõige kõrgemad herraled tu- batid ajafimad inimeled filla li- lemas. Eßanadgi feisja kohal gidalt ära, feft et fild dünamii- pool wulifaf falgas ja ligi digu lahiti ülesje laota. Wafjube werstapifune jaraw rufjameeste atnad lasti lahiti tege, et dü- nauit ligimes, keisri Wafjereet namüdi plohmatus neid ära ei eßja feisriga eesotias, fuis Kei- purustaks. Nahwas oli wulifita ferinna Wafjereet R. R. Suur- otjale kõrge fingu päälte tagafi wafiminnaga fifeina lohtises tül- läinud, kui füs päälit eite fihu- las, selle tülä järrel weel taks tas ja ütles, meie wõida alla tülä Suurwafiminnabega, ning jõe äärde minna, fufi Keiserlik fuis tülä R. R. Suurwafimad, waf- rong pea tuleb. Waemalt oli rad ja oma findraltid ja teised wad maatajad all, kui rai a kõrgemad aumfahjad faramates meeste rong teisele poole filla ütõnabades. Wifima jooftis fuis otja jõubis ja üle tüläma haffas. oawarrest maža, aga ütjelai, päälte kell oli 12 ja pätlegi haffas tüläks otjutaje, ei oluud mingi- la paiftima. Sana findraltide rat- guist wifimamantit, weel mõhem awdigi fiffalt üle meolas, wifimamarju otias. Edda fuurem juur rida suurtüüfa res otjas, oli meisse rahmahalgja ürrahjuid, astufimad kõige kõrgemad herra- mida kõige kõrgemad herraled jed füs tehtud parawepädi ja jend- maenatama lahutega wafu waf- fimad otjelert päälaagrije jefi- fiffalt. 800 ütülüfti wofufit Kei- põhi üle.

keritüüfti tallist oluud tülä fuis: Riipoa fuis wifimane suurtüüf ja päälte selle wifimaste weel paifu fiffalt ära oli, anti neile lõft, teifi. Ruulu järtele olla Keiser ja tüläks traawisje fihutafimad nad kõlgefimil oma ratjapõbume ligi wafu rüna ütlesje, ei läbi fima oluud. Wfong tuiti wafafaltit lõjaplatsile jõuba. Wifina wifim- mödda wulifitaf ja lõks raudtee oma feisjafoga wulifita, otja ja

suurtüüfide wafete, fuis joores- tufe pääl wofite rüft teifad. Eüt oli kõigile poole hää wõha ja too- rapidajad ei fannud enam mahti minu erorõõmu rüftuma tülä. Keisi oli ifegi tegeufist tülä, et findraltide hõbuseid moja laga wafjata ja plohmatuie eßi hõida, mis pea wõis tulla. Eßjani- mifer Wannowsti tüläde praegu fiffalt üle ja jeeb fuis filla otja feisima, fahewafel olles, fuf otjelert päälaagrije fifeita eßi läbi fima minna. Wannowsti ei ole mitte üffi oma auu pooleft eßimene ütlem, wafid ta on ta oma teha pooleft fuis rounoft malatub fefamehe auufimmas. Wifingufe mehe juhufel on fufi wafu- laje tüläje minna. Raud fihu- tan ta, laiaft traawisje üle hõ- pates, jõe äärt mödda päälaag- riise.

Wafejal jõubis paraw fahbale, kõige kõrgemad herraled astufimad maule ja meie ligidol andis suurtüüf punkt kell 1/2 1 otama- talt eßimene paugu, mis lõmmad fimm wani. Inimeled, teifeft lohatid enne ei tahtuud jagu laada, panimad fuis lamba fari jooftima. Armafimad wifimiste, et wifime päem fäes eßi et wafimje dül neid ära purustab. Waf wafimad teifed wafuwaarid fona ja fuffitufimad üle jõe maenalele tuit ja fuffitu wafu. Paugub oluud nii fuureb, et nad uagu fufufid tatti murdfi- wad. Kahela fonda wõis waf- tufaja jõufatufitei ja meifafuku- des feigefte lugema. Pool tundi oega paugutati meie poolt, igas minutio umbes 15 pauku minu ligidalt batareift. Kõuegmal ote- wad paugub ja maenale omad lugemata. Kell üle tuiti wafu- laise oma wafgetes mammitest teifet pool jõe nähtomale. Raud haffati ta püsifibega tõmmatama.

## Näide 7.7. Tüpopograafiline teabegraafika

**Olewik 13. aug 1890: 838**  
(lehenumbri 8. külg).

Ado Grenzsteini visandi järgi tehtud skeem on reproduutseeritud ilma klišeerimata, ainult tüpopograafilisi vahendeid kasutades. Skeem kujutab Venemaa ja Saksamaa sõjaväe- manöövrite ala Narva lähedal.

õppuste asukohaplaan (*Olewikus* 13. aug 1890). Toimetaja Grenzstein on ise õppusi vaata- mas käinud ja kirjeldab neid loos “Keisri-päewad”. Plaani on ta ilmselt kohapeal visandanud (jõgi, sillad, raudtee, “päälaager”, suurtükid) ning lasknud selle trükikojas tiražeeritavaks teha ehisjoonte ja trükikirja abil (näide 7.7). Tähelepanuväärne on just sündmuse edasiand- mise reportaažlikkus. Väikse lihtsa plaani kasutamine teksti sees “proovilahingi” tandri visandamisest annab tunnistust tollases ajakirjanduses täiesti ebatüüpilisest teksti ja pildi integreerimisest, vabast liikumisest verbaalse ja visuaalse mõtlemise vahel oma ideede sel- geimaks väljendamiseks (vrdl Tuft 1983: 181–182).

Algupäraseid skeeme ilmub üksikutel juhtudel veelgi, autoriks kaastööline, kes oma elu- kutse tõttu on harjunud end visuaalse skemaatilisusega väljendama. Näiteks kirjutab Mand- žuurias töötav eesti insener D. Koit *Postimehele* “Kirjad Hiina segadustest”. Ta kirjeldab, kuidas hiinlased neid Harbinis ründasid, ja lisab ka vastava visandi, mille *Postimees* tüpo- graafiliselt reproduutseerib (2. okt 1900).

Enne 1910. a on tsinkograafiline klišeerimine eesti ajalehtedes juba nii levinud, et tüpo- graafilisi skeeme enam ei kasutata. Korraks tulevad need veel tagasi I maailmasõja ajal *Tal- linna Teatajas*. Ilmselt on põhjuseks mingid tehnilised takistused klišeerimisel (tsingipuu- dus?), et kaartide asemel avaldatakse kaks “ülewaatlikku schematic”, mis tehtud “trükikojas käepärast olewate abinõudega” (26. okt ja 4. nov 1915).

Teisel viisil, käsitsi joonistatuna ja seejärel tsinkograafiliselt klišeerituna, avaldatakse pildilist teabegraafikat ja hiljem ka kaarte. Esimesed joonistatud teabegraafikad ilmuvad *Olewikus* 1890. aastatel. Need ei ole spetsiaalselt ajalehe jaoks tehtud, vaid mujalt laenatud. Kasutatakse juba olemasolevaid joonistusi, mis sobivad ajalehes iseseisvalt avaldada (nt majaplaanid *Olewikus* 1890) või täiendavad populaarteaduslikke lugusid. Ilmselt on selline teabegraafika sageli loodud eelkõige raamatutes avaldamiseks. Näiteks lõpeb J. T. + A. Kk. (= Jüri Tõnisson ja A. Kuusik) lugu “Wiljapuu waenlased ja nende vastu wõitlemine” 1905. a *Postimehes* nii: “Et aga siinkohal /.../ wõimata on /.../ wiljapuuwaenlaste üle “Postimehe” paberil täielikumaid piltisid tuua, siis arwame paremaks, siinkohal kuulnud näpunaiteid täiendatud kujul iseraamatuna ilmutada.” (*Postimees* 13. mai 1905). Samal aastal ilmubki *Postimehe* kirjastuselt raamatuke “Wiljapuude, wiljapõõsaste ja aiawilja waenlased ja nende vastu wõitlemine”.

Ka kaardid on käsitsi joonistatud. Nende kujundamisel saab eristada kaks ajaliselt järgnevat stiili. Esimesed kaardid, mis ilmuvad ajalehtedes sajandivahetusel, on ilmselt tehtud kutseliste kartograafide poolt. Need on puhaste selgete joontega, erineva suuruse ja stiiliga trükikirjade abil eristatakse eri tüüpi toponüüme (nt “Hiina sõjakaart” *Olewikus* 13. juunil 1900).

1905. a paiku hakatakse avaldama spetsiaalselt ajalehes avaldamiseks joonistatud kaarte. Need on varasematest kaartidest kohmakama ja nurgelisema teostusega: ebakindlamate käsitsi tõmmatud joontega, kohanimed kirjutatud käsitsi suuremas kirjas ja eri suundades, trükikvaliteet kohati vilets. Ilmselt on kaartide allikaks muukeelsed väljaanded, kust nad maha on joonistatud, täiendatud eestikeelsete tekstidega ja seejärel tsinkograafiliselt klišeeritud (nt eelmainitud koolerakaart *Postimehes* 17. aug 1910).

Esimese maailmasõja ajal, kui hakatakse avaldama venekeelseid kaarte, saab *Päewalehe* selgitusest (2. juuni 1915) aimu, kuidas sellised kaardid eesti lehtedesse jõuavad: “Kaardid ja pildid tulewad meie lehele otse wälismaalt, ümberjoonistamine ja uue klische walmistamine wõtaks aega, praegu on aga liikumine meile kõige lähemal sõjawäljal sedawõrd põnew, et kaardi otseteed ilma ümberjoonistamata ära trükime.”

## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

### I. Tekstiplokid

**Lugude kuju** jääb ka suurema formaadiga ajalehtedes endiselt suvaliseks nagu varasemates väikseformaadilistes lehtedes – tekst kulgeb ajalehtedes lineaarselt ühest veerust teise. Uus lugu algab just seal, kus eelmine lõpeb, ja võib jätkuda järgmisel leheküljel ilma mingi viiteta järje kohta.

1910. a paiku võetakse kasutusele üksikud mitmeveeruliste plokkidena küljendatud tekstid. Neil on mitmeveeruline pealkiri või rubriiginimi ja põhitekst küljendatakse selle alla mitmeveerulise nelinurgana. Kui lugu ei mahu mitmeveerulise pealkirja alla ära (lehekülj lõpeb, vastu tuleb joonealune), siis jätkub ta järgmises veerus või järgmisel leheküljel lineaarselt. Esimese maailmasõja ajal mitmeveeruliste lugude hulk väheneb, ilmselt on põhjuseks eelkõige operatiivsusetootlus (lineaarne küljendamine on lihtsam ja kiirem), kuna mitmeveerulisus kaob (sõja)uudistest (v.a *Tallinna Teatajas*), aga jääb alles pikkadesse ülevaatelugudesse (nt kolmeveerulise pealkirjaga lugu “Kuu wiimast kuud Wene wäerinna” – *Päewaleht* 31. okt 1915).

**Lisaelementide paigutus põhitekstis.** Lugude juurde kuuluvad lisaelemendid – tabelid, visuaalne teabegraafika, visuaalid – paigutatakse lineaarselt tekstilõikude vahele just selles kohas, kus jutujärgjega nendeni jõutakse. Paigutus lähtub tekstist ja seob lisaelemendi väga tugevalt tekstiga (vt näide 7.7). Näiteks kirjutatakse tekstis: “Järgmised arwud näitawad

tänavuse põllusaagi arwet, ühes minewase aasta ja wiimase kümne aasta kümne aasta läbistikut saati:” ja kohe kooloni järele on laotud tabel (*Postimees* 20. nov 1895).

Veerust laiem lisaelement keeratakse külili, et ta ühele veerule ära mahuks ja lugemisjärg oleks lineaarne (vt näide 7.1). Kui lisaelement on nii suur, et ei mahu ühele veerule ära ka külilikeeratuna, siis pannakse ta lehekülje serva, et tekstid saaksid temast mööda ‘voolata’. Näiteks *Postimehe Hommiku-wäljaandes* 19. märtsil 1920 on neli tabelit maailmasõja ohvritest eri riikides, neist kaks tabelit on topeltveerulised, neist üks külili pööratud, teine mitte (sest ta on nii kõrge, et ei mahuks ka pööratuna ühele veerule ära).

Siin on ilmselt lähtekohaks raamatutes tänapäevani tavaline võte laiad tabelid külili keerata, et neid leheküljele ära mahutada. See võte kandub raamatutest üle esimestesse ajalehtedesse (nt *Marahwa Näddala-Leht* 19. aug 1825) ja jääb püsima ka siis, kui ajalehed suurendavad formaati ja veergude arvu.

Enamasti kasutataksegi lineaarset paigutust teabegraafika puhul, sest suur osa visuaale on iseseisvad, nad ei seostu kuidagi juuresoleva(te) teksti(de)ga. Kui aga *Eesti Postimees* kirjutab mässust soomuslaeval ja avaldab selle juurde laeva joonistuse, siis keeratakse seegi teksti sisse külili (25. juuni 1905).

Joonistuste puhul kasutatakse ka teistsugust paigutusvarianti, kus visuaal ei ole mitte teksti täiend, vaid lehekülje dominant. See paigutusstiil tuleb kasutusele 1870. aastatel, kui koos lehekülje suurenemisega tekib võimalus avaldada suuremaid pilte. Need pannakse lehekülje tsentrisse, kus nad katkestavad tekstiveerge (vt nt *Sakala* illustratsioonid 1880). Joonistus pannakse n.ö tühjale küljele, kus pole visuaalselt tugevaid elemente (nagu päismik või mitmeveerulised reklaamid), ega hoolita sellest, mis tekstid seal ilmuvad. Tavaliselt on neljaküljelises lehenumbris selliseks küljeks teine lehekülg (nt 1880. a *Sakalas* on teisele küljele pandud kuus illustratsiooni seitsmest).

Visuaal paigutatakse leheküljele tsentreeritult, aga lugude põhitekstid avaldatakse ikka lineaarselt üksteise järel. Seetõttu on joonistust selgitav pikem tekst enamasti pildist eraldi lehenumbri lõpus, mõnikord isegi teises lehenumbris. Nt *Sakala Lisalehes* on 22. novembril 1880 teise lehekülje tsentris ilma mingi selgituseta puugravüür telkidest, kolmandal küljel on tekst pealkirjaga “Indianlaste telgid. // (Pildi seletuseks.)”, milles kommenteeritakse liiksaks ka järgmises lehenumbris nädala pärast ilmuvat pilti.

Seega ei peeta oluliseks loo ja teema visuaalset terviklikkust, vaid esitletakse eraldi visuaali. Taas võib võtet seostada raamatute kujundamisel kasutatavate konventsioonidega, kus tänapäevalgi koondatakse näiteks biograafiates pildid tekstist eraldi, paremale paberile trükitud poognasse ja tekst kulgeb omaette. Tollane ajalehe aastakäik on sellise raamatuköite analoog, kus suured visuaalid paigutatakse võimalikult silmatorkavalt, tekstist sõltumatult.

Samasugust paigutusstiili kasutab hiljem ka väikseformaadiline *Olewik*, mis avaldab uudistega seotud joonistused enamasti lehenumbri keskel (lk 9–14) hoolimata sellest, mis tekstid seal ilmuvad. Vastavad uudised ilmuvad aga sisult sobivas rubriigis. Näiteks Vene välisministri Nikolai von Giersi nekroloog ilmub lehenumbri 6. küljel, tema portree aga numbri 14. küljel, keset rubriiki “Teised lehed” (*Olewikus* 24. jaan 1895: 78 ja 86). *Postimees* avaldab joonistused tavaliselt viiendal-kuuendal leheküljel, st teises trükipoognas, mis tollal trükitakse esimesest neljaküljelisest poognast eraldi.

Esimese maailmasõja ajal piltide paigutus muutub, fotosid hakatakse sisekülgede asemel avaldama esikülje ülaservas (vt näide 7.2). Fotode esiplaanile tõstmine käib kokku üldiste muutustega, millega tõstetakse ajalehes fookusse uudised ja esitletakse neid lugejatele kontrastsemalt, hierarhiseeritumalt.

Eelkirjeldatud kahe raamatuliku paigutusstiili kõrval kasutatakse erandina veel kolmandat, visuaalselt terviklikumat paigutust. Pilt pannakse ajalehe esikülje ülaserva ja juurde-

kuuluv tekst kohe pildi alla või kõrvale. Üsna tänapäevasel moel alustab pilt ajalehte ja lehekülge ning talle järgneb tekst. Sellist terviklikku paigutusvarianti kasutatakse ainult üksikute portreede jaoks keiserlikel tähtpäevadel (troonijuubel, sünnipäev, surm, laulatus) ja mõne tähtsa isiku surma puhul, nt keiserlikud portreed (*Eesti Postimees* 19. veebr 1880, *Olewik* 2. märts 1882), Anton Rubinstein (*Postimees* 12. nov 1894), Lev Tolstoi (*Postimees* 8. nov 1910; vt ka näide 7.6).

Kokkuvõttes võib öelda, et teksti juurde lisaelemente paigutades kasutatakse kaht vastandlikku paigutusvarianti. Esimene, lineaarne variant seob lisaelemendi tugevalt põhiteksti sisse. Teine lõhub nende omavahelise ruumilise seose, kuna lisaelement (visuaal) paigutatakse põhitekstist eraldi (teisele leheküljele, isegi teise lehenumbriisse). Kolmas, modulaarne ja terviklik variant, kus lisaelement (visuaal) ja põhitekst on teineteise kõrval, on haruldane, kasutusel ainult erakordsete sündmuste puhul.

## 2. Lehekülg

**Lehekülje lineaarne struktuur. Joonealuse kasutuselevõtt.** Lehekülgede suurendamine kvartformaadist foolioformaati muudab lehekülje struktureerimis põhimõtteid vähe. Endiselt valitseb lineaarne struktuurimudel, mille puhul kogu materjal (tekstid, pealkirjad, rubriiginimed, teabegraafika, joonistused) küljendatakse üheveerulisena üksteise järele. Siiski muudab suurem formaat ja rohkemate veergude kasutamine lehekülje muljet oluliselt – raamatuliku lineaarse-kronoloogilise korrastatuse kõrval lisandub mulje sündmuste simultaansusest ja korrastamatusest.

Koos lehekülje suurendamisega võetakse kasutusele ka esimene ajalehe-spetsiifiline struktureerimisvõte, mida ei kasutata raamatutes ega ajakirjades. See on joonealune (pr ja sks *feuilleton*, vn *нодвал*). Joonealuse kasutamise puhul jagatakse lehekülg horisontaalse joonega kaheks osaks. Nii joone peal kui all paigutatakse lood lineaarselt ja üheveeruliselt.

Joonealune ilmub eesti lehtedesse 1870.–1880. aastatel. Esimesena hakkab seda kasutama *Eesti Postimees* 1870. a, uuritud lehtedest järgmisena *Perno Postimees* (1884) ja *Postimees* (alates 1888; vt näited 7.1 ja 7.6). Sealt edasi on joonealune eesti lehtedes tavaline liigendusvõte. Seda kasutatakse esiküljel ja/või teisel leheküljel.

Joonealune ei ole mitte lihtsalt vormiline liigendusvõte, vaid ka esimene ulatuslikum ruumilis-sisuline liigendusvõte ajalehes: joone *peale* pannakse päevakajaline materjal, joone *alla* kultuur ja ajatum materjal. Joone peal ilmuvad juhtkirjad ja uudislik materjal; joone all järjejutt, mõnikord ka populaarteaduslik lugu, luuletus, ‘kergeid’ uudiseid välismaalt, raamatuarvustus jms.

Esmalt ongi joonealune lisalehe kompaksem alternatiiv. Kui leht jaguneb põhileheks ja lisaleheks, siis joonealust ei kasutata (nt *Eesti Postimees* ja “*Eesti Postimehe*” lisaleht ehk *Juttutuba* 1875, *Sakala* ja “*Sakala*” *Lisaleht* 1880, *Olewik* ja “*Olewiku*” *Lisa* 1885). Kui aga kogu materjal on koondatud neljaküljelistesse lehenumbritesse, siis kasutatakse joonealust (nt *Eesti Postimees* 1870 ja 1880).

20. sajandi alguses joonealuse tähtsus väheneb, sest lehtedes on rohkem ‘joonepealset’ päevakajalist materjali ja joonealuseid järjeromaane hakatakse avaldama ka eraldi vihikute-na lehe vahel. Nii nihkub joonealune esiküljelt teisele küljele, teda ei kasutata enam kõigis lehenumbrites, tema laius väheneb (seni oli joonealune alati kogu lehekülje laiune, nüüd võib ta olla ka kitsam).

20. sajandi alguses saab joonealuse alternatiiviks ka nn jutunurk, kus järjeromaan paigutatakse väljalõikamiseks lehekülje alumisse välisnurka lehe mõlemale poolele juturaamatule omases kujunduses. Selline võte on sõna otseses mõttes kasulik ka ajalehtede kirjastajatele,



sest sama ladu kasutatakse kaks korda: ajalehes ja sama teksti väljaandmiseks raamatuna. Jutunurka kasutatakse näiteks *Postimehes* 1910, *Wabas Maas* 1920.

Niisiis toob joonelune ajalehekülje lineaarsesse struktuuri esimese mittelineaarse võtte, võimaldades lugejal alustada ajalehe lugemist eri kohtadest vastavalt oma eelistustele. Paigutusega rõhutab lehekülje struktuur ajalehele spetsiifilist infot (uudised) ja esitleb allasurutuna infot, mis ei ole ajalehele ainuomane (kultuur, kirjandus).

Väliselt sobib selline leheküljestruktuur Kressi ja van Leeuweni horisontaalselt polaar-sesse struktuurimudelisse, mida nad kasutavad 20. sajandi lõpu ajalehtede kirjeldamiseks (Kress & van Leeuwen 1998). Aga sisult on paigutusloogika risti vastupidine. Kressi ja van Leeuweni järgi pannakse ülaossa, silmatorkavamale positsioonile ideaalne, üldistatud info ja alaossa reaalne, detailsem info (Kress & van Leeuwen 1996: 193–196, 1998: 193; Martinec & van Leeuwen 2009: 20–21). Joonealuse puhul on aga üleval aktuaalsem materjal, all kultuur jm ajatum materjal. Seega võib öelda, et hoolimata välisest sarnasusest struktureeritakse 19. sajandi ajalehekülge hoopis teisiti. Ajaleht alles kujuneb välja, omandab spetsiifilisi sisulisi ja vormilisi jooni, ning on loomulik, et päevakajaline, 'ajalehelik' info paigutatakse lehekülje ülaossa, silmatorkavamale positsioonile.

Aga on ka teine tõlgendusvõimalus. Kuna lugude paigutus on lineaarne ja lehekülgedeks jagunemisel pole ajalehes sel ajal sisulist tähendust, siis pole erinevat 'informatsioonilist väärtust' (Kress & van Leeuwen 1996: 183; 1998: 188) ka lehekülje eri osadel. Lehekülje ülaosa ei tõlgendata visuaalselt silmatorkavamana kui lehekülje alaosa. 'Joonepealne' materjal pannakse lehekülje ülaserava lihtsalt seetõttu, et küljendamist alustatakse ülalt ja alustatakse ajalehespetsiifilise päevakajalise materjaliga

Joonealuse kasutamine on mandri-Euroopa lehtedest pärit traditsioon. Selle 'leiutajaks' peetakse prantsuse ajalehte *Journal des Débats*, mis 28. jaanuaril 1800 lisas uudiste puudusel ajalehte kultuuritemaatikat, lood paigutati lehekülgede alaserva ja eraldati uudistest horisontaaljoonega (Dianina 2003: 191).<sup>[30]</sup> Prantsuse lehtedest levib joonealune saksa ja vene lehtedesse (alates 1820. aastatest), samuti rootsi ja soome lehtedesse (alates 1840.–1860. aastatest; Kisselev 1990: 50, 58; Mervola 1995: 58–59; Dianina 2003). Alates 1860. aastatest kasutavad joonealust ka eesti lehtede lähimad eeskujud baltisaksa päevalehed.

Angloameerika (uudistekesksetes) lehtedes joonealust ei kasutata. Siiski saab ka angloameerika lehtedes 1890. aastate lõpus tavaliseks lehekülje pooleksjagamine, ainult selle sisu ja vorm on joonealusest erinev. Veergude algusse, lehekülje ülaserava koondatakse uudisväärtsuslikumad sündmused, mis pealkirjastatakse suuremate ja pikemate (mitme alapealkirjaga) pealkirjadega (ingl *tombstone style*). Allen Hutt kirjeldab seda nii: lehekülje ülaserav fikseeritakse ning alla 'kühveldatakse' lühiuudised ja tädistekstid ('*down-page stories*'); Hutt 1973: 69–75, 107; Hutt & James 1989: 35–36). Selline struktureerimine jagab lineaarselt küljendatud lehekülje kaheks osaks, vastandades uudiseid nende tähtsuse alusel (mitte päevakajalist ja ajatut materjali nende sisu alusel nagu joonealusega leheküljel). Vastandust väljendatakse pealkirjade erineva visuaalse kaalu abil (mitte selgelt eraldava formaalse sirge joone abil nagu joonealusega leheküljel).

**Lehekülg kui visuaalne tervik. Mittelineaarse struktuuri kasutuselevõtt.** Lehekülje lineaarne struktuurimudel hakkab eesti lehtedes muutuma 20. sajandi alguses, mil seni väga üksikud juhuslikud mitmeveerulised elemendid tulevad järjekindlamalt kasutusele. Alguses kasutatakse mitmeveerulisi joonistusi ja fotosid, 1910. a paiku ka mitmeveerulisi pealkirju ja rubriiginimesid. Üksikud lood (temaatiliselt koondatud agentuuriuudised erakordsetest

[30] Ajalehe *Journal des Débats* aastakäigud 1800–1944 on digitaalselt kättesaadavad aadressidel <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb327995159/date>, <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb32797692j/date> ja <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb39294634r/date>.

sündmustest, suured ülevaateartiklid) tõstetakse rubriikide lineaarsest voolust välja ning küljendatakse mitmeveerulise plokina lehekülje nurka (nt “Hiiglastreik Prantsusmaal” *Tallinna Teatajas* 1. okt 1910, näide 7.4).

Mitmeveeruline element paigutatakse esialgu lehekülje serva, nii ‘segab’ ta senist lineaarset leheküljestruktuuri kõige vähem. Mitmeveeruline visuaal pannakse lehekülje ülaserava, mitmeveeruline tekstiplokk aga üla- või alanurka, s.o perifeeriasse. Perifeerne on mitmeveeruliste tekstiplokkide paigutus ka lehenumbri struktuuris. Esiküljel on lineaarne, uued mitmeveerulised tekstiplokkid lisatakse toimetuse materjali lõpuossa, teise või kolmanda külje nurkadesse.

Koos üksikute mitmeveeruliste tekstiplokkide kasutuselevõttuga nõrgeneb lineaarse struktuuri mõju ja I maailmasõja ajal hakkavad leheküljed kujunema omaette terviklikeks üksusteks. See eristab ajalehe lõplikult raamatust. Sellest põhimõttelisest muutusest annab märku eelkõige kaks tendentsi: lugude paigutamisel hakatakse arvestama ajalehe jagunemist lehekülgedeks ja lehekülje osad omandavad erineva tähenduse.

Lugusid hakatakse paigutama nii, et nad ei ‘hüppa’ enam küljelt küljele, iga leheküljalgab pealkirjaga, mitte eelmise lehekülje loo ‘sabaga’. Kui mõnel leheküljel on materjali vähe, siis lisatakse täidismaterjali (tavaliselt uudiseid), aga ei nihutata ettepoole materjali, mis peaks olema järgmisel leheküljel. Näiteks kui sõjauudised ei täida kogu esikülge ära, lisab *Tallinna Teataja* sinna jupi rubriigist “Mitmesugused teated”, “Kohalikud teated” või “Kunst ja kirjandus”. Aga need rubriigid ei jätku teisel küljel lineaarselt, teine küljalgab juhtkirjaga.

Sellist lehekülgedeks jagatud struktuuri kasutavad 1915. a *Tallinna Teataja* ja *Päewaleht*, aga *Postimees* veel mitte. Siin on näiteks *Päewalehe* numbri struktuur:

- lk 1 – sõjauudised;
- lk 2 – üleval juhtkirjad ja uudised Eestist, joonealuses järjelugu (tavaliselt sõjateemaline);
- lk 3 – rubriigistatud uudised, nende vahel üksikud pikemad lood;
- lk 4 – kuulutused ja reklaam; kui neid on vähe, siis lehekülje ülaoas uudised.

‘Hüppamist’ tuleb mõnikord ette veel teise ja kolmanda külje vahel, mis asuvad kõrvuti. Näiteks kui teise külje ülaoas on juhtkirjade järele pandud mõni pikem lugu, siis see võib jätkuda kolmandal küljel; ka joonealune lugu võib ulatuda kolmandale küljele joone alla.

Lehekülgede kujunemisele visuaalseteks tervikuteks järgneb teine oluline muutus – lehekülje ülaserava tugevdatakse visuaalselt, koondades sinna kaalukamad elemendid, näiteks tähtsamate sündmuste mitmeveeruline loetelu<sup>[31]</sup> esikülje vasakus ülannurgas või ülaseravas päismiku all, fotod esikülje ülaseravas, maakaardid ja mitmeveerulised lood sisekülgede ülannurkades<sup>[32]</sup> (nt *Päewaleht* 1. mai 1910: 1, 2, 5). Ülejäänud lehe(külje) kujundus püsib endiselt üheveeruline ja lineaarne.

Mitmeveeruliste elementide koondamine lehekülje ülaserava näitab olulist muutust: mitmeveerulised elemendid enam ei *täienda* lineaarset leheküljestruktuuri, vaid *alustavad* seda. Sellega omandavad ajalehekülje tsoonid erineva informatsioonilise väärtuse (kui kasutada Kressi ja van Leeuweni mõistet): lehekülje ülaoas on esiletõusvam, alaosa aga alluv. Samas pole andmeid selle kohta, kas ajalehe tegijad tõlgendasid lehekülje ülaoas silmatorikavana või lihtsalt alustasid küljendamist kõige olulisematest elementidest (mis nüüd on mitmeveerulised).<sup>[33]</sup>

[31] Harro 2000a nimetab seda numbri liidiks.

[32] Vaid *Tallinna Teatajas* ilmuvad mitmeveerulised lood ka lehekülje alanurgas, nt 5. mai 1915: 3.

[33] Lehekülje erinevate osade erineva väärtustamise algeid võib leida ka varasemast ajast, aga mitte toimetuse materjalist, vaid reklaamist. Juba alates 1890. aastate algusest ilmub ajalehtede esikülgedel üksikuid reklaame ja need pannakse alati lehekülje ülaserava (s.o kohe ajalehe päismiku alla). Surma-

**Kontrastsuse kasv. Hierarhiseerimine.** Lisaks lehekülje struktuurile muutub I maailmasõja ajal oluliselt ka elementide kontrastsus. Seni oli toimetuse materjal ajalehes visuaalselt vähekontrastne: rubriiginimed ja pealkirjad laoti tekstikirjast napilt suuremas ja paksemas kirjas (vt näide 7.5), visuaale ilmub harva. Esimese maailmasõja ajal tuuakse lehe välimisse rohkem kontrasti. Kontrastimiseks kasutatakse trükikirja ja seda eelkõige kolmel viisil: suurendades tekstikirja, rubriiginimesid ja/või pealkirju (vt näide 7.2).

1. Suuremat ja paksemat tekstikirja kasutavad *Päewaleht* ja *Tallinna Teataja*, mis laovad järjekindlalt paar olulisemat sõja-uudist tervikuna ülisuures kirjas (14p tavapärase 10p asemel).

2. Kõik lehed kasutavad üksikuid ülisuuri rubriiginimesid. Nende alla koondatakse tähtsamaid sõjasündmusi, need laotakse mitu korda suuremas kirjas kui ülejäänud rubriiginimed. Näiteks *Postimehes* on silt “Sõda” 72p kirjas ja “Uemad sõja sõnumed” 36p kirjas, muud rubriiginimed maksimaalselt 18p kirjas.

3. Üksikuid suuremaid pealkirju kasutab *Päewaleht*, nt “Peremõshli langemise puhul”, “Dardanellide pommitamine” (13. märts 1915).

Seega tõstetakse esmakordselt süstemaatiliselt tähtsamaid uudiseid visuaalselt esile. Samas on uudiste järjestus ja lehekülgede struktuur veel 19. sajandi kaanonitele vastav: geograafiline, kronoloogiline, lineaarne. Sellesse võrdsustavasse paradigmasse hakatakse tüpograafiliste võtete abil lisama täiesti uusi ideid: kontrastimist ja hierarhiseerimist, et näidata lugejatele sündmuste erinevat tähtsust. See on lähenemine, mis saab ajalehe välimuse vormimisel keskseks pärast sõdade lõppu, kui eesti lehtede mahud on järsult suurenenud.

## KOKKUVÕTE

1870.–1880. aastatel omandavad eesti ajalehed teistest massimeediumitest selgelt erineva välimuse. Ajalehtede formaat kasvab üle kahe korra (A3 ja suurem), koos sellega suureneb veergude arv leheküljel viieni. Hoolimata formaadi suurenemisest on küljendus endiselt lineaarne ja infot visuaalselt võrdsustav (ilma rõhutusteta). Lehekülje lineaarset struktuuri liigendatakse joonealusega, mis jagab ajalehe sisult ja vormilt kaheks osaks, eristades ajalehespetsiifilise materjali joone peale, kultuuri jm joone alla. Sel perioodil kasvab lugude arv ja rubriikide arv. Lood lühenevad, kuna ajalehes ilmub rohkem uudiseid. Loobutakse tiitlipiltide kasutamisest, muid visuaale ilmub harva ja juhuslikult.

20. sajandi alguses hakatakse ajalehes tugevamalt esitama uudiseid: neid hakatakse pealkirjastama, I maailmasõja ajal tuuakse nad lehenumbri algusse. Lehtede välimuse hakkab muutuma visuaalselt kontrastsemaks: kasutusele tulevad üksikud suuremad mitmeveerulised elemendid, järjekindlamalt ilmub visuaale. Uudsete tendentside sissetoomist õhutab I maailmasõda oma erakordsete uudistega. Teisalt sõda takistab uute infoeesitusmooduste laialdase levikut, tekitades ajalehtedele majanduslikke raskusi ja piirates ajalehtede mahtu.

---

kuulutused, mis ilmusid eesti lehtedesse 19. sajandi lõpus, pannakse ajalehenumbri viimase lehekülje vasakusse ülannurka. Seega võib öelda, et reklaam hakkab lehekülgede ja leheküljeosade erinevat informatsioonilist väärtust kasutama varem kui toimetuse materjal.

# Rootsi wäljapaistew sõprusawaldus Eestile.

## Kroonprints Gustaf-Adolf Eesti-Rootsi ühingu aktusel.

Geeti heidestamise haruldast ünnestunud päeva tähistamiseks.



Rootsi kroonprints Gustaf-Adolf läbi kroonprintsi ühingu.

Stockholm, 25. novbr. Stockholmis Eesti-Rootsi ühingu poolt teostatud heidestamise haruldast ünnestunud päeva tähistamiseks. Ünnestunud päeva tähistamiseks. Ünnestunud päeva tähistamiseks.



Sõprusawaldus Tallinnas. 1. Wäinamäe C. Eranamuse sõprusawaldus. 2. Lõuna rüütelkonna. 3. Põhja Eranamuse sõprusawaldus. 4. Rindkond. 5. Rindkond. 6. Rindkond.

### hij. Procopé terwitus.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eestis on kroonprintsi G. Procopé loomist Eesti noorikute lastekasvatuseks. Eestis on kroonprintsi G. Procopé loomist Eesti noorikute lastekasvatuseks.

### Pidustused Riias.

Riia, 25. detsembril. Eesti heidestamise ünnestunud päeva tähistamiseks. Riia, 25. detsembril. Eesti heidestamise ünnestunud päeva tähistamiseks.

### Eesti rahwaõuduse terwitus.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti rahwaõuduse terwitus. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti rahwaõuduse terwitus.

### Zarinid Eesti laadimise Tallinnas.

Riia, 25. detsembril. Zarinid Eesti laadimise Tallinnas. Riia, 25. detsembril. Zarinid Eesti laadimise Tallinnas.

### Zarinid Eesti laadimise Tallinnas.

Riia, 25. detsembril. Zarinid Eesti laadimise Tallinnas. Riia, 25. detsembril. Zarinid Eesti laadimise Tallinnas.

### Rumeenias kardetakse punaõudged kallaletungid.

Rumeenias kardetakse punaõudged kallaletungid. Rumeenias kardetakse punaõudged kallaletungid.

### Õuressaajad õnnesoowid.

Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid. Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid.

### Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

### Soome delegatsioon laabus.

Soome delegatsioon laabus. Soome delegatsioon laabus.

### Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele. Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

### Õuressaajad õnnesoowid.

Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid. Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid.

### Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

### Soome delegatsioon laabus.

Soome delegatsioon laabus. Soome delegatsioon laabus.

### Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele. Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.



Õuressaajad õnnesoowid. Õuressaajad õnnesoowid.

### Õuressaajad õnnesoowid.

Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid. Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid.

### Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

### Soome delegatsioon laabus.

Soome delegatsioon laabus. Soome delegatsioon laabus.

### Õuressaajad õnnesoowid.

Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid. Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid.

### Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

### Soome delegatsioon laabus.

Soome delegatsioon laabus. Soome delegatsioon laabus.

### Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele. Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

### Õuressaajad õnnesoowid.

Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid. Rehiküüal, 25. detsembril. Õuressaajad õnnesoowid.

### Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele. Rehiküüal, 25. detsembril. Eesti lehtede loomist Eesti heidestamispele.

### Soome delegatsioon laabus.

Soome delegatsioon laabus. Soome delegatsioon laabus.

### Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele. Autub enamiaste lennuõue loomist Eesti heidestamispele.

## 8. HIERARHILINE AJALEHT.

### Eesti ajalehtede välimus 1920.–1930. aastatel

24. veebruaril 1918 kuulutatakse välja Eesti Vabariik. Järgneb Vabadussõda Nõukogude Venemaaga, mis lõpeb Eestile soodsa rahulepingu allakirjutamisega 2. veebruaril 1920. Eestlased saavad asuda üles ehitama oma riiki.

1920. aastad, eriti kümnendi esimene pool, on optimistlikud kasvuaastad. Domineeriva õhkkonna määrab 1919.–1920. a maareform, mis võõrandab suurmaaomandi peaaegu täielikult ja annab maa eelkõige Vabadussõjast osavõtnuile asunikotalude loomiseks (vt Rosenberg 1998). Üle 70% maal ehitatust rajatakse sel kümnendil. 1920–1924 kasvab suurtööstuste arv üle kahe korra. Pärast sõdadeaegset langust kasvab iive järsult. Üliõpilaste arv kasvab võrreldes tsaariajaga plahvatuslikult. Ühiskond on konservatiivne, agraarne, väikekodanlik. (Walter 1998: 10–12, vt ka Valge 1998).

Eesti ühiskonna demokratiseerimine, kultuuriline ja majanduslik areng loovad erakordselt soodsad tingimused ajakirjanduse arenguks. 1920. a aprillis tühistatakse seni kehtinud sõjatsensuur, 1920. a põhiseadus deklareerib sõna- ja trükivabaduse, nimetamisvääreid kitsendusi ei tee ka 1923. a trükiseadus. Ajalehtede-ajakirjade arv ning temaatiline mitmekesisus kasvab järsult (vt Lauk 1991: 75). Suured ajalehed kuuluvad kirjastusühisustele, mis on majanduslikult piisavalt heal järjel, et trükitehnikat kaasajastada (ostetakse ladumismasinaid, järjest võimsamaid rotatsioonimasinaid, seatakse sisse tsinkograafiatöökodasid). 1920. aastate keskel algab ajakirjanduse žanriline moderniseerumine, uudised saavad kindlama struktuuri, kasutusele tulevad reportaaž ja intervjuu (vt Harro 1997, 2000, 2000a, Harro-Loit 2005). Ajakirjanikud spetsialiseeruvad lähtudes info žanriliistest ja temaatilistest erisustest, tööle asuvad reporterid, toimetajad, karikaturistid, 1930. aastatel ka esimesed fotograafid.

## RAAMISTIK

### I. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus

**Lehenumbri keskmine maht.** Kui enne 1920. aastaid oli lehenumbri tavaline maht üsna stabiilselt neli lehekülge ja mõnikord lisati sellele kahe- või neljaküljeline poogen, siis vabariigiaegse lehe maht on varieeruvam, lähtudes kuulutuste ja reklaami hulgast. Suuremaid ajalehti trükitakse nüüd rotatsioonimasinatega, mis võimaldavad lehenumbri mahtu paindlikumalt muuta, ja lehenumber tehakse mahukam, kui kuulutusi-reklaami on rohkem. Lehenumber ei jaotu enam põhileheks ja lisapooagnaks. Kõige rohkem kuulutusi-reklaami ilmub nädalavahetusnumbrites ja need on 2-4-6 lehekülge paksemad kui argipäevanumbrid.

Lehenumbri maht (joonis 4.2) oli pärast 1905. a pisut kasvanud ja püsis sel tasemel (u 0,8 m<sup>2</sup>) I maailmasõja ja Vabadussõja ajal. Suvel-sügisel 1920 hakkab lehtede maht kiirelt kasvama ja 1925. a on numbri keskmine maht 1,47 m<sup>2</sup>, s.o 1,8 korda suurem kui 1910. aastatel. Sellel tasemel püsib lehenumbri keskmine maht 1930. aastate lõpuni. 1940. a esimesel poolel on lehenumbrid veelgi mahukamad (keskmiselt 1,86 m<sup>2</sup>). Proportsionaalselt ühepalju on kasvanud nii toimetuse materjali kui reklaami maht, nii võib kasvu põhjusena oletada Eesti majanduslikku kosumist 1930. aastate teisel poolel ja II maailmasõja uudistetulva.

---

### Näide 8.1. Tähtsaimate uudiste lehekülge

**Päevaleht 26. veebr 1930: 3** (vähendatud 2,5 korda).

Mitmeveeruliste ja erineva visuaalse tugevusega elementide abil osutatakse lugejale info tähtsust. Lehekülge struktureeritakse hübriidselt (mitmeveerulised plokid lehekülje servades ja ülaosas + lineaarselt küljendatud lühiuudised lehekülje keskel ja alaosas). Fotosid ilmub iga päev (siin kuuefotoline kollaaž vabariigi aastapäeva tähistamisest), kogu lehekülje laiuse pealkirja kasutamine uudistes on ebatavaline.

Sel perioodil on kõige mahukam eesti ajaleht *Päewaleht* (1,9–2,1 m<sup>2</sup>), kõige õhem aga *Postimees* (1,2–1,7 m<sup>2</sup>). 1920. a *Postimees* lehenumbri mahtu ei suurendagi, sest vajaduse korral (st kui kuulutusi-reklaami on palju) antakse lehte välja kaks korda päevas (à 4 lk).

Kui mõõta mahtu lehekülgedes (joonis 4.1), siis 1920. a lehenumber on tavaliselt neljaküljeline, üksikud numbrid kuue- ja kaheksaküljelised. 1925–1935 on standardmaht kaheksa või kümme külge (*Postimehel* 1925 – kuus külge), üksikud numbrid on kaks külge õhemad (enamasti nädala alguses) või kaks-neli külge paksemad (nädalavahetusel). 1940. a lehtede tavalisim maht on kümme külge, üksikud numbrid on kaks külge õhemad või paksemad.

**Ilmumissagedus nädalas ja aastas.** Seni ilmusid eesti päevalehed kuus korda nädalas (s.o igal äripäeval, pühapäeval leht ei ilmunud). Kui majanduslikud olud pärast Vabadussõja lõppu normaliseeruvad, kiirustavad lehed sagedamini ilmuma.

*Postimees* reageerib kõige kiiremini ja trükitab vajadusel kaks lehenumbrit päevas (hommikuse ja õhtuse väljaande).<sup>[1]</sup> Nii ilmub 1920. a jooksul *Postimeest* 330 numbrit (teisi päevalehti u 300 numbrit). Enamasti on lisanumbrites tavapärasest rohkem kuulutusi ja reklaami, nii võib arvata, et lisanumbreid avaldatakse just nende tõttu. Miks ei suurenda *Postimees* reklaami mahutamiseks lehenumbri mahtu? Siin on põhjuseks trükitehnilised piirangud. Rotatsioonimasin, millega *Postimeest* 1909–1929 trükitakse, võimaldab korraga trükkida vaid neli lehekülge. Paksem lehenumber tuleb trükkida mitmes jaos. Ilmselt kaks korda päevas ilmumine end siiski ei õigusta (suuremate levikulude tõttu?), sest *Postimees* loobub sellest 1920. a lõpus.

*Päewaleht* kasutab teist taktikat ja hakkab alates 1921. a algusest ilmuma iga päev. *Waba Maa* järgneb kaks nädalat hiljem, aga loobub pühapäevasest ilmumisest järgmise aasta alguses. Poole aasta pärast, 1922. a augusti lõpus hakkab *Waba Maa* kontsern andma välja ajalehte *Esmaspäev*, mida *Waba Maa* tellijad saavad esmaspäevase numbriga asemel. *Postimees* järgib trendi ja hakkab iga päev ilmuma oktoobris 1922.

Iga päev ilmuvate päevalehtede aastakäigus on 350–359 lehenumbrit. Suuremate pühade ajal lehed ei ilmu (uusaasta, ülestõusmispühad, suvised, jõulud, mõnel aastal ka kolmekuningapäev, 1936. a alates võidupüha ja jaanipäev).

## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

1920.–1930. aastatel on ajalehtede formaadid väga püsivad ja erinevad varasemast suhteliselt vähe (joonis 4.1). 1910. aastatel on suured lehed võtnud kasutusele rotatsioonimasinad, mis on varasematest trükipressidest palju efektiivsemad, kuna kasutavad rullipaberit ja trükitavad paberi mõlemale poolele korraga. Rotatsioonimasinad kiirendavad trükkimist järsult<sup>[2]</sup> ja võimaldavad korraga trükkida rohkem kui neli lehekülge<sup>[3]</sup>. Seega kaob surve suurendada ajalehe formaati lehenumbri mahu suurendamiseks.

[1] Esimene *Hommiku-wäljaanne* ilmub 31. dets 1919, järgmine 4. veebr 1920. Veebruaris-märtsis ilmub kaheksal korral kaks lehenumbrit päevas, seejärel on paus. Septembrist alates ilmub leht kaks korda päevas juba harvem (kord-kaks kuus).

[2] Käisiti käivitatava kiirpressiga jõudis *Postimehe* trükikoda sajandi alguses trükkida 1000 lehenumbrit tunnis, “kui olid wäntamas kiired ja tugewad mehed”, ühe mehe jõul andis masin 800 lehenumbrit tunnis. Trükkimine algas kella 15 ajal ja kestis südaööni, mõnikord trükiti lehti veel järgmisel hommikul juurde. 1905. a trükiti lehte kahe kiirpressiga – üks trükkis neljaküljelise lehenumbri välimise poole, teine sisemise poole. Masinad töötasid nüüd gaasimootori jõul. 1909. a ostetud rotatsioonimasin kiirendas tööd üle kümne korra, trükkides korraga 10 000 – 12 000 (neljaküljelist) lehenumbrit tunnis. 1929. a märtsis kasutusele võetud masin trükkis kuni 15 000 kaheksaküljelist lehenumbrit tunnis (*Postimees* 6. aug 1905: 8; 12. dets 1931: 26; 17. juuni 1937: 7).

[3] *Päewaleht* ostab 1906. a rotatsioonimasina, mis trükitab korraga 4 lk, 1918. a uue masina, mis trükitab kuni 8 lk, ja 1922 – kuni 24 lk (*Päewaleht* 16. aug 1925: 9; 29. dets 1925: 4). *Waba Maa* ostab 1920.

Segadust on formaatide suuruses 1920. a. *Päewaleht* ilmub suvel kuu aega kitsamas formaadis, sest trükitoõliste streigi tõttu tehakse lehte Gresseli trükikojas. *Waba Maa* läheb juulis 1920 varasemast väiksemasse formaati (1800 cm<sup>2</sup> → 1400 cm<sup>2</sup>), sest lehte hakatakse trükkima *Waba Maa* enda trükikojas (TEKÜ trükikoja asemel). Ilmselt on väiksemale formaadile ülemineku taga majanduslikud kaalutlused (väiksemale formaadile sobiv kitsam ajalehepaber on odavam, ilmselt on odavam ka väiksema formaadi rotatsioonimasin).

Ideaaliks peetakse suurt formaati, nagu selgitab H. W. (= Harald Wellner) lehelugejatele: “/I/deaalseks formaadiks [loetakse] pikergune 7–8 weeru laiune lehekülg, mis tavaline Ameerika ja Inglise lehtedel. /.../” (*Waba Maa* lisa *Waba Maa* 1918–1923 5. dets 1923: 6–7). 1930. aastal on Karl Bolšakov (pärast eestistamist Vainula) kirjaladujate õpikus siiski vastupidisel seisukohal: “Ülisuured ajalehekaustad, nagu näiteks Ameerikas ja Inglismaal tarvitusel, on ebapraktilised ja mitte soovitatavad.” (Bolšakov 1930: 188).

Pärast 1920. a püsivad formaadid muutumatu hoolimata sellest, et kõik uuritud lehed ostavad 1920.–1930. aastatel uusi trükimasinaid. Suurema formaadiga on *Päewaleht* (trükipinna suurus u 2100 cm<sup>2</sup>) ja *Postimees* (u 1800 cm<sup>2</sup>), väiksem *Waba Maa* (u 1350 cm<sup>2</sup>).

**Veergude arv ja veerulaius.** Vabariigiaegsed ajalehed kasutavad järjekindlalt viit veergu leheküljel (*Waba Maa* 1920–1926 nelja veergu; joonised 4.1 ja 4.4). Formaate erinevuse tõttu on kõige laiem veerg *Päewalehes* (7,5 cm), pisut kitsam *Postimehes* (6,5–7 cm) ja kõige kitsam *Wabas Maas* (algul u 7 cm, alates 1926. a pisut alla 6 cm; joonis 4.5).

Lisaks standardsele veerujaotusele kasutatakse nüüd üksikutes temaatilistes leheosades ka tavapärasest vähem või rohkem veerge. Näiteks aastatel 1925–1940 laob *Postimees* järjeromaani neljale veerule. Standardveerust kitsamat veergu kasutab 1930. aastate *Päewaleht* mõnes temaatilises osakonnas, nt filmiküljel on 1935. a seitse veergu, majandusküljel 1940. a kuus veergu.

Veergude arvult seostuvad eesti lehed endiselt saksa kultuuriruumiga, kus nii 19.–20. sajandil on olnud tunnuslik vähemate ja laiemate veergude kasutamine. Sel ajal kasutavad saksa lehed tavaliselt nelja kuni kuut veergu leheküljel (vt Stumpe 1961; Dovifat & Wilke 1976 II: 134). Inglise ja ameerika lehtedes on tavaline seitsmeveeruline lehekülg (Hutt 1973), samuti Soome lehtedes (veerulaius on endiselt 5,6 cm; Mervola 1995: 134–136, 261).

### 3. Ajalehenumbri struktuur

Lehtede sisu muutub 1920.–1930. aastatel kahes suunas. Esiteks kasvab meelelahutuslikkuse osakaal ja vastavad teemad tuuakse lehes ettepoole. Näiteks kasvab spordiudiste maht, *Waba Maa* toob 1920. aastate lõpus rubriigi “Sport” lehe lõpust kolmandale küljele, ka teistes lehtedes hakatakse tähtsamaid spordiudiseid avaldama lehe alguses. 1930. aastatel kasvab meelelahutuslike osakondade hulk. Eriti palju on neid *Päewalehes*, kus kindlatel nädalapäevadel ilmuvad nali ja huumor, male, bridž, mood, film, tehnika, naisteosa. 1930. aastate keskel hakatakse avaldama koomikseid. Tavaliselt ilmub lehenumbris üks koomiks, kõige rohkem koomikseid – neli lehenumbris – avaldab 1940. a *Uus Eesti*. Teiseks kasvab lehes argiuudiste hulk ja neid esitatakse üha üksikasjalikumalt liigendatuna. Seda tendentsi peegeldab hästi rubriiginimede arvu peaaegu kahekordne kasv 1930. aastatel võrreldes 1920. aastatega (joonis 4.18). Kasvab kohalike lühiudiste hulk ja kõik suured lehed jagavad vastavad rubriigid maakondade ja suuremate linnade kaupa alarubriikideks.

---

a masina, mis trükkib korraga 16 lk (*Waba Maa* 5. dets 1920: 3), 1928. a kevadel ostetakse 32-küljeline kolmevärvitrüki rotatsioonimasin (*Waba Maa* 5. dets 1928: 28). *Postimehe* tehniline areng on aeglasem: 1909. a ostetakse rotatsioonimasin, mis trükkib 4 lk, ja 1929. a võetakse kasutusele 16-küljeline rotatsioonimasin (*Postimees* 17. juuni 1937: 7).

Ajalehed pakuvad lugejale varasemast rohkem abi tarbimisel, lisades uusi utilitaarseid pisiinfo-rubriike, nt “Raadio ringhäälingu kawa”, “Täna kinos”, “Ööwalwe apteekides”, “Tartu turg”, “Kaitsemalewa teateid”, “Hipodroom”, aga ka “Nimede muutmised”, “Perekonnaseisumuuteid”.

**Sisu esitamine.** Esimene maailmasõda oli toonud (sõja)uudised ajalehe esiküljele. Seetõttu olid juhtkiri ja joonealune nihkunud teisele küljele, nende järel tulid muud uudised. Muid lugusid lehte eriti ei mahtunudki, sõda täitis suure osa lehest. Enamik infost oli endiselt rubriigistatud.

Oma riigi loomise ja Vabadussõja ajal muutub ajalehe uudistestruktuur põhjalikult. 1920. a on esiplaanil Eesti riigi loomise uudised, kuid esiküljel avaldatakse ka muid olulisemad uudiseid sõltumata nende päritolust (Venemaa, muu välismaa). Suur osa uudistest on rubriigistatud, aga mitte enam geograafiliselt (välis/vene/eesti), vaid rõhutades uudiste operatiivsust ja tähtsust. Näiteks *Päewalehes* ilmuvad esiküljel rubriigid “Wiimased teated” ja “Päewauudised”, vaid Tallinna uudiseid esitletakse geograafilise tervikuna rubriigis “Linna asjad”. Esiküljel ilmub üha rohkem reklaami. See nihutab tähtsamate päevasündmuste loetelu, mis oli esiküljel ilmunud alates 1914. a, kolmandale leheküljele (teisel küljel on juhtkiri ja joonealune). 1922–1923 aga loobuvad suured lehed numbri sisukorra avaldamisest üldse.

1920. a on rubriiginimed tavaliselt suuremad kui pealkirjad. Seega domineerivad lehe korrastamisel endiselt rubriigid, harva kasutatakse üksikuid suuremaid fraas- või püsipealkirju (“Rahuläbirääkimised Tartus”).

1920. aastate esimesel poolel toimub lehe sisu liigendamises põhimõtteline muutus. Kui varem süstematiseeriti peaaegu kogu lehe sisu rubriikidesse, siis nüüd lehe algusosa (uudised, juhtkiri jm pikemad lood) enam ei rubriigistata, siltidega tehakse eksplitsiitseks vaid lehe lõpus asuvad kohalikud ja temaatilised rubriigid. Rubriiginimede asemel hakkavad ajalehe algusosa korrastama varasemast suuremad ja laiemad pealkirjad. *Waba Maa* toimetaja Harald Wellner loetleb uue struktureerimispõhimõtte tunnusjooni: “Kaheweerulised ja mitmekordsed pealkirjad, tähtsamate päewasündmuste trükkimine raswase kirjaga, materjaali moodne jaotus tähtsuse ja sümmeetria järele” (*Waba Maa* lisa 5. dets 1923: 6). Erinevalt varasemast pole see enam lihtsalt sisu geograafilise-temaatiline süstematiseerimine, vaid teatud kujundusvõtete teadlik kasutamine lehe sisu selgemaks esiletoomiseks. Lehe välimuse abil ei näidata enam seda, kus toimus, vaid mis toimub.

Seda muutust peegeldab hästi siltide arvu vähenemine. 1920. a ilmub lehenumbris keskmiselt 28 silti, 1925. a ainult 12 silti, kuigi numbri maht on kasvanud 1,6 korda (joonis 4.18). Enamik rubriiginimesid koondub ajalehe lõppu, kus nad esitlevad kohalikke uudiseid (“Nõmme elu”, “Õnnetused ja kuritööd”) ja pisiinfot (“Ilmade ülewaade”, “Kirjawastused”). Lisaks kasutatakse silte üksikute temade märkimiseks (“Teater ja muusika”, “Sport”, “Õnnetused ja kuritööd”). Kõige rohkem rubriiginimesid on *Postimehes* (keskmiselt 16 tk/m<sup>2</sup>, kahes ülejäänud lehes 10 tk/m<sup>2</sup>), mis rubriigistab uudisteosa kõige rohkem ja kasutab ainsana lehe lõpus veel rubriiki “Wiimased teated”.

Pärast I maailmasõda arenevad senistest üksikutest temaatilistest rubriikidest esimesed temaatilised osakonnad, mida avaldatakse kord nädalas kindlal nädalapäeval, nt 1920. a *Päewalehes* esmaspäeviti “Rahwamajanduse osa”, 1925. a “Wälispoliitiline ringwaade”. 1920. aastatel ilmub selliseid osakondi kõige rohkem *Päewalehes*, tuntumad ja pikaajalisemad on nalja- ja pilkeleht “Kratt” (1925–1940) ning hilisem “Kunst ja Kirjandus” (1932–1940).<sup>[4]</sup>

Muutused viivad uudse ajalehestruktuuri väljakujunemiseni 1920. aastate keskel. Toime-tuse materjal jaguneb kolmeks osaks, mida olen nimetanud tuum/tüvi, teemad ja argielu.

[4] Mõlemad kujundatakse nii, et väljalõigatuna saab need ajakirjaks voltida ja köita.



1. Lehe tuuma/tüve moodustavad olulisemad uudised Eestist ja välismaalt + juhtkiri + järjeromaan. Kuna esiküljel ilmub üha sagedamini reklaami, siis uudiste pealehekülj on nüüd pigem kolmas külg, kus eesti- ja välismaised uudised on kõrvuti ja erineva rõhutatusega (pealkirja suurus, laius, alapealkirjastatus). Teise külje ülaosas on juhtkiri (või -kirjad), selle järel vajadusel täidiseks mõni uudislugu, joonealuses on järjeromaan.

Esiialgu kasutatakse siin veel rubriiginimesid, aga 1920. aastate lõpus neist loobutakse. Rubriiginimede asemel korrastavad ajalehe algusosa pealkirjad, mille erinev visuaalne tugevus osutab info suhtelist tähtsust (vt näide 8.1). Nii on lehe tuuma struktuur eelkõige hierarhiline ja kõrvuti võivad sattuda väga eripalgelised teemad. Nt 3. juunil 1925 on *Päewalehe* kolmanda külje tipus lugu “Eesti riigikogu esituse külaskäik Poola. // Meie delegatsiooni juhi A. Jürmani ametlik seletus ajakirjanduse esitajatele”, kohe selle all “Surm laulatusel tules kiriku trepil. // Petetud neiu hirmus kättemaks”, selle kõrval “Inglismaa ja Prantsusmaa lepiwad julgeoleku asjas kokku?”.

Kuna esiküljel on sageli (palju) reklaami, ei kujune eesti ajalehtedes esikülg ajalehe ‘vitriiniks’, kuhu koondatakse päeva tähtsaimad sündmused võimalikult atraktiivselt kujundatuna, nagu näiteks angloameerika ja Soome lehtedes (Radder & Stempel 1942: 311–312; Mervola 1995: 207jj). Skandinaavia lehtede eeskujul kujundab kolmandat külge peamise uudisteküljena *Waba Maa*, teised lehed ei pööra suurt tähelepanu *ühe* lehekülje visuaalsele rõhutamisele teiste seas.

2. Teemaosa. Uudiste järel ilmuvad pikemad üksikartiklid, retsensioonid, ülevaated. Siin on ka temaatilised osakonnad (kultuur, majandus, tehnika jms). Esiialgu kasutatakse pikemate lugude vahel täidiseks uudiseid, 1930. aastatel enam mitte. Teemaosa struktuur on eelkõige temaatiline, sarnase teemaga lood koondatakse üksteise kõrvale.

3. Argielu. Lehe lõpus ilmuvad rubriigistatuna kohalikud lühiuudised (nt “Tartumaalt”), mõned temaatilised lühiuudised (nt “Õnnetused ja kuritööd”) ja igapäevaelu pisiinfo. Argielu osa struktuur on kõige vanamoodsam: siin on enamik infost rubriigistatud, kohalike uudiste rubriigid on liigendatud geograafiliselt, muud rubriigid temaatiliselt.

Toimetuse materjali raamistavad ja pikivad kuulutused ja reklaam. Need alustavad lehenumbrit sageli esiküljel ja lõpetavad numbri alati vähemalt paariküljelise plokina, üksikuid kuulutusi ja reklaame leidub ka peaaegu kõigil lehekülgedel lugude vahel.

1925. aastaks välja kujunenud lehenumbri struktuur püsib üsna samasugune 1940. aastani, muutudes järjest selgemaks ja süstemaatilisemaks.

Esiteks kujuneb ajalehtedes välja mahuline ja sisuline nädalarütm. Kõige rohkem reklaami ilmub nädalavahetuse numbrites, kõige vähem esmaspäeviti. Vastavalt sellele on ka lehenumbri maht nädalavahetusel kõige suurem ja esmaspäeviti kõige väiksem. 1920. aastatel on esmaspäevane lehenumber ka sisult erinev: sinna on koondatud mitmed kord nädalas ilmuvad osakonnad. 1930. aastatel kasvab temaatiliste osakondade hulk ja neid ilmub ka teistel nädalapäevadel. Näiteks 1940. a *Postimehes* ilmub peaaegu iga päev mõni temaatiline osakond: “Male” (E või P), “Naine ja kodu” (T), “Maanoorte töö” (K), “Põllumajandus” (R), huumorikülg “Sädemed” (P). Kord nädalas ilmuvad temaatilistel osakondadel pole kindlat mahtu (tavaliselt kuni ½ lk), v.a need osakonnad, mis on kujundatud väljalõigatavate ajakirjadena (nt *Waba Maa* “Maamees”, *Päewalehe* “Kratt”, “Kunst ja Kirjandus”).

Teiseks hakkavad leheküljed ajalehte struktureerima – kindlal leheküljel asuvad kindlad lood ja teemad. Näiteks teine külg on traditsiooniliselt juhtkirja- ja järjeromaani külg, esimene ja kolmas külg on peamised uudisteküljed, oma koht on kord nädalas ilmuvatel temaatilistel osakondadel (film, tehnika jne). Kõige selgem ja järjekindlam on *Waba Maa* struktuur ja seda rõhutab leht ka oma reklaamis: “/.../ täielik spordinurk ja korrapärane sisu jaotus on “Waba Maa” tugewad küljed.” (30. dets 1935).

Siiski ei ole lehenumbri struktuuri võimalik veel lehekülgede kaupa kirjeldada, sest kui teema ei täida kogu lehekülge, siis lisatakse lehekülje alla täidiseks muid tekste (tavaliselt lühiuudised). Seetõttu võib öelda, et lehekülgede kaupa struktureerimine on kujunemas, 1930. aastatel ilmuvad ka esimesed terviklikud igapäevased temaatilised leheküljed. 1935. a *Waba Maa* teine külg on tänapäevasega võrreldav terviklik arvamuskülg, mis sisaldab juhtkirja, gorikatuuri (Gori karikatuur), ajakirjanduse ülevaate ja veste. Ajaliselt järgmine terviklik külg on 1940. a *Uue Eesti* teine külg, mis annab kiire ülevaate Eesti (argi)uudistest ja Tallinna infost. See sisaldab lisaks uudistele koomiksi, ilmaste, börsiinfot, rubriigi “Kuhu täna minna?”, info valveapteekide kohta. Mõlemal temaatilisel küljel on kindel asukoht, aga puudub nimi. Seegi näitab, et igapäevased teemaküljed alles kujunevad, neid esitatakse implitsiitselt, mitte eksplitsiitselt. Tähelepanuväärne on mõlema temaatilise külje sama asukoht lehenumbri alguses, aga erinev sisu. *Waba Maa* väärtustab kindla asukohaga esikülje järel arvamusanne ja selle kaudu sõnavabadust<sup>[5]</sup>, autoritaarse Eesti poolametlik päevaleht *Uus Eesti* aga argiuudiseid ja utilitaarseid infot ning selle kaudu ajalehe abistavat rolli tavainimese igapäevase elu ja tarbimise korraldamisel.

Selline temaatiline süstematiseerimine on sarnane USA lehtede temaatiliste sektsioonide (eraldi volditud leheosad) tekkega 1920. aastatel (temaatiline leheküljeosa → lehekülg → mitu lehekülge → sektsioon; Barnhurst ja Nerone 2001: 243–248). Ainult eesti lehtedes toimub temaatiline süstematiseerimine hiljem (peamiselt 1930. aastatel) ja eesti lehed pole nii mahukad, et välja kujuneksid mitmeküljelised temaatilised osad ja eraldi sektsioonid.

1940. a on lehenumbri algus varasemast pisut erinev, põhjuseks eelkõige II maailmasõda ja sõjauudised, mis tõstetakse lehes esiplaanile. Sõjauudised tõrjuvad juhtkirja ja järjeromaani teiselt küljelt neljandale (v.a *Päewalehes*). Taas hakkab ilmuma viimaste (sõja)uudiste rubriik “Viimaseid telegramme” (lk 3 või 5; v.a *Postimehes*). Numbri alguses jagatakse Eesti ja välisuudised eraldi külgedele, kuigi neid siltidega ei eristata. Esiplaanil on välisuudised (s.o enamasti sõda), nendega alustatakse lehenumbrit, Eesti uudised on teisel küljel (v.a *Päewalehes*), kolmandal küljel on taas välisuudised. Tagapool (lk 4–6) on Eesti ja välisuudised endiselt segamini.

#### 4. Kuulutused ja reklaam

**Maht.** Esimese maailmasõja ajal langes kuulutuste ja reklaami keskmine osakaal ajalehes samale tasemele kui 19. sajandi lõpus – veerand ajalehenumbri mahust (joonis 4.2). Aga juba 1920. a kasvab see pisut rohkem kui kolmandikuni lehe mahust ja püsib sel tasemel kuni 1930. aastate alguseni. Siis hakkab mõju avaldama majanduskriis ja kuulutuste-reklaamihulk väheneb taas veerandini lehenumbri mahust (vt ka Avistu 2000: 61–62; Raudmäe 2005).

Kulutuste ja reklaami hulk varieerub nädalapäeviti tugevalt. Nädala alguses ilmub vähem kuulutusi ja reklaami, nädala teises pooles rohkem. Näiteks 1930. aasta *Päewalehe* esmaspäevastes lehenumbrites on kuulutusi ja reklaami umbes 10% lehenumbri mahust, laupäevastes numbrites üle 40%, pühapäevastes numbrites 70–75% (pühapäevased numbrid on ka kõige suurema tiraažiga – Harro & Somelar 1996: 41, 45–47).

Eri lehtedes on kuulutuste ja reklaami hulk erinev. Kõige suurem on see *Päewalehes*, kus ilmub väga palju erakuulutusi. 1920. ja 1925. aastal on seal keskmine kuulutuste-reklaami osakaal 41% lehe mahust<sup>[6]</sup> (teistes lehtedes keskmiselt 10% vähem), 1930. a – 48%, 1935. a – 38% (*Postimehes* kaks korda vähem, *Wabas Maas* kolm korda vähem).

[5] Selle eest *Waba Maa* 1938. a märtsis ka suletakse (Lauk 2000: 31; Soosaar 2003: 98–99).

[6] Sarnased arvud esitab ka Maigi Raudmäe (2005: 15). Tema andmetel on 1920. a *Päewalehe* reklaamimaht 41% lehe mahust ja *Postimehel* 37%.

**Paigutus ja kujundus.**<sup>[7]</sup> Kuulutuste ja reklaami paigutamisel jätkub 1890. aastatel alguse saanud tendents panna reklaami toimetuse materjali sekka. Kui 1915. a on segalehekülgi<sup>[8]</sup> kolmandik kõigist lehekülgedest, siis 1920. a on neid pool ja 1925. a kolmveerand lehekülgedest (joonis 4.6). Esialgul pandi kuulutused ja reklaam segaküljel toimetuse materjali kõrvale (külje ala- või ülaserava), alates 1910. aastatest üha rohkem ka lugude vahele. Alates 1920. aastate algusest pannakse reklaame juba ka keset lugu. Lisaks hakatakse makstud materjali ja toimetuse materjali integreerimisel kasutama mitmeid muid uudseid võtteid.

1920. a paiku hakatakse kasutama omavahel seotud reklaamkaste, mis lehekülgi ja lugusid trepina läbivad. Reklaamitrepp võib 'löigata' tükkideks juhtkirja (*Päewaleht* 27. märts 1935: 2) või uudised õnnetustest ("Aurikute katastroofid tormis" – *Päewaleht* 28. sept 1935: 5).

1930. aastatel seob *Päewaleht* toimetuse materjali ja reklaami sisuliselt. See tähendab, et toimetuse tekstide vahele ja kõrvale paigutatakse samateemalised reklaamid. Nii on toimetuse materjal reklaamile toeks, mis annab lugejale küll infot või pakub meelelahutust, kuid selle esmane roll on sisult toetada kõrvale paigutatud samateemalist reklaami. Näiteks *Päewalehes* ilmub 1930. aastatel pühapäeviti moerubriik "Ringi ümber moe", mille sees ja kõrval on samateemalised reklaamid (5. mail 1935 tutvustatakse kübaramoodi, teksti sisse on pikitud seitse reklaami kübarategijailt ja -müüjailt). Habermasi määratlust kasutades on see massimeelelahutuse ja reklaami integratsioon (2001: 257).

Kõigis lehtedes ilmub järjekindlalt tekstreklaame, mis eristatakse toimetuse tekstidest visuaalselt väga nõrgalt, pannes kindla välimusega (ehis)joone reklaamteksti kohale ja alla (nt nullidega joontest vahelraamis reklaamtekst "Hädavares" soovib kasutada "Feiwali" habemeajamisseepe" – *Waba Maa* 6. apr 1930: 10). Vaid *Postimees* selgitab väikses teates, et kõik tekstid, mis on ümbritsetud sellise täpilise vahelraamiga nagu parasjagu loetav, ei ole toimetuse materjal, vaid "kliendi poolt antud **kuulutus teksti kirjaga**" (26. jaan 1930: 1, vt lisanäide 1, lk 412). 1930. aastatel muutuvad tekstreklaamid toimetuse materjalist veel raskemini eristatavaks, sest kasutatakse vähemsilmatorkavaid jooni.

*Wabas Maas* ilmub ka reklaamtekste, mis on välimuselt toimetuse materjaliga identsed (nt lugu "Raske mõista" – 21. aug 1935: 3). Ilmselt on reklaamtekstid ka leheküljel "Kaubandus ja tööstus riigi majandusedu kandjatena", kus tutvustatakse-kiidetakse eesti ettevõtteid (nt 14. sept 1935: 9). 17. detsembril 1935 ilmub kogu külje pikkune lugu "Meie intervjuu jõuluwanaga. Mida toob meile tänawu Jõuluwana?", kus jõuluvana räägib, mis poode ta Tallinnas külastab ja mida ostab. Firmade nimed on paksu kirjaga esile tõstetud ja lisatud aadressid.

*Waba Maa* trükkib üksikuid värvireklaame ka toimetuse materjali peale. Näiteks 26. oktoobril 1930 (lk 5) on helepunane reklaam trükitud diagonaalselt üle lehekülje ja katab muuhulgas lugu "Kus asub Lembitu wäe ühiskalmistu?".

## 5. Värv

**Lisavärv.** Esimest korda oli eesti ajalehtedes lisavärvi ilmunud juba 19./20. sajandi vahetusel ajalehe vahele lisatud lahtistel reklaamlehtedel. Näiteks 27. septembril 1900 oli *Postimehe* vahel musta ja punasega trükitud reklaamleht Peterburi "Wene-Amerika Seltsi Gummiwabrikult" (trükitud Riias Häckeri trükikojas). Kui palju sarnaseid värvireklaame ajalehtede kaasannetena ilmus, on teadmata.<sup>[9]</sup>

[7] Kujundust on analüüsitud vaid võrreldes toimetuse materjali kujundusega.

[8] Segalehekülgi – lehekülgi, mis sisaldab nii toimetuse materjali kui kuulutusi-reklaami.

[9] Ja seda ei saa ka enam tagantjärele kindlaks teha. Lahtised lehekesed kaovad ajalehe vahelt kergesti, lisaks ei ole lehtede säilitamisel reklaami kuigivõrd oluliseks peetud. Näiteks Eesti Kirjandus-

Eesti ajalehtede *lehekülgedele* ilmub värv esmakordselt 1920. a *Päewalehes*. Värvu osa-kaal on esialgu väga väike, kuni 1920. aastate keskpaigani alla 1% kolme uuritud ajalehe lehekülgedest. 1920. aastate lõpus hakkavad värvi kasutama ka teised lehed lisaks *Päewalehele* ja lisavärviga trükitud lehekülgede hulk kasvab keskmiselt 4–5%-ni (joonis 4.7). *Päewaleht* on ka 1930. aastatel kõige värvilisem ajaleht, näiteks 1935. a trükitakse seal 10% lehekülgedest lisavärviga (*Wabas Maas* 4%, *Postimehes* ainult 1%).

*Päewaleht* kasutab värvi esmalt omareklaamides, ilmselt uudse reklaamivahendi demonstreerimiseks ja eeskujuks. Varsti avaldavad värvireklaami ka rikkamad firmad (pangad, kullassepaärid). Isegi üksikutes erakuulutustes trükitakse üksikuid märksõnu värviliselt.

Vabariigiaegsed lehed kasutavadki värvi rohkem reklaamides kui toimetuse materjalis (60–70%-l lisavärviga trükitud lehekülgedest on värvi ainult reklaamides). Erand on 1930. a, kui *Päewaleht* trüüb lisavärviga nädalalisa “Kratt” esi- ja tagakülje ning reklaamides kasutatakse värvi harva (ilmselt on põhjuseks majanduskriis). Ka 1940. a alguses ei ole firmad värvireklaami avaldamisest huvitatud (käib II maailmasõda), *Päewalehe* värvireklaamid on kõik omareklaamid.

Toimetuse materjalis hakatakse värvi kasutama samuti juba 1920. a, aga väga staatiliselt – lisavärviga trükitakse peamiselt püsielemente. Näiteks 1925. a trüüb *Päewaleht* punasega esmaspäevase numbri päismikus lehenime *Nädal*, hiljem esmaspäevase pilke- ja naljalisa *Kratt* päismikupildi ja kaks karikatuuri. Nii on *Päewalehe* värvikasutus rutiinne ja ajaliselt-ruumiliselt ebahühtlaselt jaotatud: kolmveerand värvikülgedest ilmub esmaspäevase numbri ajakirjana kujundatud osas.

1920. aastate lõpus, kui ka teised lehed hakkavad lisavärvi kasutama, muutub värvikasutus dünaamilisemaks. Esikülgedel ilmub üksikuid värvilisi pealkirju (“Miljon langes piletile 69.512” – *Postimees* 30. märts 1930) ja fotosid (eelkõige pühade puhul ja rahvuslike teemade rõhutamiseks, nt Vabadussõda, laulupidu). *Waba Maa* kasutab lisavärvi gorikatuurides. 1930. aastate keskel ilmub esiküljel järjest rohkem lisavärviga trükitud pealkirju, mis rõhutavad enamasti sensatsioonilisi kodumaiseid uudiseid (õnnetused jms) ja üha arvukamaid uudiseid riikide konfliktidest (näide 8.2). *Päewaleht* kasutab lisavärvi regulaarselt pühapäevase filmikülje pealkirjades ja fotodes. Võib leida ka funktsionaalset värvikasutust, kus värv aitab rõhutada sisulisi aspekte. Näiteks trükitakse sinise lisavärviga Soome ja Eesti lipud leheküljel, mis räägib Soome presidendi Eesti-visitidist (*Päewaleht* 21. mai 1925).

Kõige rohkem kasutatakse lisavärvina erinevaid punaseid toone, vähem rohelist ja sinist. 1920. aastate lõpust alates on *Päewalehe* värvivalik väga kirev, lisaks punastele kasutatakse oranže, siniseid, rohelist, lillasid, roosasid, kollaseid, pruune toone. Teise maailmasõja ajal värvikirevus kaob, kasutatakse peamiselt punast tooni (nt trükitakse punasega rindejoon või vägede pealetungisuunad).

Rahvusvahelises võrdluses on eesti lehtede värvikasutus sünkroonne tollaste lääne lehtedega. Näiteks ka USA lehtedes kasutatakse lisavärvi palju just 1930. aastatel ja nii toimetuse materjalis kui reklaamis. Kui aga lehtede tiraažid tõusevad, kasutatakse värvi üha vähem, sest kiirema trükkimise tõttu halveneb värvi trükk kvaliteet (Finberg & Itule 1990: 96).

**Täisvärv.** 1928. a ostavad *Waba Maa* ja *Postimees* värvirotoatsiooniimasinad ja eesti lehtedesse ilmub esmakordselt täisvärv. Seda kasutatakse postkaardilike loodusfotode ja maalide

---

muuseumis säilitatavates 1900. a *Olewikes* on enne aastakäikude köitmist reklaamiküljed lehenumbrite algusest ja lõpust lihtsalt ära lõigatud.

### Näide 8.2. Värv 1930. aastate ajalehes

*Waba Maa* 15. jaan 1935: 5. Lisavärvi kasutatakse üksikute pealkirjade rõhutamiseks ja reklaamides.



trükkimiseks väga vähe, aga järjekindlalt (nt 1930. a *Wabas Maas* ja *Postimehes* kokku 22 leheküljel). Neid avaldatakse pühade puhul, mõnikord seostatuna päevakajaliste sündmustega (nt trükitakse esiküljel poola kunstnike maale, kui riigivanem käib veebruaris 1930 Poolas visiidil; vt ka lisanäide 1, lk 412). *Postimehe* tegevtoimetaja Arno Raag on meenu-tanud, et kunstiteoste värvireproduktsoonide avaldamisega loodeti suurendada lehe tiraaži, pakkudes lugejatele võimaluse odava raha eest soetada koos päevalehega ka ilusaid pilte seinale kleepimiseks (Raag 1971: 99). Aga lugejatel pole ajalehepaberil reprobe vastu huvi ja juba mõne aasta pärast täisvärvis pildid peaaegu kaovad lehtedest (1935. a kasutab täis-värvi ainult *Waba Maa* ainult neljal leheküljel kogu aasta jooksul). Oma mõju on siin ilmselt ka majanduskriisil.

## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

**Lugude hulk ja pikkus.** Eesti Vabariigi aegsetes eesti ajalehtedes ilmub keskmiselt 80–85 lugu 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. See on varasemast märgatavalt vähem, kuni 1920. a mah-tus 1 m<sup>2</sup>-sse üle 100 loo (joonis 4.9). Vähenemine on tingitud muude elementide lisandumisest – pealkirjad suurenevad ja laienevad, regulaarselt hakatakse kasutama alapealkirju, joonistusi ja fotosid ning kõik need elemendid võtavad lugudelt mahtu ära. Kuna samal ajal kasvab ka lehenumbri maht, siis lugude keskmine arv ühes lehenumbris ei vähene, vaid kasvab järjekindlalt kuni 1940. a. Kui 1920. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 54 lugu, siis 1930. aastatel juba 80–90 lugu. 1940. a on lugude arv plahvatuslikult kasvanud, ühte lehenumbrisse mahub 152 lugu. Põhjuseks on uudiste osakaalu järsk kasv, II maailmasõja tõttu avaldavad lehed palju lühikesi sõjauudiseid.

Lugude keskmine maht on sel ajal varasemast väiksem: 67–77 cm<sup>2</sup> (joonis 4.10) Kui teisendada see maht 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis on lugude kesk-mine pikkus 16–18 vcm. Lugude lühenemise põhjus on eelkõige uudiste suur osakaal ajalehes. 1920. a ilmub palju lühikesi uudiseid elu uuenemisest riigi ja maailma tasemel (sõdade lõppemine Euroopas, Eesti riigi loomine, muutunud Euroopa). 1930. aastatel ilmub palju kohalikke pisikesi argiuudiseid.

Tavapärasest keskmisest erineb lugude pikkus 1920. aastate keskel ja 1930. aastate lõpus. 1920. aastate keskel on lood tavapärasest pikemad – keskmiselt 21 vcm –, kuna lühiuudiseid avaldatakse vähem (enam ei ole sõjaga seotud (lühi)uudiseid nagu 1915–1920, veel ei ole palju kohalikke lühiuudiseid nagu 1930. aastatel). 1930. aastate lõpus on lood tavapärasest palju lühemad – keskmiselt 13 vcm –, kuna avaldatakse arvukalt sõjauudiseid. Suur osa neist on infoagentuuride lühiuudised, mida eesti lehed käsitlevad n.ö raadiolikul moel: koonda-vad suurematesse temaatilistesse kogumitesse, millele pannakse sobivad pealkirjad ja mille sees järgnevad uudised üksteisele kronoloogiliselt (igapähe alguses kohanimi, kuupäev ja uudisteagentuuride nimed; vt välisuudised näites 8.2 ja lisanäites 3, lk 415).

**Teksti tüpograafia.** Juba 1923. a kirjutab Harald Wellner eesti lehelugejale: “Ideaalseks kirjaks lehe pildi loomisel loetakse /.../ antiikva” (“Ajalehe tehnika – kunst. // “Waba Maa” tehniline arenemine” – *Waba Maa* lisa *Waba Maa 1918–1923* 5. det 1923: 6). Sedasama soovib Karl Bolšakov õpikus kirjaladujatele ja leiab, et eesti päevalehed kasutavad frak-tuuri “kangekaelselt ja põhjendamatult” (1930: 189). Siiski on eesti ajalehtedes kuni 1930. aastate lõpuni tekstikirjana ülivaldavad fraktuuriid (joonis 4.11).

Alates 1920. aastate lõpust hakkab ajalehtedes ilmuma üksikuid antiikvas laotud lugu-sid, eelkõige pikemad ajatumad, ajakirjalikud lood ja üksikud rubriigid (nt “Rahvamajan-dus” *Päevalehes* 1930; “Sport”, “Naine ja kodu”, “Filmi maailmast” *Wabas Maas* 1935;

“Male” *Postimehes* 1935). 1930. aastate teisel poolel kasvab antiikva kasutamine väga järsult ja 1940. aastaks on antiikvast saanud peamine tekstikiri ajalehes (1935. a on antiikvas 4% kõigi lugude mahust, 1940. a esimesel poolaastal 66%). Fraktuurkirjadesse on jäänud traditsioonilised mitte-uudislikud žanrid: järjeromaan, veste, mõni artikkel. Teistest rohkem kasutab fraktuuri *Postimees*, mis laob antiikvas vaid üksikuid rubriike ja žanre (“Sport”, järjeromaan). *Postimehes* on 1940. a esimesel poolaastal 22% lugude mahust antiikvas, ülejäänud fraktuuris, teistes lehtedes on antiikvas 86%.

Nii on eesti ajalehtede tekstikiri vanamoodne võrreldes ajakirjade ja raamatutega, mida hakati Eestis antiikvas laduma juba alates 19. sajandi lõpust. Rootsi ja Soome ajalehed loobusid fraktuurist juba alates 20. sajandi algusest: suured lehed 19./20. sajandi vahetusel, kohalikud lehed 1930. aastate alguses (vt Etusivun 1979; Marttinen 1993; Mervola 1995: 152jj). 1930. aastatel on fraktuur ajalehe tekstikirjana endiselt kasutusel Saksa ajalehtedes.

**Kirjasuurus ja kirja varieerimine.** Põhiteksti kõige tavalisem kirjasuurus eesti ajalehtedes on endiselt 10p, 1939. a sügisel saab enimkasutatavaks 8p kiri (joonis 4.12). Kirja vähendamise põhjuseks on ilmselt suure sõja algus – väiksem kiri võimaldab lehte mahutada rohkem (sõja)uudiseid ilma lehe mahtu suurendamata. Rahvusvahelises võrdluses on eesti ajalehtede tekstikiri ikka veel üsna suur. Näiteks USA lehtedes on 1930. aastatel kõige tavalisem tekstikirjasuurus 7p (Barnhurst 1994: 150).

Kuigi tavalisim kirjasuurus on 10p, muutub pärast 1920. a tektikirja tüpograafiline üldmulje varasemast palju variatiivsemaks, sest üha rohkem kasutatakse erinevaid kirjasuursi, -tihedusi ja -paksusi segamini. Tekstikirja varieeritakse eelkõige ajalehe alguses, tähtsamatel uudistekülgedel. Nii jätkatakse visuaalselt nõrgemal kujul I maailmasõja ajal alguse saanud trendi keskseid uudiseid tekstikirja abil hierarhiseerida (vt lk 178). Lehekülje ülaosas, kus on tähtsamad uudised, on kiri ‘raskem’ ja tihedam, allaosas aga ‘kergem’ ja hõredam (vt näited 8.1–8.2). Kõige tavalisem on 10/10p tekstikiri, sageli laotakse lehekülje ülaosas mõned tekstid paksu kirjaga. Üksikuid lauseid või lauseosi tekstis rõhutatakse sõrendatud kirjaga. Lehekülje allaosas asuvad tekste laotakse ka väiksemas kirjas (8/8p) ja sageli harvendatult (8/10p). Enamasti kasutataksegi kaht kirjasuurst (8p, 10p), kolme kirjatihedust (8/8p, 8/10p, 10/10p) ja kaht kirjapaksust (tavaline ja paks kiri).

Ilmselt reguleeritakse harvendamisega lugude mahtu, et mitmeveerulised tekstiplokid oleksid nelinurksed ja lood täidaksid lehekülje täpselt (sest koos moodulkujunduse kasutuselevõtmisega on loobunud lugude jätkamisest ühelt leheküljelt teisele).

Kirja varieerimise abil tekstide hierarhiseerimist soovib ka Bolšakov: “Muidugi ei ole vajadust ajalehes ainult üht kirjaliiiki tarvitada /.../, vaid mitmesuguseid, kusjuures tähtsamad artiklid (juhtkirjad) harvendatult või suuremast kirjast laotakse kui lühemad ning vähem tähtsamad sõnumid ja teadaanded.” (Bolšakov 1930: 189).

1930. aastatel tekstikirja variatiivsus kasvab ja seda eelkõige kolmel moel. Esiteks kasutatakse samas (uudis)loos lisaks tavalisele kirjale ka paksu kirja: mõned lõigud laotakse paksus kirjas, mõned tavalises kirjas (endiselt kasutatakse ka sõrendatud kirja üksikute lausete esiletõstmiseks). Teiseks laotakse samatemaatilisi lühiuudiseid üksteisele järele erineva kirjasuuruse ja -tihedusega. Kolmandaks lisatakse variatiivsust ka temaatilistesse osakondadesse, kasutades sama tekstikirja erinevaid seeriaid. Näiteks *Päewalehe* filmiküljel (27. okt 1935: 6) on üks tekst laotud paksus antiikvas, kaks teksti kald-antiikvas, teised tavalises antiikvas; ka tekstikirja suurus ja tihedus on lugudes erinev.

**Autorinimi.** Lugude autoreid märgitakse lehtedes suhteliselt vähe (vt ka Harro 1994a: 55–56; 1997: 99–100; 2000a: 221jj). Autorinime tüübi järgi saab lehelood jagada kolmeks: 1) esinime esitähed ja perekonnanimega allkirjastatakse pikemad kultuuriretsensioonid, reisi- kirjad, mõnikord ka juhtkirjad;

2) pseudonüümiga allkirjastatakse tavaliselt vested. Näiteks Heini, Aruvälja Andres ja Aruvälja Ann on Tõnis Braksi pseudonüümid *Päewalehes*. Erandiks on Oskar Luts, kes avaldab vested oma nime all;

3) akronüümi või nimemärgiga tähistatakse autor juhtkirjades ja kirjasaatjate lühiuudistes.

Seega märgitakse autoreid mingil moel (pikemalt või napimalt) eelkõige arvamusalustes ja lühiuudistes. Autorinimed puuduvad agentuuriuudistel ning pikematel uudislugudel, reportaažidel, intervjuudel, sest neid kirjutavad toimetuse liikmed. Kuigi 1932. a toob Karl Meiner esile anonüümse ajakirjanduse suuremat vastutustundetust, hooletust, pealiskaudsust võrreldes autorinimestatud ajakirjandusega (Meiner 1932), ei ole sellel igapäevasele ajakirjanduspraktikale mingit mõju. Endiselt jätkub 19. sajandi lõpus välja kujunenud süsteem, mis lähtub eelkõige toimetaja vajadustest – nime või nimemärki kasutatakse neis tekstides, mida honoreeritakse. Nii kasutatakse nime või nimemärki autorite eristamiseks üksteisest, autori identifitseerimise lugeja jaoks pole tavaliselt eesmärk. Vaid vestete ja juhtkirjade autorite väljatoomisel on oma mõju ka autori isikul – E. Laaman juhtkirjanikuna ja Aruvälja Andres vestekirjanikuna on nimed, mille abil lugu 'välja pakkuda'. Sellest annab tunnistust ka see, et vested on esimesed ja ainsad tekstid, milles kahe maailmasõja vahel kasutatakse pildiga autorivinjette (vt *Rubriiginimed*, lk 222).

## 2. Paratekstid

1920. aastate lehtedes ilmub paratekste juba rohkem kui lugusid ja nende omavaheline suhtarv püsib kogu vabariigi aja jooksul väga stabiilsena: keskmiselt ilmub 14 parateksti kümne loo kohta (joonis 4.13). Samas muutub 1920. aastate alguses järsult paratekstide omavaheline proportsioon: väheneb rubriiginimede kasutamine ja sellevõrra tõuseb pealkirjade, alapealkirjade ja vahepealkirjade kasutamine. See muutus peegeldab info teistsugust esitlusviisi: sildistavate temaatiliste rubriiginimede asemel hakkavad eri liiki pealkirjad infot reklaamima, esitlema lugusid üksikult, individuaalselt.

### 2.1. Pealkirjad

Esimese maailmasõja ajal oli eesti lehtedes saanud tavaliseks uudiste pealkirjastamine ja esmakordselt kasutati lugude esitlemiseks pealkirju rohkem kui rubriiginimesid. Seejärel hakkab muutuma ka **pealkirjade laad**. Püsipealkirjade hulk väheneb, sest uudistes neid enam ei kasutata, alles jäävad need vaid järjeromaanidesse jm jätkuvasse (joonis 4.14). Esimese maailmasõja ajal kasutusele tulnud uudsed deklaratiivsed pealkirjad, mis esitlesid välismaiseid sõjauudiseid, võetakse nüüd kasutusele ka kodumaistes uudistes.

Uudse pealkirjastamise eesmäärke selgitab *Waba Maa* 1920. a nii: "Et praeg.[usel] ajal paljud.[ele] tähtis on juba lühikesel ülesilmamisel peasisu lehest teada saada, selleks nimetatakse tähtsam sisu juba lehe eesotsas ära ja nende sisust püütakse juba üksikute teadete ning tükikeste pealkirjades peasisu silmapaistwamal kujul ära tähendada. Niiwiisi saab ka see, kellel lehe esialgseks läbiwaatamiseks hommikul ainult mõni minut aega, peaasjad ruttu teada /.../." (A. T. "Igapäewane ringkäik "Waba Maa" hoones" – *Waba Maa* 4. dets 1920).

Nii muutuvad pealkirjad järsult konkreetsemaks ja intensiivsemaks. Kui varem kasutati pealkirjaks sildistavat temaatilist fraasi, siis nüüd on uudise pealkirjaks sageli deklaratiivne lause, mis toob sündmusest esile mõne fakti. Näiteks nelja alapealkirjaga pealkiri: "Raadio ringhääling Eestisse. // Raadio saatejaama ehitamise küsimus posti peawalitsuse juures. – Sissesade maksab 3 miljoni marka. // Mõne aasta pärast 10.000 abonenti. // Ringhäälingu võidukäik teistes riikides." (*Päewaleht* 23. aug 1925).



Koos sisu muutmisega muudetakse ka pealkirja vormi. Deklaratiivne pealkiri pole enam suvalise pikkusega, vaid tavaliselt üherealine, maksimaalselt kaherealine. Pealkiri on sõnas-  
tatud kindlas mahus lähtudes pealkirja laiuselt (kahe- või kolmeveeruline), ta täidab ette-  
antud ruumi veeru servast servani. Kõige esmalt muudetakse mitmeveerulisi (suuremaid)  
pealkirju, hiljem üheveerulisi lühiuudiste-pealkirju.

**Alapealkirjad.** Enne 1920. a ilmus eesti lehtedes vaid üksikuid juhuslikke alapealkirju.  
1920. aastate esimesel poolel kasvab alapealkirjade hulk plahvatuslikult. 1915. a oli alapeal-  
kirjastatud alla 1% pealkirjastatud lugudest, 1920. a – 4%, 1925 – 26% ja 1930 – 40% (joo-  
nis 4.15). Varem alapealkirjastati mitteuudislike lugusid, nüüd aga peamiselt uudiseid hoo-  
limata nende pikkusest, alapealkirju on isegi mõnel ühelõigulisel agentuuriuudisel. Kõige  
tavalisem on kuni kolme alapealkirja kasutamine, aga erakordsete sündmuste puhul ilmub  
ka seitsme alapealkirjaga komplekte. Äärmuslikuks näiteks on üheksa alapealkirjaga lugu  
“1. dets. terroristide tabamine” (*Päewaleht* 2. jaan 1925).

Varasemast erinev on ka (uudiste) alapealkirjade sisu: need ei täpsusta loo teemat, vaid  
toovad esile üksikuid fakte või loo alateemasid. Nt “Soome–Wene rahuläbirääkimised. //  
Wenelased püüavad territoriaalseid järeleandmisi kuni majandusliste küsimuste otsustami-  
seni edasi lükata. Soome sotsiaaldemokraadid nõuavad Petsamo Soome külge liitmist”;  
“Wrangeli pealetungimine. // Seni 8000 wangi wõetud”, “Nõupidamised Krassiniga. // Ka  
Jaapan wõtab neist osa”, “Poola ministeeriumi kriisis. // Läbirääkimised koalitsiooni minis-  
teeriumi kokkuseadmiseks” (*Waba Maa* 17. juuni 1920). Sageli täiendatakse alapealkirjadega  
suurt lühikest fraaspealkirja, nt “Kaitseliidu pidupäewad. // Rongikäik tõrwikutega. – Alarm  
warasel hommikutunnil. – Suur kaitseliidu paraad Wabadusplatsil. – Aktus “Estoonias”. //  
Waatamata wihmase ilma peale oli osawõtt pidustustest elaw” (*Päewaleht* 16. nov 1925).

Rahvusvahelises võrdluses jõuavad eesti ajalehed 1920. aastate keskel uudiste alapealkir-  
jastamiseni nagu angloameerika lehed umbes 70 aastat varem (Hutt 1973: 58–60). Uudiste  
intensiivne alapealkirjastamine näitab, et uudised on saanud eesti ajalehtedes keskseks ja  
keskseks on saanud ka info väljapakkumine. Samas on alapealkirjade vorm 1920.–1930.  
aastate eesti lehtedes lihtsam, vabam ja horisontaalsem kui 1920. aastate angloameerika  
lehtedes. Angloameerika lehtede alapealkirjade välimus on formaalsuseni lihvitud: mitu ühe-  
veerulist alapealkirja üksteise all, eraldatud üksteisest lõpikjoontega, vaheldumisi kitsamad  
ja laiemad, paksemad ja kõhnemad, suuremad ja väiksemad suurtähelised antiikvakirjad,  
sõnastus hoolikalt klapitatud, et rütmiliselt vahelduksid pikemad ja lühemad read. Eesti leh-  
tede alapealkirjad on lihtsamad: väikestel lugudel on üks alapealkiri, mis laotakse paksus  
tekstikirjas; suurematel-laiematel pealkirjadel võib olla mitu alapealkirja, mis kirjarassi  
(fraktuurid ja plokk-kirjad) ja -suurust varieerides jagatakse kuni kolme gruppi (vt näited  
8.6–8.7). 1930. aastatel muutuvad lihtsamaks ja horisontaalsemaks ka angloameerika lehte-  
de alapealkirjad (Hutt 1973: 103–109).

Ei saa öelda, et eesti ajalehtede alapealkirjade lihtsam struktuur on teadlik taotlus. Pigem  
näitab angloameerika alapealkirjade formaalne lihvituse põhjalikku sisulist ja kujundustööd,  
mida tehakse uudiste väljapakkumisel lugejatele lähtudes tollastest arusaamadest info efek-  
tiivsel edastamisel (veel 1942. a USA lehekujundusõpik õpetab kirjutama pikki mitmeosalisi  
üheveerulisi pealkirju, vt Radder & Stempel 1942: 146–198). Eesti lehed lihtsalt ei pühenda  
pealkirjade sisulisele ja vormilisele lihvimisele nii palju tähelepanu ja aega. Kui pealkirja-  
dest räägitakse, siis rõhutatakse vajadust pealkirja selguse ja ülevaatlikkuse järele (“et /.../  
kord pilguga üle waadates lugejale korruga teada [oleks], mis lehes temale huwitawat” –  
*Waba Maa* lisa *Waba Maa 1918–1923* 5. dets 1923: 6–7), pealkirja vormist ei räägita.<sup>[10]</sup>

[10] 1930. a märtsis katsetab *Päewaleht* mõnes üksikus uudisloos ka selgelt ameerikalikke pealkirju.

**Pealkirjade suurus.** 1920. a on pealkirjad endiselt küllalt väiksed, tavaliselt 10–18p kirjas. Olulisemad rubriiginimed on ikka veel suuremas kirjas kui pealkirjad.

Pärast 1920. a toimub kaks olulist muutust. Esiteks 'kasvab' pealkirjade kiri rubriiginimede kirjust suuremaks. Seega võib öelda, et lehe sisu esitlemisel tõusevad pealkirjad rubriiginimedest olulisemaks. Teiseks hakkab pealkirjade suurus rohkem varieeruma, samal leheküljel võib olla nii 36p kui tekstikirja suurus (10–12p) pealkirju. Suuremad pealkirjad on tavaliselt ülevalpool asuvatel ja pikematel lugudel. Seega pealkirjade suurus hierarhiseerib lugusid, osutab nende suhtelist tähtsust leheküljel.

**Pealkirjade laius.** 1910. aastate jooksul oli toimunud pealkirjade läbimurre ja 1920. aastaks oli 93% lugudest pealkirjastatud. Ülivaldavad olid üheveerulised pealkirjad, mitmeveerulisi pealkirju kasutati ainult erakordsete sündmuste puhul.

1919. a lõpus hakkab ajalehtede maht kasvama ja mitmeveerulised pealkirjad tulevad nüüd regulaarselt kasutusele. Pärast 1920. a kasvab mitmeveeruliste pealkirjade hulk juba hüppeliselt, 1925. a on nendega pealkirjastatud viiendik lugusid (enamik neist on kaheveerulised pealkirjad, joonis 4.14).

Nii võib öelda, et 1915.–1925. a muutub lugude esitlemise vorm järsult intensiivsemaks: esialgu peaaegu loobutakse visuaalselt nõrgematest esitlusviisidest (ilma pealkirjata ja püsi-pealkirjaga lood) ning võetakse kasutusele üheveerulised pealkirjad, seejärel juba ka tugevamad pealkirjavariandid (kaheveerulised pealkirjad, suuremas kirjas pealkirjad).

1920. aastate lõpus muutub lugude esitlemine variatiivsemaks, kasutama hakatakse veelgi tugevamaid ja ka nõrgemaid pealkirjavariante. Järsult kasvab pealkirjata lugude osakaal, sest kõik lehed hakkavad avaldama hulgaliselt mõnerealisi kohalikke pisiuudiseid, mida ei pealkirjastata individuaalselt, vaid esitletakse geograafiliselt liigendatud massina (rubriigid maakondade ja linnade kaupa). Mitmeveeruliste pealkirjade osakaal ei tõuse, aga igapäevaseks saavad ka kolmeveerulised pealkirjad (1930. a on neid 4%, 1935 ja 1940 – 7%). Laiemaid pealkirju ilmub harva, erakordsete sündmuste puhul (riigivisiidid, valitsuskriis, sensatsioonilised kohtuprotsessid) ja pikkades ülevaatelugudes.

Selline püsib pealkirjade laius kuni 1940. aastani: 55–60% lugudest on üheveerulise pealkirjaga, 20–24% kahe-kolmeveerulise pealkirjaga, ülejäänud lood on pealkirjata (15–20%, peamiselt kohalikud lühiuudised) või püsi-pealkirjaga (2%, järjejutud).

**Pealkirjade tüpograafia.** 19. sajandi algusest saati olid eesti ajalehtede pealkirjad laotud fraktuurkirjades ja tsentreeritud. Kui tsentreerimist kasutatakse muutumatult ka edaspidi, siis kirjade valik hakkab alates 1910. aastate teisest poolest rohkem varieeruma. Järjekindlalt hakatakse lisaks fraktuuridele kasutama teisi kirjarasse, esialgu peamiselt pakse plokk-kirju (1915. a plokk-kirjas pealkirjad puuduvad, 1920. a on neid 5%, 1925 – 3%, 1930 – 11%; joonis 4.16).

Alates 1920. aastate teisest poolest muutub kirjakaasutus kirevamaks: lisaks fraktuuridele ja plokk-kirjadele kasutatakse ka antiikvaid, kalligraafilisi kirju, pseudorahvuslikku 'kalevi-poja'-kirja<sup>[11]</sup> (vt Saksamaa-uudiste pealkirjad näites 8.2), bastardkirju. Kasutatakse paljusid erinevaid kirjavereid (nt mitmesugused ümarama ja kandilisema disainiga plokk-kirjad), kirjad on eri paksuse ja laiusega.

---

Need on kindla kujuga (nt iga rida eelmisest pisut lühem, nii et pealkiri 'osutab' juuresolevale loole), laotud tavapärasest erinevate kirjadega (selged plokk-kirjad, kalligraafilised bastardkirjad), alapealkirju eristavad üksteisest ehisjooned (vt *Päevaleht* 9. märts 1930: 3; 18. märts 1930: 3; 19. märts 1930: 3-4; 26. aug 1930: 3). Seejärel lõpeb ameerikalike pealkirjade katsetamine järsult, aga sügisel hakatakse kasutama üksikuid nn kujundatud pealkirju – need on ekspressiivsed käsitsi kirjutatud pealkirju, mida täiendavad joonistused, raamid ja taustad.

[11] Seda on nimetanud ka 'tammeterustiliks' (Mändmaa 2003; Sakk 2004).

Kuna pealkirjad on ka eri suuruses ja laiuses ning täiendatud alapealkirjadega, siis on pealkirjade ilme 1930. a palju kirevam kui viis aastat varem. Kuigi kontentanalüüsi statistika näitab domineerivana fraktuuris pealkirju (1930. aastatel on neid 75–80% pealkirjadest), on visuaalne mulje teistsugune, sest fraktuuris laotakse väiksed üheveerulised pealkirjad, mis eriti silma ei torka. Suured mitmeveerulised pealkirjad on enamasti muudes kirjades.

Seega võib oletada, et mitte-fraktuursete kirjade kasutuselevõtmine eesti ajalehtede pealkirjades on kantud eesmärgist teha pealkirjad silmatorkavamaks ja see saavutatakse fraktuursetest põhitekstist erinevate ja tugevamate kirjade kasutamisega.

1930. aastate lõpus lihtsustub ja tugevneb pealkirjade tüpograafia järsult ja 1940. aastaks on plokk-kirjad saanud tavalisimaks pealkirja-kirjaks (esimesel poolaastal on 68% pealkirjadest plokk-kirjades, 21% fraktuurides, vähem antiikvas jm kirjades). Üleminek on põhimõtteline, ka lühiudiste pealkirjad on nüüd laotud pigem paksus plokk-kirjas kui fraktuuris.

Tavaliselt on plokk-kirjade kasutuselevõttu ajalehtede pealkirjades seostatud moderniseerumisega (nt Barnhurst & Nerone 2001: 198), aga võimalik on ka teine seletus, millele viitab ka eesti ajalehtede praktika: pealkirju tahetakse tugevdada, teha silmatorkavamaks võrreldes põhitekstiga ja visuaalidega, mida 1920. aastate teisel poolel igapäevaselt kasutama hakatakse. Nii kuulub ka pealkirjade tüpograafia muutumine visuaalse intensiivsuse suurendamise tendentsi, mis oli tavaline 1920.–1930. aastate ajalehtedes (Morison 1957: 106). Seda väidet kinnitab ka pealkirjade samaaegne suurendamine ja väga paljude erinevate pealkirja-kirjade kasutamine üksteise kõrval.

Soome lehtede puhul on Pekka Mervola toonud paljude erinevates kirjades pealkirjade kasutamise põhjuseks trükitehnilised piirangud. Pealkirjad laoti käsitsi ja see tähendab, et ühe lehenumbri pealkirjades ja reklaamides kasutatavad eri suuruses aktsidentskirjad pidi trükikojas füüsiliselt olema olema. Mervola ütleb, et tollal peeti esmatahtsaks reklaame ja toimetuse materjali pealkirjades kasutati neid kirju, mis reklaamide ladumisest üle jäid, ning seetõttu olidki pealkirja-kirjad väga varieeruvad (Mervola 1995: 243).

Seda põhjendust näib kinnitavat ka 1920. a *Waba Maa* kirjakasutus. Kuni juulini trükiti ajalehte TEKÜ trükikojas, edasi *Waba Maa* oma trükikojas. TEKÜ ajal kasutati rohkem erinevaid pealkirja-kirju: lisaks fraktuurile eri laiuses, paksuses ja suuruses plokk-kirju, paksu antiikvat, üksikuid bastardkirju. Oma trükikojas trükkides laotakse pealkirjad ainult fraktuuris. 1928. a *Wabas Maas* on meenutatud, et võõras trükikoda lehte ei rahuldanud<sup>[12]</sup>, taheti oma trükikoda. Vastamata jääb küsimus, kas muudes kirjarassides pealkirjade kasutamine oli TEKÜ trükikoja poolt pealesunnitud lahendus, millest oma trükikoda võimaldas loobuda, või polnud oma trükikoja kirjalik esialgu piisavalt suur, et varieerimist võimaldada?

Pealkirja-kirja valimine konkreetsele loole näib eesti lehtedes juhuslik ja süsteemitu. Seda ei saa pidada ekspressiivseks (nagu eesti ajakirjades 1930. aastatel, vt Talvik 2010), sest puudub seos teksti sisuga. Karakterseks näiteks on kalligraafilised kirjad, mis tänapäeval konnoteerivad luulelisust, elegantsi, individuaalsust, feminiinsust, aga ka kerglust (Barnhurst 1994: 158; Brumberger 2003a: 214, 2003b: 229; Stöckl 2005: 211–212; van Leeuwen 2006: 148–149; Machin & Niblock 2008: 251–254). 1920.–1930. aastatel laotakse eesti ajalehtedes kalligraafilistes kirjades nii sõjauudiste kui utilitaarse info pealkirju (“Saksa väeosad ühinesid Störenist edela pool” – *Postimees* 1. mai 1940; vt ka näide 8.7). Seega on kaks võimalust: tänapäevased konnotatsioonid tol ajal ei kehtinud või neid konnotatsioone ei arvestatud ajalehe pealkirja-kirja valikul.

[12] “/.../ oma trükikoja puudusel tuli lehte trükkida võõras trükikojas kõige primitiivsemates tingimustes. Et see lehe arenemist tunduvalt takistas, siis jõuti peagi selgusele, et oma trükikoja muretsemine on lehe elu ja surma küsimuseks.” (“Waba Maa” trükikoda tehniliselt moodsamaid Eestis. – *Waba Maa* 5. det 1928)

Pealkirjade tüpograafia ei lähtu ka sisulisest sidususest. Iseloomulik näide on artikliseeria “Uudset 13. Romanovist” (*Postimees* 27. märts – 22. mai 1935), kus lood ühendab tervikuks püsiv asukoht numברי viiendal leheküljel ja ühetaolisena korduv silt, aga igal alaosal on oma pealkiri, mis on igas lehenumbris laotud erinevas kirjas ja suuruses. Ka Karl Bolšakovi trükiladujate õpik (1930) ei anna pealkirja-kirja valimiseks ühtki juhtnööri.

1920. aastate lõpus hakkavad eesti lehed kasutama ka ekspressiivseid nn kujundatud pealkirju<sup>[13]</sup> – need on laotud ehiskirjas või kirjutatud käsitsi ning kaunistatud piltide, taustade, raamidega (näide 8.3). Ilmselt on siin eeskujuks tollased ajakirjad, sest kujundatud pealkirjade konventsioonid on ajakirjalikud. Kõige esmalt kasutatakse neid joonealustes järjeharjades, seejärel pikemates ajakirjalikes lugudes. Kujundatud pealkiri ei ole igapäevane võte, näiteks *Päewalehes* 1930 ilmuvad sellised pealkirjad esmaspäeviti 5.-6. leheküljel.

## 2.2. Rubriiginimed

Nagu juba juttu oli (vt lk 208), muutub 1920. aastate esimesel poolel ajalehtede sisu struktureerimise põhimõte – olulisemaid uudiseid ja pikemaid artikleid enam ei rubriigistata ja seetõttu väheneb ka rubriiginimede hulk järsult (joonis 4.18). Samas rubriiginimed ei kao ajalehtedest, neid kasutatakse endiselt lehenumברי lõpuosas kohalike uudiste ja pisiinfo esitlemiseks, 1930. aastatel üha rohkem ka temaatiliste rubriikide esitlemiseks.

**Rubriiginimede laad.** 1920. a muutuvad uudisterubriikide nimed. Segadust tekitab eelkõige Euroopa poliitilise kaardi muutumine ja järk-järguline loobumine tähtsamate uudiste jagamisest geograafilistesse rubriikidesse. Nii on osa rubriikidest nimetatud veel geograafiliselt, osa enam mitte, näiteks *Postimehe* peamised uudisterubriigid 23. aprillil 1920 on “Wäljamaa”, “Wenemaa”, “Päewauudised” (ETA uudised Eestist ja välismaalt segamini), “Naaberriigid” ja “Kohalikud teated” (st Tartu uudised). Eesti uudiste nimetamisel kasutatakse mitmeid erinevaid variante: “Päewauudised”, “Kodumaa ringwaade” või “Kodumaa”. “Päewauudised” koondab mõnikord ainult tähtsamaid Eesti uudiseid, mõnikord lisaks ka välismaiseid.

1920. aastate esimesel poolel kujuneb uus rubriikide nimetamise süsteem välja. Vabariigiaegsed rubriiginimed ütleavad lihtsalt ja lakooniliselt, millest rubriigis kirjutatakse. Põhiosa rubriikidest on lühiuudiste- ja inforubriigid (“Tartu teated”, “Ilmateated” jm), 1930. aastatel kasvab ka temaatiliste rubriikide arv (“Male”, “Tehnika ja teadus” jm). Pisut ebaselgemad nimed on ainult paaril uudisterubriigil: “Päewauudised” (= tähtsamad uudised Eestist ja välismaalt)<sup>[14]</sup> ning “Ringi ümber kodumaa” ja “Läbi kodumaa linnade” (= kohalikud lühiuudised), mis jagatakse alarubriikidesse maakondade ja linnade kaupa (“Wiljandimaalt”, “Narwast” jne). Vesterubriike nimetatakse kujundlikumalt (nt “Piibujutt” *Wabas Maas*). 1930. aastatel muutuvad üksikud nimed ‘kroonulikumaks’ (nt “Siseriigist”, “Kultuurkroonika”), üksikud luulelisemaks (“Politseipeegel”, “Kohtu võre tagant”).

**Rubriiginimede tüpograafia** muutub vabariigiaastatel varasemast palju vaheldusrikkamaks ja hierarhilisemaks. Kui varem oli enamik rubriiginimedest fraktuuris, üksikud suure-

[13] Tollal kasutati terminit *klišeeritud pealkirjad*, sest käsitsi joonistatud pealkirjad pildistati ja klišeeriti.

[14] Kaob kasutuselt 1920. aastate teisel poolel.

### Näide 8.3. Kujundatud (klišeeritud) pealkirjad

*Päewaleht* 6. okt 1930: 5 (vähendatud 2,5 korda). Kujundatud pealkirju kasutatakse *Päewalehes* esmaspäeviti populaarteaduslikes lugudes, ilukirjanduses, reportaažides. Paremas alanurgas on pikematest lugudest ja reklaamidest üle jäänud ruum täidetud pealkirjastamata lühiuudistega õnnetustest ja kuritegudest.

Õnnepäeval, 6. märtsil 1900

Rv. 873 - 5



Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn. Iga õnn... (Text continues with a philosophical or religious reflection on happiness and fate.)

Jahmatatavate arvustajate ja juhtide kohta.

See õnnele... (Text discusses the role of critics and leaders in society.)

See teadmine... (Text discusses the importance of knowledge and its application.)

See võime... (Text discusses the concept of power and its use.)

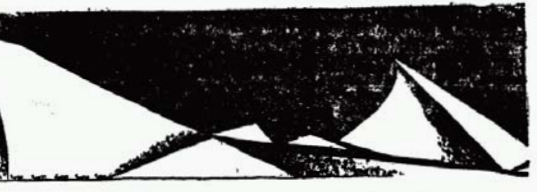
Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Continuation of the philosophical text.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Continuation of the philosophical text.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Continuation of the philosophical text.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Continuation of the philosophical text.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Continuation of the philosophical text.)



LEANNABA LEANNABA JÄÄKOOSTES

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text related to the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text related to the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text related to the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Leannaba' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Leannaba' advertisement.)



Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text related to the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text related to the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the left side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the left side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the left side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the left side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text on the right side of the 'Asendia' advertisement.)

Õnne! Iga õnnele on loomulik õnn... (Text at the bottom of the page.)

mad bastardkirjades, siis 1920. aastatel hakkab nende kujundus muutuma. Lisaks väikestele vähesilmatorkava ja standardse välimusega rubriiginimedele lehenumbri lõpus hakkab ilmuma üksikuid suuremaid ja laiemaid silte. Esmalt muudetakse kaheveeruliseks tähtsamate uudisterubriikide sildid (“Siseriigist”, “Päewauudised”, “Wäljamaalt”). Kui aga tähtsamate uudiste rubriigistamisest loobutakse, siis muudetakse kahe- või kolmeveeruliseks kohalike uudisterubriikide sildid (“Tartu teated”, “Ringi ümber kodumaa”; näide 8.4) ja üksikute temaatiliste rubriikide sildid (“Majanduse ringwaade”, “Sport”). 1930. aastatel aastatel lisandub temaatilisi osakondi ja nende sildid on tavaliselt kaheveerulised.

Enamik rubriiginimesid on ikka üheveerulised (14–16p paks fraktuurkirjas) ja üksikud kahe-kolmeveerulised. Siiski ilmub ka paar leheküljelaiust rubriiginime. Kõnekas on see, millistes rubriikides neid kasutatakse – esialgu tähtsamates uudistes, hiljem meelelahutuslikes rubriikides: 1920. aastatel on leheküljelaiune *Waba Maa* peamise uudistekülje silt “Päewauudised”, 1930. aastatel *Postimehe* meelelahutuskülje silt “Pühapäevaks”. Nii peegeldab rubriiginimede suuruski meelelahutuslikkuse tõusu eesti ajakirjanduses.

Koos üksikute rubriiginimede laienemisega muutub suuremaks ka nende kiri, varieerudes väga laiades piirides (14–60p). Lisaks hakatakse rubriiginimesid laduma erinevates kirjarasides, peale fraktuuri enamasti paksudes plokk-kirjades, aga ka antiikvates, kalligraafilistes kirjades, bastardites. Kasutatakse erinevaid kirjaseeriaid: väike- ja suurtäheline kiri, paks ja kõhn kiri, püst- ja kaldkiri, kitsas ja lai kiri, tavalise tihedusega ja sõrendatud kiri.

Vaheldusrikkust lisab siltide dekoreerimine joontega, mis piiritlevad rubriiginime. See on oluline muutus, sest sellised rubriiginimed erinevad selgelt pealkirjadest.

1920. aastatel ilmuvad ka esimesed visuaalseid rubriiginimed, rohkem hakkab neid ilmuma 1930. aastatel. Iseloomulik on see, mis teemasid visuaalidega väärtustatakse: kõigepealt vesteid (*Päewalehes*), seejärel tähtsamaid uudiseid (*Wabas Maas*), siis juba muid lugusid ja kord nädalas ilmuvaid temaatilisi rubriike (kõige rohkem ilmub neid *Wabas Maas*).

Esimesed visuaalsed sildid ilmuvad vestetes juba 1920. a, kui puulõikes portreed Tiibuse Jaagust, Tiibuse Marist, Jaan Waglarauast ja Haimke Josselowitsch Goldstein’ist märgivad August Kitzbergi vestete ‘autoreid’ *Päewalehe* joonealuses (stiili järgi otsustades on puulõiked teinud Karl August Hindrey). See on justkui vana tava taaselustamine, sest 1885. a *Eesti Postimehes* sildistati joonealust “Jututuba” Daugelli puugravüüriiga talumeestest kõrtsitoas. Teisalt saab neid puulõikeid tõlgendada ka uute tavade ettekuulutusena – autorivinjettide kasutamise eelfaasina 70 aastat enne seda, kui autorivinjetid 1990. aastatel eesti ajalehtedes igapäevaseks saavad (vt lk 314–315).

Järgmine visuaalne rubriiginimi on läbinisti moodne – 1921. a lõpus lisab *Waba Maa* sullejoonistused kogu lehekülje laiusele sildile “Päewauudised”. See on nii sisult kui vormilt inspireeritud Skandinaavia päevalehtede peamiste uudistekülgede siltidest (vt Mervola 1995: 196–199). Sildil kasutatavaid joonistusi vahetatakse, esialgu visualiseerivad need ajalehe olulisust, kõikjalejõudmist (ajalehti jagav jõuluvana, uisutav lehelugeja, maakeral istuv poiss ajalehega), hiljem uudiste värskust ja moodsat maailma (telefonitraadid, aurulaev ja -vedur; grammofon ja mikrofoni koos rahvusliku lillmustriga). Mais 1929 loobub *Waba Maa* päevauudiste sildistamisest.

1930. aastatel ilmub temaatiliste sullejoonistustega illustreeritud rubriiginimesid üha rohkem, esialgu vestetes ja järjejuttudes, seejärel ka muudes lugudes. Nt 1935. a *Päewalehes*

#### Näide 8.4. Tartu sündmuste sildistamine 1920–1940

Näited *Postimehest*. Pärast Vabadussõja lõppu võetakse “Kohalike teadete” asemel taas kasutusele rubriiginimi “Tartu teated”. Esmakordselt hakatakse rubriiginime vormistust varieerima, kasutades eri laiusega sildivariante vaheldumisi lähtudes uudiste hulgast.

Tartu sündmuste varasemat sildistamist vt lk 186–187, hilisemat sildistamist vt lk 268–272



on visuaalsed rubriiginimed “Minu arwamine”, “Hallo mis uudist?”, “Kuulutajaile tulnud kirjad”, Aruvälja Andrese ja Anni vested jm. Kõige rohkem ilmub visuaalseid rubriiginimesid *Wabas Maas* ja erinevalt teistest lehtedest esitleb suur osa neist uudisterubriike.

Rubriiginimede kujundus ei ole süstemaatiline ja stiililt ühtne. Rubriiginimed on loodud ja kasutusele võetud eri aegadel ja neid kasutatakse pööramata tähelepanu nende omavahelelisele stiililisele sobivusele. 1930. aastate keskel on siltide kujundamises esimest korda näha stiililisi taotlusi, mis on üsna vastandlikud. Esiteks hakkab ilmuma üksikuid samas stiilis kujundatud rubriiginimesid. Näiteks 1935. a *Wabas Maas* on samas stiilis mõned visuaalsed sildid ja mõned jämedate joontega dekoreeritud temaatiliste osakondade sildid. Aga see taotlus pole järjekindel, lisaks neile kahele stiilile on veel terve hulk teistsuguseid silte. Teiseks hakatakse rubriiginimede kujundust varieerima, kasutades mõnes uudisterubriigis vaheldumisi erineva kujundusega silte. Näiteks spordiuudiste märkimiseks kasutab *Waba Maa* paralleelselt kolme erinevat visuaalset sildivarianti (vt *Waba Maa* 1935: 26. sept: 4; 6. nov: 4 ja 8. nov: 7).

### 2.3. Vahepealkirjad põhiteksti liigendamiseks

Kuni 1910. aastate lõpuni oli liigendatud ainult 1–2% eesti ajalehtede lugudest. Pärast I maailmasõda hakatakse vahepealkirju järjest rohkem kasutama ja see kasv jätkub kuni 1935. a, kui liigendatud on 13% lugudest (joonis 4.10). 1940. a on liigendatud lugusid vähem (esimesel poolaastal 8%), ilmselt on siin põhjuseks lugude lühenemine seoses paljude lühikeste sõjauudiste avaldamisega.

Liigendatud lugude osakaal kasvab seetõttu, et vahepealkirjastama hakatakse uudislikke lugusid, algul pikemaid ülevaateid (kongressidest jms), hiljem reportaaže ja pikemaid uudi-seid, aga mõnikord isegi lühiuudiseid (nt üheksalausealine uudis “Miljoni võitja – 3-a. poisikene” *Päewalehes* 2. jaan 1925: 3). Varem olid liigendatud järjeromaanid, reisikirjad jm lood, mida ajaleht vahendas. Nüüd on liigendatud ajakirjanike endi lood. Seega võib öelda, et muutus liigendamises näitab uudiste tõstmist ajalehes esiplaanile ja ajakirjaniku rolli muutumist. Ajakirjanik mõtleb teksti liigendamisele, ta kirjutab vahepealkirjad või vormistab teatud osa tekstist vahepealkirjadena (kas seda teeb loo autor, osakonnatoimetaja või tegevtoimetaja, kes loo ladumisele saadab, pole teada).

Nii nagu esimesed uudispealkirjad, pole ka vahepealkirjad sageli sõnastatud iseseisvalt, vaid nendeks on vormistatud üksikud märksõnad, lauseosad või terved laused põhitekstist. Seetõttu on vahepealkirjad väga erineva pikkusega (1–3 rida).

Ülevaatelugudes peegeldavad vahepealkirjad teksti struktuuri tuues esile teksti/sündmuse üksikuid alateemasid, nt loos “Eesti õpetajate IV. üleriikline kongress”: “Awamine ja juhatusel walimine.”, “Terwitused.”, “kongressi töökorralduse kindlaksmääramine,” (*Waba Maa* 17. juuni 1920). Uudistes ja reportaažides on vahepealkirju rohkem, kohati isegi kahekolme rea tagant ning vahepealkirjadeks tõstetakse intrigeerivaid ja sensatsioonilisi detaile, nt loos “Raske lennukatastroof Lasnamäel”: “äkitselt kukkuma hakkab”, “raksatusega kaob suur osa aparaadist rabasse.”, “lenduri surnukeha” jne (*Päewaleht* 7. mai 1925).

1920. aastate lõpus hakatakse ka ülevaatelugudes vahepealkirjadena kasutama intrigeerivaid detaile, nt Riigikogu koosoleku ülevaates: “Tööerakonna rünnak.”, “raudsed närvid”, “haridusminister on pandud selili,” (*Päewaleht* 4. apr 1930). Seega võib öelda, et teksti struktuuri peegeldamise asemel hakkavad vahepealkirjad üha rohkem tooma esile üksikuid põnevaid detaile sündmusest.

Vahepealkirjadel puudub kindel vorm, selget ja igas lehenumbris korduvat süsteemi kujundamisel ei kasutata. Tavaliselt laotakse vahepealkirjad paksus või sõrendatud tekstikirjas



ja tsentreeritakse. Ka samas loos võib olla erineva vormistusega vahepealkirju: osa suuremas, osa väiksemas kirjas; osa paksus, osa sõrendatud kirjas; osa suurema tühja ruumiga ümbritsetud, osa ilma selleta. Mõne pikema loo vahepealkirjad on samasugused kui lühema loo pealkirjad.<sup>[15]</sup> Algul on vahepealkirjad vähemärgatavad, aga 1920. aastate keskel hakatakse neid ümbritsema tühja ruumiga ja see tõstab nad selgemini esile.

### 3. Visuaalid

1920. aastate alguses hakatakse visuaale – joonistusi ja fotosid – eesti ajalehtedes järjekindlamalt kasutama ning 1920. aastate teisel poolel tõuseb nende hulk järsult (joonised 4.21 ja 4.23). 1930. aastatel on visuaalide keskmine maht 6–7% toimetuse materjalist (joonis 4.19).

Hea võrdlusvõimaluse visuaalsuse kasvust ja muutumisest pakub Eesti uute valitsuste ametisseastumiste kajastamine 1920., 1925. ja 1929. aasta lehtedes.

Kui 1920. a asub ametisse Ants Piibu valitsus, siis *Päewaleht* ja *Postimees* seda sündmust ei visualiseeri, *Wabas Maas* ilmub Gori joonistatud portree uuest peaministrist Piibust (28. okt 1920: 1) ja järgmise kolme nädala vältel veel kuue uue ministri portreejoonistused.<sup>[16]</sup>

1925. a on uue valitsuse ametisseastumine visualiseeritud juba kõigis lehtedes. *Päewaleht* avaldab kõigi kümne ministri portreejoonistused (17. dets 1925: 5), *Postimees* kuue ministri portreefotod (17. dets 1925: 2), *Waba Maa* ainult riigivanem Jaan Teemanti portreejoonistuse (16. dets 1925: 3). Visuaalide veel kitsast levikut näitab see, et portreefotod, mis *Postimees* avaldab, on olnud *Päewalehe* ja *Waba Maa* portreejoonistuste aluseks.

1929. a on uue valitsuse ametisseastumine visualiseeritud kõigis uuritud lehtedes riigivanema ja kõigi seitsme ministri portreefotodega (*Postimees* 10. juuli: 1; *Päewaleht* 10. juuli: 3; *Waba Maa* 11. juuli: 5). Enamiku ministrite puhul kasutavad kõik kolm lehte sama fotot, aga need esitatakse erinevas vormis: *Postimehes* ilmuvad tavalised nelinurksed fotod, *Päewalehes* siluett-fotod, *Wabas Maas* aga ovaalsed fotod.

See näide toob hästi esile kolm muutustetendentsi sündmuste visualiseerimisel. Esiteks kiireneb visuaalne reageerimine sündmustele. Teiseks, esialgu kasutatakse rohkem joonistusi, 1920. aastate keskel saab valitsevaks illustreerimismooduseks foto. Statistiliselt on pöördelaastaks 1925. a, mil fotode hulk ja maht ületab esmakordselt<sup>[17]</sup> veidi joonistuste oma (keskmiselt 1,3 fotot ja 0,6 joonistust lehenumbris; vastavalt 0,9% ja 0,8% toimetuse materjali mahust). Edaspidi ületab fotode kasutamine joonistusi nii arvult kui mahult (7–10 fotot ja 2–3 joonistust ühes lehenumbris; vastavalt 4–6% ja 2–3% toimetuse materjali mahust; joonised 4.21, 4.23 ja 4.20). Kolmandaks tõrjuvad fotod ajalehest välja uudisjoonistused, mida seni kasutati päevakajaliste sündmuste ja tegelaste reprodutseerimiseks ajalehes. 1925. a on 41% joonistustest uudisjoonistused, 1935. a 6% (joonis 8.1).

Kui võrrelda eri väljaandeid omavahel, siis visuaalselt kõige aktiivsem ja mitmekülgsem on *Päewaleht*, mis kasutab kõige rohkem sündmusjoonistusi ja fotosid. Kõige vähemvisuaalne on *Postimees*. Näiteks 1930. a *Päewalehes* on visuaalide maht 9% toimetuse materjalist, *Postimehes* 6%. Hea näide visuaalide erinevast kasutamisest on kaitsejõudude õistel

[15] Eriti suurte sündmuste puhul, mida ajalehes esitatakse paljude lühikeste uudistega, on kontentanalüüsid raske otsustada, mis klassifitseerida pealkirjaks, mis vahepealkirjaks (nt Läti välisministri Meierowitzi surma kajastus *Päewalehes* 25. aug 1925: 3).

[16] Üles jääb miskipärast joonistamata ainult üks minister – sise-, töö- ja hoolekandeminister Lui Olesk. Et toimetusel polnud temast fotot, mille järgi joonistada, näib ebaloogiline, sest Olesk oli tööerakondlane, *Waba Maa* oli sama erakonna häälkandja.

[17] Kui jätta kõrvale erandlik 1915. a, kui *Päewaleht* avaldab erakordselt palju (sõja)fotosid (u 280 fotot aasta jooksul). Nende klišeed on ilmselt saadud mõnelt välismaiselt väljaandelt.

õppustel toimunud õnnetuse kajastamine (6. märts 1930), kus major Ibrus sai surma ja kindral Tõrvand haavata. *Päewalehes* ilmub sellest neli joonistust (kolm stseeni sündmuskohalt ja portree) ning kaks portreefotot, *Wabas Maas* kolm fotot (õnnetuses kannatada saanud auto ja kaks portreed), *Postimees* visuaale ei kasuta.

### 3.1. Joonistused

**Joonistuste hulk ja maht** (joonised 4.20 ja 4.21). Kuigi esimene joonistus eestikeelses ajalehes ilmus juba 1821. a, kasutatakse neid järgmise sajandi jooksul lehtedes väga juhuslikult. Joonistused on ajalehes pigem erakordne lisand kui lehe loomulik osa. Näiteks veel 1920. a lehtedes ilmub joonistusi väga ebaühtlaselt: *Wabas Maas* 126 (kõik teisel poolaastal), *Päewalehes* 13 ja *Postimehes* mitte ühtegi. Seega võib oletada, et joonistusi avaldavad need lehed, millel õnnestub hankida joonistuste klišeetid, sisu polegi väga oluline.

1920. aastate keskel toimub murrang: joonistused saavad ajalehtedes igapäevaseks, nende hulk tõuseb järjekindlalt (1925. a – 0,6 tk/m<sup>2</sup>, 1930 – 1,7 tk). 1930. aastate alguses joonistuste hulk väheneb pisut (põhjuseks võib pidada majanduskriisi) ja tõuseb taas 1930. aastate lõpus, kui iga päev hakatakse avaldama koomikseid.

Ka joonistuste maht kasvab järjepidevalt: 1925. a on joonistusi alla 1% toimetuse materjali mahust, 1930. a peaaegu 2%, 1940. a esimeses pooles 3,5%. Kontentanalüüsi järgi ei vähene joonistuste maht 1930. aastate alguses, kui väheneb joonistuste hulk. Põhjuseks on joonistuste samaaegne suurenemine, aga ka konkreetse kontentanalüüsi meetodika eripära. Joonistuste maht hõlmab lisaks iseseisvate joonistuste mahule ka nende joonistuste mahu, mida kasutatakse teistes elementides sees, nt rubriiginimedes, pealkirjades, teabegraafikas.

**Joonistuste laad.** 1920.–1930. aastate ajalehejoonistused saab jagada nelja gruppi: uudisjoonistused, karikatuurid, koomiksid ja muud (joonis 8.1). Aja jooksul joonistuste mitmekesisus kasvab. Kui algul ilmub ainult uudisjoonistusi ja karikatuure, siis 1920. aastate keskel hakkab ilmuma moejoonistusi ja kunstipäraseid joonistusi ilukirjanduslikes palades, 1920. aastate lõpus värvilisi postkaarte ja kunstireproduktioone (*Postimehe* ja *Waba Maa* nädalavahetusenumbrite esiküljel), 1930. aastatel koomikseid.

Uudisjoonistusi ilmub kõige rohkem 1920. aastatel, kui neid kasutatakse uudiste visualiseerimisel. Uudisjoonistus on ikka veel foto kiirem ja tehniliselt kvaliteetsem aseaine. Näiteks Läti välisministri Siegfried Meierowitsi surma puhul ilmuvad kõigepealt joonistused (*Päewalehes* 24.–26., 28, 30. aug 1925), seejärel fotod (26., 29. ja 30. aug 1925). Nii võib oletada, et välismaiste sündmuste kiireks visualiseerimiseks joonistatakse eesti ajalehtedes ümber välismaiste lehtede fotosid.

1920. aastate esimene pool ongi uudisjoonistuste valitsemisaeg eesti ajalehtedes, neid on üle 40% joonistustest. Pärast 1925. a uudisjoonistuste hulk järjest väheneb, neid asendavad üha rohkem fotod. 1935. a on ainult 6% joonistustest uudisjoonistused. Kõige rohkem kasutab uudisjoonistusi *Waba Maa*.

Esialgul on umbes kolmveerand uudisjoonistustest välismaised. Peamiselt on need poliitike portreed ja päevasündmuste visualiseeringud, mille klišeetid on välismaise päritoluga. Järk-järgult välismaiste uudisjoonistuste hulk väheneb ja domineerima hakkavad kodumaised. Enamasti on need portreed (uued ministrid, juubilarid, surnud jt). Sündmusjoonistusi ilmub vähem, eelkõige *Päewalehes* kõmuliste kohtuprotsesside ning õnnetuste ja kuritegude puhul. Näiteks uudist “Raudteewaht jäi rongi alla” täiendab pliiatsijoonistus allkirjaga “Nõmme elektritrammi ohver (kohapeal joonistatud).” (*Päewaleht* 18. jaan 1930).

Uudisjoonistusi teevad peamiselt toimetuste palgalised karikaturistid-illustraatorid, kes töötavad kõigis suuremates lehtedes (vt Valtman 1977). Näiteks 1920. aastate alguse *Waba*

Maa uudisportreed on joonistanud Gori, kes töötab *Waba Maa* karikaturistina 1920–1938 (vt Tiitus 1960; Soosaar 2003). 1930. a *Päewalehe* igapäevatööd kirjeldades mainib Evald Jalak eraldi juba “joonistaja-reporteri” olemasolu (*Päewaleht* 16. dets 1930: 16). Arvatavasti on selles ametis peamiselt karikaturistina tuntud Felix Johansen (Felix Randel, pseudonüüm Redo), kelle kohta öeldakse, et ta “täiendab seda pildis, mis sõnades puudu jäetakse” (*Päewaleht* 16. dets 1930: 15).

Kõige tuntuma ja hinnatuma osa vabariigiagestest ajalehejoonistustest moodustavad karikatuurid ja šaržid (vt Laugaste 1939; Tiitus 1960; Loodus 1972; Valtman 1977; Medijainen 1998; Tamm 2001: 26–38; Soosaar 2003). Ka kvantitatiivselt on karikatuure eesti lehtede joonistuste hulgas kõige rohkem, nende osakaal püsib pidevalt 60% ümber, olles väiksem vaid 1920. aastate keskel (uudisjoonistuste avaldamise tippajal) ja 1930. aastate lõpus (kui ilmub väga palju koomikseid).

1920. aastatel moodustavad enamiku karikatuuridest-šaržidest päevapoliitilised pilkepildid. Nii järgivad eesti lehed briti lehtede trendi, kus poliitilised karikatuurid saavad päevalehtede lahutamatuks osaks 20. sajandi alguses (Seymour-Ure 2001). Lisaks kasutatakse šarže spordi-, kultuuri- ja poliitikalugude illustreerimiseks. 1930. aastatel kitsendab ja muudab karikatuuride temaatikat tsensuur, nüüd karikeeritakse rohkem ‘kergeid’ olustikulisi teemasid ja Euroopa riikide vahelisi suhteid. Välismaiseid karikatuure ilmub vähe (ameerika ajakirjast *Life*, inglise ajalehest *Daily Express*).

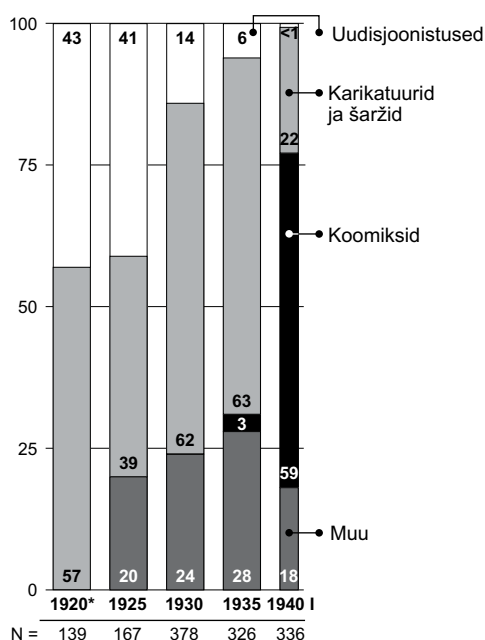
Kõige regulaarsemalt avaldab karikatuure *Waba Maa*, kus ilmuvad Gori päevapoliitilised pilapildid (nn gorikatuurid). Teised lehed koondavad enamiku karikatuuridest kord nädalas ilmuvatesse nalja- ja pilkelehtedesse: *Päewaleht* “Kratti” (1925–1940) ja *Postimees* küljele “Sädemed” (1932–1940). Seal ilmub tavaliselt viis-kuus karikatuuri korruga.

Päevapoliitilise karikatuuri vabariigiagest kasutuspraktikat on hea jälgida Gori karikatuuride näitel. Kui tänapäeval ilmub päeva karikatuur kindla regulaarsusega kindlas suuruses kindlal leheküljel kindlas kohas, siis gorikatuuril puuduvad kõik need parameetrid. Mõnel nädalal ei ilmu ühtki gorikatuuri, mõnes numbris võib neid olla ka kaks. Gorikatuur võib olla nii üheveeruline kui poole ajalehekülje suurune. Kuni 1920. aastate lõpuni pole gorikatuuril kindlat asukohta: 1920. a ilmub ta tavaliselt esiküljel, hiljem ka kolmandal küljel või hoopis tagapool; 1930. aastatel saab gorikatuur kindla koha numbri teisel küljel, kuhu on loodud arvamuskülj.

1920. aastate alguses, kui joonistusi ilmub veel suhteliselt vähe, avaldavad lehed karikatuure esikülje tipus. Karikatuuri kasutatakse isegi järgmise lehenumbri reklaamimiseks, nt 27. augustil 1920 teatab *Päewaleht*: “Homses “Päewalehes” pilkepildid pealkirja all Laenuerakond ehk Tuuleliit (Tööerakonna senine taktika).” Hiljem, kui joonistused tavalisemaks muutuvad ja esikülje ‘vallutab’ reklaam, avaldatakse karikatuure sisekülgedel. Paigutuse ja suuruse abil eristatakse oma ja välismaised karikatuure, rõhutades omasid: eesti autori

### Joonis 8.1. Joonistuste liigid 1920–1940

Erinevate joonistuste osakaal



karikatuur ilmub lehekülje ülaservas vähemalt topeltveerulisena, välismaine karikatuur lehekülje alaosas üheveerulisena.

Ilmselt Walt Disney multifilmidest ja juturaamatukestest inspireerituna hakkavad eesti lehed 1930. aastate keskel avaldama üksikuid koomikseid (vt Laaniste 2001: 1: 84–85; ka Orav 1999: 36–45). Esimesed on kodumaised koomiksid: *Postimehes* ilmub laupäeviti Romulus Tiituse Toslemi-koomiks, *Wabas Maas* Beatrice Tobiase “Venno seikleb” (üheksa osa 1935. a oktoobris-novembris). Viie aastaga kasvab koomiksrite hulk plahvatuslikult ja 1940. a esimesel poolel moodustavad koomiksid joonistustest u 60%, neid ilmub iga päev ja kõigis lehtedes. Nüüd on enamik koomikseid välismaised: *Päewalehes* ilmub “Miki-Hiir” (sh pühapäevases numbris poole lehekülje suurune nädalavahetuse-koomiks nagu USA lehtedest pärit traditsioon ette näeb), *Postimehes* “Kippereri-Jaak”, *Uues Eestis* “Koit Kotkapoeg”, “Villem ja Klaara”, “Marje”, “Fantoom”. Vaid *Postimehes* ilmub aasta alguses aegajalt kodumaine Toslemi-koomiks.

### 3.2. Fotod

Kuigi esimesed fotod ilmusid eesti ajalehtedes juba 1893. a, saavad nad igapäevaseks alles 1920. aastate algupoolel.

**Fotode hulk.** 1920. a ilmuvad pärast kahe-kolmeaastast vaheaega eesti ajalehtedes taas esimesed fotod: *Päewaleht* avaldab veebruaris-märtsis kuus fotot, mis kõik on ajendatud Venemaaga rahulepingu sõlmimisest. Rohkem fotosid uuritud lehtedes 1920. a ei ilmu. Võib arvata, et ajalehtedel puuduvad esialgu võimalused fotode klišeerimiseks. Näiteks Romulus Tiitus kirjutab, et tsinki oli nii vähe, et enamik Gori karikatuuridest tuli 1919.–1920. a reprodutseerida puulõigetena (Tiitus 1960: 25). Fotode klišeerimisel oli aga tsink asendamatu.

Fotode hulk hakkab kasvama paari aasta pärast, kui taas on võimalik hankida välismaa väljaannetelt fotode klišeetid ja lasta fotosid ka Eestis klišeerida. Fotode laialdasemat kasutamist ajalehtedes takistab ikka veel ka vilets trükikvaliteet. *Päewalehes* hakkab fotode arv kasvama 1923. a, kui ostetakse uus trükikoja sisseseade, kus on ka tsinkograafiaosakond. Esmaspäevase lehe vahel hakatakse avaldama “Päevalehe lisa // Piltidega ilustatud hinnata kaasannet”, mis on kujundatud nii, et kokkuvoldituna saab temast kaheksaküljeline ajakiri. See lisa ilmub kuuekülgelise numbri kolmandal ja neljandal küljel, s.o keskmisel lahtisel poognal, mis trükatakse paremale paberile ja ilmselt teise masinaga, et pilte kvaliteetsemalt reprodutseerida. Nii on *Päewalehe* tehniline lahendus fotode trükkimisel sarnane Londoni pildilehe *The Daily Mirror* ja selle järgijate omaga 10–20 aastat varem, mis samuti koondasid fotod üksikutele pildikülgedele (Hutt 1973: 86–87; LeMahieu 1988: 76–78). Sellisel koondasid visuaale ka suured vene ajalehed 1890. aastatel (Kisselev 1990: 83).

*Päewalehe* pildilisa sisu on põhimõtteliselt sama kui varasemas erilehes “Kirjandus Kunst Teadus” (1921–1922), aga nüüd ilmub lisaks ka joonistusi ja fotosid kultuurist ja populaarteadusest. Nii sarnaneb lisa sisult ja vormilt (pildi)ajakirjadega, mis ilmusid eesti lehtede nädalalisadena 19. sajandi lõpust I maailmasõjani (“*Eesti Postimehe*” *Õhtused kõned* 1896–1905; *Tallinna Teataja* kirjandusline teadusline lisa *Külaline* 1910–1915 jms).

1924. a muudab *Päewaleht* pildilisa – ja koos sellega fotod – uudislikumaks ja ajalehelikumaks. Aprillis reorganiseeritakse esmaspäevane lehenumber ja nimetatakse see ajaleheks *Nädal*. Eeskujuks seatakse ameerika ja euroopa ajalehtede nädalaväljaandeid: ““Nädal’as” ilmuwad ülewaated välis- ja sisepoliitikast, wested, nowellid, igasugused kirjeldused maailma sündmustest, mitmekesised lugemispalad, pilked, naljad, male jne. Iga numbriga on kaasas suur pildilisa wärwiliste piltidega välis- ja kodumaalt, nagu see seni Eestis weel ilmunud ei ole.” (*Päewaleht* 13. apr 1924).

Ka *Nädalas* paigutatakse fotod kokku ühele leheküljele (tavaliselt lk 3 või 4), mis trükitakse paremale paberile parema kvaliteediga. See tähendab, et *Päewaleht* kogub fotosid ja avaldab neid kord nädalas esmaspäeval ühel pildiküljel “Päewa pildid”, teistel päevadel fotosid tavaliselt ei ilmu. Mõnikord viidatakse esmaspäeval ilmuva foto allkirjas sellele lehenumbrile, kus fotoga seotud sündmusest pikemalt juttu on (nt Johann Köleri portreefoto ilmub 28. aprillil 1924 *Nädalas*, vastav lugu aga viis päeva varem *Päewalehes*).

Keskmiselt ilmub uuritud kolmes ajalehes 1925. a üks foto ühes lehenumbris ja 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis (joonis 4.23). See arv loob vale mulje fotode tavapärasusest kõigis uuritud lehtedes, sest põhiosa fotodest ilmub *Päewalehes* ja ühel kindlal nädalapäeval. Fotode kogumine kestab *Päewalehes* kaks aastat, oktoobris 1925 loobutakse esmaspäevastest fotokülgedest ja hakatakse fotosid jagama ühtlasemalt kõigisse lehenumbritesse.

1920. aastate teisel poolel kasvab fotode kasutamine ajalehtedes juba plahvatuslikult, sest suurematel lehtedel on oma tsinkograafiatöökojad ning see teeb fotode klišeerimise lehtede jaoks piisavalt odavaks ja kiireks. 1930. a ilmub keskmiselt kaheksa fotot 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis, 1935 ja 1940 – seitse fotot. 1920. aastate lõpus asuvad ajalehtedes tööle ka eesti esimesed fotoreporterid: Hans Soosaar *Waba Maa* kontsernis ja Artur Kalm *Päewalehes* (*Rahwaleht* 20. jaan 1937: 4; Harro & Somelar 1996: 59; vt ka Woitk 1959: 191–194; *Eesti Ekspress* 5. veebr 2003).

1930. aastate alguses fotode arv ajalehtedes pisut väheneb, ilmselt majanduskriisi tõttu. Kõige suurem on langus *Postimehes* (1930. a keskmiselt seitse fotot 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis, 1935 – neli fotot). 1930. aastate teisel poolel on teistest lehtedest fotorikkam *Uus Eesti* (1940. a ilmub seal keskmiselt 12 fotot lehenumbris).

Kui võrrelda fotode kasutust rahvusvaheliselt, siis on eesti lehtede areng sünkroonis USA ja briti lehtedega, kus fotod muutuvad päevalehtedes igapäevaseks samuti 1920. aastatel (Hutt 1973: 100; LeMahieu 1988: 78). Fotode arvukuselt jäävad aga eesti lehed välismaistest maha. Kõige kiiremini kasvab fotolisuus USA ajalehtedes, kus juba 1920. a on fotode maht 5,5% toimetuse materjali mahust, eesti lehtedes ilmub sel aastal ainult kuus fotot *Päewalehes*. Soome lehtedega võrreldes on mahajäämus väiksem, 1930. a ilmub eesti lehtedes keskmiselt mahult isegi rohkem fotosid kui Soome lehtedes (1920. a eesti lehtedes ~0%, Soome lehtedes 0,5%; 1930 – 5,6% vs 4,5%, 1940 – 5,1% vs 7,4%; välismaised andmed Aromiskis jt 1952: 212–213 ja Leppänen & Leppänen 1979: 36, refereeritud Mervola 1995: 265 kaudu).

Põhimõtteliselt sarnaneb eesti lehtede fotokasutus USA kohalike lehtede omaga (kuigi arvud pole üheselt võrreldavad, sest puuduvad andmed USA lehtede mahu kohta). Väikestes (alla 30 000 tiraažiga) päevalehtedes ilmub seal 1930. aastate lõpus keskmiselt 14 fotot lehenumbris, neist ainult 30% näitab kohalikke sündmusi. Suurlinnade lehtedes ilmub keskmiselt 38 fotot lehenumbris, neist 60% näitab kohalikke sündmusi (andmed Jack Willemi artiklist *The American Pressis* detsembris 1939, refereeritud Radder & Stempel 1942: 348–349 kaudu). Seega 1930. aastatel on fotod ajalehes ikka veel kulukas uudsus, mille arvukus on otseses seoses ajalehede majandusliku tugevusega. Väike leht kasutab rohkem odavaid sündikaadi-fotosid kui kohalike fotograafide loomingut.

Samasugune majanduslik seos kehtib ka eesti ajalehtedes. *Päewalehes*, mida on peetud tollaseks rikkaimaks eesti leheks, ilmub nii mahult kui arvult kõige rohkem fotosid (kuni *Uue Eesti* ilmumiseni). Näiteks 1935. a avaldab *Päewaleht* numbris keskmiselt kaheksa fotot, *Postimees* neli fotot. Kodumaiseid fotosid on peaaegu kaks korda rohkem kui teistes lehtedes (nt 1935. a 83%, teistes uuritud lehtedes keskmiselt 46%). *Päewalehes* ka toimetatakse fotosid rohkem, seal ilmub kõige rohkem ja kõige keerukamaid fotokollaaže. *Päewalehes* on ametis oma fotograaf, kuigi veel mitte täieõigusliku palgalise toimetuse liikmena, vaid honorari eest (Harro & Somelar 1996: 59).

Ka eesti lehed saavutavad sel perioodil oma fotolisuse, toetudes 'kaugematele' (välismaistele) fotodele, mille klišeetid ilmselt levitatakse infoagentuuride kaudu. Välismaiste fotode osakaal on uuritud eesti päevalehtedes pidevalt 60% ringis. Langema hakkab see 1930. aastate keskel (1935 – 42% kõigist fotodest), aga tõuseb taas 1930. aastate lõpus. Põhjuseks on siin II maailmasõda, mida illustreeritakse ajalehtedes arvukate fotodega.

Lisaks majanduslikule seosele avaldub 1930. aastatel ka sisuline seos – massileht pürib suuremale pildilisusele. Näiteks *Waba Maa* avaldab sama palju fotosid kui *Päewaleht* (1935. a keskmiselt üheksa fotot lehenumbriks), aga saavutab selle odavamalt, välismaiste klišeetide ostmisega (kodumaiste fotode osakaal on kaks korda väiksem kui *Päewalehes*).

**Fotode laad.** 1920. aastate alguses on fotod eesti ajalehtedes endiselt pigem dekoratsiooniks, mitte informeerijaks. Enamik fotosid on iseseisvad, nad ei seostu kõrvalasuvate tekstidega. Näiteks keset Juhan Jaiki novelli "Imekala" ilmuvad fotod *Päewalehe* uuest majast, luuletaja Ado Reinvaldist (75. sünniaastapäeva puhul) ning "esimesest Eesti sümfoonia-kontsertide korraldajast ja õhutajast" Otto Hermannist (muusikalise tegevuse 25. juubeli puhul; *Päewaleht* 18. dets 1922).

1920. aastate keskel hakatakse fotosid kasutama ka (eesti) uudiste kajastamisel, esialgu eelkõige erakordsete sündmuste puhul (uue valitsuse ametisseastumine, riigivisiidid jms), 1930. a paiku ka argisündmuste puhul. Näiteks kirjutab *Waba Maa* 20. augustil 1930, et eelmisel hommikul saabus Tallinnasse ookeaniaurik 530 inglise turistiga, ja loo juures ilmub kaks fotot, mis on ilmselt üles võetud vahetult eelmisel päeval.

1930. aastate fotod on 1920. aastate omadest argisemad ja meelelahutuslikumad: portreed näitavad sündmuste keskseid tegelasi (lisaks poliitikutele sportlased, iluduskunin-gannad, juubilarid, surnud), sündmusfotod näitavad peamiselt spordivõistlusi ja suuri õnnetusi. Kohalikku seltsielu illustreerivad endiselt hoonete fotod ja grupiportreed. Välismaised fotod on enamasti iseseisvad, ei kuulu lugude juurde. Sisult on nad eesti fotode sarnased, visualiseerides poliitikasündmusi, rongiõnnetusi ja tulekahjusid, lisaks avaldatakse *human interest* fotosid (nt foto "Sale joon ka kokkade ideaaliks." näitab Berliini kokki võimlemas – *Päewaleht* 14. juuni 1930)

1930. aastate lõpus hakkab taas ilmuma sõjafotosid. Võrreldes I maailmasõja aegsete fotodega on sõjafotod nüüd aktuaalsemad, sündmuste- ja isikukesksemad, nt "Rünnakrühm valmis väljumiseks." (*Postimees* 11. jaan 1940). Ka paigutus on erinev, sõjafotod pannakse vastavateemaliste tekstide juurde (vt lisanäide 3, lk 415). Nagu I maailmasõja ajalgi, näidatakse rindelinnu sageli rahuaegsena (nt 15. märtsil 1940 ilmub *Päewalehes* neli fotot Venemaale loovutatavatest Soome aladest, "nagu see kõik oli enne sõda"). Aga ilmub ka fotosid sõjapurustustest (nt "Õhurünnaku hävitatud raudteejaam Prantsusmaal" *Päewalehes* 14. juunil 1940).

**Fotode suurus ja laius.** Fotode keskmine suurus püsib enne 1940. a väga stabiilselt 65–75 cm<sup>2</sup> vahel (joonis 4.25). Fotod on tavaliselt kuni kolme veeru laiused (joonis 4.24). Kõige rohkem ilmub üheveerulisi fotosid (u 40% kõigist fotodest), enamasti on need portreed. Kahe-kolmeveerulisi fotosid on 1930. a 44%, seejärel langeb nende osakaal 10% võrra. Põhjuseks on fotokollaažide kasutamise kolmekordne kasv. Seetõttu ilmub küllalt palju ka veerust kitsamaid ja 1,5veerulisi fotosid (à 10–15%). Kolmest veerust laiemad fotod on väga haruldased, neid avaldatakse n.ö riikluse kinnituseks: riigivisiitide, vabariigi sünnipäeva tähistamise jms puhul.

Nagu öeldud, hakatakse 1930. aastatel kasutama palju kollaaže, eelkõige kodumaistes fotodes (eesti lehtedes avaldatud välismaistes fotodes kasutati kollaaži juba enne I maailmasõda). 1925. a kuulub kollaažidesse 18% fotodest, 1930 – 9%, 1935 – 34%, 1940 – 31%. Nii püütakse fotosid 'tihendada', mahutades sündmuste visualiseerimiseks samale pinnale

rohkem ja mitmekülgsemat infot, nt Monte Carlo autovõidusõidu start (*Päewalehes* 25. jaan 1930), vabariigi sünnipäeva tähistamine (näide 8.1).

**Fotode kuju** muutub enne 1940. a vähe (joonis 4.26). Ülivaldavad (üle 90%) on nelinurksed fotod ja nende osakaal tõuseb pidevalt. Umbes 5% fotodest on siluetid (enamasti portreed kollaažides), 2-3% ovaalsed (enamasti portreed), 2-3% muu kujuga fotod (peamiselt kollaažidesse kuuluvad diagonaalselt vm lõigatud fotod).

1940. a on fotode kuju lihtsustunud, siluett- ja ovaalsed fotod on lehtedest peaaegu kadunud. Muu kujuga fotode osakaal on tõusnud, kuna *Uues Eestis* kasutatakse 'kunstipäraselt' ärälõigatud nurkadega fotosid (nt 9. jaan 1940: 3-4).

#### 4. Teabegraafika

Teabegraafikat avaldavad vabariigiaegsed ajalehed vähe, aga varasemast veelgi stabiilsemal määral. 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis ilmub keskmiselt 1,2–1,3 teabegraafikat (s.o 1,2–1,4 teabegraafikat lehenumbri; joonis 4.28).

Teabegraafika temaatika muutub 1920. aastate alguses, tuues väga selgelt esile Eesti muutuvad ühiskondlikud ja majanduslikud olud. Näiteks avaldatakse valitsuse kinnitatud meremeeste palgad, Eesti tulumaksumäärad, sõjaväe varssadega määrade ruunade vastu vahetamise ajad ja kohad, piirituse müük tšekkide alusel. Koos olude stabiliseerumisega kasvab regulaarselt avaldatava teabegraafika hulk. Suur osa sellest on majandusstatistika: Tallinna "börse" kursid, karjasaaduste hinnad Londonis, peekonsigade kokkuostuhinnad, turuhinnad viimasel nädalal jms. Regulaarselt ilmuvad ka loosivõitude tabelid, maleülesanded jms.

Endiselt moodustavad enamiku teabegraafikast tabelid, aga nende osakaal väheneb pidevalt: 1920. a on tabelleid u 90% teabegraafikast, 1935 – alla 80% ja 1940. a esimesel poolel ainult 57% (joonis 4.29). Tabeleid kasutatakse peamiselt majandusstatistika edastamiseks.

Kaardid kaotavad pärast maailmasõja lõppu oma olulisuse ning neid avaldatakse nüüd väiksemana (ühe-kaheveerulisena) ja tagapool, mitte lehenumbri alguses. Kaarte on tavaliselt 4-5% teabegraafikast, 1930. aastate keskel hakkab aga nende osakaal kasvama seoses sõjaliste konfliktide sagenemisega ja 1940. a on kaarte peaaegu veerand teabegraafikast.

*Päewaleht* ja *Postimees* avaldavad regulaarselt maleülesandeid, neid on uuritud lehtedes keskmiselt 5–10% teabegraafikast.

Lisaks neile tulevad kasutusele ka mõned uudsed teabegraafikaliigid: igal aastal ilmub mõni joonis, joon-, tulp- ja sektordiagramm. Jooniseid ilmub kõige rohkem *Päewalehe* rubriigis "Tehnika nurk" ja 1940. a *Uues Eestis*. Diagrammid täiendavad ülevaateid Eesti majandusest omariikluse ajal (vt näide 8.5).

Nii nagu pealkirjadel ja rubriiginimedel, puudub ka teabegraafikal ühtne kujundusstiil, aga endiselt saab eristada kaht teostusvarianti: tüpograafiline ja käsitsi tehtud teabegraafika. Tüpograafiliselt luuakse tabelid ja maleseisud. Neis kasutatakse samu kirju ja kujundusvõtteid kui teksti ladumisel. Käsitsi tehakse kogu ülejäänud teabegraafika: kaardid-skeemid, joonised, diagrammid. Teabegraafika joonistatakse, kirjutatakse juurde (kalligraafilised) pealkirjad ja selgitavad tekstid ning seejärel klišeeritakse.

Teabegraafika temaatika põhjal saab oletada, et suur osa käsitsi tehtud teabegraafikast on loodud väljaspool toimetust. Näiteks diagrammid Eesti majanduselust on ilmselt pärit vastava ala spetsialistidelt, kes on need joonistanud erialaseks kasutamiseks. Ja ajalehed on need avaldanud koos spetsialistide vastavateemaliste lugudega. Sõjakaardid on arvatavasti pärit välismaistest väljaannetest, paljud kaardid on võõrkeelsed (peamiselt saksakeelsed).

1939.–1940. a sõjakaardid toovad teabegraafika kujundusse põhimõttelise muutuse – esmakordselt on andmeid lihtsustatud ja fokuseeritud. Sõjakaartidel on varasemast vähem

# Seakasvatuseft 4. rahvustavahel. näitus-mesfil.

Eesti jannub Daanike järele. — Baconsiigade kasvatatus põllu- mehele suuremaks tuluaallitaks.

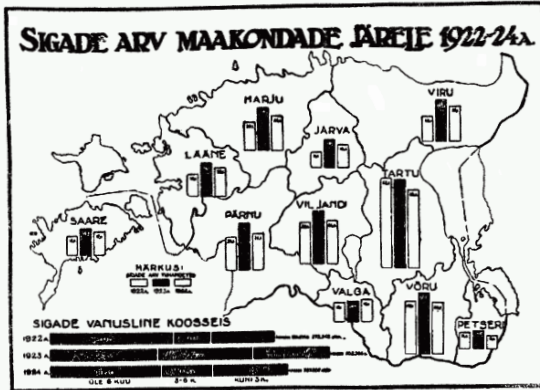


Diagramm nr. 1.

Koos vanemale ja rohkem arenenud põllumajanduslike riikidega on lojatud ka Eestis ilka rohkem ja rohkem seakasvatusele, eriti baconsiigade kasvatamisele tähelepanu pöörduma. Kuna baconsiigade märgitud on muutunud ja muutub niikui põllumehed kui ka riigi suuremaks tuluaallitaks, siis on ka kõik arenemis- püüded selles suunas enam kui loomulikud.

Eoomulikult on ka meie loomad ringkon- nades seakasvatuse arenemisele Eestis jannidatud. Selle harrutamise raiaadantiks on Eesti se- kasvatajate teis ehitatud käesolevale näitus- mesfile eeskujuliku sigade lauda, kus on gita- tud kodumaa sigulamadest paremad tüüsigade eksemplard.

Eesti seakasvatajate teis on omale tüü- märlitiks illesandeks jendnud Eesti seakas- vatust harvilisele kärguile tõsta. Selteks on teisi pooli ehitatud ajastatud siguligade lamad, misjuures tõstamad teisi kontrolli all ja kus puhafterved sigu kasvatatakse ksu lemitamise eesmärgiga. Praegu tõttab seakasvatuse teisi järeltuliole all 14 sigulama, kuna kahe aja- mifeel.

Samuti kuulub seakasvatajate teisi illes- annete ja esmärgide hulka puhaftervaste sigude kasvatamise punktide ja harrutamise ning äri- luse organiseerimine. Ka peab teisi sigade harramatust, mis annab mõnolmale siguliga pu- hafterved sigade arenemise, valmistab ette kon- trollasistente jne.

Tänavuile näitus-mesfile ehitatud sigade- laud tabab rändida asjalt harrumatute, k. l. l. l. korralik teatav tüüsi peab nügema, et haru- likult seakasvatusele edu oleks. Sellesihiliselt sealaute on hakatud ka maal ehitama, kuigi ehk mõhetele arvuil ja eeskujulikumate sigude kasvatajate poolt.

Roos mäijaapandub tüüsigadele on salaa- das näija pandub ka riikliku kogu diagramme, mis näitavad piiku teisi seakasvatuse arent-

mifeel meil ja teistes riikides. Siin jures lootud diagramm nr. 1 annab illesamete sigade arvu üle Eestis 1922.—1924. a. maakondade järele. Nagu diagrammist näha, on sigade arv Eestis 1924. a. märkja lango- nud, mille põhjuseks oli 1923. a. halb põllu- majandusiline aasta ja mille vastu põllupidajad võinud ettevaalmistatud ning selles tõttu sun- nitud oled teharju märgendama. Seljuksd on aga hiljemalt paremünd, kuna uuemad a. h- mech näitavad üti ja suuremat sigade arvu tüüsi.

Jalava 1923. a. sume mõjil pole märgata üksnes Waigamaal. Nagu näha, ojutub si- gaderiikama maakonna Tariumaa, kus oli 1922. a. 68,2 tuhat sigu 1924. a. 60,3 tuhande jee vaastil. Tärgmine sigade arvu poolteil on 2841- jandama. Siia ulatas sigade üldarv 1922. a. 30,6 tuhande jee peale, misjuures arv 1924. a. ühikugi 31,6 tuhande jee peale juures. Tärg- maaal sigade arv oli 1922. a. 24,5 tuhat ja

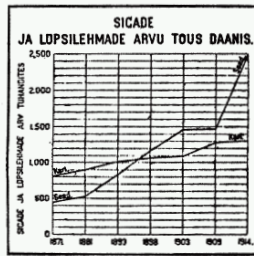


Diagramm nr. 2.

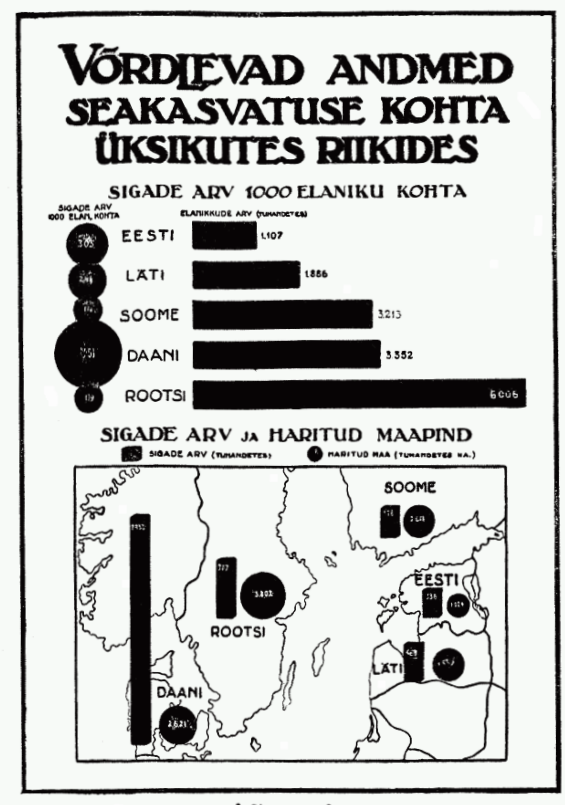


Diagramm nr. 3.

1924. a. 26,6 tuhat. Kõige vähem sigu oli Pefferimaal. 1923. jalava põllumajanduse aas- ta peale maotamata on sigade üldarv 1924. a. liiski suurenenud. 1922. a. oli sigade üldarv Eestis 272.348, 1923. a. 338.336 ja 1924. a. 287.507.

Diagramm nr. 2 märgib andmed seakas- vatuse kohta üksikutes riikides. Nagu näha, on Daani kõigist mäikestest põllumajanduse ri- ikidest kõige suurem sigadekasvatuse maa. Daani põllumees ei tarvita sigade kasvatamiseks luuri ma- oala, vaid ostab Amerrika maali ning Wene- otel. Oma majapidamiselt saabate peakas- vatust juuresvija ja seliselt tõsta. Selle tõsta on üle haritama põllumaa ühikue praal Daanis kasuget rohkem sigu kui teistes maades. Väib- ked, et Eesti kild praegu jama rada. Iga tuhande elaniku kohta tuleb Eestis 305 sigu, Lätiis 248 sigu, Soomes 118 sigu, Daanis 851 sigu ja Rootsis 119 sigu. Nagu näha, ajub

Eesti teisel kohal ja on Daanile teistest riiki- dest kõige rohkem lähenal.

Kolmas diagramm näitab sigade ja lopsi- lehmade arvu tüüsi Daanimaal. Nagu näha, näitab sigade arv Daanis 187 — 1914. a. alalil tüüsi. 1871. a. oli Daanis ümmarguselt 500 tuha sigu, misjuures arv 1914. a. mäikeor- jeks (2½ miljoni jee peale) tüüsi. Väpfillemi oli 1871. a. 800 tuha ja 1914. a. 1.300.000, 1914. a. on sigade arv kasuget kõrsem kui lehmade arv. Selle põhjuseks on asjaolu, et Daani põllumees saab sigade pidamisest raha rütem tagasi, ühtlasi talub Daanis sigu toidu paremini ära kui kart.

Sõja ajal muutusid mofeharrad küll sigade kahjuka, kuid 1924. a. on juba ennetõijaosjele talapinnale ja ifegi üle jõudnud. 1925. a. et- meje 5 kuu jooksul on Daanist daani rohkem näija tüüsi kui tüüsi (üle 2 miljoni Ingilise tüüsi).

## Näide 8.5. Erialane teabegraafika

**Päevaleht 22. aug 1925: 5 (fragment).** Spetsialisti teksti täiendab neli mitmeosalist teabegraafikat, mis annavad kaartide, tulp- ja joondigrammide abil võrdleva ülevaate seakasvatusest Eestis.

kohanimesid jm andmeid, kaardid käsitlevad konkreetset olukorda (näitavad rinnete liikumist jms). Olulisematele faktidele kaardil juhitakse kujunduse ja sõnade abil tähelepanu. Näiteks tähistatakse venelaste pealungisuunad Talvesõjas punaste nooltega (Päevaleht 29. veebr 1940). Ilmselt on kaardid lihtsustatud ja fokuseeritud juba välismaistes lehtedes, aga ka eesti ajakirjanikud hakkavad samu võtteid kiiresti kasutama, näiteks joonistavad ise rindejoont kaartidele. *Rahvaleht* selgitab 15. juunil 1940 ilmuvat Põhja-Prantsusmaa kaarti nii: “Kaardil märgitud punane joon tähistab umbkaudset sõjaliini reedest [s.o eelmise päeva] fronditeadete kohaselt.”



## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

### I. Tekstiplokid

**Lugude kuju** muutub põhimõtteliselt 1920. aastate alguses, kui mitmeveerulised lood saavad eesti ajalehtedes tavaliseks. Kui varem järgnes lugu pealkirjale ‘ussina’, siis nüüd ‘murtakse’ pikemate lugude tekstiveerud nelinurkseteks mooduliteks, kus mitmeveeruline pealkiri ‘katab’ loo tekstiveerge.

Ilmselt ‘veab’ lugude kuju muutumist soov kasutada mitmeveerulisi pealkirju. Seda näitab asjaolu, et sageli ei ole lood tervenisti nelinurksed. Kui kogu tekst ei mahu kahe-kolmeveerulise pealkirja alla ära, siis jätkub ta järgmises veerus lineaarselt (näide 8.6). Ja võib olla ka vastupidi: kui mitmeveerulise pealkirjaga loo põhitekst ei täida kogu nelinurkset moodulit, lisatakse loo lõppu tekstiploki täitmiseks lühiuudiseid (vt näide 8.2, kus kolmeveerulise dünaamidiplahvatus-loo lõppu on küljendatud ilmateade ja lühiuudis ETA-lt). Seega kasutatakse kaht küljendamismoodust: modulaarset ja lineaarset. Kui lugu ei täida esialgselt planeeritud moodulit (nelinurka) täpselt, siis võetakse appi vanamoodne lineaarne küljendamine.

1940. a lehtedes (eriti *Postimehes*) võib uudistekülgedel näha uudset lookuju – mitmeveerulised lood on järjekindlalt ebakorrapärase kujuga, loo esimene või viimane veerg on loo teistest veergudest pikem (nt *Postimees* 1. mai 1940: 1–3, näide 8.7). Inglisekeelses žargoonis on sellise kujuga lugusid nimetatud *dogleg* (võiks tõlkida ‘golfskepp’, kuigi täpne tähendus on teatud käänuga golfirada). Tekstiplokkide ebakorrapärane kuju ei ole juhus või suutmatus paigutada lugusid nii, et nad oleksid nelinurksed (nagu võib öelda hübriidstruktuuri tekstiplokkide kohta), vaid teadlik soov küljendada lugusid tihedalt ühtepõimituna, keeruka ja kireva tervikuna. See võimaldab ühel leheküljel kasutada ka laiemaid pealkirju rohkem.

**Lisaelementide paigutus põhitekstis.** Oluline uus tendents eesti ajalehtedes on visuaalide intergreerimine põhitekstiga. Kui 19. sajandil ja 20. sajandi alguses olid visuaalid ajalehes sageli iseseisvad, nad ei kuulunud põhiteksti juurde, neid esitles sageli vaid pealkiri ja lühike selgitus, siis 1920.–1930. aastatel saab üha tavalisemaks visuaalide lisamine põhitekstidele. Seega võib öelda, et kujunema hakkab tekstiplokk, milles infot esitatakse lugejale nii verbaalselt (põhitekstiga ja paratekstidega) kui visuaalselt (fotodega ja joonistustega).

Samas lisaelementide ruumiline paigutus muutub järk-järgult tekstiga vähem integreerituks ja teksti vähem ‘tükeldavaks’. Eriti selgelt väljendub see fotode paigutuses. Esialgu paigutatakse fotosid kahel viisil. Fotokülgede mitteuudislikes lugudes (*Päewalehes* 1923–1925) pannakse fotod keset teksti, nii et nad ‘hakivad’ tekstiveerud tükkideks (nt *Päewaleht* 31. aug 1925: 3). Sellisel paigutatakse teksti sisse nii iseseisvaid fotosid kui tekstiga seotud fotosid. Tavakülgedel, kus fotosid on vähem, pannakse fotod tekstide serva.

Kui 1920. aastate keskel fotokülgede kasutamisest loobutakse, jääb kasutusele ainult teine, teksti vähem fragmenteeriv variant, kus fotod on lugude servas (sageli ülaservas), nii et nad tekstiveerge ei katkesta, tekst ‘voolab’ neist mööda. Kui loos on mitu fotot, siis paigutatakse nad loos ja leheküljel visuaalselt võimalikult tasakaalustatult ja sümmeetriliselt. Pole ühtset selget reeglit, kas koondada fotod sel juhul kokku, üksteise kõrvale (nt *Postimees* 21. mai 1925: 3) või hajutada laiali (nt *Päewaleht* 23. mai 1925: 3). *Postimees* ja *Waba Maa* pigem koondavad fotod kokku, *Päewaleht* pigem hajutab laiali.

Fotodega sarnaselt paigutatakse lugude servadesse ka visuaalne teabegraafika (näide 8.5). Verbaalne teabegraafika – tabelid – paigutatakse lineaarsemalt. Üheveerulised tabelid pannakse endiselt põhiteksti sisse just selle lause järele, mis tabelit esitleb. Mitmeveerulisi tabelleid paigutatakse aga järjest rohkem modulaarselt – nad võetakse lineaarsest tekstivoolest välja ja paigutatakse lugude serva nagu visuaalid.



pandud visuaalselt kõige tugevamalt ja nelinurkselt kujundatud elemendid: lood koos suurimate-laiemate pealkirjadega, fotod, joonistused. Kui leheküljel on mitu mitmeveerulist elementi, siis ei paigutata neid enam üksteisest eraldi, vaid nelinurksete plokkidena üksteise alla või kõrvale. See loob leheküljele modulaarselt küljendatud alad. Seega saab esmakordselt rääkida moodulstruktuuri kasutamisest. Sealjuures ei ole ploki alati perfektselt nelinurksed, nagu eelmises alaosas juba juttu oli.

Moodulitena küljendatud plokkid panevad lisaks lehekülje ülaseriale ka alanurkadesse. Nii 'tungib' moodulküljendus lehekülje senisesse lineaarsesse struktuuri kahest kohast: lehekülje ülaservast (keskmest) ja nurkadest (perifeeriast) (nt *Postimees* 17. jaan 1925: 2–5; *Päevaleht* 7. mai 1925: 3, 6; 23. aug 1925: 3; *Waba Maa* 15. sept 1925: 3). Sellest võib järeldada, et eesti lehed ei võta modulaarset leheküljestruktuuri kasutusele kalkuleeritult ja läbimõeldult, vaid lisavad modulaarseid mitmeveerulisi elemente lehekülje (=struktuuri) servadesse, kuhu neid on tehniliselt kõige lihtsam paigutada. Tegijate eesmärk on kasutada laiemaid (suuremaid, silmatorkavamaid) elemente, et infot hierarhiseerida (vt tollaste ajakirjanike selgitusi alaosas *Hierarhiseeritus* lk 238–239), ja need elemendid paigutatakse leheküljele võimalikult vähese vaevaga. Selle tulemusena ei tõrju uus modulaarne küljendusviis vana lineaarset küljendust välja. Nelinurksete moodulite vahele jäänud ruum täidetakse lühiuudistega endisel lineaarsel viisil, s.o samal leheküljel kasutatakse koos kaht paigutusmoodust: lineaarset ja modulaarset. Tulemuseks on hübriidne leheküljestruktuur, milles tähtsamad ja pikemad lood on tehtud silmatorkavamaks modulaarse paigutusega.

Esiialgu jätkuvad lühiuudised ka veerust veergu, hiljem valitakse ja paigutatakse nad nii, et üks uudis ei jaguneks mitmesse veergu (vt näide 8.1, kus keskmises veerus ja lehekülje alaservas on lühiuudised).

Kui leheküljel on lisaks ka mitmeveerulisi fotosid ja reklaame, siis võib kahe mudeli kooskasutamine teha lehekülje lugemise üsna keeruliseks, sest laiad fotod ja reklaamid mõnikord 'lõikuvad' lineaarsesse struktuuri, mõnikord asuvad lineaarse struktuuri servas. Seetõttu tuleb vaheldumisi kasutada erinevat lugemismoodust (nt *Päevalehe* esmaspäevane number *Nädal* 9. veebr 1925: 3, kus on kümme fotot).

Modulaarselt küljendatud leheküljeosi ilmub kõigil lehekülgedel. Lehenumbriga alguses on mitmeveerulisi plokkid rohkem, lõpus vähem. Ainus koht, kus modulaarset küljendamist ei kasutata, on joonealune, seal on kõik elemendid (sh pealkirjad) endiselt üheveerulised ja struktuur lineaarne. Joonealuse tähtsus struktureerimisvõttena on vähenenud, võrreldes ajalehenumbriga mahuga kasutatakse seda vähestel lehekülgedel (tavaliselt kahel küljel: järjeharva eraldamiseks ning teatri- ja muusikaosa eraldamiseks).

Kokkuvõttes on modulaarse küljendamise kasutuselevõtt oluline muutus, sest see sugereerib teistsugust lugemismoodust kui lineaarne küljendamine. Lineaarne struktuur eeldab vaikimisi, et lugeja loeb järjest, lause lause järel, lõik lõigu järel, veerg veeru järel, lehenumbriga algusest lõpuni, kui tahab saada ajalehest ülevaate. Moodulstruktuur annab võimaluse valida lugemise alguskohta, elemente vahele jätta, vaadata elemente oma valitud järjestuses ja saada ülevaade toimetuse poolt tähtsamaks peetud infost kogu ajalehte läbi lugemata.

Mitmeveeruliste tekstiplokkide arv ja koos sellega modulaarse struktureerimise osakaal üha kasvab aja jooksul, aga kuni 1940. aastani on tavaline, et leheküljed on hübriidse struktuuriga. Modulaarne küljendamine domineerib, aga tervenisti nelinurkselt kogu lehekülge ei struktureerita. Ilmselt ei püüdnud lehetegijad ainult nelinurksete plokkidega lehekülje poole. Ajakirjanike töö kirjeldustest ja meenutustest tuleb esile, et tähtsaks peetakse üksikute uudiste hierarhia peegeldamist välimuse abil (olulisemate uudiste esiletoomist suuremate-mitmeveeruliste pealkirjadega), aga mitte lehekülje terviklikku ja süstemaatilist struktureerimist (nt *Waba Maa* 4. dets 1920: 4; *Waba Maa* lisa *Waba Maa* 1918–1923 5. dets 1923: 6–7).

Muudatus hübriidsesse mudelisse tuleb 1940. a lehtedes, kui uudiskülgedel (eelkõige sõjauudistes) on kasutusele võetud uudne leheküljestruktuur, kus lood on ebakorrapärase kujuga (esimene või viimane veerg teistest pikem või lühem) ning üksteise all ja kõrval olevad lood on niimoodi omavahel kokku põimitud. Lood justkui ripuvad nurkipidi üksteise küljes. Selline paigutus seob leheküljel olevad lood omavahel tihedalt tervikuks ja juhib lugejat sujuvalt ühest loost teise (vt näide 8.7). Kuna lugude kuju on süstemaatiliselt ebakorrapärane ning elemente ei paigutata lineaarselt ega modulaarselt, siis on tegemist uue struktuuriga kahe senise struktuurimudeli kõrval. Seda võiks nimetada puslestruktuuriks. Inglisekeelses erialakirjanduses on sellist kujundust nimetatud *irregular layout* või tagantjärele *traditional layout* vastandades seda hilisemale moodulkujundusele (*modular layout*; vt Evans 1973: 77–78; Click & Stempel 1974; Baskette & Sissors 1977: 292; Moen 1989: 44–45).

Tollased kujundusõpikud pööravad lehekülje struktuuri analüüsidest tähelepanu peamiselt kompositsiooniprintsiipidele ja mitte lugude kujule, räägitakse sümmeetrilisest ja asümmeetrilisest kujundusesest, lehekülje tasakaalustamise erinevatest viisidest (nt Radder & Stempel 1942: 302–345; Hutt & James 1989: 37–39). Ajalehe välimuse uurimustes keskendutakse samuti lehekülje üldmuljele, mitte lugude küljendamismoodusele (nt Click & Stempel 1974; Barnhurst & Nerone 1991; Nerone & Barnhurst 1995). Selline määramine on aga käesoleva töö kontekstis liiga ebamäärane. *Irregular layout* sarnaneb pigem käesoleva töö hübriidstruktuuriga – mõlemas kasutatakse nii nelinurkse kui mittelinurkse kujuga tekstiplokke, mõlema küljendamisviisi on eelkõige modulaarne, mitte põimiv.

Puslestruktuuri vasteks inglisekeelses erialakirjanduses võib pigem lugeda variatiivse ja eklektilise muljega *circus makeup* (ka *razzle-dazzle*, *jazzy layout*; Arnold 1956: 176–178, 1981: 198; Evans 1973: 83). On raske hinnata puslestruktuuri tekkeaega ja levikut maailma ajalehtedes, sest täpsed andmed sellise kujunduse igapäevase kasutamise kohta puuduvad. Järeldusi saab teha kujundusuurimusi ja -õpikuid illustreerivate näidete põhjal. Nendele toetudes saab öelda, et puslestruktuur tuleb angloameerika lehtedes kasutusele 1920. aastatel (Evans 1973; Hutt 1973), Soome suuremates lehtedes alates 1930. aastate esimesest poolest, väiksemates lehtedes alates 1950. aastate algusest (vt Etusivun 1979; Martinen 1993; Mervola 1995: 274). *Kui* ulatuslikult lääne ajalehed puslestruktuuri kasutavad, jääb selgusetuks. Igatahes levib seda kujundusmoodus kõige rohkem massilehtedes, suurimad ja mõjukamad kvaliteetlehed ei võta puslekujundust üldse kasutusele. 1942. a USA lehekujundusõpikus soovitatakse sellist küljendamismalli kasutada just omavahel sisult seotud lugude puhul (Radder & Stempel 1942: 298–301).

1920.–1930. aastatel hakkavad leheküljed järk-järgult ka eesti ajalehtede sisu struktureerima, st kindlad leheküljed sisaldavad kindlaid teemasid ja/või žanre. Juba I maailmasõja ajal kujunes välja süsteem, et juhtkiri ja järjejutt on teisel küljel. 1920. aastate algusest alates on peamine uudistekülj kolmas lehekülj. Kõige selgem ja järjekindlam on *Waba Maa* struktuur, kus 1930. aastate keskel struktureeritakse lehenumbri algus süstemaatiliselt lehekülgede kaupa: esikülj ja kolmas külj on peamised uudisteküljed, teine külj – arvamuskülj, neljas külj – kultuurikülj “Kultuurkroonika”. Tagapool ei ole teemad alati kindlatel lehekülgedel, nende asukoht sõltub uudiste ja reklaami hulgast. Samas on see süstemaatiline leheküljestatud struktuur implitsiitne, kuna temaatilistel ja žanrilistel lehekülgedel enamasti puuduvad nimesildid, mis selle süsteemi lugejale eksplitsiitseks teeksid (neid kasutatakse vaid väga üksikute teemade puhul, nt “Kultuurkroonika”).

### Näide 8.7. Puslestruktuuriga lehekülj

**Postimees 1. mai 1940: 2** (vähendatud 2,5 korda). Lood on ebakorrapärase (= mittelinurkse) kujuga, nad justkui ripuvad üksteise küljes. Ülejäänud ruum täidetakse lineaarselt lühiuudistega (vasakus alanurgas).



Juba 20. sajandi alguses olid tekkinud üksikud leheküljeosad, mida suureformaadilisel küljel ei kujundatud tavapärase ajalehelikkusega, vaid teisi meediume – raamatut või ajakirja – matkides (vt lk 200/201). Need traditsioonid püsivad ka vabariigi ajal. Endiselt kasutatakse romaaninurkasid, mis on kujundatud raamatupoognana (*Wabas Maas* 1930–1937, *Uues Eestis* 1935–1940). Ilmub lisasid, mis on kujundatud väljalõigatava ja köidetava ajakirjana, nt *Päewalehe* “Kirjandus kunst teadus” 1921–1922, “Kratt” 1925–1940, “Kunst ja Kirjandus” 1932–1940; *Waba Maa* “Maamees” 1920–1925, “Kirjandus ja Teadus” 1921–1922; *Postimehes* “Terwis” 1922 jt.

**Hierarhiseeritus. Visuaalide paigutamine.** 1920. aastate keskel muudab lehekülgede välimust tugevalt kolm asjaolu: pealkirju tugevdatakse visuaalselt (suuremad, laiemad, põhitekstiga kontrastsed kirjad); järjekindlalt hakatakse kasutama visuaale (joonistusi ja fotosid); reklaame – need on toimetuse materjalist visuaalselt tugevamad – pannakse peaaegu kõigile lehekülgedele.

Seetõttu pole leheküljed enam visuaalselt ühetoonilised, vaid kontrastsed. Kontentanalüüsis peegeldab kontrastsuse järsku kasvu 1920. aastate teisel poolel põhitekstilise materjali osakaalu järsk vähenemine visuaalse ja struktureeriva materjali (eelkõige pealkirjade) mahu kasvu tõttu (1925. a on põhiteksti maht 76% toimetuse materjalist, viis aastat hiljem 67%; joonis 4.19).

Just kontrasti abil, tugevamate ja nõrgemate elementide kõrvuti kasutamisega hakatakse lugejale osutama info suhtelist tähtsust. Olulisemaks peetavat infot esitletakse visuaalselt tugevamalt: suurema, laiema pealkirjaga, mille kirjastiil erineb põhitekstist, alapealkirjastatuna, kasutades fotosid/joonistusi, vahepealkirjadega liigendatuna, suurema/paksema tekstikirjaga. Vähemoluliseks peetavat infot esitletakse nõrgemalt: väikse pealkirjaga või ilma pealkirjata, ainult verbaalselt, nõrgalt liigendatuna või ilma liigendamata, väiksema/kõhne-ma tekstikirjaga. Kokkuvõttes: infot hakatakse lugeja jaoks välimuse abil hierarhiseerima.

See on varasemast hoopis erinev lähenemine. Varem süstematiseeriti ajalehe sisu geograafiliselt ja temaatiliselt, andmata lugejale silmatorkavaid viiteid lugude olulisuse kohta. Lugeja otsustas ise, mis on lehes talle tähtis. Nüüd hakkab lugeja eest otsustama ajakirjanik/toimetaja ning lehe välimus väljendab seda otsust lugejale.

Tegemist pole isearengu, vaid teadliku toimetusepoolse muutusega, mis lähtub välismaistest eeskujudest. Nagu ütleb Harald Wellner: “.../ materjaali moodne jaotus [käib] tähtsuse ja sümmeetria järele” (*Waba Maa* lisa *Waba Maa 1918–1923* 5. dets 1923: 6–7). *Waba Maa* selgitab 1920. a uudset põhimõtet ka lehelugejatele: “.../ ja öösisel walwekorral wiibiwa toimetuseliiikme [st lehe küljendamist juhtiva ajakirjaniku] ülesandeks on kõik abinõud selleks ära tarwitada, et päewajooksul sipelga-hoolsusega kokkukogutud lehe sisu lehte niivii-si ära mahutatakse, et iga lehekülg ka väliselt huwitaw paistaks, lehe sisu korralikult osakondadeks jaotataks, nii et iga teadet ruttu kätte wõib leida, tähtsamat ja silmapaistwamat uudist juba esimesel silmamis.[el] jne. tabada.” (A. T. “Igapäewane ringkäik “Waba Maa” hoones” – *Waba Maa* 4. dets 1920).

Sellest tsitaadist selgub veel üks eesmärk – lehe välimus peab olema huvitav. Mida huvitavaks peetakse? Analüüs näitab, et eelkõige kahe põhimõtte rakendamist: 1) tasakaalustatud ja sümmeetrilist kompositsiooni, kus elemendid on korrastatud harmooniliselt ja proportsionaalselt, esteetiliselt meeldivalt ja kaunilt; 2) piisavat visuaalset variatiivsust.

Tasakaalustatud ja sümmeetrilist kompositsiooni kasutatakse kõigil tasanditel, nii üksikutes elementides sees kui elemente omavahel kombineerides. Sümmeetriast ja tasakaalustatusest lähtub pealkirjade-rubriiginimedega vahepealkirjade (tsentreeritud) paigutus, fotode kontsentriiline paigutus kollaažides, lehekülgede jagamine (sümmeetrilisteks) alaosadeks; visuaalide, reklaamkastide, lisavärviga trükitud elementide paigutus leheküljel.

Kui leheküljel on mitu fotot, siis paigutatakse need nii, et nad jaotuksid leheküljele tasa-kaalustatult. Seejuures võetakse arvesse ka leheküljel olevate pildiliste reklaamide paigutust (nt *Päewaleht* 19. jaan 1935: 3). Kui ühe loo juurde kuulub mitu fotot, siis kõige tähtsam neist paigutatakse keskele. Tsentreerimise idee ülimuslikkus tuleb hästi esile lehekülgedel, kus portreefotodega esitletakse mitut tähtsat tegelast – kõige tähtsama mehe pilt pannakse üles keskele (nt Eesti uute valitsuste ministrite portreejoonistused, riigivanema portree ülemises piltidereas keskel – *Päewaleht* 17. dets 1925: 5, 10. juuli 1929: 3; *Postimees* 10. juuli 1929: 1; *Waba Maa* 11. juuli 1929: 5).

Visuaalset variatiivsust lisatakse ajalehte eelkõige paljude erinevate trükikirjade kasutamisega: pealkirju laotakse eri kirjarassides, suurustes ja laiustes; mitme alapealkirja kasutamisega puhul laotakse alapealkirjad erinevates kirjades; teksti ladumiseks kasutatakse erineva suuruse, tiheduse ja paksusega kirju.

Sellisest küljenduspõhimõtete süstematiseeritud esitusest võib jääda mulje, et kujundamise ja kompositsiooni küsimustega tegeldakse ajalehes järjekindlalt ja teadlikult. Nii oli see tollal ilmselt ainult üksikutes ajalehtedes, eelkõige *Waba Maa* kontsernis Harald Wellneri eestvõttel, kes seadis eeskujuks USA ja rootsi väljaandeid.<sup>[18]</sup> Enamikus ajalehtedes olid lehekujundamise põhimõtted rohkem intuiitiivsed, eeskujuks kunstist pärit kompositsioonipõhimõtted, mis igapäevases kiires töös lihtsustunud ja profaniseerunud. Need on traditsioonilised eeskujud, mille poole vaadatakse, aga mille saavutamiseks järjekindlalt vaeva ei nähta.

Sellist suhtumist peegeldab hästi *Päewalehe* vestekirjaniku Heini (Tõnis Braksi) meenu-tus toimetuse töökorraldusest 1930. aastate *Päewalehes*: “Mingit lehe planeerimist ei olnud. Kõik väljast saabunud käsikirjad käisid [tegevtoimetaja] O. Männa käest läbi. /.../ Trüki-kojas seadsid murdjad [= küljendajad] lautud materjali lehe küljendamiseks valmis. /.../ Paarkümmend minutit enne roto [= trükimasina] käivitamist läks siis O. Mänd trükikotta ja küsitles murdjaid: “Noh, mis teil siis täna on kah? Selle paneme siia, selle sinna. Kolmevee-rulise keskele. See foto sobib siia” jne. Et Mänd oli ladumisele antud materjaliga juba varem kursis, siis ei võtnud lehe küljendamine kuigi palju aega.” (Kokk & Aru 2005: 79–80).

## KOKKUVÕTE

1920. aastatel muutub eesti ajalehtede välimus väga järsult. Kõige olulisem on senise võrd-sustava välimuse asendamine hierarhilise ja kontrastsema välimusega, et näidata lugejale eri info suhtelist tähtsust. Selleks võetakse kasutusele erineva visuaalse tugevusega elemen-did (eelkõige erineva suuruse ja laiusega pealkirjad). Koos tugevamate, mitmeveeruliste elementide kasutamisega muutub lehekülje struktuur lineaarsest mittelineaarseks, ruumili-seks. Keskne küljendamismoodus on modulaarne, aga endiselt kasutatakse ka lineaarset küljendamist.

Et teha ajaleht lugejale atraktiivsemaks ja kergemini kasutatavaks, muudetakse ka aja-lehe struktuuri. Rubriikide asemel hakkavad lehe sisu korrastama eelkõige pealkirjad, mis esitlevad infot individuaalsete faktidena senise ühetaolise massi asemel. Pealkirjade sõnas-tus muudetakse konkreetsemaks ja aktiivsemaks. 1920. aastate teisel poolel hakatakse iga-päevaselt kasutama visuaale (fotosid ja joonistusi).

[18] Wellner kirjutas ka esimese eestikeelse reporteri käsiraamatu (1932), mis toetub 1920. aastate USA ja inglise käsiraamatutele.





## 9. IDEOLOGISEERITUD AJALEHT. Eesti ajalehtede välimused 1940.–1980. aastatel<sup>[1]</sup>

1940. aasta suvel, pärast nõukogude võimu kehtestamist Eestis, allutatakse ajakirjandus kommunistlikule parteile ja riigile. Osa lehti suletakse, osa võetakse üle, vallandades toimetuste töötajad (vähesed neist saavad hiljem oma ametikohal jätkata) ja pannes ametisse uuele võimule lojaalsed ja ideoloogiliselt ustavad peatoimetajad-toimetajad (kellel aga puuduvad ajakirjanikutöö kogemused). Tähtsaim kriteerium uute ajakirjanike valikul on ustavus nõukogude võimule ja kommunismi ideedele. “Ajakirjanik peab olema truu töötavale rahvale. Ta peab täie innuga võitlema töötava rahva vaenlaste vastu ja paljastama nende sepitsusi. Kes aga seda ei tee või on nende tegudega leplik, võib hiljem sattuda töötava rahva vaenlaste kilda[.]” nõuab ja hoiatab *Kommunisti* peatoimetaja Nikolai Karotamm ajakirjanike liidu viimasel peakoosolekul 18. augustil 1940 (*Kommunist* 19. aug 1940: 6; vt Høyer 1993: 163–166; Lauk 1995: 242–244; 2010).

Juba 1940. a lõpuks korraldatakse eesti ajakirjandus Moskva juhtnööride kohaselt täielikult ümber. Suletakse peaaegu kõik vabariigiaegsed väljaanded, uusi asutatakse vähe ja vastavalt üleliidulistele ettekirjutustele. Kehtestatakse tsensuur, 23. oktoobril 1940 alustab selleks tegevust Kirjandus- ja Kirjastusasjade Peavalitsuse Eesti filiaal 23 töötajaga (Maimik 1994: 105). Väljaanded on riigi omanduses, nad on nõukogude institutsioonide häälekandjad, nende tiraaž ja maht on ette kindlaks määratud, kuulutuste ja reklaami avaldamist piiratakse otsustavalt (vt joonis 9.1). Eesti ajakirjanduse jaoks on see varasemast täiesti uus olukord, *nii* totaalse kontrolli ja surve all pole varem tegutsetud. See kõik avaldab mõju ka ajalehtede välimusele.

### RAAMISTIK

#### 1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus

Erinevalt varasemast, kui ajalehtede maht allus turumajanduse reeglitele ja varieerus vastavalt kuulutuste ja reklaami hulgale, on nõukogude ajaleht plaanimajanduslik toode ja selle maht on ette määratud. Ühest küljest võimaldab see hoida täpse kontrolli all lehetegemise kulusid, teisest küljest on mahu fikseerimine ka sisulise kontrolli peegeldus.

[1] Käsitlusest jäävad välja aastad 1941–1944, st Saksa okupatsiooni aeg, mil *Tartu Kommunisti* asemel ilmub Tartus taas *Postimees*; *Rahva Hääli* ilmub Leningradis, Moskvas ja Võrus; *Noorte Hääli* ei ilmu 27. aug 1941 – 5. okt 1944. Eestis ilmuvatest ajalehtedest on kesksed *Eesti Sõna* ja *Postimees* (vt Lumiste 1977: 233–237; Høyer jt 1993: 167–174).

Lühikokkuvõttena võib öelda, et paberipuuduse tõttu on Eesti lehtede maht väike (*Eesti Sõnal* 4–8 lk, *Postimehel* 2–6 lk). Lehtede välimused jätab lihtsa ja väheliigendatud mulje: lood on peamiselt nelinurksed, fotosid kasutatakse vähe, pealkirjad on varasemast väiksemad, aga sageli alapealkirjastatud, endiselt kasutatakse väga erinevas kirjas pealkirju (aga uuesti ei võeta kasutusele fraktuuri). Suure osa lehest täidavad sõjasündmuste kajastused ja Saksa võimude ametlikud korraldused, umbes veerandi lehe mahust võtavad kuulutused ja reklaam. 1942. a lõpust 1944. a alguseni on lehtede maht suurem ja välimuses pöördutakse tagasi sõjajaelsete praktikate poole. Rohkem ilmub fotosid, järjest rohkem kasutatakse ebakorrapärase kujuga lugusid ja puslekujundust, lehte mahutatakse ka temaatilisi külgi (nt *Postimehes* “Lehekülj noortele”, “Rahvamajandus”, “Kirjandus Kunst”). Lehenumber struktureeritakse sarnaselt vabariigiaegsega kolme ossa: lehe tuum (s.o tähtsaimad uudised, ametlikud korraldused ja juhtkiri), teemaosa ja argielu (kohalikud uudised rubriigistatuna, kuulutused ja reklaam).

Lehe maht reglementeeritakse kolme parameetriga: numbri maht, il-mumissagedus nädalas ja aastamaht (alates 1970. aastate lõpust). Kõigis parameetrites muutuvad reeglid aja jooksul järjest jäigemaks ja lehe mahtu suurendatakse ainult ametlike tekstide äramahutamiseks (näide 9.1).

**Lehenumbri maht lehekülgedes** (joonis 4.1). Täisformaadis nõukogude päevalehe standardmaht on neli külge. 1944. a, pärast nõukogude võimu taastamist, on lehtede maht veel ebastabiilne, sageli ilmub ka kaheküljelisi lehenumbreid. Aga juba 1945. aastaks on lehtede standardmaht paigas. Paksemaid numbreid avaldatakse esialgu kahel juhul: ideoloogiliselt oluliste sündmuste tähistamiseks-meenutamiseks (nt Lenini surma-aastapäev, Eesti vabastamise aastapäev) ja siis, kui ametlikud tekstid (kõned, aruanded partei kongressidele) on nii pikad, et igapäevased lood neljaküljelisse lehte ära ei mahu.

Alates 1950. aastatest ilmub mahukamaid lehenumbreid ainult siis, kui ametlikud tekstid ei mahu neljaküljelisse lehenumbri ära.<sup>[2]</sup> See on erand, mida esineb üks-kaks korda aastas. Igapäevase materjali lehtemahutamiseks (kui ametlikud materjalid lehe peaaegu täielikult täidavad) mahtu enam ei suurendata, vaid see jäetakse lehest lihtsalt välja.

Alates 1970. aastate algusest avaldab neljast küljest paksemaid lehenumbreid ainult *Rahva Hääl*, mis peab TASS-i<sup>[3]</sup> ametlikke tekste avaldama kõige suuremas mahus (vt Vihalemm & Lauristin 2004: 4–6).

1980. aastaks süstematiseeritakse erandliku mahuga lehenumbrite kasutamine ka statistiliselt, märkides paksema lehenumbri topeltnumbrina. Näiteks 9. novembril 1985 ilmub kaheksaküljeline *Rahva Hääl* (nr 260–261), milles 5,5 lehekülge võtab enda alla tekst “NSVL majandusliku ja sotsiaalse arengu põhisuunad aastaiaks 1986–1990 ning ajavahemikuks kuni 2000. aastani”. Kompensatsiooniks leht järgmisel päeval ei ilmu.

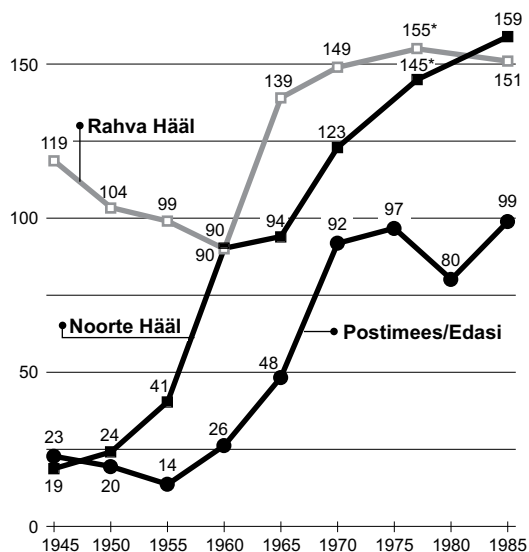
Alates 1979. a erineb teistest päevalehtedest *Edasi* maht, kuna *Edasi* vähendab formaati poole võrra ja lehenumbri paksus kasvab neljalt küljelt kaheksale (pühapäevane number ilmub esialgu neljaküljelisena).

**Lehenumbri maht (m<sup>2</sup>)** (joonis 4.2). Nõukogudeaegse ajalehenumbri keskmine maht on väga stabiilne: kuni 1970. a – 0,75 m<sup>2</sup>, siis maht pisut kasvab ja 1980. aastate lõpus on see

### Joonis 9.1. Päevalehtede tiraažid 1945–1985

Tuhandetes

Nõukogudeaegsete ajalehtede tiraažid ei kujunenud vabalt, vastavalt tellijate-ostjate hulgale, vaid määrati eelnevalt kindlaks. Näiteks 1970. aastate lõpus ja 1980. aastate alguses kärbiti paberipuuduse tõttu *Edasi* trükiarvu.



\* 1977. a andmed

Allikad: Nõukogude Eesti perioodilised väljaanded 1940–1960;  
Nõukogude Eesti perioodilised väljaanded 1961–1970;  
Lauristin jt 1987: 25; Vihalemm 2004: 299

[2] 1960. aastatel ilmuvad *Rahva Hääl* vahel kaheküljelise lisana lotovõitude tabelid, mis on kujundatud u A4 formaadis raamatuks kokkuvõlditavana (ilmuvad 4–8 korda aastas). Kord aastas avaldatakse kaheküljelist lisalehte “Raamatuid kõigile”, mis tutvustab uudiskirjandust.

[3] TASS (Телеграфное агентство Советского Союза, Nõukogude Liidu telegraafiagentuur) – NSV Liidu keskne teabeagentuur 1925–1992.

0,86m<sup>2</sup>. Väike mahukasv on tingitud formaatide muutmisest. Vabariiklike lehtede formaat ja maht suureneb pisut 1970. aastate alguses seoses uute trükimasinate kasutuselevõtuga. *Edasi* keskmine maht kasvab pisut 1979. a, kui minnakse üle peaaegu poole väiksemale formaadile ja poole paksemale lehele (senise nelja külje asemel kaheksa külge, kuuekülgelist lehte uute masinatega trükkida ei saa), ning 1983. a, kui paksemana hakkab ilmuma ka pühapäevane leht (kaheksa külge senise nelja asemel).

**Ilmumissagedus nädalas.** Nõukogude eesti päevalehtede ilmumissagedus on muutumatult kuus korda nädalas, teisipäevast pühapäevani. Erinevalt varasemast ilmuvad lehed ka riigipühadel (k.a siis, kui riigipüha satub esmaspäevasele lehevabale päevale).

Varem iga päev ilmunud lehed viiakse kuuele ilmumiskorrale üle 1940. a septembris. Ainsa lehena jääb igapäevaselt ilmuma *Kommunist*, aga jaanuaris 1941 hakkab ka see ilmuma kuus korda nädalas.

Pärast nõukogude võimu taaskehtestamist 1944. a taastatakse endine ilmumissagedus kiiresti. (*Uus Postimees* ja *Rahva Hääl* hakkavad kuus korda nädalas ilmuma kohe augustis-septembris 1944, vaid *Noorte Hääl* ilmub kolm korda nädalas veel aasta aega (kuni oktoobrini 1945).

1952. a, kui *Edasist* saab Tartu oblasti ajaleht, vähendatakse tema ilmumissagedus seniselt kuult korralt viiele korrale nädalas (ei ilmu esmaspäeval ja neljapäeval). Kuuele ilmumiskorrale nädalas lubatakse *Edasil* tagasi minna alles 1966. a alguses.

**Aastamaht.**<sup>[4]</sup> Kui varem polnud lehtede aastamaht ette määratud, siis nõukogude ajal hakatakse ka seda reglementeerima. Esialgu ilmub aastas 305–310 lehenumbrit (1232–1262 lk aastas), eri lehtede aastakäigud on erineva lehenumbrite ja lehekülgede arvuga.

Pärast 1965. a lehtede aastamahtu vähendatakse pisut (306–308 lehenumbrit ehk 1224–1232 lk aastas). Kompensatsiooniks pühadeaegse töötamise eest antakse lehetegijatele pühadejärgsel nädalal puhkepäev ja jäetakse üks leht välja andmata.

1970. aastate alguses lehtede aastamahud süstematiseeritakse. Kõiki uuritud lehti ilmub nüüd aasta jooksul täpselt 1220 lk ehk 305 neljaküljelist numbrit. Kümneni lõpus mahtu vähendatakse, nüüd ilmub aastakäigus viis numbrit vähem ehk 300 neljaküljelist lehenumbrit ja lehtede aastamaht on täpselt 1200 lk.<sup>[5]</sup> Et seda saavutada, peavad lehed jätma keskmiselt kord kuus ühe lehenumbri välja andmata.

## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

Nõukogude ajal on ajalehtede formaadid väga püsivad ja erinevad varasemast vähe (joonis 4.1). Ka formaadid on nõukogude ajalehtede puhul riiklikult reglementeeritud. Süsteem on lihtne ja selge: 'suured' (üleliidulised ja vabariiklikud) lehed on suures, täisformaadis (u A2); kohalikud (rajooni- ja linnalehed) on väikses, tabloidformaadis (u A3). Lehtede formaadi defineerimisel on ametlikult aluseks *Pravda* formaat, võrdluses sellega kehtestatakse teiste ajalehtede formaadid. Näiteks defineeritakse kohalike lehtede maht: "районные газеты /.../ периодичностью 3 номера в неделю на 4 полосах половинного формата "Правды""<sup>[6]</sup> (*Sovetskaja* 1961: 274).

[4] Selle alaosa statistikas ei kajastu *Edasi* maht 1952–1965, mil ta ilmus viis korda nädalas (aastamaht 256–258 numbrit).

[5] *Edasil* pärast formaadi vähendamist vastavalt rohkem: 1979.–1982. a 2204 lk aastas, alates 1983. a 2400 lk aastas.

[6] rajoonilehed /.../ perioodilisusega kolm numbrit nädalas neljal leheküljel, mille suurus on pool "Pravda" formaadist.

Esialgul on selles süsteemis kõrvalekaldeid, sest kuni 1970. aastateni kasutatakse eesti lehtedes vanu, 1920.–1930. aastatel ostetud trükimasinaid ja trükitakse lehti (maksimaalses) suuruses, mida need masinad võimaldavad. Nii ilmub *Noorte Hääl* kuni 1945. a sügiseni väiksemas formaadis, sest teda trükitakse trükikojas “Punane Täht” endise *Waba Maa* kontserni masinatega ja lehe formaat on sama kui *Wabal Maal* aastatel 1920–1938. 1. oktoobril 1945 viiakse *Noorte Hääle* trükkimine trükikotta “Ühiselu” ja suurendatakse formaat sarnaseks *Postimehega*.

1972. a saab valmis EKP KK Kirjastuse uus trükikoda (Pärnu mnt 67 Tallinnas). Sinna koondatakse vabariiklike lehtede trükkimine ja see lubab nende formaadid ühtlustada. Lehekülgede kõrgus ja laius suurenevad paar sentimeetrit.

Kohalikud lehed ilmuvad alates 1952. a tabloidformaadis (42 x 30 cm)<sup>[7]</sup>, ainult *Edasi* jääb endiselt täisformaati. 1978. a ostetakse Tartusse uus, ofsettrükimasin, mis võimaldab trükkida tabloidformaadis lehekülgi. Nüüd kahaneb *Edasi* formaat peaaegu poole võrra, sarnaseks teiste Eesti kohalike lehtedega. Huvitaval kombel on kohalike lehtede üleviimine tabloidformaati ajaliseltsünkroonis esimeste formaadivähendusilmingutega lääne ajalehtedes. Ka seal hakkavad ajalehed (peamiselt kohalikud lehed) esmakordselt formaati vähendada 1950. aastatel (Ottosen jt 2002: 156–157; Boström 2005: 20).

Kokkuvõttes on nõukogude aja lõpuks eesti päevalehtede formaadid samasugused kui pool sajandit varem, ainult *Edasi* formaat on poole võrra väiksem (leheküljesuuruse muutmistendentsi vt joonis 4.3).

**Veerude arv.**<sup>[8]</sup> Kuigi ajalehtede formaat muutub nõukogude aja jooksul minimaalselt (v.a *Postimees/Edasi*), kasvab veergude arv leheküljel sellest hoolimata ja veerud muutuvad kitsamaks. 1940–1941 kasutatakse endiselt viit veergu leheküljel (keskmine veerulaius 6,6 cm), aga kohe pärast sõda hakkab veergude arv kasvama ja veerud kitsenema (joonised 4.4 ja 4.5). Veerge lisab alati esimesena *Rahva Hääl*, seejärel teised eesti lehed.

1945. a hakkab *Rahva Hääl* kuue veeru asemel kasutama seitset veergu, teised lehed jätkavad kuueveerulise laoga ja võtavad seitse veergu leheküljel kasutusele alles 10–15 aastat hiljem: *Noorte Hääl* 1955. a, *Edasi* 1960. a.

1961. a hakkab *Rahva Hääl* kasutama kaheksat veergu leheküljel. *Noorte Hääl* läheb kaheksale veerule üle 1971. a, *Edasi* veerge ei lisa. Kui *Edasi* formaat 1979. a väheneb, hakatakse seal kasutama viit veergu leheküljel. Selline püsib veergude arv nõukogude aja lõpuni. Veerulaius on kõigis lehtedes ühetaoliselt 4,6 cm.

Kokkuvõttes kasvab 50 nõukogude aastaga veergude arv viielt kaheksale (v.a *Edasi*) ja veerulaius kahaneb kahe sentimeetri võrra (6,6 cm → 4,6 cm). Sama trend ilmneb ka nõukogude vene keskajalehtedes, näiteks *Pravda* kasutab 1945. a kuueveerulist lehekülge, alates 1960. aastate lõpust aga kaheksaveerulist lehekülge.

Lääneriikides muutub sel ajal veergude arv leheküljel erinevalt. Angloameerika lehed vähendavad veergude arvu: 1940. aastatel on standardiks kaheksa veergu, 1970. aastatel minnakse üle seitsmele ja kuuele veerule (Radder & Stempel 1942; Evans 1973: 69; Sissors 1974; Stone jt 1978: 764; Utt & Pasternack 1985: 29). Soome lehed, vastupidi, suurendavad veergude arvu: 20. sajandi algusest alates tavalise seitsme veeru asemel võetakse 1950. a paiku kasutusele kaheksa veergu leheküljel (vt Etusivun 1979; Mervola 1995: 261). Saksa ajalehed kasutavad stabiilselt vähem ja laiemaid veerge, sel ajal on kõige tavalisem neljaviiveeruline lehekülge (Dovifat & Wilke 1976: 134; Evans 1973: 70–71).

[7] Kasutan terminit tabloidformaad ainult väikseformaadilise ajalehe tähenduses, mitte tabloidse sisuga ajalehe tähenduses.

[8] Siin on juttu standardsest veergude arvust leheküljel ja standardsest veerulaiusest, alates 1960. aastatest hakatakse üksikutes leheosades ja lugudes veerulaiust varieerima (vt *Leheküljed*, lk 284).

### 3. Ajalehenumbri struktuur

Lehenumbri struktuuri alusel jaguneb nõukogude aeg kolme faasi: stalinistlik aeg, ‘sulaaeg’ ja stagnatsiooniaeg. Järgnevalt käsitlen neid faase üksteise järel eraldi, et pöörata tähelepanu just sel ajal iseloomulikele muutustele.

**Stalinistlik aeg (1940.–1950. aastad).** Lehtede sisu ja struktuur muutuvad kohe pärast nõukogude võimu kehtestamist 1940. a suvel. Kõige suuremad temaatilised muutused on uudiste osa vähendamine ja meelelahutuslikkusest loobumine.

Seni igapäevased mahukad kohalike lühiuudiste rubriigid, mis asusid lehenumbri lõpus, tõmmatakse kokku ja likvideeritakse. Uued lühiuudiste rubriigid ei ilmu iga päev ja on varasemast ‘kitsamate’ nimedega (nt “Töötava rahva elu”). Kaovad ka muud igapäevased pisikesed inforubriigid: sünnipäevalaste nimekirjad, lühilood juubilaridest, majandusstatistika. Seda muutust peegeldab hästi rubriiginimede hulga vähenemine. Kui 1940. a esimesel poolel ilmus ühes lehenumbris keskmiselt 20 silti, siis aasta teisel poolel kaks korda vähem (joonis 4.18).

Muudatus on otseselt ideoloogilise taustaga, nagu näitab *Rahva Hääles* ilmunud kohalike lehtede kriitika: “Nad [kohalikud kirjasatjad] kirjutavad laulukooride asutamisest, mõne pedagoogi 35-aastasest teenistusjuubelist ja näärupidustustest, mille kavas on lühinäidend “Noore neiu süda” ja kus tantsust osa võtvat isegi näärivana. Kuigi sellistel pidudel on õilis eesmärk – toetada võitlustes langenud punaarmeeleaste perekondi jne., ei tohiks bolševistliku lehe sõnumid siiski laskuda kodanlikus ajakirjanduses moes olnud mageduseni.” (*Rahva Häälel* 14. jaan 1945).

Kohe loobuvad eesti lehed ka meelelahutuse avaldamisest. 1940. a juuli lõpus lõpetatakse koomiksitate avaldamine, seejärel kaovad huumorirubriigid, naiste- ja filmirubriigid. *Postimehe* pühapäevane huumorikülj “Sädemed” asendatakse ateismi propageeriva küljega “Usk on oopium rahvale”. Pärast sõda ilmub vaid *Noorte Hääles* nädalavahetusel “Puhkepäeva lehekülj”, kus avaldatakse vene väljaannetest tõlgitud ‘kergeid’ lugusid (nt male ajalugu, kohtumised Hollywoodi filmitähtedega), anekdoote, ristsõnu, ilukirjanduslikke palu.

1940. a teiseneb ka järjejutude temaatika. Pärast sõda ei avalda ajalehtedes järjejutte enam üldse. Aseainena ilmub vaid *Noorte Hääles* nädalavahetusel ilukirjanduslikke palu.

Nii viiakse eesti ajalehed hoopis teise, ideologiseeritud ajakirjandusparadigmasse, kus kogu ajalehe sisu ja struktuur on rakendatud ühe, riiklikult ja parteiliselt ‘õige’ ideoloogia teenistusse. Eelnevast, vabariigiaegsest erineb ajalehe struktuur viies olulises punktis.

Esiteks on lehe liigendus temaatiline, samateemalised lood on koondatud sõltumata nende žanrist. Vabariigi ajal oli liigendus eelkõige žanriline ja ainult üksikutes alaosades temaatiline (nt “Majandus”).

Teiseks on teemade järjestus uudistekeskse asemel ideoloogiakeskne: lehenumbri alustavad ametlikud tekstid ja uudised<sup>[9]</sup> NSVL-st, seejärel ilmuvad propagandistlikud jm pikemad artiklid, siis uudised ja pikemad artiklid Eestist, kõige lõpuks välisuudised ja sport.

Iseloomulik on see, et nõukogude ajalehe esikülj on *positiivne*. Ainsad negatiivsed uudised, mis sinna pääsevad, on Nõukogude riigijuhtide ja kosmonautide surmad. Nõukogude ajakirjandus vaikib suurtest õnnetustest, kuritegudest jm negatiivsetest sündmustest. Kui vaikida pole võimalik, siis avaldatakse lühike ametlik teade ajalehe viimasel küljel.<sup>[10]</sup> Välis-

[9] Termin ‘uudised’ kasutamine nõukogudeaegsete lehtede kohta on tinglik, kuna vormiliselt uudistena esitatavad tekstid erinevad varasemast ja hilisemast nii temaatikalt kui struktuurilt (vt Harro 2000a; Harro-Loit 2005; Lauk 2005).

[10] Hilisemast ajast pärit karakterne näide on Tallinnast startinud lennuki hukkumine mais 1985, millest teatab paarilausealine tekst “Teadanne” ajalehe viimasel küljel (*Rahva Häälel* 5. mai 1985).

maistest sündmustest esiküljel ei räägita, väga üksikuid erandeid tehakse tähtsate liitlasriikide juhtidele. *Rahva Häälel* õpetab: “Esiküljele tuleb tõsta ikkagi kohalikke päevauudiseid, kuna välisriikide rubriik võiks hea eduga olla viimasel küljel.” (*Rahva Häälel* 14. jaan 1945: 3).

Kolmandaks liigendatakse uudised poliitilis-geograafiliselt nagu tsaariaegsetes lehtedes. Kui vabariigiaegsetes lehtedes olid päeva tähtsamad uudised lehenumbri alguses koos, kõrvuti uudised Eestist ja välismaalt, siis nüüd eraldatakse välisuudised lehenumbri lõppu, viimasele küljele ja neid ei panda segamini Eesti ja NSVL-i uudistega.

Uudisterubriike ilmub väga vähe, nt 1955. a *Rahva Hääles* ainult kolm: “Tallinnast ja vabariigist”, “Vennasvabariikidest”, “Kehakultuur ja sport” (vt ka näide 9.6). Rubriiginimesid kasutatakse peamiselt pikemate üksiklugude sildistamisel. 1955. a *Rahva Hääles* ilmub kümme sellist silti (“Partei elu”, “Ajakirjanduse ülevaade”, “Kino” jm).

Neljandaks hakkavad lehenumbrit struktureerima leheküljed, kuna lehtede standardmaht on ainult neli lehekülge. Kuigi lehekülgede päisesse ei trükita lehekülgede nimesid, on see süsteem niivõrd kindel, et võimaldab ajalehtede sotsioloogilisel uurimisel nii 1960. aastatel kui 1980. aastatel küsida: “Milliseid lehekülgi loete?” ja anda vastusevariantideks lihtsalt leheküljenumbrid (vt Uus 1985: 41–42; Tamre 1989).

Viiendaks kaob ajalehtedest nädalarütm, kindlatel nädalapäevadel ilmuvad rubriigid suletakse kui ideoloogiliselt sobimatud, samas ei looda ka uusi regulaarseid teemarubriike või erilehekülgi. Ainsad erandid on *Edasi* (olme)kriitikarubriik “Valgust varjukülgedele” (pühapäeviti) ja *Noorte Hääle* “Puhkepäeva lehekülg”.

Nende muudatuste tulemusena saab stalinismiaegse eesti ajalehe struktuuri kirjeldada lehekülgede kaupa.

**Lk 1** võiks nimetada RIIK ehk Loov Ülesehitustöö Nõukogudemaal. Leheküljel on tavaliselt juhtkiri, teated NSVL-i riigijuhtide tegevusest (kohtumised teiste riigijuhtidega, kõned, läkitused jms), ametlikud materjalid (seadlused, määrused jms) ja riiklikult olulised positiivsed uudised Eestist ja NSVL-st. Peamiselt räägivad need päevakorral olevatest kampaaniatest (nt valimisteks valmistumine) ja põllutöödest (näide 9.2).

**Lk 2** – PROPAGANDA. Siin avaldatakse pikemaid artikleid, lugejate kirju, räägitakse ajaloost, teadusest, kritiseeritakse kohalikke lehti. Teisel küljel asuvad paljud rubriigid, mis ilmuvad kord nädalas või harvem. Ka temaatilised erileheküljed asuvad tavaliselt siin.

**Lk 3** – EESTI. Siin ilmuvad lood sotsialistliku elu headusest Eestis. Avaldatakse innustavaid ja nõu andvaid tekste: “Kõik jõud põllutööde kiireks lõpetamiseks”, “Ostarbekohane söödajuurvilja koristamise viis” (*Edasi* 30. sept 1950). Kritiseeritakse “mahajääjaid” ja avaldatakse enesekriitilisi vastuseid asutustelt, mida ajalehes on kritiseeritud, õpetatakse nõukogude pühi õigesti tähistama.

**Lk 4** – MAAILM ehk Välisuudised, sport ja pisiinfo. Siin paiknevad välisuudised ja spordiudised, lisaks teadaanded (koosolekutest, kariloomade kokkuostust, lauluharjutustest), raadiokavad, kultuurikuulutused, nekroloogid (vt näide 9.11).

Selline lehenumbri struktuur, mille põhitunnus on alustamine (riiklikult) olulise ja positiivsega, on kopeeritud tollastest nõukogude keskajalehtedest (vt nt *Pravdat* kui kaanoni kehtestajat).

**‘Sulaaeg’ (1950. aastate lõpp – 1960. aastad).** Pärast Stalini surma 1953 muutub lehtede sisu ‘kergemaks’ ja elulisemaks. Hakatakse kirjutama teemadel, millest varem ei kirjutatud – igapäevaelu, tarbimine, vaba aeg –, ja nende teemade kajastamiseks luuakse regu-

## Näide 9.2. Ajalehe esikülj 1940.–1950. aastatel

*Edasi* 28. dets 1950: 1 (vähendatud 2,5 korda). Iseloomulikud on pikad liigendamata lood, üksikud visuaalid, väikesed pealkirjad, mis on laotud erinevates, aga visuaalselt sarnastes kirjades.



laarsed teemarubriigid. Rohkem kirjutatakse kultuurist, taas ilmub filmi- ja raamaturensensioone. *Edasis* hakkab igal pühapäeval ilmuma “Kirjanduslik lehekülj” (alustas juba 1951, algul ilmus üks-kaks korda kuus), sellest kasvab välja nädalavahetuse topeltkülj “Kirjandus Kunst”, mis sisaldab ilukirjandust, retsensioone, ülevaateid, portreelugusid, ka uudiseid. Kaks kultuurikülje nädalas on väga suur maht – tervelt 10% *Edasi* nädalamahust. Nädalavahetuse kultuuriküljed ilmuvad *Edasis* kuni nõukogude aja lõpuni.

Taas kirjutatakse igapäevaelust. Näiteks avaldab *Noorte Häääl* 18. detsembril 1955 Inna Aasamaa loo “Kuidas rõivastuda”, mida täiendab kolm moejuonistust. Lehtedesse ilmuvad argielu ja hobidega seotud rubriigid (“Arstlikku nõuannet”, “Kaunis kodu”, “Kalavetel ja jahiradadel” jms). Argielu muutumisest annab märku televisiooni- ja liiklusrubriikide ilmutamiskamine. Luuakse isegi rubriike, mis koondavad lühiuudiseid kuritegudest (nt *Edasi* “Siseasjade osakonnast teatatakse”). *Noorte Hääles* hakkab avaldama ‘kergete’ välislühiuudiste rubriiki “Viimane veerg”.

Luuakse populaarteaduslikke rubriike (kodu-uurimiskülj “Mööda kodukandi radu” *Edasis*, “Noored ja teadus” *Noorte Hääles*).

Kõigis uuritud lehtedes hakkab ilmuma satiiri- ja huumorirubriik (*Noorte Hääles* “Pikker”, hiljem “Tohoh!”, *Edasis* “Herilane”, *Rahva Hääles* “Stopp!”)<sup>[11]</sup>. Taas avaldatakse järjejutte (*Noorte Häääl* alustab 1950. aastate keskel, teised lehed mõni aasta hiljem)<sup>[12]</sup>. Esialgu ilmub neid vähe ja pikkade vaheaegadega, erinevalt varasemast ei ole järjejutul kindlat mahtu, asukohta ega kuju. See viitab, et järjejutt on vähetähtis, ta pannakse sinna, kuhu ruumi on jäänud. Samuti on järjejutt esimene, mis ruumipuudusel lehest välja jäetakse. 1960. aastate keskel saab järjejutt endale kindla asukoha (nt 1965. a *Rahva Hääles* viimase külje vasakus ülانurgas, *Noorte Hääles* kolmanda külje alaservas).

Temaatilise vabanemise ja mitmekesisuse kasvu peegeldab rubriiginimede kasutamise järsk kasv. Kui 1955. a ilmub ühes lehenumbri keskmiselt 7 silti, siis 1965. a 15 silti (joonis 4.18). Ilmselt kasvatab rubriiginimede hulka ka vajadus lahterdamise järele. Nelja leheküljele on lihtsam struktureerida ja planeerida kindlate rubriikide kaupa. Samuti sobib lahterdamine hästi nõukogulikku plaanimajandusse.

1960. aastate keskel hakkab lehtedesse taas tekkima nädalarütm. Paljud temaatilised rubriigid ilmuvad kindlatel nädalapäevadel kindla regulaarsusega (kord nädalas või kord-paar kuus; *Edasi* planeerimisest vt Uus 1985: 39–42).

1960. aastatel hakkab ilmuma lugusid, mis räägivad üksikinimese mõtetest ja arvamustest. Põhimõtteliselt jagunevad need kahte žanri: isikuintervjuud ja kommentaarid. Isikuintervjuudest pikaajalisim on *Noorte Hääle* rubriik “Meie sõbrad, meie tuttavad” (ilmub 1962–1989; ühe intervjuu maht on mõnikord isegi terve ajalehekülj, st veerand lehenumbri mahust; pikemalt vt Kits 1966; Raudnask 2004: 188; Kokk & Aru 2005: 156–159). Autorikommentaare hakkab kõige esmalt avaldama *Edasi*, vabariiklikesse lehtedesse ilmuvad need 1970.–1980. aastatel.

1960. aastatel muutub koos teisenenud sisuga ka ajalehe struktuur.<sup>[13]</sup>

[11] Kohalike lehtede huumorirubriikidest 1950. aastate alguses annab ülevaate Lauringson 1996.

[12] Üks esimesi järjejutte ilmus juba 1950. a, see oli Stalini preemia laureaadi Hans Leberechti jutustus “Teel” (*Noorte Häääl* 17. nov – 27. det 1950).

[13] Siinne üldistus lehekülgede kaupa on tehtud eelkõige vabariiklike lehtede alusel, kohalikul *Eda-*

### Näide 9.3. Ajalehe esikülj 1960. aastatel

**Edasi 17. apr 1965: 1** (vähendatud 2,5 korda). Lehekülj on puslestruktuuriga. Kasutatakse ebakorrapärase kujuga lugusid, palju erinevaid pealkirja-kirju, varasemast rohkem visuaale ja visuaalseid rubriiginimesid (sh esimesi autorivinjette).



Kõigi maade proletariaadid, õhinege!

KUNSTNIKE MAAS

● Kinnitati uued kavandid
● Suvenivre vabariigi aastapäevaks
● Maalpeetaks kunstist lugu



EKP Tartu Linna Komitee, EKP Tartu Rajooni Komitee, Tartu Linna Töörühva Saadikute Nõukogu ja Tartu Rajooni Töörühva Saadikute Nõukogu hääletajad

Nr. 75 (4672) Laupäeval, 17. aprillil 1965 18. aastakäik



Isaajalajõude paljutas, viimastina ja kultuur... Põllumajanduskomiteaar

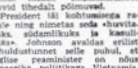
Tänuvõõr on talmevaksuse peamine tähelepanu suunatud kvaliteetsele tootmisele...

Külvielseid meeldetuletusi

viimastina ei senna enam... Nõude majanduse, kus mürgikemikaalide kasutamine on korraldatud ja puhkivastandite kohaldamine üldiselt...



laidlast kohustus Malaisia suhte ja Lühid. Wilson... WASHINGTON, 15. 4. TASSi korrespondent V. Valdehtöö teatab...



MOOSAMBI VÕITLED... DAI 27. SIAAAS 15. 4. TASSi. Moosambi ja Maeda linna libelid Põhja-Moosambis...

VARAD KEEL KESKSE SÕJA... VIKINGSEPP, 15. 4. TASSi. Saaremaal ja Muhu saart järelviide põlvkondade põlvkondadele...

VOLOGODRA, 15. 4. TASSi. Legendaarne Voiga-äärne linna on tekkimise haldusüksus...

Mets kangelaste mälestuseks... Tõuna leinamisel võitlevad õhukõrgendatud põlvkondadele...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941... Berliin linna ehitajad...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad... Berliin linna ehitajad...



Vabariigi põlvkondadele KÕLVATAKSE VALGET MESIKAT

VORMSI SAAR, 15. 4. (ETA). Vormsi vabariigi ahtatid tina valge mesikad...

YALK-PÖLLETÜÜD

KINGISEPP, 15. 4. (TASSi). Saaremaal ja Muhu saart järelviide põlvkondadele...

Mets kangelaste mälestuseks

VOLOGODRA, 15. 4. TASSi. Legendaarne Voiga-äärne linna on tekkimise haldusüksus...

Tõuna leinamisel võitlevad õhukõrgendatud põlvkondadele...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

VABARIIGI AASTAPÄEVAKS

saab Tartu uus, nägus trübid. Projekt tehti linna lüliteltoomise ehituse ja arhitektuurikoosseis...

PARIM ON «SALUUT»

Tartu kinod võivad ära kvartalit liire kokkuvõtteid esitama...

OPPEJOU-LEIDUR

EPA meetodite tehnoloogia ja masinate remondi vahetusepõhine...

AIANDURID KOMBINAADIS

Oma ühiskondliku eesmärgi tähtsuse tõttu on aiandus...

KUIDAS MAITSEID

Ehitasõnaga maitseliseid kaudu...

LINNUALU AUDIOTORIUMIS

Tartu linnaauditoriumi loomise...

MEIE KALALIS

Kuusi Aianduse ja Meidurite...

Tarukaalusiid urimisinstutudile

Meie vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...



VABARIIGI AASTAPÄEVAKS

saab Tartu uus, nägus trübid. Projekt tehti linna lüliteltoomise ehituse ja arhitektuurikoosseis...

PARIM ON «SALUUT»

Tartu kinod võivad ära kvartalit liire kokkuvõtteid esitama...

OPPEJOU-LEIDUR

EPA meetodite tehnoloogia ja masinate remondi vahetusepõhine...

AIANDURID KOMBINAADIS

Oma ühiskondliku eesmärgi tähtsuse tõttu on aiandus...

KUIDAS MAITSEID

Ehitasõnaga maitseliseid kaudu...

LINNUALU AUDIOTORIUMIS

Tartu linnaauditoriumi loomise...

MEIE KALALIS

Kuusi Aianduse ja Meidurite...

Tarukaalusiid urimisinstutudile

Meie vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

BERLIIN KUSTUTAS TULED... 000 vabariigi 8. septembril 1941...

Nõu pöördi loomade eest hoidnud... Berliin linna ehitajad...

**Lk 1** – RIIK JA PÄEVAUUDISED. Esikülj on temaatiliselt mitmekesisem, ühel küljel püütakse anda ülevaade päeva tähtsamatest sündmustest kogu maailmas. Külj sisaldab kõige tähtsamaid uudiseid NSVL-st, Eestist ja välismaalt, mõne spordiudise, ilmateate. Põhitähelepanu on ikka NSVL-i uudistel, spordi- ja välisuudised on lühikesed ega ilmu igas numbris (näide 9.3).

**Lk 2** – PROPAGANDA ja/või EESTI. Selle lehekülje tuum on olemuselt samasugune kui varem, ta sisaldab pikemaid propagandaartikleid. Aga lisaks ilmub mõnikord ka retsensioone, pikemaid artikleid, olukirjeldusi ja uudiseid Eestist, spordiudiseid, temaatilisi rubriike.

**Lk 3** – MAAILM. Justkui peegeldusena NSVL-i paranenud suhetest teiste riikidega tuuakse 1960. aastate keskel välisuudised ja spordiudised neljandalt küljelt kolmandale. Mõnikord ilmub siin ka pikemaid artikleid ning temaatilisi rubriike.

**Lk 4** – VARIA. Viimane külj on sisult kõige 'kergem' ja meelelahutuslikum. Siin on järjejutt, temaatilised rubriigid (nt film, satiir, liiklus, aed), 'hüppavate' lugude lõpud, tele- ja raadiokavad ning kultuurikuulutused ja reklaam.

Samas on lehenumbri struktuur on varasemast juhuslikum ja segasem. Kui ideoloogilist materjali on palju, vähendatakse välis- ja spordiudiste mahtu ning avaldatakse kolmandal küljel ka muid artikleid ja temaatilisi rubriike. Mitmed rubriigid ilmuvad mõnikord teisel küljel, mõnikord kolmandal (nt "Partei elu"), filmirensensioon võib asuda kõigil külgedel peale esikülje. Kõnekas on see, et Eesti uudistel ei ole ajalehes enam oma kindlat lehekülge.

Nii nagu stalinismi ajal, muutub ka nüüd eesti lehtede sisu ja struktuur vene keskajalehede sarnaselt. Sama muutumismuster tuleb kõige selgemalt esile just esikülgedel (vrld nt 1965. a *Pravdat* ja eesti päevalehti).

**Stagnatsiooniaeg (1970.–1980. aastad).** Enne 1970. aastate keskaika hakkab lehtede sisu ja struktuur muutuma ideoloogiliselt 'õigemaks'. Kõige selgemalt on seda näha *Rahva Hääles*, kus ametlikke materjale ilmub märgatavalt rohkem. 1980. a täidab kogu esikülje tavaliselt TASS-i ja ETA ametlik materjal. Esikülj on muutunud uuesti 'Nõukogude Riigi Peegliks', sealt on kadunud välisuudised (v.a juhul, kui need seostuvad NSVL-ga), spordiudised, ilmateade (vt näide 9.4). Spordi- ja välisuudised on viidud tagasi viimasele küljele. Autorirubriike ei ilmu, väliskommentaar tõlgitakse taas vene kesklehtedest.

Teised lehed on *Rahva Häälest* vähemametlikud. *Noorte Hääle* avaldab pikki reportaaze ja portreelugusid, kirjutab palju spordist. Mõöda hiilitakse ka *oma* (eesti autorite) väliskommentaariumide avaldamise keelust. Selleks luuakse kord nädalas ilmuv rubriik "7 päeva", kuhu koondatakse nädala tähtsamad välispoliitilised uudised põimituna toimetajate kommentaaridega. *Edasi* esiküljel ilmub endiselt ka välisuudiseid<sup>[14]</sup>, ametlikke materjale on vähem kui vabariiklikes lehtedes, alles on autorirubriigid, teistest lehtedest rohkem ilmub igapäevaeluga seotud ja inimlähedasi rubriike: "Kirjandus ja kunst", "Lugejaga vestleb", "Aed", "Kodu-uuriija" jt.

Kokkuvõttes kirjeldab *Noorte Hääle* ajakirjanik Tõnu Vare struktureerimise lähtekohta tagantjärele nii: ".../ lehte [pandi] kokku põhimõttel, et esimesel ja teisel küljel peab olema

---

*sil* on pisut teistsugused paigutuskonventsioonid (nt järjejutt ilmub kolmanda külje joonealuses, spordiudised neljandal, viimasel küljel)

[14] Välisuudiseid ilmub esiküljel kuni formaadi vähendamiseni 1979. Edaspidi on esikülj tavaliselt tervikuna pühendatud kohalikele, Tartu linna ja rajooni uudistele.

---

#### Näide 9.4. Ajalehe esikülj 1970.–1980. aastatel

**Rahva Hääle 20. mai 1979: 1** (vähendatud 2,5 korda). Kasutatakse nelinurkseid lugusid, palju suurtähelisi pealkirju. Näha on ka ideologiseeritud ajalehe esiküljele tüüpiline rituaalne temaatika (Nõukogude riigijuhtide kohtumised, autasustamised, paraad, põllutööd).



kohustuslik sundmaterjal (“betoon”), mida püüti siiski oma tarkust mööda üht- või teistpidi elavdada ja lugejale vastuvõetavamaks teha, kolmandal ja neljandal küljel lasti aga sulel lennata ja poeti lugejale lähemale – vesti vahele.” (Kokk & Aru 2005: 163).

Lehekülgede kaupa on ajalehe temaatiline struktuur järgmine.<sup>[15]</sup>

**Lk 1** – RIIK. Esikülge sisaldab tähtsamaid uudiseid NSVL-st ja Eestist, *Noorte Hääles* sageli komsomolikroonikat. Iseloomulik on ‘akna’<sup>[16]</sup> kasutamine – päismiku alla vasakusse ülanurka pannakse kahe-kolmeveerulise fotoga lühike eeskujulugu. Tööpäeviti räägib see tavaliselt tublist töötajast; nädalavahetusel on publitsistlikum (teemaks armastus, kultuur, loodus).

**Lk 2** – PROPAGANDA sisaldab pikemaid propagandistlikke artikleid ja reportaažlikke lugusid. Mõnikord ilmub siin ka retsensioone, uudiseid Eestist, muid artikleid.

**Lk 3-4** – VARIA ja MAAILM. Lehenumbri teises pooles ilmuvad temaatilised rubriigid, uudised Eestist, järjejut, pikemad artiklid erinevatel teemadel, spordi- ja välisuudised. Eri lehtedes on nende teemade järjestus erinev. Põhierinevus on maailmauudiste (st välis- ja spordiuudiste) paigutuses: *Rahva Hääles* ilmuvad need toimetuse materjali lõpus, teistes lehtedes eelviimasel küljel (vt näide 9.12). Kõigis lehtedes on lõpetavad lehenumbri tele- ja raadiokavad ning kultuurikuulutused ja reklaam.

Oluline on see, et nõukogude aja lõpus saadetakse teise ja neljanda külje tekstid trükikotta ladumisele kaks päeva enne lehenumbri ilmumist – see määrab operatiivsemate lugude paigutamise esimesele ja kolmandale küljele.

Iseloomulik on ka temaatiliste rubriikide varasemast süstemaatilisem kasutamine, mis muudab lehtede ülesehituse rangemaks ja staatilisemaks: kindlad rubriigid ilmuvad kindlatel nädalapäevadel kindlatel lehekülgedel. Selge kujunduslik paralleel ilmneb siin 1970. aastate angloameerika ajalehtedega, mis sel ajal võtavad kasutusele temaatilised seksioonid (eraldi volditud ajaleheosad), mis ilmuvad kindlatel nädalapäevadel kindlas järjestuses (Silverstein 1990). Nõukogude Eestis lehtede maht seda ei võimalda, kuid tendents on sama, ajalehe mitmekesise sisu süstematiseerimine kokkusurutud kujul.

Nii nagu sajand tagasi, on ka nüüd peaaegu kõik lood ajalehes jagatud rubriikidesse ja sildistatud (v.a esikülje ametlikud tekstid). Samas aga väheneb 1970. aastate lõpus rubriiginimede kasutamine. Kui 1975. a kasutatakse ühes lehenumbris keskmiselt 16 silti, siis 1980. aastatel 13 silti (joonis 4.18). Siin ongi ilmselt põhjuseks paigutusrutiinide väljakujunemine – kindla teemaga lood ilmuvad kindlas kohas. Näiteks *Edasi* ei sildista laupäeviti ilmuvaid kultuurikülgi, mis on juba alates 1950. aastate lõpust ilmunud numbri kahel keskmisel küljel. Üha rohkem rubriiginimesid hakkab sildistama vaid üht (pikemat) lugu ja põhiosa siltidest ilmub lehenumbri alguses, uudisteosas (välisuudised, sport) on silte vähem. See on vastupidine tendents vabariigiaegsele, kus sildid märkisid ja liigendasid peamiselt lühiduudiste rubriike. Ka siit võib välja lugeda rutiini ja ettemääratust – kogu leht on jagatud väikesteks sildistatud lahtriteks. Tagantjärele vaadates loob see tunde, et lehes pole midagi ootamatut, pole vabadust ja hingamisruumi, kõik on ette ära lahterdatud, kõige jaoks on juba sobiv koht ja silt valmis. Tollases kontekstis ei pruukinud see nii olla, tegijate eesmärk oli kasutada ära lugejate ootusi, eelteadmist, et ta leiab kindla rubriigi kindlal ajal kindlast leheküljeosast (Uus 1985; vestlusest Sulev Uusiga 29. dets 2009).

[15] Siinne üldistus lehekülgede kaupa on tehtud vabariiklike, neljaküljeliste lehtede alusel arvestamata *Edasit*, mis ilmub alates 1979. a kaheksaküljelisena ja väiksemas formaadis.

[16] Terminit ‘aken’ kasutavad eesti ajakirjanikud nõukogude ajal ja ka hiljem (*Mis meil täna ‘aknas’ on?*). ‘Aken’ on esikülje vasak ülanurk, kuhu pannakse sisult kõige tähtsam materjal (juhtkiri, portreelugu vms). Sõna on pärit venekeelsest erialaterminoloogiast, kus seda hakati kasutama 20. sajandi alguse massilehtedes (vt Kisselev 1990: 122).

#### 4. Kuulutused ja reklaam

Kohe 1940. a., pärast nõukogude võim kehtestamist hakatakse kuulutuste ja reklaami avaldamist ajalehes piirama, reglementeerima ja tagaplaanile tõrjuma. Augusti alguses keelatakse anonüümsete kuulutuste avaldamine, kõigil kuulutustel peab olema juures kuulutaja nimi ja aadress või telefoninumber (*Rahva Häälel* 31. juuli 1940, *Postimees* 4. aug 1940). Varasem keerukas asukohasüsteem (erinevad hinnad esiküljel, teksti sees ja lehe lõpus) lihtsustatakse ja kuulutused tõrjutakse lehenumbri lõppu. Privaatkuulutused (surma-, kihla- ja abielukuulutused), mis varem ilmusid tavapärasest erakuulutustevoost eraldi väljatõstetuna (esiküljel, viimase külje tipus), paigutatakse alates oktoobrist 1940 kõige lõppu – viimase lehekülje paremasse alanurka.

Aga lugejad on harjunud erakuulutuste abil suhtlema ja kuulutuste hulk väheneb visalt. *Rahva Hääles* on 1940. a kuulutuste ja reklaami osakaal isegi suurem kui sama aasta esimese poole ajalehtedes keskmiselt (25% vs 23%). Põhjuseks on teiste üle-eestiliste ajalehtede sulgemine ja *Rahva Hääle* väiksem maht võrreldes vabariigiaegsete ajalehtedega. Kui 26. juulil 1940 ilmub viimane *Päevaleht*, siis järgmisel päeval hakkab *Rahva Hääles* ilmuma erakuulutusi varasemast kolm korda rohkem. Erakuulutusi ilmub endiselt ka kohalikus *Postimehes*, aga *Noorte Hääle* erakuulutusi ei avalda, seal ilmuvad vaid teatri- ja kinokuulutused (kuulutuste ja reklaami osakaal on seal 1940. a ainult 1,5%). Alates 3. novembrist 1940 trükitakse impressum selge keeld: “‘Noorte Hääle’ avaldab ainult ametlikke, kirjasutuste ja teatrite kuulutusi.”

Reklaamide hulk hakkab lehtedes vähenema siis, kui erafirmad, reklaamide peamised avaldajad, natsionaliseeritakse. *Postimehe / Tartu Kommunisti* toimetaja Max Laosson selgitab aastakümneid hiljem: “Mitmes küsimuses tuli minna veidratele kompromissidele. Ajalehe majanduslik-finantsilise jalgealuse säilitamiseks pidi ajaleht jätkama näiteks vanu kinoreklaami-traditsioone.” (Max Laosson “Veerand sajandit” – *Edasi* 5. mai 1965). Kas lehe majanduslik kindlustamine ikka oli filmireklaamide avaldamise tegelik põhjus, on kaheldav. Ehk oli peamiseks põhjuseks vajadus pakkuda lugejale olulist infot, säilitada kontakt varasemaga, et lugejaid mitte eemale peletada. Näiteks *Noorte Hääle* kui täiesti uudne väljaanne (noorteleht) ignoreerib varasemaid reklaamitraditsioone täielikult ja avaldab vaid üksikud raamatureklaame, lehe omareklaame (tellige, levitage, “Eeskujuliku noore päev algab ‘Noorte Häälega!’”) ja valimismiitingu reklaame.

Pärast sõda, 1945. a avaldatakse kuulutusi ja reklaami ajalehes juba kindlalt nõukogude traditsioonide kohaselt ja samasugused püsivad need kuni ENSV lagunemiseni. Võrreldes vabariigi ajaga on kolm olemuslikku erinevust. Kuulutusi ja reklaame ilmub varasemast palju vähem. Reklaamide asemel avaldatakse nüüd ‘kaubanduslikke teadaandeid’, milles ei tohi kasutada silmatorkavaid suuri visuaalsed elemente. Kuulutusi ja reklaame ei paigutata enam segamini toimetuse materjaliga, vaid koondatakse lehe lõppu.

1940.–1950. aastatel on kuulutusi-reklaame lehes keskmiselt ainult 2-3% lehe mahust. 1960. aastate alguses kasvab kuulutuste-reklaami hulk keskmiselt 5–8%-ni lehe mahust ja püsib sel tasemel kuni ENSV lagunemiseni (joonis 4.2).

Kui kuulutuste ja reklaami hulk ajalehes kasvab, hakatakse piirama selle lubatud osakaalu ühes lehenumbri. Kuulutuste-reklaami maht ei tohi ületada 12% lehenumbri mahust (andmed Vahur Kalmrelt 23. märtsil 2006; Uus 2009: 245). Piirang puudutab eelkõige kohalike lehti, mis võivad avaldada ka erakuulutusi. Vabariiklikes lehtedes on lubatud avaldada ainult asutuste kuulutusi ning nende kuulutuste-reklaamimahud jäävad sellest ülempiirist kaugele allapoole (vt näide 9.11). Näiteks *Edasis* on kuulutuste ja reklaami osakaal alates 1960. aastate keskpaigast keskmiselt 10–11%, 1980. a isegi 14%; vabariiklikes lehtedes aga 3–6%, 1985. a *Noorte Hääles* erandlikult 9% (ilmub palju õppeasutuste reklaame).

Erakuulutuste avaldamise keeld muudab vabariiklike ja kohalike lehtede kuulutused täiesti erinevaks. Vabariiklike lehtede kuulutustes on vaid meelelahutus ja töö, st ilmuvad teatri-, filmi- ja kontserdikuulutused, 1950.–1960. aastatel ka üksikud tööpakkumiskuulutused asutustelt. Vahel harva erandina ilmub mõni surmakuulutus.<sup>[17]</sup> Kohalike lehtede kuulutustes on näha ka inimeste eraelu: ost-müük, korterivahetused ja -üürimised, surm. Kuni 1960. aastate lõpuni antakse rubriigis “Kohtukuulutused” infot abielulahutuste kohta.

Reklaame pole pärast sõda lehtedes üldse (v.a lehtede omareklaamid). Üksikuid reklaame hakkab ilmuma 1940. aastate lõpus (ajakirjanduse tellimine, mõni raamat, sisevõidulaenu loosimine, jalgpallimatš jms). Tasapisi reklaamide temaatika laieneb. 1950. aastate keskel hakkab ilmuma üksikuid filmireklaame, 1960. a paiku üksikuid poodide, kaupade ja teenuste reklaame (pianiino, poolfabrikaadid jms), 1970. aastatel asutuste pidupäevasoove tähtsaimate pühade puhul (Head uut aastat! Naistepäevatervitus! Oktoobritervitus!).

Kuulutuste ja reklaami paigutus erineb järsult vabariigisaegsest – neid ei panda segamini toimetuse materjaliga, vaid koondatakse lehe lõppu: viimase lehekülje alaserva või paremasse alanurka. 1940.–1950. aastatel võib vanast rutiinist ilmuda esiküljel mõni harv reklaam (nt valimismiitingu kohta), aga see on väga haruldane erand. Hiljem reeglilt kõrvalekaldeid pole. Segregatiivse paigutamise järjekindlust peegeldab hästi ka kontentanalüüs, mis näitab, et nõukogude aja jooksul on kolmveerand lehekülgedest reklaamivabad (vabariigi ajal oli peaaegu kolmveerand lehekülgedest segaleheküljed, mis sisaldasid nii kuulutusi-reklaami kui toimetuse materjali; joonis 4.6). Reklaamivabade külgede osakaal tõuseb veelgi 1979. a, kui *Edasi* hakkab ilmuma väiksemas formaadis ja kaheksaküljelisena

Kuulutuste järjestus on alati samasugune: teatri-, kontserdi- ja kinokuulutused<sup>[18]</sup>, kohtukuulutused (kohalikes lehtedes), tööpakkumised, erakuulutused (kohalikes lehtedes) ja kõige lõpus surmakuulutused. Nii et alustatakse kollektiivsest ja liigutakse individuaalsele. Kui teemade kaupa vaadata, siis alustatakse meelelahutusest ja liigutakse edasi tööle ja eralule, mille lõpus on surm.

Rahvusvahelised võrdlused sel perioodil on vägivaldsed, sest nõukogude ajakirjanduses valitseb plaanimajanduslik süsteem, lääne lehtedes eraomandus ja vabaturumajandus. Siiski võib tuua paralleeliks, et USA lehtedes hõlmavad kuulutused-reklaam 1940. a 43% lehtede mahust, aga kuulutuste-reklaami ja toimetuse materjali ideaalseks proportsiooniks peetakse 50:50. Kui kuulutusi-reklaami on alla 40%, pole see lehele enam kasulik (Radder & Stempel 1942: 286–287). Pärast II maailmasõda reklaami osakaal USA lehtedes üha kasvab: 1952. a on kuulutuste-reklaami keskmine osakaal ajalehtedes 59%, 1960. a 62%, 1970. aastatel tavaliselt 70% (Jones & Carter 1959: 400; John Tebbeli andmed, refereeritud Pietilä 1980: 339 kaudu; Baskette & Sissors 1977: 277). Sama kehtib ka aasia ja aafrika lehtede kohta (Kawanaka 1960: 5; Eze Onu 1981: 111; Tayie 1988: 24).

## 5. Värv

Esimesel nõukogude-aastal suureneb värvikasutus eesti ajalehtedes järsult. Kui 1940. a esimesel poolel kasutati lisavärvi 3%-l lehekülgedest, siis aasta teises pooles neli korda rohkem. Aga see jääb erandiks, edaspidi kasutatakse lisavärvi vähem kui 1930. aastatel (joonis 4.7).

[17] Vabariiklikes lehtedes avaldavad surmakuulutusi partei algorganisatsioonid, ministereeriumid jm tähtsad asutused (hiljem ka ajalehed ise), leinates oma tähtsaid töötajaid (“Raske haiguse läbi lahkunud kallist ülemust polkovnik NIKOLAI KANGROT mälestab ENSV SM Miilitsavalitsuse Valvesakonna kollektiiv” – *Rahva Häääl* 19. apr 1955).

[18] Vaid *Rahva Häääl* tõstab alates 1960. aastate kesksaigast meelelahutuskulutuste algusse kinokuulutused.

Värvikasutuse alusel jaguneb nõukogude aeg kahte perioodi: 1940.–1950. aastad ja 1960.–1980. aastad.

1940.–1950. aastatel on värvikasutus väga napp ja ideoloogiliselt range. Pärast sõda ilmub lisavärvi ainult 10–20 leheküljel aasta jooksul. 1950. aastatel väheneb värvikasutus veelgi (umbes viis lehekülge aasta jooksul).

Lisavärvide valik ja kasutusala kitsenevad: kasutatakse eranditult punast, ainult esiküljel ja ainult ideoloogiliselt olulise rõhutamiseks. Reklaamides lisavärvi enam ei kasutata.<sup>[19]</sup> Värviga tõstetakse nüüd esile lehe nime, esikülje suurimaid pealkirju ja teemakohased loosungeid (“Õpilased, õpetajad – jõudu tööle algavaks uueks õppeaastaks!”, “Head uut aastat, seltsimehed!”), sümboleid (viisnurk, lipp vms) rubriiginimedes ja plakatites, punasega raamitakse riigijuhtide pilte.

Lisavärv on pidupäevanumbrite tähistaja. Mõnel aastal markeeritakse arvuliselt vähem pidupäevi, mõnel rohkem, ilmselt sõltub arv eelkõige värvi olemasolust trükikodades. Kõige olulisemad tähtpäevad on uusaasta, maipüha ja 9. mai, ENSV aastapäev, oktoobrirevolutsiooni aastapäev, valimispäevad.

1960.–1980. aastatel värvikasutus pisut kasvab ja muutub vabamaks. Lisavärviga trükitakse kuni 15–20 lehekülge aasta jooksul. Värv kasutatakse rohkemate tähtpäevade puhul (lisaks varasematele nt nõukogude armee ja sõjalaevastiku päev, naistepäev jms; näide 9.5). Lisaks punasele kasutatakse ka muid värve, kõige rohkem rohelist (peamiselt uusaastanumbrites), harva oranži, pruuni, lillat, sinist. Lisaks esiküljele ilmub mõnikord lisavärvi ka ajalehe tagaküljel. Sellega trükitakse mõni suurem pealkiri, rubriiginimed ning ettevõtete õnnitlused-reklaamid (uusaastasooivid, maitervitused).

Lisavärvi kasutamise traditsioon lõpeb nõukogude aja lõpus üsna sümboolselt. 1990. a on trükikojad amortiseerunud, lehtede trükkimisega ollakse graafikust pidevalt maas. Nii ei tule lisavärvi kasutamine kõne allagi, sest siis võtaks trükkimine kaks korda rohkem aega. Värv, mis nõukogude aja lõpul ajalehtedes ilmub, on tegelikult soovimatu. 1990. a sügisel ilmub alatihti lehenumbreid, mis on musta trükivärvi asemel trükitud pruunika, lillaka või roheka värviga. Põhjus on lihtne – lagunev majandus ei saa trükivärvi tootmisega enam hakkama; et trükivärvi kauem jätkuks, segatakse trükikojas mustale trükivärvile juurde teisi, heledamaid toone.

## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

**Lugude hulk ja pikkus.** Võrreldes vabariigi ajaga ilmub nõukogude eesti lehtedes palju vähem lugusid. 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjal on keskmiselt 60–65 lugu (s.o umbes 45 lugu lehenumbris), 1980. aastatel veelgi vähem: 52–53 lugu (u 40 lugu lehenumbris; joonis 4.9). Nii on eesti ajalehtedes nõukogude ajal pisut vähem lugusid kui 19. sajandi lõpul, aga need lood on pikemad. Põhjuseks on eelkõige lühiuudiste hulga vähenemine: nõukogude lehes ei ole mahukaid kohalike pisiuudiste rubriike, mis vabariigiaegsetes ajalehtedes võtsid enda alla kuni kaks lehekülge. See peegeldab nõukogude lehe keskset rolli – olla propagandist ja organisaator, aga mitte informeerija.

Lühiuudiste vähenemise tõttu on nõukogudeaegsed lehelood varasemast keskmiselt pikemad. Sajandi algusest kuni 1930. aastate lõpuni oli lugude keskmine maht 60–75 cm<sup>2</sup>, nõukogude ajal 100–115 cm<sup>2</sup> (joonis 4.10). Kui teisendada need mahud 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis oli sajandi alguses loo keskmine pikkus 14–17 cm, nõu-

[19] Kui reklaami hulka mitte arvata valimistele kutsuvaid plakateid.



KÕIGI MAADE PROLETAARLASED ÜHINEGE!

# Noorte Hääl

EESTIMAA LENINLIKU KOMMUNISTIKU NOORSOOLIHINGU KESKCOMITEE HAÄLEKANJAJA ILMUB 1940. AASTA SEPTEMBRIST



Nr. 47 (12 445)  
PÜHAPÄEV,  
24. veebruar  
1985

Ühest väga suurest valimisvõistlusest meenub mulle juba mõned aastad eelnevalt, kuidas meid kutsuti, kuidas meid kutsuti, kuidas meid kutsuti... Ühest väga suurest valimisvõistlusest meenub mulle juba mõned aastad eelnevalt, kuidas meid kutsuti, kuidas meid kutsuti...

on tina valimisvõistlusest lastavatel häältesedelitel. Üks soovilistlik ühiskondlik tahab endi sõnades avaldada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

«Jaga nõukogude liinide harmooniliseks arenguks, teema loominguks võimete ja... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

inimese harmoonilise areng pole vähemalt tähtsustatud... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## MEIE PEAESMÄRK

Meie brigadi liikmed nägu... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

## TERVISE HUVIDES

Nõukogude tervishoid on... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

## REKONSTRUEERIMISE TEEL

Suure töölepingu talv... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

Ag on vahelgi suuresti eelal, selline spordil... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## Tallinna maraton

Elu on hõlmav võit... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## IX TALLINNA MARATON

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## Kõik me tahame elada

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



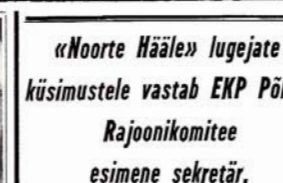
## Phnom Penh

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## New York

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



## Phnom Penh

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...

«Noorte Hääl» lugejate küsimustele vastab EKP Põlva Rajonikomitee esimene sekretär, Eesti NSV Ülemnõukogu alalise noorsookomisjoni esimees MAIA LEOSK

«Meie sõbrad, meie kaastöötajad»

Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada... Kõik me tahame elada...



kogude ajal kümme sentimeetrit rohkem: 23–27 vcm. Lisaks tugevdab lugude pikenemise muljet see, et nõukogude ajal esitatakse osa lühiuudiseid üliväikeses kirjas, ilma pealkirjata, nii et kogu rubriik näeb välja nagu üks pikem lugu.

Tavapärasest lühemad on lood 1960.–1970. aastatel. Siis on lugude keskmine maht u 90 cm<sup>2</sup> (s.o 20–21 vcm). Lühenemise põhjuseks võib olla visuaalide mahu samaaegne hüppeline kasv (vt joonis 4.19) – lugude arv lehenumbris jääb endiseks, rohkemate visuaalide mahutamiseks on lood lühemad. Lood pikenevad taas 1970. aastate lõpus, aga mitte visuaalsuse vähenemise tõttu, vaid lugude arvu vähenemise tõttu. Või vastupidi – pikemaid lugusid mahub lehte vähem.

**Teksti tüpograafia.** Tekstikirja rassi, suuruse ja varieerimise põhjal jaguneb kirjakaasutus kahte faasi: lihtne faas 1940. aastatel ja kirev faas alates 1950. aastate keskpaigast.

1. 1940. aastatel muutub tekstikiri lihtsamaks, väiksemaks ja korrapärasemaks. Kohe 1940. a loobutakse põhiteksti ladumisest fraktuuris (vt joonis 4.11). Uutes lehtedes (*Rahva Hääl*, *Noorte Hääl*) on tekst algusest peale laotud eranditult antiikvas. Vaid *Postimees* / *Tartu Kommunist* kasutab veel ka fraktuuri, aga selle osakaal väheneb üha ja alates novembri keskpaigast on kõik lood laotud antiikvas.

Põhiteksti kirjasuurust vähendatakse (vt joonis 4.12). Suvel 1940 on lehes enimkasutatav kirjasuurus 10p (korpuskiri, 27 rida 10 vcm peal), sügisel üha enam 8p (ptiikiri, 33 rida). See jääb enimkasutatavaks kirjasuuruseks kuni 1990. a. Ilmselt on väiksema kirja kasutamise põhjus eelkõige lehtede mahu vähendamine, sest nõukogude lehekujundusõpikud peavad optimaalseks 9p või 10p kirja (Peinar 1976: 24).

Rahvusvahelises võrdluses on eesti lehtede tollane tekstikirja tavaasuus enam-vähem sama kui USA lehtedes alates 1950. aastate teisest poolest (8p ja 8½p), aga kirjasuuruse muutumissuund on vastupidine. USA lehed on loetavusuuringutest lähtudes tekstikirja suurendanud alates 1920.–1930. aastatest (Barnhurst 1994: 150), eesti lehed aga vähendanud.

Tekstikirja varieeritakse varasemaga võrreldes väga vähe. Kui varem kasutati igas lehenumbris vaheldumisi erineva suuruse, paksuse ja reatihedusega kirju (eriti uudistekülgedel), siis nüüd laotakse enamik lugusid identses kirjas (sama kirjaperekond, -seeria, -suurus ja reatihedus). Enam-vähem ainsad variatsioonid on paks kiri ja suurem, 10p kiri. Erinevalt varasemast ei kasutata neid enam uudiste liigendamiseks, vaid ideoloogiliselt tähtsaima materjali rõhutamiseks. Paks kiri markeerib ametlikke tekste (seadlusi, määrusi jms), aga ka muud olulist (nt järjejutt Stalinist *Noorte Hääl*es 1940). Suuremas, 10p kirjas laotakse juhtkirjad esiküljel. 1940. aastate lõpus kaob 10p kiri ajalehest.

Silmatorikavalt rohkem suurendatakse lõiguvahesid ja reavahesid üksikutes lõikudes ('lühikese lõik läbi'). Selle võttega reguleeriti tekstide mahtu ka vabariigi ajal, aga vähem, kuna siis küljendati osa lugusid ka lineaarselt. Nüüd aga küljendatakse kõik lood nelinurkse plokkidena (vt lk 280) ja mahtude klapitamiseks harvendatakse üksikuid tekstiosi. Seega on reavahede suurendamise põhjuseks lehekülje struktuurimudeli muutmine. Lisaks torkab varieerimine varasemast rohkem silma, sest muid tekstikirja-variatsioone on vähe.

2. 1950. aastatel muutub tekstikirja kasutus kirevamaks. Lisaks varasematele tulevad kasutusele uued kirjavariandid, tekstikirja varieeritakse üha rohkem ja küllalt kindla süsteemi järgi, lähtudes teksti sisust. Lisaks tavalise paksusega püstantiikvale kasutatakse veel kolme kirjavarianti: paksu ja kaldantiikvat ning plokk-kirja.

Paksus (rasvases) antiikvas laotakse endiselt ametlikke, riikliku tähtsusega tekste.

## Näide 9.5. Ideologiseeritud ajalehe pidupäevanumber

*Noorte Hääl* 24. veebr 1985: 1 (vähendatud 2,5 korda). Nõukogude pidupäevade puhul trükitakse ajalehte de esiküljel plakateid ja kasutatakse punast lisavärvi siltides.

Kaldantiikva (kursiiv), mida hakatakse kasutama 1950. aastate alguses, viitab 'kergetele', argisematele ja kultuuriteemadele. Selles laotakse vested ja följetonid, olukirjed jm publitsistlikud lood, lugejakirjad, mõnikord ilukirjanduslikud palad, kultuuriretensioonid, reisikirjad (vt näide 9.3). Kaldkirjas ei laota mitte kunagi ametlikke tekste, 'kõvu' välisuudiseid vms (vt ka Peinar 1976: 35).

Plokk-kirja (groteski) hakati esmakordselt kasutama juba 1940. aastate lõpus, esialgu vähe ja üliväiksena (6p) spordilühiuudistes ja mõnes lühikeses loos. Alates 1950. aastate lõpust kasutatakse plokk-kirja rohkem (vt joonis 4.11) ja nüüd ka tavalises tekstikirjasuuruses (8p). Selles laotakse lühiuudiste rubriike (sport, Eesti ja välisuudised, "Viimane veerg" *Noorte Hääles*), kindlaid üheloolisi rubriike (väliskommentaar, "Lugejaga vestleb" *Edasis*) ja sageli ka muid keskmise pikkusega tekste.

1960. aastatel kasvab kirevus veelgi, aga enam pole selge, mis loogika järgi kirju varieeritakse, eesmärgiks paistab olevat vaheldusrikkus ja teksti 'väärtustamine' (nagu ütleb Peinar 1976: 26jj). Näiteks laotakse rubriigistatud lühiuudised sageli vaheldumisi erinevates kirjades (vt *Edasi* 6. nov 1960, kus rubriigis "Viimased välitelegrammid teatavad" on kõik kuus uudist laotud antiikvas, aga vaheldumisi kolmes erinevas kirjaseerias: kaldkiri, paks kiri ja tavaline püstkiri). 1970. aastatel ilmub peaaegu igal leheküljel nii antiikvas kui plokk-kirjas lugusid. "Mitmesuguste erineva paksuse ja joonisega kirjade kasutamine pakub kahtlemata vaheldust, aitab ajalehe üldilmet huvitavamaks muuta. Kuid kirjade kaudu saab ka ühtlasi väärtustada. On ju loomulik, et toimetuse arvates tähtsam laotakse suuremas ja rasvasemas kirjas. Samuti kasutatakse olulise esiletõstmiseks sõrendusi, kursiivi, allakriipsutusi – kõike, mis paistab välja ajalehe tavalisest kirjast," selgitab Sirje Lausvee oma diplomitöös (1975: 17).

Enimkasutatav kirjasuurus on endiselt 8p, aga lisaks sellele laotakse põhitekti esmakordselt eesti ajakirjanduses ka 8p väiksemas kirjas – 6p kirjas (nonparellkirjas, 43-44 rida 10 vcm peal). Nii tilluke tekstikiri märgib perifeerseks peetavad teemad: spordilühiuudised, teadaanded, välislühiuudised, üksikud pikemad lood (nt "Raamatusõpradele" *Edasi* 4. nov 1960). Mõnes pikas loos laotakse ka üksikuid lõike väiksemas kirjas, eesmärgiks mahutada lugu lehte ilma lühendamata.

Kirevust lisab ka erinevate kirjatiheduste kasutamine: pikemad tekstid tihedusega 8/8p ja ka 8/10p, pealkirjata lühiuudised 6/6p. Alates 1960. aastate lõpust harvendatakse üha rohkem üksikuid tekstilõike, sest taas tuleb kasutusele moodulkujundus, kus kõik tekstiplokid on nelinurkse kujuga.

**Autorinimi.** USA lehed hakkasid autorinimesid kasutama 1920.–1930. aastatel ning uurijad on selles näinud uudiste subjektiivsuse selget väljendamist ja professionaliseerumise peegeldust, lahtiütlemist varasemast naiivsest empiritsismist, et faktid räägivad uudistes enese eest. Ajakirjanik on nüüd ekspert, kes lugejale infot tõlgendab ja oma nime tõlgendusele lisab (Schudson 1978: 144–145; Barnhurst ja Nerone 2001: 200–201, 248–249). Eesti ajalehtedesse toob autorinimed nõukogude võimu kehtestamine ja siin on põhjendused hoopis teised.

1930. aastatel märkisid eesti lehed autorit mingil moel (akronüümi, perekonnanime või pseudonüümi abil) eelkõige arvamusalustes (kultuuriretensioonid, vested, mõnikord juhtkirjad), lisaks märgiti akronüümiga lühiuudiste autoreid. Nõukogude ajalehtede jaoks on selline süsteem lubamatult anonüümne ja seda asutakse kohe muutma. Selge suuna annab kätte lugu "Anonüümsus †", kus öeldakse, et ajalehes ilmuvatel lugudel peaksid all olema autorite nimed täispikkuses (st perekonnanime ja eesnime esitähth), muidugi mitte kõigil, aga "laiemaid teemasid haaravatel" küll (*Tartu Kommunist* 21. nov 1940, autoriks kunagine *Õpilaslõhe* toimetaja, kes kirjutab kirjutab loole alla "Tasa Edur").

Ja seda nõudmist hakkavad lehed täitma. Kui 1945. a ilmub veel ka akronüüme, siis alates 1940. aastate lõpust kuni 1970. aastateni laotakse lugude lõppu tavaliselt autori perekon-

nanimi ja eesnime esitäh. Autorinimi puudub juhtkirjadel ja agentuuriuudistel, kuni 1960. aastateni ka 'sõimulugudel' kodanlikest natsionalistidest jmt.

1950. aastate keskel hakatakse esmakordselt üksikuid autoreid nimetama eesnimega, esialgu mitmeosalistes lugudes (järjejuttudes, olukirjeldustes), 1960. aastatel ka pikemates üksiklugudes, mis ei ole toimetuse liikmete kirjutatud (kultuurirensensioonides, kommentaarides).

Alates 1973. a esitleb *Noorte Hää* kõigi lugude autoreid eesnimega (v.a agentuuriuudised ja ametlikud tekstid), alates 1976. a teeb seda ka *Edasi*. Kõige konservatiivsem on *Rahva Hää*. Veel 1980. a on seal valdav eesnime esitäh ja perekonnanime kasutamine autorite nimetamisel. 1985. a esitletakse ees- ja perekonnanimega toimetuse liikmeid, teised autorid on esitletud endisel ametlikumal viisil.

## 2. Paratekstdid

1940. a väheneb paratekstide arv ajalehes ja püsib kogu nõukogude aja jooksul väga stabiilsena: keskmiselt ilmub 11-12 parateksti kümne loo kohta, vaid 1960. aastate keskel 13 parateksti kümne loo kohta (vabariigi ajal ilmus keskmiselt 14 parateksti kümne loo kohta; joonis 4.13). Põhiosa paratekstidest moodustavad pealkirjad ja rubriiginimed. Alapealkirju ja vahepealkirju ilmub vähe ning nende arvukus on omavahelises korrelatsioonis: 1940.–1960. aastatel ilmub rohkem alapealkirju, 1960. aastatel kasutatakse alapealkirju-vahepealkirju ühepalju, seejärel alapealkirjade hulk väheneb ja rohkem kasutatakse vahepealkirju.

Kokkuvõttes näitab paratekstide kasutamise vähenemine kvantitatiivselt, et nõukogude ajalehed ei pööra info esitlemisele nii palju tähelepanu kui vabad uudistekeskused ajalehed. Lisaks tõstab kontentanalüüs üldisest voost selgelt esile 1960. aastad, mil paratekste kasutatakse rohkem ja vaheldusrikkamalt.

### 2.1. Pealkirjad

**Pealkirjade laad.** Pealkirjastamine on nõukogude ajal seotud loo tüübiga ja selle alusel saab lood jagada kolmeks: ametlikud tekstid, uudislood ja muud lood.

1. Ametlike tekstide (seadlused, ülevaated parteikongressidest, riikliku tähtsusega uudised jms) pealkirjadeks on teemat või info allikat sildistavad fraasid. TASS-i ja ETA ametlikud materjalid kannavad sageli kolme-neljarealisi üksikasjalikke fraas-pealkirju, mida toimetuse ei muuda, nt "Kommünikee NSV Liidu partei- ja valitsusdelegatsiooni Poolas viibimise kohta" (*Edasi* 10. apr 1965; vt ka näide 9.1).

Nõukogude ajal tulevad uudistes taas kasutusele püsipealkirjad ("TASS-i teadaanne", "Olukord Poolas"), mida uudistes polnud kasutatud alates 1910. aastate lõpust (joonis 4.14). Püsipealkirjad on ametlikes uudistes tavalised kogu nõukogude aja jooksul, aga nende hulk kasvab järsult 1970. aastate lõpus. Siis on TASS-il välja kujundatud süsteem, kus iga riikliku rituaali märgib oma püsipealkiri. Kõige rohkem ilmub püsipealkirju 1980. aastate *Rahva Hää*les, mis on kohustatud paljusid TASS-i materjale muutmata kujul avaldama. Hea näide on pealkiri "Seltsimees L. I. Brežnevi kõne" või "L. I. Brežnevi kõne", mis 1980. a viimase kvartali *Rahva Hää*les ilmub 21 korral (s.o keskmiselt igas kolmandas lehenumbri).

Ka teated õnnetustest, millest ei ole võimalik vaikida, pealkirjastatakse püsipealkirjade abil. Näiteks lühiuudis "EKP Keskkomiteelt ja Eesti NSV Ministrite Nõukogult" räägib elektrirongide kokkupõrkest Tallinnas (*Noorte Hää* 5. okt 1980). Ka sellest, et NLKP KK peasekretäriks on valitud Mihhail Gorbatšov, annab teada tekst pealkirjaga "Informatsiooniline teadaanne // Nõukogude Liidu Kommunistliku Partei Keskkomitee pleenumi kohta" (*Rahva*

*Hääl* 12. märts 1985). Selline pealkirjastamisviis viitab, et ajaleht ei pea sündmustest kiiresti teada andma, vaid pigem dokumenteerima ja talletama teatud institutsioonide tegevust.

Nõukogude aeg toob ajalehtedesse ka ühe uue pealkirjaliigi: loosung-pealkirja, mis on sõnastatud selgete käsuna, nt “Tõsta rehepeksumasinat tööjõudlust” (*Edasi* 31. aug 1950), “Alustagem laiaulatuslikku ettevalmistust kohalike nõukogude valimisteks” (*Edasi* 14. okt 1950). Loosung-pealkirju kasutatakse kõige rohkem 1940.–1950. aastatel.

2. Uudislugude (kohalike uudiste, spordi, välisuudiste) pealkirjade laad muutub nõukogude ajal kõige rohkem. Vabariigi ajal tavalisi deklaratiivseid pealkirju kasutatakse vähe, neid asendavad teemat sildistavad fraas-pealkirjad ja püsipealkirjad. Fraaspealkirjad teatavad uudise valdkonna, teema, kõneleja/tegutseja või teksti liigi, nt “Sisseastumiseksamid TR Ülikooli” (*Edasi* 12. aug 1950), “Rassismivastased väljaastumised LAV-s” (*Noorte Hääl* 15. aug 1985). Mõnikord ei selgu pealkirjast isegi mitte loo teema, nt “Laiahaardeline selgitustöö” (*Noorte Hääl* 15. okt 1950), “Tõsine asi” (*Noorte Hääl* 17. veebr 1980). Sellised pealkirjad on analoogsed 19. sajandi ajalehepealkirjadega.

Uudistes kasutatakse ka deklaratiivseid pealkirju, aga need on varasemast napimad ja vähemkonkreetsed, loo sisu saab pealkirja järgi sageli ainult aimata. Nt “Noortebrigaad on parim” (*Noorte Hääl* 31. okt 1950), “Lihakombinaadi kollektiiv pidas sõna” (*Edasi* 19. juuli 1950). Selliseid pealkirju võib nimetada lünkpealkirjadeks – sõnastusvormel on universaalne; kui pealkirjas alus asendada (vajalik lünk täita), sobib see paljudele lugudele.

3. Muude lugude (publitsistika, populaarteaduslike artiklite, retsensioonide) pealkirjadeks on teemat sildistavad fraasid või deklaratiivsed laused, mida sageli elavdatakse keelekujunditega (parafraasid, tsitaadid, algriim, vanasõnad jm): “Isa, jutusta Punamütsikesest, aga ilma hundita” (*Edasi* 2. märts 1965), “Tegijal jätkub alati aega, kurtjal mitte kunagi” (*Noorte Hääl* 17. nov 1965), “Kolm kirjalehte komsomolisekretärile” (*Noorte Hääl* 29. okt 1970).

1980. aastatel hakkab ilmuma pikemaid lugusid, millel pealkiri puudub. Enamasti kasutatakse selle asemel rubriiginime, aga mõnel juhul pole sedagi. Näiteks 1985. a *Edasis* ilmub pühapäeviti esiküljel esseelaadne lugu, mis koosneb ainult tekstist ja viieveerulisest fotost.

**Alapealkirjade** kasutamine väheneb võrreldes varasemaga umbes kuus korda. Kui 1930. aastatel oli alapealkirjastatud 30–40% pealkirjastatud lugudest, siis nõukogude ajal ainult umbes 5% (joonis 4.15). Enamasti täiendatakse pealkirja ühe alapealkirjaga, mitme alapealkirjaga lugusid ilmub väga harva. Kuna ka lugusid ilmub ühes lehenumbris varasemast vähem, siis on alapealkirja kasutamine taas pigem erand kui reegel. 1930. aastatel ilmus ühes lehenumbris keskmiselt peaaegu 30 alapealkirjastatud lugu, nõukogude ajal kaks lugu.

Lühemate ja vähemate alapealkirjade kasutuselevõtt nõukogude aja alguses sarnaneb esmapilgul 1930. aastate USA lehtede alapealkirjade lihtsustamisele, kus paljude üheveeruliste alapealkirjade (*deckerite*) koondi asemel hakati kasutama üht pikemat alapealkirja (Radder & Stempel 1942: 146jj; Hutt 1973: 107jj; Barnhurst & Nerone 2001: 196–199). Aga eesmärk on selgelt erinev. Angloameerika lehtedes seostub pealkirjade lihtsustamine pealkirja turundusliku funktsiooni tugevdamisega ja uudislikkuse lihtsama esiletoomisega – sisu selgema hierarhiseerimisega ja deklaratiivsete pealkirjade kasutuselevõtuga. Nõukogude lehtedes on eesmärk vastupidine, tarbetu (“sensatsioonilise”) uudislikkuse vältimine.

Nõukogude ajal muutub alapealkirjade kasutusväli. Vabariigi ajal alapealkirjastati peamiselt uudiseid, nüüd eelkõige ametlikke ülevaateid, kus alapealkiri teatab, mis üritusest lugu räägib (“Parandada otsustavalt EN Kunstnike Liidu tööd // EN Kunstnike Liidu VI pleenumilt” – *Rahva Hääl* 18. okt 1950). Alapealkirju ilmub ka populaarteaduslikes ja kultuurilugudes, 1980. aastatel üksikutes eriti tähtsates TASS-i uudistes. Siin on tavaline, et (põhi)pealkiri annab sündmuse (ideoloogiliselt) õige tõlgenduse, alapealkiri toob esile loo

teema, nt “Rõhujate teenistuses // Pastoritest Eestis XVIII sajandil” (*Edasi* 25. märts 1960), “Armastada malet // Hillar Kärner – 50” (*Noorte Hääl* 26. juuli 1985).

**Pealkirjade laius** (joonis 4.14). Pealkirjade laiuse järgi jaguneb nõukogude aeg kahte perioodi: 1940.–1950. aastad ja 1960.–1980. aastad.

**1. 1940.–1950. aastad.** Juba 1940. a suvel hakkavad pealkirjad eesti ajalehtedes muutuma laiemaks. Kuni 1940. a kasutati ajalehes kõige rohkem üheveerulisi pealkirju (u 60% kõigist lugudest), 1945. a on valdavaks saanud kaheveerulised pealkirjad (43% lugudest) ja üheveeruliste pealkirjade osakaal on vähenenud peaaegu poole võrra (33% lugudest), järjekindlalt ilmub ka 4–6veerulisi pealkirju (3%). Kaheveeruliste pealkirjade osakaalu suurenemine üheveeruliste pealkirjade arvel kestab 1950. aastate keskpaigani.

Pealkirjade laienemise põhjuseks on ajalehe struktuuri ja lehekülje struktuuri muutmine. Kui vabariigi aja lõpus täitsid üheveeruliste pealkirjadega kohalikud pisiuudised iga päev üks-kaks lehekülge, siis nüüd ilmub kohalikke pisiuudiseid vähe ja harvem. Selle asemel avaldatakse rohkem pikemaid lugusid mitmeveeruliste pealkirjadega. Lühilood, mis seni küljendati üheveerulisena, küljendatakse nüüd pigem kaheveerulisena (vt näide 9.11), ka joonealuse pealkiri laieneb kaheveeruliseks.

**2. 1960.–1980. aastad.** 1950. aastate lõpus muutub pealkirjade laius vaheldusrikkamaks: peaaegu võrdselt kasutatakse ühe- ja kaheveerulisi pealkirju ning pealkirjata lugusid, laiemate pealkirjade osakaal püsib endisel tasemel. Seega pole enam üht dominantset pealkirjalaiust, pealkirjade laius-suurus varieerub rohkem, selle abil hierarhiseeritakse taas lugusid.

Hierarhilisus ei kasva sealjuures mitte laiemate pealkirjade lisandumise tõttu, vaid nõrgemate esitlemisvõtete (ilma pealkirjata või rubriiginimega lood) arvukama kasutamise tõttu. Niimoodi hierarhiseeritakse välis- ja spordiudiseid: tähtsaimad neist võivad ilmuda mitmeveerulise pealkirjaga esiküljel, tavalised – üheveerulise pealkirjaga viimasel küljel, pisiuudised – ilma pealkirjastamata viimasel küljel. Iseloomulik on, et NSVL-i uudiseid sel moel ei hierarhiseerita.

Põhimõtteliselt sellisena püsib pealkirjade laius nõukogude aja lõpuni. Ainus uus tendents on kolmeveeruliste pealkirjade osakaalu tõus 1970. aastate lõpus, kui neid on esmakordselt üle 20%. Sellel on mitu põhjust. Esiteks kasvab lugude keskmine maht 1970. aastate lõpus üle 100 cm<sup>2</sup> (joonis 4.10). Teiseks, veergude arv leheküljel, mis on pidevalt kasvanud alates 1940. a, jõuab 1975. a maksimumi (*Rahva Hääl*es ja *Noorte Hääl*es kaheksa veergu, *Edasis* seitse veergu) ja 1970. aastate lõpus kasvab veergude lisandumisele ‘järele’ ka pealkirjade laius. Kolmandaks laiendab pealkirju *Edasi* formaadi vähendamine ja sellega kaasnev leheküljestruktuuri muutmine 1979. a. Kolmeveeruliste pealkirjade osakaal kasvab kaks korda, sest *Edasi* kasutab nüüd viieveerulist lehekülge ja see jagatakse kõige sagedamini kolmeveeruliseks ja kaheveeruliseks alaosaks.

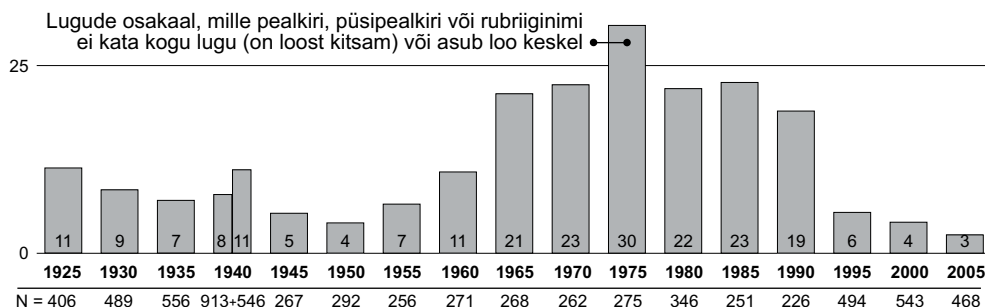
Iseloomulik on see, et kolmest veerust laiemate pealkirjade osakaal ei kasva. Kuni nõukogude aja lõpuni ei ilmu lehtedes kuue-seitsmeveerulisi pealkirju, küll aga üksikuid kaheksaveerulisi pealkirju ideoloogiliselt kõige tähtsamates tekstides (näide 9.1). Seega tavalised, igapäevased pealkirjad on kuni nelja-viieveerulised, ideoloogiliselt väga oluliste ja pikkade tekstide pealkirjad kaheksaveerulised.

Siiski on pealkirjad nõukogude ajal kitsamad, kui lehekülje suurus ja lugude maht võimaldavad.<sup>[20]</sup> See tähendab, et palju ilmub lugusid, mille pealkiri on loost kitsam (ei kata

[20] Samasugust pealkirjade ‘allasurumise’ tendentsi näitab ka pealkirjade suurus, mis Tiiu Randloo andmetel on 1984. a *Noorte Hääl*es ja *Rahva Hääl*es vahemikus 10p–48p, sh 46% pealkirjadest on 18p kirjas, 33% 28p kirjas. Võrdluseks võetud soome ajalehes *Etelä-Suomen Sanomat* on 18–28p suuruste pealkirjade osakaal 8% väiksem, selle võrra on lehes rohkem suuremaid pealkirju. Soome pealkirju tõstab rohkem esile ka õhulisem kujundus (Randloo 1987: 31, 45).

### Joonis 9.2. 'Alasti' veergudega lood

Enne 1925. a pole mõtet osakaalusid välja tuua, kuna küljendatakse peamiselt lineaarselt ja 'alasti' veergudega lugude hulk näitab seda, kui palju lugusid satub algama veeru lõpus ja jätkuma järgmises veerus.



kõiki tekstiveerge, osa veerge on 'alasti'). Kui vabariigi ajal oli selliseid lugusid alla 10%, siis alates 1960. aastatest üle kahe korra rohkem (vt joonis 9.2; näide 9.3). Kitsama pealkirja paigutamiseks kasutatakse mitmeid võimalusi: pealkiri on küll teksti kohal, aga ta ei kata kogu lugu, vaid ainult osa tekstiveerge; pealkiri on loo keskel; pealkiri on jagatud mitmeks 'tüki' ja need paigutatud loo keskele; pealkiri on laotud vertikaalselt teksti kõrvale.

**Pealkirjade tüpograafia** (joonis 4.16). Samamoodi nagu pealkirjade laad, on ka nende tüpograafia nõukogude ajal seotud loo tüübiga ja selle alusel saab lood jagada kolmeks (siin on need järjestatud vastavalt kirjade varieerimise määrale, alustades kõige rangemalt reglementeerituga).

1. Ametlike tekstide (seadlused, ülevaated parteikongressidest, riikliku tähtsusega uudised) pealkirjad laotakse alati süstemaatiliselt ja ühetaoliselt samas kirjas.

2. Uudislugude pealkirjad laotakse lihtsa disainiga plokk- ja antiikvakirjades, eri perioodidel varieeritakse kirju erineval määral (vrld näiteid 9.2, 9.3 ja 9.5).

3. Muude lugude (publitsistika, artiklid jne) pealkirjad laotakse enamasti uudislugudest erinevates kirjades, kasutatakse nn kujundatud pealkirju (dekoratiivne kiri, millel lisatud joonistus, foto, taust vms).

Seega on uudiste pealkirjad suhteliselt lihtsa ja range kujundusega, vähem reglementeeritud teemade pealkirjad dekoratiivsemad. Teisest küljest võib öelda, et pealkirjade tüpograafia surub uudised tagaplaanile, pealkirjade dekoreerimisega tõmmatakse tähelepanu mitte-uudislিকে lugudele.

Kuigi kirjaliku põhimõtted nõukogude aja jooksul ei muutu, eristub pealkirjade tüpograafias kolm faasi, mis erinevad üksteisest kirjade varieerimise määra ja kirjade disaini poolest.

1. Esimene tüpograafiline faas kestab 1950. aastate keskpaigani. Kohe nõukogude aja alguses lõpetatakse fraktuur-pealkirjade kasutamine. Kui 1940. a teisel poolel on fraktuuris veel 20% pealkirjadest, siis 1945. a on fraktuurkirjad lehtedest täielikult kadunud. Selle asemele on tulnud antiikvad, mille osakaal üha kasvab plokk-kirjas pealkirjade arvel. Ka muudes kirjades pealkirjade osakaal on kasvanud kaks korda (10%-ni). Muude kirjade iseloom ei muutu, endiselt kasutatakse kalligraafilisi kirju ja 'tammetõrukirja', ilukirjanduslikes lugudes mõnikord ka käsitsi kirjutatud ja sobiliku sule- või pliiatsijoonistusega kaunistatud pealkirju (nt Evald Okase tehtud "Kodumaa pojad" *Noorte Hääles* 27. jaan 1945).

Nii võib öelda, et nõukogude aja alguses pealkirja-kirjad lihtsustuvad, teisalt aga kasvab dekoratiivsete kirjade kasutamine. Antiikvates ja käekirjalistes kirjades pealkirjad teevad 1940.–1950. aastate pealkirjade üldmulje heledaks, elegantseks, pealkirjad on õrnemad ja vähemmärgatavad kui 1930. aastatel (vt näide 9.2).

Selget süsteemi pealkirjade kirja valimisel siiski ei ole. Näiteks juhtkirja pealkiri on kord plokk-kirjas, kord antiikvas või kalligraafilises kirjas. Kirja valimisel taotletakse ilmselgelt vaheldusrikkust – üksteise all olevad pealkirjad on vaheldumisi plokk-kirjas ja antiikvas, sageli on kõik samal leheküljel olevad pealkirjad pisut erinevates kirjades. Varieeritakse kirjarassi: kasutatakse plokk-kirju, antiikvaid, kalligraafilisi kirju, bastardeid (plokk-kiri + kalligraafiline kiri), ehiskirju (nt kontuurkirjad, triipudest koosnevad kirjad); ja varieeritakse kirjaseeriat: kasutatakse kitsaid ja lai, kõhnu ja pakse, väike- ja suurtähelisi, püst- ja kaldkirju. Lühikesi pealkirju sõrendatakse. Kõige kirevamad on pealkirjad kultuurikülgedel, kus ilmub luuletusi ja ilukirjanduslikke palu. Seal kasutatakse enamasti erinevaid ehiskirju ja käsitsi kirjutatud pealkirju koos temaatiliste joonistustega.

Hoolimata paljude erinevate kirjade kasutamisest jätavad 1940.–1950. aastate pealkirjad suhteliselt ühetoonilise ja vaoshoitud mulje. Põhjusi on mitu. Esiteks on pealkirjad suhteliselt väikesed ja kuna kasutatakse üksteisele sarnase välimusega kirju, ei ole varieerimine eriti märgatav. Harva kasutatakse silmatorkavamaid variatsioone (nt käsitsi kirjutatud ja joonistustega dekoreeritud pealkirjad). Lisaks on teatud pealkirjad muutumatult ühetaolises kirjas. Ametlike tekstide (seadlused, määrused, Stalini käskkirjad jms) pealkirjad on alati paksus antiikvas. Samas rubriigis asuvate lühiuudiste pealkirjad on kõik ühetaolised: samas kirja-perekonnas ja -seerias ning sama suurusega (see viimane süstemaatilisus on vähem märgatav, sest lühiuudiseid on vähe).

2. Teine tüpograafiline faas algab 1950. aastate keskel, kui pealkirjad muutuvad kirevamaks ja silmatorkavamaks, ning kestab 1970. aastate alguseni. Kirevust ja variatiivsust lisatakse kõikvõimalikel viisidel, jääb mulje, et pealkirju laotakse kõigis kättesaadavates kirjades (vt näide 9.3).

Kasvab muus kirjas pealkirjade osakaal (senise 10% asemel u 15% pealkirjadest), kasutatakse rohkem erinevaid kirju. Bastardkirjade hulka ilmuvad plokk-kirja ja antiikva hübriidid ning ruutseriifidega kirjad.

Kasvab vaheldusrikkus. Ka lühiuudiste rubriikides laotakse nüüd iga loo pealkiri pisut erinevas kirjas (nt *Edasi* rubriigis “Peipsist Võrtsjärveni” 13. dets 1970).

Pealkirja-kirja hakatakse varieerima ka ühe pealkirja sees, ladudes pealkirja alguse kalligraafilises kirjas, ülejäänud sõna(d) mõnes teises kirjarassis suurtähelisena (plokk, antiikva või bastard), nt “Temast saab // Nataša // Rostova” (kitsas paks plokk-kiri + kalligraafiline + lai paks suurtäheline plokk-kiri; *Noorte Hääl* 18. märts 1965: 3). 1960. aastatel varieeritakse kirja mõnikord ekspressiivselt, andes selle abil edasi pealkirja ideed. Näiteks pealkirjas “Traditsioonid ja tänapäev” on esimene sõna laotud (vanaaegses) fraktuuris, teine kandilises kalligraafilises ehiskirjas (*Rahva Hääl* 27. juuni 1965: 3).

Nn kujundatud pealkirjade hulk ja variatiivsus kasvab. Joonistustega täiendatud pealkirju kasutatakse lisaks ilukirjandusele ka olukirjeldustes jt publitsistlikes lugudes, populaarteaduslikes lugudes, satiirirubriikides. Lisaks ehiskirjale ja joonistustele dekoreeritakse nüüd pealkirju trükikirja manipuleerides, lisades taustu, jooni, paigutades kirja diagonaalselt või siksakiliselt.

Kogu selle kirevuse taustal on endiselt üks lugudegrupp, milles pealkirju ei varieerita: kõik ametlike tekstide pealkirjad laotakse endiselt ühesuguses kirjas. Kui varem oli selleks paks antiikva, siis nüüd paks plokk-kiri (sageli suurtähelisena; vrdl näiteid 9.1 ja 9.4). Muudatuse põhjus on teiste pealkirjade muutumine varasemast kirevaks. Paksu plokk-kirja eesmärk on teha ametlike tekstide pealkirjad üldise kirevuse seas silmatorkavaks.

Kokkuvõttes muutub eesti pealkirjade tüpograafia selles faasis vastupidiselt angloameerika lehtede omale, kus just alates 1960. aastatest saavad laialdaselt aktsepteerituks John E. Alleni püüdlused pealkirjade moderniseerimisel (tema enda nimega ‘streamlining’, Hutt

1973: 107–109; Barnhurst & Nerone 2001: 265–267; Pulkkinen 2008: 206), millest siin on tähtis eelkõige kirjavaliiku moderniseerimine ja kirjade varieerimise järsk vähendamine. Kui võrrelda eesti lehtede pealkirju Soome omadega, siis on kirjakasutus mõneti sarnane. Pärast II maailmasõda kasutavad Soome lehed pealkirjades peamiselt pakse plokk-kirju, 1960. aastatel tulevad moodi antiikvad ja lehed lähevad järjest üle paksudes antiikvates pealkirjadele (Mervola 1995: 277). Ka eesti lehed kasutavad pärast sõda kõige rohkem plokk-kirjas pealkirju, aga samal ajal kasvab järjest antiikvate osakaal, 1955. a on kolmveerand pealkirjadest antiikvakirjadest. Seejärel hakkab antiikvate osakaal vähenema, 1960. aastatel on antiikvas u 55% pealkirjadest.

3. 1970. aastate alguses hakkab eesti lehtede pealkirjade kirjavaliik muutuma: kasutatakse lihtsamaid kirju ja kirjavaliik on süsteemsem. Järsult suureneb plokk-kirjas pealkirjade osakaal (1970 – 36%, 1975 – 64%). Ehiskirjade disain muutub lihtsamaks ja n.ö tööstuslikumaks: enam ei kasutata kalligraafilisi kirju, kaovad keerukama disainiga bastardkirjad (sh ‘tammetõrukiri’), asemele tulevad lihtsama disainiga modernistlikud trükkikirjad.

Ka kirjade varieerimine väheneb. Erinevaid kirjaperekondi on vähem ja nad on üksteisele sarnasema disainiga, enam ei kasutata samas pealkirjas erinevaid kirju (vt näide 9.4). Vähem kasutatakse nn kujundatud pealkirju ja ka nende stiil on muutunud ‘tööstuslikuks’: moodsate trükkirjade kaunistamiseks kasutatakse rohkem abstraktseid jooni-raame-taustu kui visuaale (nt suurtäheline kontuurkiri ülijämeda musta varjuga). Ka tollases erialakirjanduses valitseb seisukoht, et pealkirjad peaksid olema kujundusstiililt ühtsemad. Jüri Peinar toob vene ajakirjandusteadlastele toetudes esile, et kasutatavate kirjade suur erinevus raskendab lugemist ja teksti jälgimist (Peinar 1976: 11).

Kuigi kasutatakse vähem ja sarnasemaid kirjaperekondi, on endiselt kasutusel palju erinevaid kirjaseeriaid: kitsad ja laiad, kõhnad ja paksud, väike- ja suurtähelised, püst- ja kaldkirjad. Eri variatsioonid on leheküljel vaheldumisi, nii et eesmärgiks paistab ikka olevat vaheldusrikkuse lisamine.

Süsteematiseerimine toimub peamiselt rubriigistatud lühiuudistes, kus 1970.–1980. aastate jooksul hakatakse pealkirju laduma samas kirjas. Vabariiklikud lehed süstematiseerivad end hiljem ja vähem (võrreldes *Edasiga*). Näiteks 1970. a *Noorte Hääle* lühiuudiste rubriigis “Välismaalt” on mõnikord kõik pealkirjad identses kirjas (1. nov 1970); mõnikord sama kirjaperekonna erinevates seeriates ja erineva suurusega (3. nov 1970), mõnikord erinevates kirjaperekondades (4. nov 1970). Seega ranget, kogu lehte hõlmavat süsteemi ei ole. Võib oletada, et kirja varieerimise määr sõltub muuhulgas ajakirjanikust, kes tol päeval pealkirja kirja määrab. 1980. aastate alguses on aga kõigis lehtedes saanud tavaliseks, et samas lühiuudiste rubriigis on kõigi uudiste pealkirjad samas kirjas (vt näide 9.12).

Vabariiklikest lehtedest süstemaatilisemalt kasutab pealkirja-kirju *Edasi*, mis alates 1975. a eristab erinevate kirjade abil eri teemasid. Näiteks ühes lehenumbris (26. nov 1975) on välismaalood paksus kitsas plokk-kirjas pealkirjadega, “Herilase” lood antiikvas pealkirjadega, joonealused lood paksus antiikvas pealkirjaga. Esialgu on süsteem järjekindel ühe numbriga piires, järgmises lehenumbris kasutatakse samade teemade eristamiseks sageli teisi kirju. Kui lood leheküljel ei kuulu temaatiliselt kokku, siis laotakse igapäev pealkiri pisut erinevas kirjas. Ehiskirju kasutatakse pühapäevastel kultuurikülgedel (lk 2–3) ning siin on koos moodsad kirjad ja süstemaatilisus: tavaliselt on kõik ühe päeva kultuuritekstid sama pealkirja-kirjaga, igal pühapäeval on pealkirjad uues kirjas. Enamasti on need dekoratiivsed tüpograafilised kirjad inspireeritud op-kunstist, modernismist, biitlitest, hipidest, psühheedeeliast (kontuurkirjad jämedate varjudega, suurtähelisus jms). See on kardinaalselt teistsugune esteetika võrreldes kõigi seniste eesti ajalehtedega.



1980. a on *Edasi* kirjade varieerimist veelgi vähendanud ja kasutab vaheldumisi ainult kaht kirjaperekonda: üks antiikva ja teine plokk-kiri. Ka ehiskirjad on lihtsama, neutraalsema disainiga, dekoreerimiseks lisatakse pealkirjadele Letraset-joonistusi või fototöötlusti (toonideta foto või siluettfoto või erilise rastriga foto).

*Edasi* teeb olulise moderniseeriva sammu ka pealkirjade joonduses. Esimese eesti ajalehena hakkab *Edasi* 1975. a kasutama vasakule joondatud pealkirju. Valik ei ole järjekindel, 1978.–1982. a kasutatakse taas tsentreeritud pealkirju, seejärel vasakule joondamist. Teised ajalehed tsentreerivad pealkirju nõukogude aja lõpuni.

Pealkirjade joondamisviis muudab lehekülje muljet tugevalt ja seostub erinevate kujundusstiilidega. Tsentreerimist on seostatud modernismieelse ajalehekujundusega. Tsentreerimine tasakaalustab lehekülge, muudab selle sümmeetrilisemaks, seostub traditsioonilisuse ja formaalsusega (Barnhurst & Nerone 2001; Machin & Niblock 2008: 254). Vasakule joondamine muudab lehekülje dünaamilisemaks, moodsamaks ja seostub ühemõtteliselt modernse kujundusstiiliga.

Seni, rohkem kui pooleteise sajandi jooksul, on pealkirjad eesti ajalehtedes olnud alati tsentreeritud. Selle raamatutest pärineva traditsiooni hülgamine on põhimõtteline lahtiütlemine senisest traditsioonilisusest. Tähelepanuväärne on, et vasakule joondatud pealkirjad ilmuvad eesti lehtedesse väga hilja, pool sajandit hiljem kui näiteks angloameerika ajalehtedesse, kus pealkirju hakati vasakule joondama juba 1920.–1930. aastatel (Radder & Stempel 1942: 146; Arnold 1956: 55–57; Hutt 1973: 107jj; Nelson 1991: 215–216; Barnhurst & Nerone 2001: 203), kuigi ka seal saab vasakule joondamine domineerivaks just 1970. aastatel (Garcia 2002: 60). Soome lehtedesse said vasakule joondatud pealkirjad tavaliseks 1960. aastate jooksul (Mervola 1995: 275–277).

**Suurtähelised pealkirjad** (joonis 4.17). Eriline joon nõukogude eesti ajalehtedes on suurtäheliste ehk versaalis pealkirjade kasutamine – nende hulk kasvab järjekindlalt kogu nõukogude aja jooksul.

Üksikuid suurtähelisi pealkirju ilmus eesti ajalehtedes juba 1930. aastate keskel, kõige süstemaatilisemalt *Waba Maa* lühiuudiste rubriikides. Nõukogude ajal kasvab suurtäheliste pealkirjade hulk plahvatuslikult, esialgu peamiselt lühiuudistes, aga aja jooksul üha rohkem ka pikemates lugudes. 1945. a on suurtähelised 15% pealkirjadest, 1970. aastate keskpaigas üle poole pealkirjadest, 1980. aastatel ligikaudu kolmveerand. Suurtähelisena laotakse paljude ametlike tekstide pealkirjad – suurtäheline ja paksus plokk-kirjas ja kogu lehekülje laiune pealkiri on visuaalselt kõige võimsam ja jõulisem element nõukogude ajalehes.

Angloameerika lehtedesse jääb suurtäheliste pealkirjade kasutamine palju varasemasse aega, 19. sajandisse ja I maailmasõja eelsesse aega (Nelson 1991: 215). Kahe maailmasõja vahel hakati laialdasemalt kasutama väiketähelisi pealkirju, sajandi teisel poolel kadusid suurtähelised pealkirjad angloameerika lehtedest peaaegu täielikult (Hutt 1973: 95–97, 107jj). Barnhurst ja Nerone (1991: 800, 2001: 199) näitavad suurtäheliste pealkirjade osakaalu vähenemist USA ajalehtede esikülgedel ka kontentanalüüsi abil: 1895. a on 32% esiküljepealkirjadest suurtähelised, 1925 – 35%, 1955 – 11%, 1985 – 1%.

Nii on eesti ajalehtedes suurtähelisuse trend risti vastupidine angloameerika lehtedele. Kui angloameerika lehed hakkavad 1930. aastatel suurtähelisi pealkirju vähem kasutama, siis eesti ajalehed võtavad need sel ajal esmakordselt kasutusele. Kõrgpunkti jõuab suurtäheliste pealkirjade osakaal 1980. aastatel, kui angloameerika lehed on neist peaaegu loobunud. Mis võib olla selle põhjus? Eelkõige võib oletada lehtede väikest mahtu ja vene mõju.

Nõukogude ajalehe numbrimaht on ainult neli lehekülge ja see sunnib lehti kasutama suhteliselt väikseid pealkirju. Suurtähelise kirja abil saab teha pealkirja silmatorkavamaks, ilma et peaks kulutama rohkem ruumi. Teiselt poolt on neljaküljeline ajalehenumber nii õhu-

ke, et puudub vajadus kasutada võimalikult kiiresti loetavaid pealkirjakirju (suurtäheline pealkiri on halvemini loetav kui väiketäheline, näidati eksperimentidega juba 1916. a – Hutt 1973: 95). Ka puudub nõukogude ajakirjanduses majanduslik konkurents. Nii pole ajalehtedel vaja kasutada üha kiiremini ja kergemini loetavaid pealkirja-kirju.

Teiseks on oluline vene traditsiooni mõju. Vene ajalehed kasutasid suurtähelisi pealkirju juba alates 18. sajandi keskpaigast (Kisselev 1990: 28, 83). Siiski on huvitav, et eesti lehed ei kasutanud suurtähelisi pealkirju sel ajal, kui Eesti kuulus Vene keisririigi koosseisu (kuni 1918), vaid alles nõukogude ajal. Siin on ilmselgelt tehnilised põhjused. Nõukogude-eelsesel ajal osteti Eestisse trükitehnika (sh trükikirjad ja ladumismasinad) peamiselt Saksamaalt, kus ei kasutatud ajalehtedes suurtähelisi pealkirju. Nõukogude ajal töötatakse Venemaal Baltimaade ajalehtede pealkirjade jaoks välja trükikiri *Baltika* ja selles puuduvad väiketähed üldse. Nii tulevad venemõjulised suurtähelised pealkirjad eesti lehtedes kasutusele tasahaaval ja nende osakaal kasvab pidevalt, kui lehed kasutavad üha vähem nõukogude-eelseid käsilaokirju. Lõplikult loobutakse käsilaokirjadest 1970. aastatel koos uute ofsettrükimasinate kasutuselevõttuga. (Andmed Andrus Peegliilt 28. märts 2010.)

## 2.2. Rubriiginimed jm sildid

**Rubriiginimede laad.** Rubriiginimedes tehakse kohe 1940. a suvel kolm suurt muutust. Uued rubriiginimed rõhutavad võitlust (“Imperialistlik sõda”, “Põllutööde rindelt”). Nad on ‘kollektiivsemad’ (“Spordi” asemel “Kehakultuur”, “Majanduse” asemel “Rahvamajandus”). Eesti uudiste rubriiginimed muudetakse sisult ‘kitsamaks’. Läbisegi kasutatakse erinevaid variante, mis kõik rõhutavad uudiste tegelaste sotsiaalseid tunnuseid, mitte sündmuskohta nagu varem (nt “Töötava rahva muresid”, “Töötava rahva koosolekuid” *Rahva Hääles*, mitte “Tallinna uudiseid” nagu *Uues Eestis*).

Pärast sõda ilmub rubriike vähe ja need sildistatakse tavaliselt lakooniliste ja ühemõtteliste fraasidega. 1950. aastate keskel hakatakse rubriike nimetama kujundlikumalt ja varieeruvamalt. Paljud rubriiginimed ei esitle sisu otsesõnu, nt *Edasi* “Täna”, “Elust ja tööst kirjasaatja sulega”. See annab võimaluse rubriigi sisu varieerida ja muuta. Näiteks ateismi propageerimiseks loodud eriküljel “Tänane päev on eilsest targem” hakatakse 1960. aastatel üha rohkem kirjutama teadusest. Paljud rubriiginimed on kujundlikud, nt “Siin- ja sealpool Emajõe” (Tartu uudised *Edasis* 1971–1990), “Saagitõusu sõelumisi” (*Rahva Hääle* 9. jaan 1965). Samu rubriike sildistatakse erinevate nimedega. Näiteks *Rahva Hääle* välisuudiste osa sildistatakse 1960. aastatel vaheldumisi kolme nimega: “Välismaalt • Välismaalt”, “Välispoliitiline informatsioon” või “Laiast maailmast”. 1980. aastatel selline varieerimine väheneb.

Ainus rubriiginimi, mida kasutatakse muutumatult samas sõnastuses kõigis lehtedes alates 1940. a kuni nõukogude aja lõpuni, on “Partei elu”.

**Rubriiginimede tüpograafia** (näited 9.6–9.9). Rubriiginimede välimus muutub 1940. a aeglasemalt kui nende laad: endiselt kasutatakse käsitsi kirjutatud kirju ja kalligraafilisi trükikirju, kaunistuseks jooni ja väikseid joonistusi. Esimesed nõukogude ajalehed kasutavad samu rubriiginimede klišeetid, mida kasutasid vabariigiaegsed lehed, nt *Rahva Hääles* trükitakse *Uue Eesti* klišeetid. Sügisel asendatakse vanad sildid järk-järgult uutega, mis on lihtsama, tugevama, modernsema välimusega. Nende loomisel kasutatakse rohkem plokkkirju, silte viimistletakse joonte abil, lisatakse ideoloogiliselt sobivaid joonistusi (viisnurk, sirp ja vasar jm).

Nõukogude aja jooksul muutub rubriiginimede kujundus sarnaselt pealkirjade tüpograafiaga – eristatavad on kolm faasi, mis erinevad üksteisest siltide silmatorkavuse, kirjade varieerimise määra ja kirjade disaini poolest

1. 1940.–1950. aastatel on rubriiginimed väiksed ja vähemärgatavad. Kujunduselt jagunevad nad kaheks: üksiklugusid märgivad ilma püsiva vormita verbaalsed sildid ja mitmeloolisi rubriike pisut dekoreeritud sildid.

Suurem osa rubriiginimesid täiendab üksiklugu ja on vormistatud väikse tagasihoidliku ülapealkirjana (nt allajoonitud suurtähelises antiikvas). Paljudel sageli kasutatavatel rubriiginimedel polegi kindlat vormi, neid laotakse kord plokk-kirjas, kord antiikvas. See näitab, et rubriiginimede välimust ei peeta tähtsaks ja puudub kindel süsteem nende vormistamiseks. Ainus uhkelt dekoreeritud silt esitleb tööeesrindlasi: *Rahva Hääles* ilmub “Vabariigi autahvel”, *Postimehes/Edasis* “Tartumaa autahvel”.

Lühiuudiseid koondavaid rubriike hakatakse pärast sõda märgistama eraldi disainitud siltidega. Neis kasutatakse tavapealkirjadest erinevaid kirju ning dekoratsiooniks tillukesi temaatilisi joonistusi, taustu ja jooni. Esialgu illustreeritakse ainult kohalikke rubriike, 1940. aastate lõpust alates ka muid rubriike (nt “Kehakultuur ja sport”, “Kommunismi suurehitustel”; vt näide 9.6).

2. 1960.–1970. aastatel on kirev faas. Rubriiginimed muudetakse suuremaks ja silmatorkavamaks, kasvab nende illustratiivsus (vt näide 9.7). Joonistustega täiendatakse ka üheloolist rubriikide silte. Lisaks verbaalsetele siltidele hakkab ilmuma piktograafilisi silte, nt 1970. a *Edasis* tähistab gloobus välisuudiseid, mees filmikaameraga – filmi-uudiseid. 1975. a on kõigis uuritud lehtedes piktograafilised iganädalaste kultuurikülgede sildid.

Sel perioodil suurendatakse ka stiililist kirevust. Mitmele tavalisele rubriigile luuakse mitu eri disainiga silti, mida kasutatakse vaheldumisi. Nt *Noorte Hääles* ilmub 1965. a rubriiginimi “Välismaalt” 16 erinevas variandis, 1970. a – u 30 variandis, 1975. a – u 10 variandis. Samas võib leida ka üksikuid rubriiginimesid, mille kujundus püsib aastakümneid muutu-matu. Näiteks *Rahva Hääle* rubriigil “Vabariigi valitsus otsustas // Eesti NSV Ministrite Nõukogu Presiidiumis” on sama silt alates 1960. aastate lõpust kuni 1980. aastate lõpuni.

Rubriiginimedel puudub ühtne kujundusstiil, eri siltides kasutatud kirjad ja kujundusvõtted ei sobi omavahel kokku. Uusi silte luuakse juurde koos uute rubriikidega, aga nende kujundamisel ei lähtuta olemasolevatest siltidest. Ka siltide suurus varieerub väga laiaades piirides: mõne ruutsentimeetri suuruselt kuni 50 cm kõrgusteni (st silt asub lehekülje servas vertikaalselt). Siiski on mõned võtted, mida pidevalt kasutatakse: sageli kombineeritakse omavahel kalligraafilist kirja ja valget paksu plokk-kirja mustal taustal, palju kasutatakse väikseid joonistusi, sildid on sageli ebakorrapärane kujuga.

1960. aastate keskel ilmub koos autorirubriikide tekkimisega eesti lehtedesse ka uudne sildiliik – autorivinjetid. Need on sildid, mis tõstavad visuaalselt esile kirjutise autorit: autori nimele lisatakse tema portree ja paigutatakse see komplekt loo algusse. Kõige esmalt (1965. a) hakkab selliseid autorivinjette kasutama *Edasi* kohalikule lehele kohustuslikel teemadel – majandus- ja põllumajandus (vt näide 9.3) –, aga ilmumist alustab ka kohaliku lehe jaoks erandlik väliskommentaari<sup>[21]</sup>. Paari aasta pärast lisanduvad temaatiliselt avaramad rubriigid “Lugejaga vestleb” (1967–1993; pikemalt vt Raudver 1990) ja “Nädal lõppes, teine algas” (1969–1990). Vabariiklikesse lehtedesse ilmuvad autorirubriigid märgatavalt hiljem (*Noorte Hääle* 1970. aastate alguses, *Rahva Hääle* 1980. aastate alguses), neid on vähem ja nad ilmuvad harvem.

3. 1970.–1980. aastad on mõõduka moderniseerumise faas. 1970. aastate jooksul muutub siltide kujundus tüpograafilisemaks, sümbolilisemaks ja stiililt ühtsemaks (vt näited 9.8–9.9). Kalligraafilisi ja visuaalselt nõrku kirju asendavad järk-järgult tugevamad ja lihtsamad

[21] Väliskommentaari kirjutamine oli peaegu kogu nõukogude aja jooksul TASS-i monopol, kohalikud lehed pidid keskenduma tootmisprobleemidele, seal ei pidanud väliskommentaari ilmumagi.



1945



**Uhiskondlikud tööd olgu aukohustuseks** | Peipsi Jõeläevandus elamuid taastamas

Pühapäeval, 16. septembril toimu- uhiskondlikest taastamistöödest seni sid Tartus suuremad uhiskondlikud väga aktiivselt osa võtnud. Eelmisel taastamistööd lohes Enhes Kusteni halduskojal. Ahtol saate näha töid, dose Oulimassa ühitatud lennuga alla.

**TARTU KAITSED OKTOOBRIREVOLUTSIOONI 28. AASTAPÄEVA EEL**

**Tartu kaks parimat käitist**

Tartu Pärimis- ja Viinavabrik (direktor sm. Kull, ametiühinusekomitee esimehed)



**TARTU KAITSED SUURE OKTOOBRIREVOLUTSIOONI 28. AASTAPÄEVA EEL**

**Lauatehas ühines sotsialistliku võistlusega** | **Koolivara valmis talve vastu võtma**

Suure Oktoobrirevolutsiooni 28. aastapäeva eel. TTKML Tööstuskombinaadi „Koolivara“ töötajad on täiel määral valmistunud talviseks hooajaks. Iga brigaadiga oli kaasas vanem ühesandeks oli ehk brigadir, kelle ülesandeks oli koha osal tööse organiseerimine.

**Töövõite Oktoobrirevolutsiooni 28. aastapäevaks**

**Vildivabrik täitis oma lubaduse** | **Kohustus on täidetud**

Oktoobri-veelise töövõitluses Tartu Vildivabrik kohustus oma oktoobrikuu eeliseks täita 28. aastapäeva eel. Käitise kuuplaani täitmisele ja ületamiseks on suured teened eesriindlastel. Aastades sotsialistlikku võistluses kohustusid Tartu Tööstuskombinaadi töölised ja teenistjad oktoobrikuu

**Töövõite Oktoobrirevolutsiooni 28. aastapäeva auks**

**TTKML Tööstuskombinaadi töösaavutus** | **Sisseseade täiendamine võistluse korras**

Edukalt on töötanud Suure Oktoobrirevolutsiooni 28. aastapäeva tähistamiseks Tartuumaal Tarbijate Kooperatiivide Maakondliku Liidu Tööstus- silmapaistvaid teeneid noorte kaadrite väljajõppel. Eriti silmapaistvaid tulemusi on saavutanud sm. Magda Vaher õmblus- Tartu Elektri- ja Vabrikute Vabrikus töötajad võistluses oma üldkoosolekul astu

plokk-kirjad ning op-kunstist inspireeritud kirjad, mis jätavad tehnikalistliku ja tööstusliku mulje. Varasemate detailsete joonistuste asemel kasutatakse skemaatilisi sümboleid. Esialgu joonistatakse need käsitsi, varsti hakatakse kasutama tööstuslikuma muljega võimalusi (vt näide 9.12): Letras- sümboleid, fotosid ja toonideta siluettfotosid.

1970. aastatel muutuvad sildid ka stiililt ühtsemaks. Osa silte on kujundatud samas stiilis, esialgu pisiinforubriikides viimasel küljel (tele-raadiokavad jm), hiljem ka muudes rubriikides. 1980. aastatel loobutakse siltide varieerimisest, enam ei kasutata vaheldumisi sama rubriiginime eri kujundusvariante ja samasisulisi tekste ei sildistata eri rubriiginimedega (vrld näited 9.8 ja 9.9).

### 2.3. Vahepealkirjad jm võtted põhiteksti liigendamiseks

Nõukogude aja alguses väheneb lugude liigendatus ajalehes üle kolme korra võrreldes 1930. aastatega (vt joonis 4.10). Samuti muutub liigendatud lugude temaatika. Kui vabariigi ajal liigendati eelkõige just uudislugusid, siis nõukogude ajal taas selliseid lugusid nagu 19. sajandil: järjejutud, populaarteaduslikud artiklid jm pikemad lood, mis on toimetuseväliste autorite kirjutatud. Ühest küljest näitab see liigendamise muutumist funktsionaalsemaks – liigendatakse lugusid, mis on pikad. Teisest küljest näitab see uudiste mitteväärtustamist.

**Valimistest valimisteni**

Juuresolevat graafikat näeme, et Tartu lüüsus on hoogsalt arenenud. Toodangu kasvutempo ületab ületõelise keskmise. Mis, meel saavutati edu? Üheks

**Sõnumeid**

**Ise tehti**

Sõda jättis Tartu raudteejaama veetornist ja pumbamaajast järele vaid varemed. Kui linn ümber ehitatakse, võetakse ka need varemed kasutusse.

←1962–1963

↑1962–1966

**NÄDALAVAHETUSEL**

6 AASTAT RAHVAMALEVAT

**RÄNDPUNALIPP ÕLLETHEASE RAHVAMALEVLASTELE**

TV ütelinnalisele rahvamalev- Linnas avaliku korra valvel pat- laste kokkufutuleku raudteekõli- rulliti 42000 tundi. Palju sege huse loomuse rõhkesti maleviala nihendati noorte ja alaajale

↑1963–1966

**TÄNAVANE TARTU**

**Füüsikakeskus Riia tänava äärde**

paigutatakse madalate tempera- tuuride jaam ja mõned labora- tuoriumid. Ka tänane valmis

↑1963–1970

**LÜHIDALT**

HEAKORRASTAMISEKS PERSPEKTIIVPLAAN

Eiva täitevkomitee viimase is- keskkooli park, lauluväljak, tungi arutati linna kaunimaks Vaikse järve metsa-ala ja mit- muusikat. Koostati ulatuslik meel teised kohad. Lõuetahtse

↑1964–1965

**Lühidalt \* Lühidalt \* Lühidalt**

**Tartu Linnamuuseumi kodu-uurimise ring**

tegetes suve- ja sügiskudel Kodu-uurimise olemusest, selle üena intensiivselt. Hiljuti oli tahtsusest ja ringi tegevuskava- vestlusõhtu, kus vaeti tehtud deet näitase ringel esimesel ENSV

KOHTUMINE MINISTRI ASETÄITJAGA

TRU Majandusnõukonna õpe- pejadedel ja üliõpilastel oli kohtumine Eesti NSV rahandus- ministri asetäitja om. Norakuga. Küsimine andis rõhjaliku üleva- te meie majanduselus toimuva- test muutustest senise sentemb-

↑1965–1966

**Tänavane TARTU**

**TÄNA ARVUTAB MASIN...**

TRU arvutuskeskusele on käes- olevaks aastaks sõlmitud või sõl- mitud 8 lepingut 41 000 rbl. ula-

**Sõnumeid KOOLIDEST**

SEATI SIHTE

J. Liivi nim. Alatskivi Keskkooli pioneerimalevas oli

↑1965

**RAHU Raitseks**

LÕPETADA USA AGRESSIOON VIETNAMIS!

Rajooni kolhoosides ja sovhoos- sides jätkuvad protestimitingud Ameerika Ühendriikide agres-

↑1965

**Nädalavahetusel**

**V. Palm kaitses doktoritööd**

Nädalavahetusel naasis Mosk- vast TRU orkaanilise keemia ka- teedri juhataja V. Palm. Ta kai-

↑1966

**LÜHIDALT**

«SKANDINAAVIA KOGUMIK» XI

1966. aastal hakkas Tartu Riik- liku Ülikooli ajaajalaste algatusel ilmuma «Skandinaavia kogumik». esimesel 11. aastil ilmusid 11. köide

↑1966

**Lühidalt**

Tartu sadama töökodades tehakse ka laevu Edaspidi suureneb tootmises nende osa-

↑1966

**LÜHIDALT \* LÜHIDALT**

POLLUMEESTE PÄEV

SEEKORD PRONKSMEDAL

NÕGIARU SOVHOOSIS

TRU-see tuli Moskvast röö- miselav teade — dotsent J. Rei- rari-algoranistatsioonil sekre- retile ja aerolõuuisatsioonil ning lar. R. Kommusaar. Suurde probleem-

↑1966

**NÄDALAVAHETUSEL**

**Tänavati**

Kultuurihoonde kasvanduse te- maatiliste õhtute sarja «Tänav, mis ma elan», lisa kord võetakse

↑1966–1968

**LÜHIDALT \* LÜHIDALT**

**Uudiseid metsamajandist**

1. Uued tootmisühonnad 229 kg Põdralaskmine tahetakse Haaslaval ehitatakse Tartu lõpetata sel kuul. Metsamajandi kalamajandit. 2. Oma puhke kodu Nõud hakati rajama inkubeert- Suvel valmis Murru metsako-

↑1966

**LÜHIDALT · LÜHIDALT · LÜHIDALT**

**MIDA NÄHTI JA KUULDI TALLINNAS**

Rajooni kunstilise kavanduse kultuurivõ. Alde hillem lähen- ühtedagi tegi õppepekkuratsioon Tallinna. stutakse kompositsiooniliselt fi- gurid.

Chingu 18. ülemaailmel kong- ressil esitatud ühe, arvuti seis- test riikidest vahetusse teel saa-

↑1966–1967

**LÜHIDALT \* LÜHIDALT**

Sadalaoni Tartu ja Viljandi raa- jooni kumamollaktiivis püües Naha- ja Jalutsikombinaadi oma järjekordse seekord kolme- rättsioonilisele aru on esitatud mitmeid märkimisväärtuseid ette-

↑1966–1967

**Näide 9.7. Tartu sündmuste sildistamine 1962–1967**

Näited *Edasist*. 1962. a hakatakse taas kasutama geograafiliselt nimetatud rubriiki “Tänavane Tartu”, mis esi- algu ilmub kord nädala-paari jooksul. Siltide üldpilt on kirev, kuna paralleelselt kasutatakse ka mitmeid teisi rubriiginimesid erinevas kujunduses (“Lühidalt”, “Nädalavahetusel”, üksikud kampaaniarubriigid, nt “Rahu kaitseks”), mis lisaks Tartu linna uudistele sisaldavad ka Tartu rajooni uudiseid. Varasemat sildistamist vt lk 268–269, hilisemat sildistamist vt lk 272.

# SIIN-JA SEALPOOL EMAJÕGE

## KIRJANÄDAL

8.–12. oktoobriajal on trükitöö-  
silme kirjanädal, esmaspäeva pe-

↑1975–1978

Ingo Aasmäe, telefonistid Gal-  
na Boško ja Lea Gross, operaar-  
id Kals Teemil ja Löödi  
Fekki jt. Nüüd on teinud  
suure. Et piisa postijone ja  
telegraafikannist. Telegram-  
mihanditid on valmisid teostada

## Nüüd hõlpsamalt

Enne kui läbi oled kandekott  
jõuab, võib te läbi mitmest kä-

# SIIN-JA SEALPOOL EMAJÕGE

## Kevade ootel

Linna täitevkomitee istungil  
arutati ettevalmistusi kauban-  
duse arendamiseks kevadel ja

automaate ja kallistatutena.  
Tööstustrust avab 10 suve-  
kohvikut. Eelmise aastaga

↑1976–1977

## nädal lõppes, teine algas

## KÜLALISED DOMODEDOVOST

↑1976

Vasakult:  
Domodedovost

## MEIL ON UUDIST

## Valiti EÕM-i rajoonistaap

Kõikides kehtkooides valiti  
EÕM-i staabis vii organisaa-  
torid: kui kehtid on valitud

↑1976–1978

## NÄDAL LÕPPES, TEINE ALGAS

## Tartu mööblitegijail läks hästi

→1976

Laupeval müüsid Tartu  
mööblitegijad müüma. Aas  
noimud see tavaline üli-

# SIIN-JA SEALPOOL EMAJÕGE

## Nüüd üle plaani

## «Alma mater Tartuensis»

Meil on üle plaani loomakava-  
tustitustid majandid, neid on  
12. viimaseku eimese koha saata  
rõhku lõunastatusele 17.9.77

↑1977–1978

Kirjastus «Valgus» andis välja  
rikkalikult illustreeritud lühilü-  
mika. Teinud rikkalikult

## MEIL ON UUDIST 60

meie ma 60 aasta saavutustest  
ja nende kajastumise uues põ-  
hikad.

↑1977

## Meil on uudist

## IDEOLOGIA- AKTIIVILE

Mõeldud teispäeval olid  
tarnitud kullas EKP kesko-  
mittee lektorid Valeri Merkin

↑1979

## meil on uudist

## AHJAL TULEB SOOLALEIVA- PIDUSID

Aastavahetusel võitis riiklik  
komisjon Ahjal vastu Tartu  
Katerremontitehase

↑1981–1982

# SIIN-JA SEALPOOL EMAJÕGE

←1979–1980

1980–1982

# SIIN-JA SEALPOOL EMAJÕGE

## JÕESADAMA HOOLED

sed võtsid peale 40. järgmised  
140 tonni kaupa. Viimase ja  
tekket oleks vahela läb kolm

## LADUDES LAHEDAMAKS

### Näide 9.8. Tartu sündmuste sildistamine 1975–1982

Näited *Edasist*. Tartu uudiseid sildistatakse geograafilise rubriiginimega kord nädala-paari jooksul, 1971. a võetakse "Tänase Tartu" asemel kasutusele kujundlikum nimetus "Siin- ja sealpool Emajõe". Teistes rubriikides ("Nädalavahetusel", "Meil on uudist", "Lühidalt") ilmuvad Tartu linna uudised koos rajooni uudistega. Erandlik on teisipäeviti ilmuv rubriik "Nädal lõppes, teine algas" (1975–1978), mis sel perioodi koondab nädalavahetuse olulisemaid sündmusi kogu maailmast.

**SIIN-JA SEALPOOL EMAJÖGE**

**KAPITAALMAHUTUSI ROHKEM  
KUI KUNAGI VAREM**

**AUTASUD VANEMUISLASTELE**



\*Lõitud aasta oli meie rahva ühes koostöövalitsuse juhataja A. K. K. võit

**Uus aasta, uued**

taas tehakse 120 000 rbl. eest. Suurem osa kuitutest kaabab EPA. See on rahva NRV L. L. L.

↑1983

**SIIN-JA SEALPOOL  
EMAJÖGE**

**Protsess jätkub**

Eile pärast lõunat üritati linna rahvakohtus taas arutada Saku nõllumaandustead-

←1983–1991

### Näide 9.9. Tartu sündmuste sildistamine 1983–1990

Näited *Edasist*.

1983. a loobutakse Tartu sündmuste sildistamisest erinevate rubriiginimedega, kasutusele jääb ainult üheveeruline silt "Siin- ja sealpool Emajõge", mis ilmub peaaegu iga päev. Varasemat sildistamist vt lk 268–271, hilisemat sildistamist vt lk 316–317.

Liigendatus on kogu nõukogude aja vältel ajalehtedes tagasihoidlik, liigendatud lugude osakaal jääb 3–9% vahele. Nii on ühes lehenumbris keskmiselt kuni neli liigendatud lugu. Kõige rohkem liigendatakse lugusid 1960. aastatel ja 1980. aastatel.

Liigendamisevõtteid kasutatakse endiselt süsteemilt: vahepealkirjadel ega tiiteltähtedel ei ole kindlat kujundust. Siiski jaguneb nõukogude aeg vahepealkirjade välimuse alusel kahte faasi: 1940.–1950. aastad ja 1960.–1980. aastad.

1940.–1950. aastatel on vahepealkirjad väga vähemärgatavad. Nende ladumiseks kasutatakse tekstikirja paksuna või kaldkirjana, tühja ruumi vahepealkirja ümber ei lisata.

Alates 1960. aastatest muutuvad liigendusvõtted visuaalselt tugevamaks: kasutatakse paksu suurtähelisi kirju ja lisatakse vahepealkirjade ümber tühja ruumi. Proovitakse uudseid võimalusi vahepealkirjade eristamiseks, eelkõige erilisi paigutusvariante, nt vahepealkirja pooltel veerul ja selle kõrval põhitekst, vasakule joondatud eendreaga vahepealkirjad jms. Need sarnanevad väga võtetega, mida angloameerika lehed kasutasid 1930. aastatel üheveeruliste pealkirjade kujundamisel (Radder & Stempel 1942: 147–148). Eesmärgiks on ka variatiivsus – kui samal leheküljel on vahepealkirjad mitmes loos, kujundatakse need kõik erinevalt (nt *Rahva Hää* 18. veebr 1965: 2).

1960. aastatel kasutatakse liigendamiseks üha rohkem tiiteltähti ja selliseid vahepealkirju, mis pole iseseisvad, vaid põhitekstist esile tõstetud lauseosad. Seega kasvab liigendatus eelkõige vormiliste, formaalsete võtete kasutamise tõttu, mis nõuavad toimetajalt vähem vaeva kui tõeliste vahepealkirjade sõnastamine.

Tegelikult on liigendatus selles faasis veelgi suurem kui näitavad kontentanalüüsi arvud, sest 1960. aastatel liigendatakse lugusid ka muude kujunduselementide paigutuse abil. Nii pannakse pikemates lugudes fotosid ja pealkirju loo keskele, väikseid fotosid ja joonistusi 'lõigatakse' veergude sisse (st nende kõrvale laotakse tavapärasest kitsam veerg).



### 3. Visuaalid

Visuaalide kasutamine püsib nõukogude eesti ajalehtedes väga stabiilsena. Visuaalide maht võib eristada kaks faasi: kuni 1950. aastate teise pooleni püsib visuaalsus nõukogudeeelsel tasemel, visuaalid hõlmavad 6–7% toimetuse materjalist; 1950. aastate lõpus kasvab visuaalide maht kaks korda ja püsib sel tasemel nõukogude aja lõpuni (joonis 4.19). Sellist visuaalide mahtu peab oma lehekujundusõpikus nõukogude ajalehe jaoks optimaalseks ka S. Gurevitš (1969: 59, refereeritud Peinar 1976: 18 kaudu).

Põhiosa visuaalidest moodustavad fotod, joonistusi kasutatakse pisut rohkem 1960. aastatel.

#### 3.1. Fotod

**Fotode laad.** Nõukogude võimu kehtestamine 1940. a muudab kohe fotode sisu. Kui aasta alguses domineerisid fotod, mis näitasid sõjasündmusi Euroopas, siis nüüd kaovad need lehtedest peaaegu täielikult. Asemele tulevad fotod, mis kujutavad õnnelikku elu Nõukogudemaal, seinalehti, valimiseelseid koosolekuid.

Kõige sagedamini on nõukogude ajalehefotodel töötavad töölisid ja kolhoosnikud, koosolekud, agitaatorid valijatega rääkimas, valmivad uusehitised, paraadid, hiljem ka stseenid teatrietendustest, sportlased, üliõpilased-õpilased, teadlased. Selles nomenklatuurses valikus toimub nõukogude aja jooksul vaid üksikuid muutusi.<sup>[22]</sup> 1950. aastate keskel muutub fotode valik mitmekesisemaks. Hakkab ilmuma fotosid, mis näitavad nõukogude inimesi puhkamas. 1960. aastatel hakkab ilmuma kunstilisi pilte: iseseisvaid fotosid loodusest, lastest jne. 1980. aastatel hakkab ilmuma suuremaid üksikportreesid filminäitlejatest. Teisest küljest muutuvad rituaalseid sündmusi kujutavad fotod 1970. aastatel klišeeliseks, palju ilmub fotosid autasustamistest jm käesurumistest.

Kogu nõukogude aja fotodele on iseloomulik positiivne propaganda. Foto on 'ikoon', see ei näita negatiivseid tegelasi (rahvavaenlasi, kodanlikke natsionaliste, kurjategijaid, usklikke, eesti emigrante jne), kuigi neist ilmub palju kriitilisi lugusid. Lühikesi kriitilisi lugusid illustreeritakse karikerivate sullejoonistustega, pikemad kriitilised lood on enamasti visuaalideta. 'Sula-aastatel' võib leida ka väga üksikuid negatiivsete tegelaste fotosid. Näiteks *Rahva Hääles* ilmunud pikka lugu "Variserid" täiendab foto peategelasest pastor August Ein'ist (28. okt 1960). Fotode sisusse sekkub oma nõudmistega ka tsensuur. Keelatud on avaldada panoraamfotosid, fotosid pikkadest sildadest ja mastidest, aerofotosid (Maimik 1994: 110; vestlus Sulev Uusiga 29. dets 2009).

Maailma väljaspool NSVL-i piire näeb fotodel vähe ja kitsalt (vt näited 9.11–9.12). Eesti lehed saavad teha oma valiku nende fotode seast, mida pakub TASS. Iseloomulik on see, et tavaliselt ei ole välisfotod uudisfotod ega kuulu (uudis)lugude juurde, vaid on iseseisvad. Nad näitavad n.ö lihtsaid inimesi massina ega keskendu üksikisikutele. Välisriikide poliitikutid näeb fotodel vaid siis, kui nad kohtuvad Nõukogude riigijuhtidega.

Pärast sõda ilmub välisfotosid väga vähe, nende hulk suureneb 1960. aastatel. Fotode valik on selgelt ideoloogiline. Rohkem näidatakse NSVL-i liitlasi ja seda positiivses võtmes: ilus elu sotsialismimaades, NSVL-i abiga rajatavad koolid ja tehased Aafrika ja Aasia arengumaades. Kapitalistlikku maailma näeb vähem ja peamiselt negatiivsena: protestimeeleavaldused, töötava rahva raske elu jms. 1970.–1980. aastatel ilmub ka neutraalseid linna-vaateid.

**Fotode hulk.** Kui kasutada fotode hulga mõõtmiseks fotode keskmist arvu 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis, siis näeme, et nõukogude aja alguses püsib fotode hulk endisel tasemel, vä-

[22] Eesti fotograafiast stalinismi ajal vt Linnap 2000.

heneb pisut 1950. a ja hakkab siis tõusma: 1935–1945 ilmub 1 m<sup>2</sup>-s keskmiselt seitse fotot, 1950 – kuus fotot, 1955 – kaheksa fotot (joonis 4.23).

Siiski on see statistika petlik, sest fotode kasutamise regulaarsuse hindamisel tuleb arvestada, et nõukogude võim vähendab lehenumbri mahtu 2,5 korda. Nii peegeldab fotode kasutamise regulaarsust pigem fotode arv ühes lehenumbris ja see näitab fotode hulga selget langust 1940. aastate jooksul. 1940. a esimeses pooles ilmub ühes lehenumbris keskmiselt kümme fotot (arv kõigub 2–30), sama aasta teises pooles seitse fotot, 1945. a – viis fotot, 1950. a – neli fotot (arv kõigub 0–12). Kuna fotode arv lehenumbris kõigub tugevalt, siis ilmub 1940. aastatel ja 1950. aastate alguses üksikuid lehenumbreid, milles ei ole ühtegi fotot. 1950. a *Rahva Hääle* ühe numbris on kõige sagedamini kaks fotot.

Fotode vähesem kasutamine on ilmselt seotud kahe asjaoluga. Pärast nõukogude võimu kehtestamist kaovad eesti lehtedest välismaised fotod, mis 1930. aastate lõpus moodustasid umbes poole avaldatud fotode arvust. Oluline on ka see, et nõukogude ajalehelt nõutaksegi sel perioodil vähest visuaalsust. Näiteks II maailmasõja järel ilmuvad *Pravdas* ainult väga üksikud ametlikud kodumaised fotod: nõukogude parteijuhid grupina seismas või presiidiumis istumas, matused, parteijuhtide portreed (nt valimistel kandideerimise puhul).

1950. aastate keskel hakkab fotode arv lehes kiiresti ja järjekindlalt kasvama: 1950. a on ühes lehenumbris neli fotot, 1965. a kümme fotot. Siis fotode arv langeb pisut ja püsib nõukogude aja lõpuni samal tasemel, kaheksa-üheksa fotot ühes lehenumbris.

Põhimõtteliselt samasuguse muutumismustriga on ka fotode maht (joonis 4.20). 1940.–1950. aastatel püsib fotode maht varasemaga samal tasemel: 5–6% toimetuse materjali mahust. 1960. aastaks kasvab fotode maht peaaegu kaks korda (10% toimetuse materjali mahust) ja püsib 11–12% tasemel kuni nõukogude aja lõpuni.<sup>[23]</sup> Tähelepanuväärne on see, et kui 1955. a on fotode arv juba kasvanud, siis fotode maht püsib veel endisel tasemel. Seega on fotosid lehes varasemast rohkem, aga nad on väiksemad (joonis 4.25). 1960. a on fotode keskmine suurus kasvanud endisele tasemele, ka fotode hulk on varasemast suurem ning seetõttu on kasvanud ka fotode maht.

Sellist fotode hulka – kaks fotot leheküljel, 12–15% toimetuse materjali mahust – peavad (rajooni)ajalehe jaoks optimaalseks ka nõukogude kujundusõpikud (Gurevitš 1969: 59, tsiteeritud Peinar 1976: 18 kaudu). Eesti ajalehtede fotolisuus muutubki sünkroonselt vene keskajalehtede omaga. Ka seal kasvab fotode kasutamine järsult 1960. a paiku ja jääb siis sellele tasemele püsima kuni 1980. aastate lõpuni.

Selle aja lääne ajalehtedes ilmub fotosid rohkem ja nende maht ei püsi samal tasemel, vaid kasvab pidevalt. Näiteks 1950. aastate jooksul kasvab fotode maht hüppeliselt Soome lehtedes: 1940. a on fotode maht toimetuse materjalis 7%, 1950 – 10% ja 1960 – 17% (Leppänen & Leppänen 1979: 36, andmed Mervola 1995: 265 kaudu). USA lehtedes on fotode maht juba 1950. a 17% (Aromiskis jt 1952: 212–213, andmed Mervola 1995: 265 kaudu), hilisema kohta pole õnnestunud statistikat leida. Rootsi ajalehtedes hõlmavad 1970. a fotod 19% toimetuse materjali mahust, inglise suurtes hommikulehtedes varieerub 1975. a fotode maht 6% ja 22% vahel (kõige visuaalsemad on pühapäevanumbrid; Thomas Hård af Segerstadi ja Denis McQuaili andmed, refereeritud Pietilä 1980: 332 kaudu).

**Fotode suurus ja laius.** Esmapilgul tundub ootamatu, et nõukogudeaegsed fotod on järjekindlalt suuremad kui vabariigiaegsed (vt joonis 4.25), kui aga võtta arvesse nõukogude foto ikonoloogilist sisu, siis on fotode suurenemine loomulik. Kuni nõukogude aja lõpuni on fotode keskmine suurus 85–100 cm<sup>2</sup>. Kõige tavalisema kuldloikes foto puhul teeb see külje-

[23] Jüri Peinari andmetel on 1970. aastate keskel fotode maht samasuguse ka kohalikes lehtedes (Peinar 1976: 20).

pikkuseks umbes 7 x 12 cm kuni 8 x 13 cm. Sellest keskmisest erineb fotode suurus ainult kahel juhul. 1950. aastate keskel on fotod väiksemad (77 cm<sup>2</sup>), sest fotode arv kasvab esmakordselt nõukogude aja jooksul, aga fotode maht on varasemaga veel võrdne. Lisaks võib fotode keskmine suurus väheneda Stalini surma tõttu, kuna lehtedest kaovad kolme-nelja-veerulised Stalini paraadportreed, mida avaldati kõikvõimalike tähtpäevade puhul. 1970. aastate keskel on aga fotod tavapärasest suuremad (111 cm<sup>2</sup>, kuldlõikes 8,2 x 13,6 cm).

Kui uurida lisaks fotode suurusele ka fotode laiust (joonis 4.24), selgub, *miks* on fotod nüüd varasemast keskmiselt suuremad. Juba 1940. a teisel poolel laienevad fotod võrreldes aasta algusega. Põhjus on lihtne: nõukogude ajaleht ei avalda üheveerulisi portreefotosid (juubilaridest jms), mis olid igapäevased vabariigiaegsetes lehtedes. Kui nüüd portreefotot kasutatakse, siis on see 'ikoon', mis näitab riigijuhte, ja selline portree on vähemalt kaheveeruline, hiljem kolmeveeruline. Nii on foto nõukogude ajalehes suurem väärtustaja kui varasemas ajakirjanduses. Fotosid on lehes vähem ja kui foto juba avaldatakse, siis on ta keskmise suurusega: kaheveeruline (ja vertikaalne) või kolmeveeruline (ja horisontaalne).

Seega nõukogude ajalehe hallust ei põhjusta mitte fotode väiksus, vaid fotode ühetaoline suurus ja keskmise suurusega fotode üha kasvav hulk. Kui 1940. a alguses on kolmandik ajalehefotodest kahe-kolmeveerulised, siis sama aasta teisel poolel, pärast nõukogude võimu kehtestamist on selliseid fotosid juba pool kõigist fotodest ja nende osakaal kasvab järjekindlalt väiksemate fotode arvel. Nõukogude aja lõpus, 1985. a on kahe-kolmeveeruliste fotode osakaal 80% kõigist fotodest (vt näide 9.12).

Kolmest veerust laiema fotod on nõukogude ajalehes suhteliselt haruldased. Alates 1960. aastatest on nende osakaal 5% ringis ja 1980. aastatel langeb paari protsendi võrra. Suuri fotosid kasutatakse peamiselt võimu ja võimsuse näitamiseks (vt näide 9.1). Nii avaldab *Rahva Hää* 1980. a kogu lehekülje laiused (st kaheksaveerulised) fotod NSVL Ülemnõukogu kümnenda koosseisu neljandast istungjärgust, ENSV juhtidest Tallinnas triibüünil jms. Tavapärasest suuremaid fotosid avaldatakse ka laulu- ja tantsupidude puhul.

Nii nagu varem, kasutatakse ka nõukogude ajal palju mittetäisveerulisi fotosid<sup>[24]</sup>, 1960. aastatel on umbes kolmandik kõigist fotodest mittetäisveerulised. See näitab, et lehes ei valitse korrapärane moodulkujundus, fotode suuruse määramisel ei lähtuta veergudest, mis jaotavad lehekülje sirgeteks vertikaalseteks osadeks. Peamiseks eesmärgiks mittetäisveeruliste fotode avaldamisel on mitmeplaanilisus, varieeruvus (vestlusest Sulev Uusiga 29. dets 2009). Pärast 1970. a langeb selliste fotode arv järsult, nüüd on neid alla viiendiku fotodest. Muutus on põhjustatud leheküljestruktuuri muutmisest, senist puslekujundust asendab moodulkujundus täisveeruliste fotodega (pikemalt vt *Leheküljed*, lk 285–286).

**Fotode kuju** (joonis 4.26) poolest eristub nõukogudeaegses ajalehes kaks faasi: varieeruv ja modulaarne.

Kuni 1960. aastate alguseni on 6–8% fotodest tavapärasest nelinurgast erineva kujuga. Ilmub ovaalseid ja siluettfotosid. *Noorte Hää* ja *Edasi* kasutavad 1950.–1960. aastatel fotosid, millel on nurgad ära lõigatud või on fotosse lõigatud nelinurkne auk, kuhu paigutatakse paratekst (nt fotoallkiri, loo pealkiri). Kõik need variatsioonid fotode kujus annavad tunnistust sellest, et moodulkujundus ei ole ajalehes veel lõplikult valitsev.

Lisaks näitab fotode kuju muutmine selleks, et fotode 'tühja' pinda ära kasutada, fotode 'tihendamise' uut praktikat. Vabariigi ajal 'tihendati' fotosid *visuaalselt* – mitu fotot kleebiti kokku uueks, mitmekülgsemaks pildiliseks tervikuks. Nüüd 'tihendatakse' fotosid *verbaalselt* – fotot lõigatakse, et panna 'tühjale' alale tekst.

[24] Need on fotod, mille laiust ei ühti veergude laiusega ja fotovabale veeruosalale on paigutatud mõni teine element: põhitekst, pealkiri, teine foto vms.

Alates 1960. aastate keskpaigast kuni nõukogude aja lõpuni varieerub fotode kuju väga vähe. Valitsema hakkab moodulkujundus ja ka fotod on ülivaldavalt nelinurksed, muu kujuuga fotosid ilmub 0–2%.

**Fotoallkirjad.** Kuigi nõukogudeaegsetes normatiivsetes tekstides rõhutatakse fotoallkirjade kasutamise hädavajalikkust (nt Rätsep 1970: 263–264; Peinar 1976: 38, 42), kasvab ilma allkirjata fotode hulk järjest. Kui 1940. aastatel on ilma allkirjata vaid 5% fotodest, siis 1980. aastate lõpus on allkirjastamata pool fotodest (joonis 4.27). Selles võib näha kujunduselementide järjest vähenevat sidusust: põhielemendid – tekst, fotod, joonistused – on omaette suletud tervikud, täiendavaid paratekste – fotoallkirju, vahepealkirju – kasutatakse vähe. Kuid põhiteksti keskseks seades on võimalik ka vastandlik tõlgendus: põhitekst annab keskse info, kõik muud elemendid on paraelemendid, illustratsioonid (Roland Barthesi mõistes), millele põhitekst vajadusel viitab (nt viidatakse põhitekstis fotodel kujutatavale).

### 3.2. Joonistused

**Joonistuste hulk ja maht** (joonised 4.20 ja 4.21). 1940. a väheneb joonistuste arv ja maht umbes kaks korda. Eelkõige on põhjuseks koomiksistest loobumine, aga ka muid joonistusi ilmub vähem.

Pärast sõda väheneb joonistuste hulk ja maht veel kaks korda. Keskmiselt ilmub üks joonistus igas teises lehenumbris, aga joonistused on jaotunud lehtedesse ebahühtlaselt. Põhiosa neist avaldatakse tähtpäeval või kindlatel nädalapäeval ilmuvates rubriikides: karikatuurid ja karikeerivad joonistused satiirinurkades, väikesed sullejoonistused nädalavahetusel ilukirjanduslikes tekstides.

1950. aastate lõpus kasvab ajalehtede illustratiivsus plahvatuslikult: joonistusi ilmub üle viie korra rohkem, kahe lehenumbri kohta keskmiselt viis joonistust. Samas kasvab joonistuste maht vaid kaks korda, sest joonistused on varasemast palju väiksemad (sageli veerust kitsamad). Lehed näivad joonistustega üle külvatud, sest lisaks kasutatakse neid palju ka rubriiginimede ja teabegraafika ilmestamiseks.<sup>[25]</sup>

Alates 1960. aastate lõpust ilmub joonistusi vähem – keskmiselt kaks-kolm joonistust kahe lehenumbri kohta – ja nad on suuremad. Eelkõige kaovad igapäevased pisijoonistused.

Samas joonistuste maht muutub nõukogude aja jooksul väga vähe: 1940.–1950. aastatel on see kuni 1% toimetuse materjali mahust, 1960.–1980. aastatel umbes 2%. Sellest hoolimata muutub illustreerituse mulje tugevalt, sest varieeruvad joonistuste arv ja suurus.

**Joonistuste laad** on nõukogude ajal varasemast erinev. Kui varem kasutati joonistusi peamiselt päevapoliitika pilamiseks (alates 20. sajandi algusest), foto asendajana uudistes (kuni 1920. aastate keskpaigani) ja meelelahutuseks (1930. aastatel), siis nüüd propageerivad joonistused nõukogude ideoloogiat ja dekoreerivad ajalehte. Samas pole kogu nõukogude aeg joonistuste laadilt ühtne, eri kümnenditel domineerivad lehes eri tüüpi joonistused ja selle alusel saab eristada kolm faasi: 1940. aastatel ja 1950. aastate esimesel poolel domineerivad propagandistlikud joonistused (paraadportreed ja plakatid, välispoliitilised karikatuurid), 1960. aastatel ja 1970. aastate alguses arvukad dekoratiivsed pisijoonistused, 1980. aastatel karikatuurid.

1. 1940.–1950. aastate ajalehejoonistused propageerivad eelkõige õiget ideoloogiat. Varasemate postkaardilike ilupiltide asemele tulevad maalid nõukogude riigi juhtidest ja ideoloogidest (nt Gorbowi “S. M. Kirow W. I. Lenini juures” – *Tartu Kommunist* 16. okt 1940). Joonistuste seas domineerivad üksikud võimsad Stalini paraadportreed ja plakatid.

[25] Neid sinne joonistuste arvukuse statistika ei kajasta.

1950. aastatel hakatakse Stalini pildi asemel kasutama plakateid, mis kujutavad õnnelikke noori nõukogude sümboolikaga (lipud, loosungid jms). Sisse põimitakse rahvussümboolikat (rahvariided, lillornament; nt *Noorte Hää* 20. juuli 1950).

Karikatuuride osakaal 1940. aastate lehtedes üha langeb (joonis 4.22). 1940. a pilgatakse karikatuurides äsjast Eesti Vabariiki ja selle juhte, pärast sõda fašismi ja NSVL-i välispoliitilisi vaenlasi (nõukogudeaegsest karikatuurist pikemalt vt Tamm 2001: 38–47).

Meelelahutuslikke joonistusi sel ajal ei ilmu. *Päevalehes* ilmub viimane regulaarne koomiks 22. juunil, *Postimehes* 17. juulil 1940. 1940. a teise poolaasta joonistuste statistikas on koomiksitate osakaal veel tervelt 15%, aga kõik need ilmuvad juulikuus, alates augustist pole lehtedes ühtki koomiksit.<sup>[26]</sup>

2. 1950. aastate teisel poolel hakkab joonistuste laad muutuma: suureneb dekoratiivsus, karikatuurid muutuvad meelelahutuslikumaks, käsitletakse 'kergemaid', igapäevaseid teemasid. Plakatid on varasemast väiksemad.<sup>[27]</sup>

Juba pärast sõda illustreeriti pisikeste sullejoonistustega üksikuid ilukirjanduslikke tekste, följetone ja kriitilisi lugusid, aga 1950. aastate lõpus kasvab nende arv plahvatuslikult. Väiksed sullejoonistused dekoreerivad nüüd kõikvõimalikke lugusid ilukirjandusest ja olukirjeldusest uudiste ja ilmateateni. 1960. aastate lõpus pisijoonistuste arv väheneb, igapäevastes tekstides neid enam ei kasutata.

1960. aastatel muutub karikatuuride sisu ja laad. Välispoliitilisi karikatuure asendavad olmekarikatuurid (liiklusest, perekonnast, koolist, televisioonist, spordist jms)<sup>[28]</sup>, satiiri kõrvale tuleb 'pehme' huumor.

3. 1970. aastate kesksaak ja teine pool toob joonistustesse kaks mõneti vastandlikku tendentsi. Ühest küljest kasvab järsult karikatuuride osakaal (70–80% kõigist joonistustest), teisest küljest hakatakse joonistustega rohkem märkima nõukogulikku tähtpäevi. Lisaks muutub 1970. aastate keskel plakatite stiil. Endiselt ilmub kunstilisi joonistusi ilukirjanduslikes tekstides ja kunstireprosid.

Suur osa stagnatsiooniaegsetest karikatuuridest on naljapildid üldinimlikel teemadel (v.a *Rahva Hääles*). *Edasi* "Herilases" ilmub üha rohkem 'kergeid' karikatuure, mis põhinevad sõnakoomikal ja absurdil (autoriteks Priit Pärn, Toomas Kall, Andrus Peegel jt). *Edasi* üritab elustada ka igapäevase värsked karikatuuri traditsiooni, aga see ei kesta kaua: vaid 1979. a ilmub Hillar Metsa karikatuur kolm korda nädalas, s.o "Herilase"-vabadel päevadel.<sup>[29]</sup>

Nõukogude tähtpäevade tähistamiseks kasutatakse üha rohkem suuri joonistusi ja vähem teksti. Pühade ja tähtpäevade puhul avaldatakse ülisuuri lakoonilisi plakateid. Arvukate ametipäevade tähistamiseks ilmub pühapäeviti ajalehe esikülje ülaosas ('aknas') plakatlike portreejoonistusi (nt Lustivere haigla medõed (*Noorte Hää* 28. sept 1975), metsavaht Anatoli Jurtšuk (*Rahva Hää* 15. sept 1985)).

1970. aastate keskel hakkab muutuma ajaleheplakatite stiil. Kui varem olid plakatid realistlikud optimistlikud joonistused, siis nüüd on nad abstraktsemad, sümbolilisemad

[26] Nõukogude eesti *päevalehed* koomikseid ei avalda, aga muudes väljaannetes ilmub üksikuid koomikseid lastele, nt Teet Kuusmaa "Pontu ja Priidu" *Sädemes* alates 1973. a, Raivo Järvi "Võitlus tule pärast" ja "Muinasjutt Tulipoisist" *Pioneeris* 1982–1984. Eesti autorite koomiksitate Nõukogude Eestis annavad ülevaate Laaniste 2001: 4: 75–85 ja Normet 2001: 26–28, vt ka Orav 1999: 46–63. Välismaiseid koomikseid ajalehtedes ei ilmu.

[27] 1950. aastate teisel poolel ja 1960. aastatel ilmub ajalehtedes arvukalt maisikasvatust propageerivaid plakateid, mis oma tohutusuurte optimistlike tõlvikutega näivad tänapäeval peaaegu paroodilisena. Nt "Võitlusse maisi eest!" ja "Tee vabaks maisile!" (*Noorte Hää* 10. märts ja 19. mai 1955).

[28] Ainult *Rahva Hääles* ilmub kuni nõukogudeaja lõpuni endiselt palju välispoliitilisi karikatuure.

[29] Traditsiooni elushoidmiseks ei jätkunud kiireid ja täpseid joonistajaid (Uus 2009: 257).

(fookuses viisnurgad, päksekiired, lipud, vt näide 9.5); vormis mängitakse tüpograafia võimalustega (eelkõige *Edasis*): ehiskirjad pole varasemad kalligraafilised kirjad, vaid selged korrapärased modernistlikud plokk-kirjad; kasutatakse ofsetrüki võimalusi, nt toonideta fotosid, ülisuuri rastripunkte jms (*Noorte Hää* 20. juuli 1975 või *Rahva Hää* 1. mai 1980). Varasema käsitöö reprodutseerimise asemele on tulnud trükitööstuse võimalused. Need uuendused pole muidugi ajaleheplakatile ainuomased, vaid peegeldavad laiemat muutust eesti plakatikunsti (vt Hain 1984).

#### 4. Teabegraafika

Teabegraafika hulk on nõukogudeaegsetes ajalehtedes stabiilselt väike. 1940. a jooksul väheneb teabegraafika kasutamine üle kahe korra. Pärast sõja lõppu 1945 tõuseb hulk pisut ja püsib kuni nõukogude aja lõpuni muutusteta: 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalil ilmub keskmiselt üks teabegraafika (s.o pisut alla ühe teabegraafika lehenumbri; joonis 4.28).

Teabegraafika temaatika on võrreldes vabariigiaegsega kardinaalselt teistsugune, peegeldades taas muutunud võimu. Kohe 1940. a juulis loobutakse rutiinsetest regulaarsetest tabelitest, mis andsid ülevaate igapäevasest majanduselust. Palju vähem ilmub sõjakaarte rindete asukohtadest. Alles jäävad maleülesanded. Uued teemad on seotud nõukoguliku eluga, ilmuvad tabelid uutest hindadest, töötasumääradest Eestis, statistika NSVL-i majandusnäitajate paranemisest ja spordist (NSVL meistrivõistluste turniiritabelid).

Pärast sõda saavad teabegraafika rutiinid kiiresti paika. Põhiosa teabegraafikast moodustavad erinevate plaanide täitmise tabelid (heinavarumisest tööviljakuseni).

Teabegraafika liikidest ilmub ajalehes endiselt kõige rohkem tabeleid. Nende osakaal on 60–80% teabegraafikast, kõige vähem ilmub neid 1960.–1970. aastatel (joonis 4.29). 1950. aastate lõpus suureneb visuaalse teabegraafika osakaal. Suurima hulga neist moodustavad male- ja kabeülesanded, mis ilmuvad regulaarselt male- ja kabenuurkades. Neid on pidevalt umbes 20–30% kogu teabegraafikast.

Muid teabegraafikaliike ilmub palju vähem ja juhuslikult, enamasti seoses tähtpäevade ja kampaaniatega. Näiteks kuni 1960. a avaldatakse suhteliselt palju pildilist teabegraafikat ja jooniseid, mis õpetavad vajalikke tööriistu-masinaid ise ehitama ja olemasolevaid uute ülesannete täitmiseks ümber ehitama (kohandama hoonet viljakuivatiks või kesakultivaatorit maisikülvide hooldamiseks). 1960., 1965. ja 1975. a ilmub ENSV juubelite puhul palju tulp- ja joondiagramme, mis näitavad, kui palju on elu Eestis nõukogude aja jooksul edenenud (näide 9.10). 1970. a ilmub palju kaarte, eelkõige Aafrika riikide loomise 10. aastapäevadeks (muidu ilmuvad kaardid peamiselt sõdade puhul).

Kaardid on väheoperatiivsed, näidates ajas ja ruumis kaugeid kohti. Selle peamine põhjus on Nõukogude tsensuur, mis keelab avaldada topograafilisi kaarte täpsemas mõõtkavas kui 1 : 1 000 000 ning NSVL-i plaane tervikuna või osadena (vt Maimik 1994: 110). Nii ilmub Eestit näitavaid kaarte ülivähe, enamasti on need spordivõistluste radade plaanid ja meteoroloogilise statistika kaardid (näitavad sademete hulka, õhutemperatuuri jm). Ilmakaarti, mis tänapäeva lehtedes on igapäevane, avaldab esimesena *Noorte Hää* 1968.–1970. a. Ka see on väheoperatiivne, ilmub kord nädalas ega näita mitte Eestit, vaid kogu Põhja- ja Lääne-Euroopat. Sõjakaardid näitavad lihtsalt sõdivaid riike, mitte rindeid vms. Nii nagu fotosid, kasutatakse ka kaarte ainult selliste sõdade näitamiseks, kus ründavad NSVL-i vaenlased, nt Korea sõda, Vietnami sõda. Mitte ühtki kaarti ei ilmu Afganistani sõjast.

Nõukogudeaegne teabegraafika ei ole kujundatud ühtses stiilis, segamini kasutatakse eri kirju ja kujundusvõtteid. Teabegraafika temaatika ja kujundus seotud teabegraafika allikaga ja siin saab eristada kolm gruppi: ametkondlik, plakatlik ja välismaine teabegraafika.



### Näide 9.10. Plakatlik teabegraafika

Näited *Rahva Häälest* (29. jaan 1960: 1 (fragment)) ja *Edasist* (17. aug 1965: 2 (fragment)). Teabegraafika rõhutab üht ideoloogiliselt sobivat ideed visuaalselt. *Rahva Hääle* diagrammil kajastavad toimunud vaid 1958. a arvud, 1960. ja 1965. a arvud näitava plaane.

Ametkondlik ('laenatud') teabegraafika. Enamik ajalehtedes avaldatavast visuaalsest teabegraafikast ei ole loodud mitte ajalehe jaoks, vaid erialaseks kasutamiseks ja ajalehed lihtsalt klišeerivad olemasoleva teabegraafika. Näiteks kontuurkaardid on ilmselt atlasedest mahapildistatud, mõnikord vaevu loetavad (vt Boliivia kaarti *Rahva Hääles* 25. juuli 1980). Teadus- ja majanduslugudes ilmub käsitsi joonistatud joon- ja tulpdiagramme, mida täiendavad kalligraafilises kirjas pealkirjad. Ilmselt on toimetus võtnud need tervikuna lugude autorite uurimustest ja täiendanud neid vaid pealkirjadega (nt "Saadikutöö sõltuvus rahvasaadikute vanusest" – *Edasi* 10. aug 1965).

Plakatlik ('oma') teabegraafika. Spetsiaalselt ajalehes avaldamiseks loodud teabegraafika stiil erineb ametkondliku teabegraafika omast täielikult. See pole detailne, täpne, objektivne teabegraafika, vaid propagandistlik, võitluslik joonistus, mis esitab ühe selgelt visualiseeritud idee. Sageli ei edasta teabegraafika fakte toimunust, vaid näitab suurejoonelisi plaane või esitab kaks kindla sihiga valitud arvu, et näidata elu tohutut edenemist Nõukogude Eestis võrreldes Eesti Vabariigiga (näide 9.10). Tulpade asemel kasutatakse arvude võrdlemiseks temaatilisi joonistusi, mille suuruskontrast annab arvudele õige hinnangu, arvud ise jäävad tagaplaanile (nt arstide hulk Eestis aastatel 1940 ja 1964 – *Edasi* 24. aug 1965). Dekoreerituse tõttu on raske aru saada, kas teabegraafika proportsioonid on korrektsed. Selles kujunduses võib näha viiteid Otto Neurathi 1930. aastate Isotype-stiilile (vt Neurath 1936; Vossoughian 2009), aga domineeriv dekoratiivsus varjutab esialgsed funktsionalistlikud ideed täielikult. Mõnel juhul on kahtlane, kas neid propagandistlikke joonistusi üldse pidada teabegraafikaks või hoopis väikesteks innustavateks plakatiteks.

Plakatlik teabegraafika (nii nagu kogu nõukogudeaegne visuaalne teabegraafika) on käsitsi joonistatud ja seejärel klišeeritud. Vaid 1970. aastate keskel ilmub *Edasis* mõni diagramm, mis on loodud tüpograafiliselt, kasutades tinalaos jooni-raame-umbreid, rastertulpi, letratähtedest kleebitud pealkirju ja selgitusi (nt 13. nov ja 10. det 1975).

Välismaine ('varastatud') teabegraafika.<sup>[30]</sup> Eesti lehed avaldavad TASS-i vahendusel ka välismaist teabegraafikat. See ilmub esialgses kujunduses ja võõrkeelsena, eestikeelsed selgitused lisatakse eraldi lühikese tekstina. 1950. aastatel avaldatakse üksikuid vene-, saksa- ja inglisekeelseid kaarte, 1980. aastatel saksa- ja inglisekeelseid diagramme.

[30] Sõna 'varastatud' on siin kasutatud metafoorina. Nõukogude seaduste kohaselt oli teabegraafika avaldamine juriidiliselt korrektne, aga ei saa tõenäoliselt pidada, et TASS näiteks *Washington Post*ilt teabegraafika levitamiseks luba küsis ja selle autorile tasu maksis.

Välismaiste diagrammide kujundus 1980. aastatel erineb märgatavalt kohaliku teabegraafika kujundusest. Välismaa väljaannetest võetakse tollal kõige moodsamaid 'tembutavaid' 'komigramme' (ingl 'chartoons' ehk *cartoon charts*). See on teabegraafikastiil, millele panid 1960.–1970. aastatel aluse ajakirja *Der Spiegel* teabegraafikud (tuginedes samuti Isotype-stiilile) ja ajakirja *Time* disainer Nigel Holmes<sup>[31]</sup> (Monmonier 1989: 168–169, 173–175; Meyer 1997: 23–30). Diagrammide andmeid on ajalehe jaoks toimetatud ja lihtsustatud, diagrammid on kujundatud arvutil, sageli kolmemõõtmelisena, nad on kaunistatud joonistustega, mida püütakse kasutada info edastajana (nt erineva suurusega inimfiguurid töötuse määra näitamiseks; vt tolleaegseid õpikuid, nt Holmes 1984; Nyhetsgrafik 1988).

Ajalehtede jaoks loodud nõukogude ja välismaine ('oma' ja 'varastatud') teabegraafika on mõneti sarnane. Mõlemal juhul on info plakatlikult lihtsustatud, aga lihtsustatuse määra on erinev, nõukogude teabegraafika võrdleb sageli ainult kaht arvu. Mõlemal juhul on info dekoreeritud, aga välismaise teabegraafika dekoratsioonid on moodsamad. Ja muidugi on eesti lehtedes avaldatud teabegraafika nõukogude lehe jaoks sobiva ideoloogilise sisuga, näiteks joondiagramm töötuse kasvust USA-s (pärit *U.S. News and World Report*ist, ilmub *Rahva Hääles* 15. aug 1980).

## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

### I. Tekstiplokk

**Tekstiplokkide kuju** muutub eesti lehtedes kohe pärast nõukogude võimu kehtestamist. Kui 1930. aastate lõpus kasutati uudistekülgedel palju ebakorrapärase kujuga (mittenelinurkseid) plokkide, siis juba 1940. a teisel poolel loobutakse neist ja kasutatakse järjekindlalt ainult nelinurkse kujuga tekstiplokkide.

Muudatus tuleb sellesse süsteemi 1950. aastate teisel poolel, kui tekstiplokkide kuju hakkab muutuma taas ebakorrapäraseks, nelinurksete lugude asemele tuleb üha rohkem lugusid, milles mõni veerg on teistest pikem või lühem. 1960. a keskel domineerivad ebakorrapärase kujuga tekstiplokkid kõigis lehtedes. Neid kasutatakse isegi joonealuses, tehes selle ülaserava sakiliseks: esimesed kolm veergu on kõrgemad, viimased kaks-kolm veergu pisut madalamad (nt *Edasi* 13. apr 1965: 3).

1970. aastate alguses ebakorrapärase kujuga tekstiplokkidest loobutakse, lood on taas nelinurksed.

**Lisaelementide paigutus põhitekstis.** Vabariigi ajal muutus lisaelementide – visuaalide, paratekstide, teabegraafika – paigutus põhitekstist sõltumatumaks, eraldiseisvamaks, seda vähem 'tükeldavaks'. Nõukogude aja alguses järgitakse sama paigutuspõhimõtet.

1950. aastate teisel poolel hakatakse lisaelementide abil põhiteksti taas 'tükeldama'. Isegi pealkirju, mis varem olid alati loo alguses põhiteksti kohal, pannakse üksikutes pikemates lugudes loo keskele või jagatakse mitmeks eraldiseisvaks osaks loo sisse. Kui varem paigutati fotod lugude servadesse, siis nüüd pannakse neid ka keset lugusid, loo tekstiveerge osadeks 'lõikama' (vt näide 9.3). Kui ühe loo juurde kuulub mitu fotot, siis pikemates lugudes pannakse nad loo sisse kolmnurkselt või diagonaalselt (nt *Rahva Hääles* 3. nov 1950: 2). See on uudne võtte varem nii tavalise fotokollaaži asemel, mis koondas kokkukuuluvad fotod kokku (üksteise kõrvale või peale). Ka nüüd kasutatakse mõnikord kollaaži (eelkõige laulupidude ja paraadide puhul), aga see on enamasti lihtne fotode asetamine tihedalt üksteise kõrvale ilma eraldava tühja ruumita, katkematu reana lehekülje üla- või alaservas.

[31] Nigel Holmes töötas 1978–1994 ajakirja *Time* disainerina. 1980. aastatel imiteerisid väga paljude lääne väljaannete teabegraafikud tema kujundusstiili (sh ka *USA Today* – Lupton & Miller 1996: 145).



‘Tükeldava’ paigutamise põhjus võib olla soov põhiteksti lisaelementide abil liigendada, teisest küljest ka soov kasutada endiselt tasakaalustatud kujundust. Aga kuna fotosid ilmub nüüd rohkem (joonis 4.23) ja lood on varasemast pikemad (joonis 4.10), siis tuleb visuaalse tasakaalu saavutamiseks asetada fotosid ka tekstide keskele. Igatahes muutub küljendus keerukamaks ja integreeritumaks, verbaalide ja visuaalide paigutus on läbipõimitum.

Nõukogude aja lõpuks paigutatakse fotosid kõikvõimalikel viisidel: koondatakse kokku ja hajutatakse laiali lugude servadesse, pannakse tekstiveergude algusse, lõppu ning keskele. Ei ole võimalik üheselt öelda, kas sealjuures püüeldakse korrastatud või korrastamata mulje poole, aga kõigi variantide puhul on ühiseks jooneks visuaalse tasakaalu, sageli sümmeetrilisuse taotlus.

Teabegraafika paigutamine erineb fotode paigutamisest ja ka vabariigiaegsest praktikast, kus teabegraafika oli tavaliselt põhiteksti servas. Nüüd pannakse teabegraafika teksti sisse lineaarselt vastavalt teksti sisule just selle lause järele, mis teda esitleb, st teabegraafika ‘hakib’ tekstiveerge nagu 19. sajandil. Mitmeveerulise teabegraafika puhul sõltub põhiteksti paigutamiseviis sellest, kas tegemist on tabeli või visuaalse teabegraafikaga. Tabeli puhul tuleb kõigepealt lugeda tekstiveerud tabeli kohalt, seejärel tabel ja siis veerud tabeli alt (nt *Noorte Hää* 7. mai 1950: 3; *Edasi* 24. juuni 1970: 4; *Rahva Hää* 12. nov 1985: 2). Visuaalse teabegraafika puhul tuleb lugedes üle teabegraafika edasi-tagasi ‘hüpata’ (nt *Noorte Hää* 15. okt 1950: 3; *Edasi* 15. okt 1975: 4).

## 2. Leheküljed

Leheküljestruktuuri alusel jaguneb nõukogude aeg kolme faasi, mida eristab üksteisest eelkõige see, kas leheküljed on selged ja korrapärased või kirevad ja variatiivsed. See eristus ei ole üheski faasis absoluutne, pigem on leheküljed eri faasides kas selgema või segasema struktuuriga.

**1940.–1950. aastatel** on lehekülgede ülesehitus lihtsam ja selgem võrreldes vabariigi ajaga. Lood on pikemad, nende kuju on nelinurkne, fotosid ilmub vähem. Kujundus muutub horisontaalsemaks, eelkõige tänu üksikutele väga laiadele pealkirjadele ja fotodele ning joonealuse arvukamale kasutamisele.<sup>[32]</sup> Kujundus tiheneb. Juba 1940. a hakatakse varasema 4,5 mm veeruvahe asemel kasutama 3–3,5 mm veeruvahet, pärast sõda veelgi väiksemat (1,5–2 mm).

Pärast sõda hakkavad eesti ajalehed taas kasutama ‘hüppavaid’ lugusid (s.o lugusid, mille tekst jagatakse mitmele leheküljele) nagu enne 1920. aastaid. Siiski on mõned erinevused varasemast praktikast. Kui varem jätkus lugu vahetult järgneval küljel, siis nüüd pannakse loo osad üksteisest ruumiliselt kaugemale. Kui varem ei ühendatud loo osi omavahel kuidagi, siis nüüd kirjutatakse tekstiosade lõppu/algusse viide teise osa asukoha kohta. Seega olid ‘hüppavad’ lood varem omavahel ühendatud ruumiliselt, nüüd aga verbaalselt.

Esiialgu ‘hüppavad’ tekstid, mille avaldamine on otsustatud väljaspool toimetust, nt kodanlikke natsionaliste materdavad lood (lk 2–3 joonealuses, lõpp võib ulatuda ka 4. külje alanurka). Hiljem hakkavad ‘hüppama’ ka toimetuse enda ajakirjanike lood.

Elementide paigutamisel leheküljele loobutakse puslestruktuurist ja kasutatakse kaht erinevat struktuurimudelit. Neist hübriidstruktuur on pärit varasematest ajast, moodulstruktuur tuuakse sisse nõukogude ajal.

[32] Joonealune tähendab siin ainult lehekülje struktureerimismoodust, mitte järjejuttu vm ‘kerglase’ sisuga materjali. Järjejutte nõukogude aja alguses lehtedes ei ilmu, joonealusena kujundatakse ülevaateid nõukogude ideoloogiast, agiteerivaid lugusid, retsensioone.

Hübriidstruktuur (moodulküljendus + lineaarne küljendus) on olnud kasutusel alates 1920. aastatest (vt *Lehekülje struktuur*, lk 235–236) ja seda kasutatakse edasi ka nõukogude ajal. Mitmeveerulised pikemad tekstid pannakse lehekülje servadesse üksteise alla ning nende vahele jääv ala täidetakse lineaarselt lühiuudistega (nt *Edasi* 18. okt 1950: 1–3; *Rahva Häääl* 28. sept 1955: 1–4; vt näide 9.2). Nii on leheküljel visuaalselt nõrk tšenter ja tugev perifeeria. Tsentrisse jääv täidisala on nüüd mõnikord ka kaheveeruline (varem oli üheveeruline), st lühiuudised pannakse üksteise alla topeltveeruliste pealkirjadega (nt *Rahva Häääl* 12. okt 1950: 3). Selline tsentraalse täidisveeruga lehekülg püsib kasutusel kuni 1970. aastateni (nt *Edasis* 5. dets 1970: 1 ja 3).

1950. aastatel võetakse kasutusele ka hübriidstruktuuri uudne variant, mis kombineerib lineaarset ja modulaarset paigutust varasemast erineval moel. Lood laotakse üksteise alla lineaarselt, aga nad ei jätku veerust veergu, vaid iga veergu alustatakse pealkirjaga. Erinevalt vanast lineaarsest struktuurist ei järgne lood üksteisele mitte üheveerulisena, vaid kaheveeruliste plokkidena (pealkirjad topeltveerulised). Mõnikord koosnevad leheküljed ainult kaheveerulistest plokkidest (nt *Edasi* 25. jaan 1955: 1), mõnikord vaheldatakse ühe- ja kaheveerulisi plokkide (nt *Rahva Häääl* 15. sept 1955: 4, kus on 2 + 2 + 1 + 2 veergu; *Noorte Häääl* 4. juuni 1955: 4, kus on 2 + 1 + 2 + 1 veergu). Sellist struktuuri võiks nimetada topeltlineaarseks (näide 9.11).

Topeltlineaarse struktuurimudeli kasutamine on seotud vene eeskujudega ja ilmselt ka Venemaalt Eestisse tulnud trükitöölisega. Sellist struktuuri kasutasid vene lehed juba I maailmasõja ajal (Kisselev 1990: 121) ja ka pärast II maailmasõda on see vene keskajalehtedes väga levinud (vt nt *Pravdat* 1940.–1950. aastatel).

Moodulstruktuuri<sup>[33]</sup> (ingl *modular make-up or layout, block make-up*) hakkavad eesti ajalehed esmakordselt igapäevaselt kasutama pärast sõda. Selle mudeli puhul paigutatakse lood ja rubriigid leheküljele nii, et täidisala pole võimalik eristada. Kui hübriidstruktuuris on lühiuudised lineaarseks täidiseks modulaarsete plokkide vahel, siis moodulstruktuuris on lühiuudisedki omaette komponent, millel on leheküljel kindel asukoht. Just lehekülje teravikkus eristab moodulstruktuuri varasematest mudelitest, mille puhul lühiuudised võivad samuti moodustada nelinurkse ploki.

Rahvusvahelises võrdluses on moodulstruktuuri kasutuselevõtt eesti ajalehtedes 1940. aastatel väga moodne samm. Üksikud USA ja briti lehed hakkasid moodulstruktuuri esikülgedel kasutama 1930. aastate keskel, aga valitsevaks saab moodulstruktuur alles 1970. aastate alguses (Hutt 1973: 128; Garcia 1987: 46; Barnhurst ja Nerone 2001: 204–208).

Mudel jaguneb kaheks alaliigiks: eraldav ja ühendav moodulstruktuur. Sõja järel kasutavad eesti lehed eelkõige ühendavat varianti.

Ühendava moodulstruktuuri puhul ei jaotu leheküljed selgeteks alaosadeks, st lugusid eraldavad jooned ei ulatu läbi kogu lehekülje (vt näide 9.2). See struktuur on väga sarnane Radan Martineci ja Theo van Leeuweni võrgustikuga (ingl *network, web*; 2009: 38–41). Elementid paigutatakse leheküljele hajusalt, lühiuudised koondatakse lehekülje servaveergu (esmakordselt *Rahva Hääles* 1945. a, nt 4. okt 1945: 3). Selline paigutus seob lugusid omavahel ja seda kasutatakse enamasti lühemate lugudega külgedel ja seal, kus puuduvad selged temaatilised erisused.

[33] *Edasis* nimetatakse seda tagantjärele kuubikkujunduseks (*Edasi* 5. mai 1970).

### Näide 9.11. Topeltlineaarne leheküljestruktuur

**Noorte Häääl** 8. juuni 1950: 4 (vähendatud 2,5 korda). Kaheveerulised tekstiplokkid küljendatakse lineaarselt üksteise järele. Lisaks on näha välisfotode tüüpiline temaatika (sotsialismimaade inimesed omandavad teadmisi, kapitalismimaade inimesed protestivad) ja reklaami üliväike maht.



Ühendaval moodulstruktuuril on variant, mida võiks nimetada 'teoks'. Tigu-struktuuris pannakse üks lugu lehekülje keskele ja ülejäänud elemendid korrastatakse kontsentriselt keskme ümber (nt *Rahva Häääl* 2. nov 1950: 3; *Noorte Häääl* 6. okt 1950: 1; *Edasi* 10. det 1970: 2; vt näide 9.4). Nagu hübriidstruktuurile, on ka sellele struktuurile tunnuslik, et lehekülje tšenter on visuaalselt nõrk (keskne lugu on lühike, ilma visuaalideta), tugevamad elemendid asuvad lehekülje servades (perifeerias). See struktuur sarnaneb 'keerisega', mida Barnhurst ja Nerone leidsid angloameerika lehtedes 20. sajandi alguses (2001: 239, 243).<sup>[34]</sup>

Moodulstruktuuri eraldavas variandis jagatakse lehekülj joonte abil kaheks kuni neljaks selgelt eraldatud nelinurkseks alaosaks, mis seejärel ülevalt alla lugudega täidetakse (mõnikord jagatakse veel ka väiksemateks osadeks). Enamasti käsitleb iga alaosa erinevat teemat (nt liiklus ja välisinfo ja järjejutt samal küljel). Iseloomulik on just see, et (eraldav) jooned läbivad lehekülge kogu ulatuses horisontaalselt või vertikaalselt (vt näide 9.5).

**1950. aastate lõpp – 1960. aastad: puslekujundus.** 1950. aastate keskel hakkab lehekülgede ülesehitus muutuma keerukamaks, ebakorrapärasemaks ja samas terviklikumaks. Need muutused teostuvad kolme uudse võtte järjekindla kasutamisega 1950. aastate teisel poolel ja 1960. aastatel: erineva laiusega veergude kasutamine, lugude raamimine, seejärel ebakorrapärase (s.o mitterelinurkse) kujuga tekstiplokkide kasutuselevõtt. Kõiki neid võtteid oli kasutatud ka varem, 1930. aastate lõpus, aga mitte nii intensiivselt ja palju.

Tavapärasest erineva laiusega veerge oli kasutatud enne 1940. a jutunurkades ja temaatilistel külgedel (vt *Veergude arv ja veerulaius*, lk 207), aga mitte samal leheküljel läbisegi. Nüüd hakatakse varieerima veerulaiust üksikutes lugudes või loo osades: mõne pika loo sissejuhatus laotakse topeltveerulisena või eendveerul, üks lugu leheküljel laotakse teistsuguse veerulaiusega (nt *Rahva Hääles* 1955), üksteise alla pannakse vaheldumisi kahele ja kolmele veerule laotud lugusid (nt *Noorte Häääl* 18. veebr 1955: 1), 'lõigatakse' foto või pealkiri tekstiveergu sisse (nt *Rahva Hääles* ja *Edasis* 1960). Üksikud temaatilised eriküljed laotakse tervikuna teistsuguse veerulaiusega (nt 1955. a tavapärase seitsme veeru asemel viis või kuus veergu). Vene lehtede eeskujul saab tavaliseks oluliste ametlike tekstide ladumine topeltveerule, nt kogu esikülje pikkune lugu "Esimese Vene revolutsiooni 50. aastapäev // (TEESID)" (*Edasi* 23. jaan 1955).

Ka üksikuid lihtsaid sirgjoontest raame oli kasutatud juba 1940. a lühikestes sõjauudistes, aga nõukogude ajalehtedes kadusid need käibelt. 1950. aastate keskel võetakse raamid taas kasutusele. Kokku raamitakse teemalt sobivaid lühilugusid, aga raam võib ümbritseda ka üksikut lühiartiklit. Nüüd on raamid hoopis teistsugused: dekoratiivsed ja silmatorkavad, koosnedes jämedatest sirgjoontest ja ehisjoontest. Sageli on samal küljel kõrvuti kolm erinevat tugevat raamjoont (nt laineline, 4p põikitriibuline, topeltjoon; *Noorte Häääl* 18. juuni või 27. sept 1955: 3; vt ka näide 9.3).

Mõlemad võtted – veerulaiuse varieerimine ja raamide kasutamine – nõuavad lugude paigutuse etteplaneerimist. Kuna kasutatakse tinaladu, siis tuleb standardsest erinev veerulaius loole määrata juba enne ladumist. Raamimiseks tuleb tekst laduda kitsamale veerule; pealkirja või foto 'lõikamiseks' tekstiveeru sisse tuleb planeerida, kuhu ja kui suurelt need paigutada, et määrata täpselt, milline tekstiosa tuleb laduda kitsamale veerule. Seega näitab

[34] Kress ja van Leeuwen leiavad esikülgede-uurimuses, tugeva visuaalse tšentriga lehekülge kasutatakse 1990. aastatel Singapuri lehtedes, ja oletavad, et ehk on selle taga konfutsiaanluse mõju aasia kultuurile (1998: 196–197). Ilmselt jääb autoritel siin puudu ajaloolisest perspektiivist. Kõrvutades sarnase struktuuriga lehekülgede kasutamist eri aegadel eri maailmajagudes (20. sajandi alguses USA-s, nõukogude ajal eesti lehtedes, 1990. aastatel Singapuri lehtedes), võib pigem öelda, et kontsentriiline kompositsioon ajalehes on omasem traditsioonilistele kultuuridele ja modernismi algaegadele, kui hakatakse loobuma lineaarsest leheküljestruktuurist ja otsitakse uusi võimalusi lehekülje korrastamiseks.

veerulaiuse varieerimine ja raamide kasutamine selgelt muutust tööprotsessis, lehekülgede paigutus planeeritakse enne tkstide ladumist.

Kolmas oluline võte on ebakorrapärase kujuga tekstiplokkide (taas)kasutuselevõtt, mis muudab lehekülje struktuuri. Selliseid tekstiplokke ei panda lihtsalt üksteise kõrvale, vaid nad põimitakse omavahel kokku. Tulemuseks on puslestruktuur, mida eesti lehed olid kasutanud enne 1940. a Nõukogude okupatsiooni ja Saksa okupatsiooni ajal (vt lk 236–237, 241).

Ka teiste riikide ajalehtedes on puslestruktuur samal ajal levinud. Näiteks USA lehed kasutavad puslestruktuuri alates 1930. aastatest ja hakkavad 1960. aastate alguses sellest juba loobuma. 1956. a lehekujundusõpikus kirjutab Edmund Arnold, et puslekujundus võib olla olnud kasulik (“especially in the heyday of uninhibited journalism”<sup>[35]</sup>), kuid soovib seda kasutada ainult erandjuhtudel, sest sellist lehekülge on raske jälgida, üksikud lood võivad kergesti märkamatuks jääda (Arnold 1956: 178). Samas Eestile lähemates riikides (sh Soomes) on just 1960. aastad puslestruktuuri tippaeg (Mervola 1995: 274, 280; Etusivun 1979; Marttinen 1993). 1960. aastate alguses võtavad puslestruktuuri kasutusele ka vene keskajalehed (sh *Pravda*).

Eesti (ja muude nõukogude) ajalehtede eripära on see, et puslestruktuur ei järgne ajalisel linearsele ja hübriidsele struktuurile, vaid tervikliku moodulstruktuuri kasutamisele 1940.–1950. aastatel. Nii võib oletada, et ajalehekülje struktuur peegeldab ühiskondlikke olusid, ‘sula’-aegses vabamas õhustikus sünkroniseerivad nõukogude ajalehed leheküljestruktuuri tollaste lääne ajalehtedega.

Kuigi puslestruktuur domineerib 1960. aastate eesti lehtedes, kasutakse endiselt ka moodulstruktuure. Eri lehtedes on puslestruktuuri määr erinev, kõige rohkem kasutatakse seda *Noorte Hääles*, vähem *Edasis* ja kõige vähem *Rahva Hääles*. Koos puslestruktuuri taastulekuga kaovad lehtedest peaaegu märkamatult hübriidstruktuurid, mida eesti lehed olid kasutanud alates 1910./1920. aastate vahetusest, kui lehekülg kujunes tervikuks. Hübriidstruktuurid võimaldasid lehekülge üles ehitada ilma materjali täpselt ette planeerimata, nende kadumine näitab, et nüüdsest planeeritakse kõik leheküljed enne tekstide ladumist.

1960. aastate alguses muutuvad leheküljed ka hõredamaks: laienevad veeruvaheed, kasvab tühi ruum lugude vahel. Varem tavalise 2 mm veeruvahe asemel saab 1960. aastate lõpus standardiks taas 4,5 mm veeruvahe (nagu vabariigi ajal).

Need muutused koos visuaalsuse järsu suurenemisega 1950. aastate lõpus (vt *Visuaalid*, lk 273–274) teevad eesti ajaleheküljed kardinaalselt erinevaks varasematest klassikaliselt lihtsatest ja lakoonilistest külgedest.

**1970.–1980. aastad.** 1970. a paiku hakkab lehtede välimus muutuma taas rangemaks, vähemkirevaks ja selgemaks. Kõige esimene muutus on lugude kuju muutumine nelinurksemaks ja korrapärasemaks, lehtedest kaovad ‘golfikepid’ ja koos sellega ka puslestruktuur. Lehekülgede kujundamisel saab normiks moodulstruktuur.

See muutus on sünkroonne lääne lehtedega. Ka seal tuleb modulaarne struktuur järjekindlalt kasutusele 1970. aastate alguses koos ajalehtede välimuse moderniseerumisega, mis saab angloameerika lehtedes alguse 1960. aastate teisel poolel, saavutab täisjõu 1970. aastatel ja jätkub 1980. aastatel (Stone jt 1978; Garcia 1987: 46; Moen 1989: 43–44; Utt & Pasternack 1989; Finberg ja Itule 1990: 46; Mervola 1995: 280jj; Barnhurst ja Nerone 2001: 214–215; Cooke 2005: 30–32; vt ka Etusivun 1979; Marttinen 1993). Kujundusõpikutes pööratakse järjekindlalt tähelepanu lugude kujule, soovitudes kasutada nelinurkseid lugusid ja käsitledes puslestruktuuri vanamoodsana, lehekujundajate varasema suutmatuse väljendusena (nt Baskette & Sissors 1977: 284, 337–338).

[35] eriti ‘talitsemata’ ajakirjanduse õitseaial

Kuigi eesti ajalehtedes on kõik lood taas nelinurkse kujuga, ei kujune välja selget kaanonit lehekülgede struktureerimisel. Kõige rohkem kasutatakse moodulstruktuure (eraldavast ja ühendavast), taas tuleb kasutusele lineaarne struktuur, mis on pärit üle-eelmisest välimusperioodist (1870.–1910. aastad), hübriidstruktuur on märkamatult kadunud.

Kui seni kasutati peamiselt ühendavat moodulstruktuuri, siis nüüd kasutatakse rohkem eraldavat moodulstruktuuri selgete nelinurksete alaosadega. Tavalisem on horisontaalne jaotus, mille juured on 19. sajandi ajalehtede joonealuse traditsioonis (vt näide 9.5). Eraldav struktuur sobib hästi ajalehele, mis on suures formaadis ja ainult neljaküljeline, aga sisaldab palju erinevaid temaatilisi rubriike. See võimaldab panna ühele küljele mitu erinevat teemaplokki ja eraldada need selgelt omaette nelinurkadeks. Näiteks *Rahva Hääles* on viimasel küljel tavaliselt koos välisuudised, sport, 'kergete' lühiuudiste rubriik "Kirev gloobus", saatekavad, kultuurikuulutused, ilmaennustus.

Ka ühendav moodulstruktuur (koos variandiga 'tigu') on endiselt kasutusel, peamiselt esiküljel ja teisel leheküljel (vt näide 9.4).

Lineaarne struktuur, mida eesti ajalehed polnud pärast 1910. aastaid kasutanud, tuleb 1980. aastatel tagasi ehtsas 19. sajandi stiilis koos joonealusega. Kõige rohkem kasutatakse seda *Noorte Hääle* kolmandal küljel, kus lehekülje ülaosas järgnevad üksteisele lineaarselt välisuudised, joonealuses on järjejutt või rubriik "7 päeva" nädala välissündmuste kokkuvõtetega. Ainus erinevus 19. sajandist on paljude visuaalsete elementide olemasolu (fotod, pildilised rubriiginimed). Samas on fotode sisu ja paigutus lineaarsele struktuurile iseloomulikud – fotod ei kuulu lugude juurde ja nad pannakse sümmeetriliselt lehekülje nurkadesse, kus üheveerulised tekstid neist mööda 'voolavad' (näide 9.12).

Sel perioodil muutub lehekülgede kujundus ka järk-järgult süstemaatilisemaks. Mõned leheküljed saavad oma rutiinsed kujundusmallid, nad struktureeritakse päev päeva järel samasugusena. Ka vabariigiaegsetes lehtedes kasutati mõnel leheküljel rutiinselt sama struktuuri (nt juhtkirja-joonealuse külge), aga nüüd on selliseid lehekülgi rohkem ja kuna lehenumber on õhem, jätab leht staatilise ja lahterdatud mulje. Teine külg, kus tavaliselt on pikemad lood, kujundatakse sageli horisontaalsete triipudena: üleval ja all kaks lugu kõrvuti, keskele jäänud ruum täidetud veel paari-kolme looga. Kolmas külg kujundatakse sageli temaatiliste veeranditena/pooltena, nt *Edasis* 1970 on joonealuses järjejutt, üleval teineteise kõrval välisuudised ja üks temaatiline rubriik.

Ka raamide kasutus süstematiseeritakse, enam ei raamita suvalisi lugusid, vaid järjekindlalt teatud rubriike (nt 1970. a *Rahva Hääles* juhtkiri, "Väliskommentaatori veerud", "Sõnumeid vabariigist"). Vähendatakse veerulaiuse varieerimist, tavaliselt kasutatakse liiksaks standardsele veerule poolteistveergu ja topeltveergu. Loobutakse dekoratiivsetest joontest, jooned muutuvad lihtsamaks (eri jämedusega sirgjooned, rantjooned, topeltjooned, diagonaaltriipudest jooned).

Nii on 1970. aastate lõpuks lehekülgede kujundus palju lihtsam ja selgem kui kümme aastat varem.

**Kontrastsus ja hierarhiseeritus.** Kohe nõukogude aja alguses muutub ajalehe välimus järsult vähemkontrastseks. Visuaalide ja muu materjali (eelkõige pealkirjade) mahud püsivad samal tasemel kui 1930. aastatel (joonis 4.19), aga materjal ise muutub vähemliigendatuks, kompaktsemaks ja visuaalselt nõrgemaks. Lood on pikemad ja neid on vähem. Tekstikirjad on väiksemad, heledamad ja vähemvariatiivsed. Kuna lugusid on vähem, on vähem ka

### Näide 9.12. Lineaarne leheküljestruktuur

*Noorte Hääle* 2. okt 1985: 3 (vähendatud 2,5 korda). Kõik lood leheküljel on küljendatud lineaarselt nagu 19. sajandil. Ainus erinevus on mitmete visuaalide ja topeltveerulise lao kasutamine.



pealkirju. Pealkirjad laotakse varasemast peenemate ja nõrgemate kirjadega, plokk-kirjade asemel rohkem antiikvakirjadega. Ka muid paratekste (alapealkirju, vahepealkirju, rubriiginimesid) kasutatakse vähem. Joonistusi ilmub vähem. Värvide kasutatakse vähem (v.a 1940. a teisel poolaastal). Reklaami ei 'pikita' enam toimetuse materjali sisse lugude vahele.

Samas mõnes parameetris kontrastsus ka kasvab. Fotosid kasutatakse endisel määral (kuigi neid näib vähem olevat, sest lehenumbriid on varasemast palju õhemad), fotod on varasemast suuremad. Pealkirjad on varasemast laiemad. Ja ühes parameetris kasvab ka liigendatus: leheküljel kasutatakse rohkem ja kitsamaid veerge.

Nende muutuste tulemusena (+ samaaegne moodulstruktuuri kasutuselevõtt) näevad 1940.–1950. aastate eesti ajalehed välja varasemast selgemad ja lihtsamad. Rahvusvahelises võrdluses sarnanevad stalinismiaegsed eesti lehed klassikaliste inglise kvaliteetlehtedega, mille modernsetele kujundusmallidele pani aluse Stanley Morison *The Timesi* ümberkujundamisega 1930. aastate alguses ja mis sai 'valmis' alles 1960.–1970. aastatel (vt Moran 1971: 123–138; Hutt 1973: 112–117, 186–191; Barnhurst & Nerone 2001: 206–207).

1950. aastate lõpus algavad eesti lehtedes vastupidised järsud muutused, mis teevad ajalehe kontrastsemaks, visuaalsemaks, liigendatumaks ning segasemaks. Lood lühenevad. Tekstikirja ja pealkirja-kirju varieeritakse rohkem, kasutatakse palju ehiskirju. Rubriiginimesid kasutatakse rohkem. Visuaalsus kasvab väga järsult: ilmub rohkem fotosid ja joonistusi, joonistused on varasemast palju väiksemad. Nende muutuste tulemusena (+ samaaegne ebakorrapärase kujuga tekstiplokkide ja puslestruktuuri kasutuselevõtt) on 1960. aastate eesti lehed kontrastse, aga killustatud välimusega ja dekoratiivsed.

1970. aastatel killustatus ja dekoratiivsus väheneb, aga muutused toimuvad sujuvamalt. Lood pikenevad ja nende hulk väheneb. Kasutatakse lihtsama disainiga aktsidentskirju. Kasutatakse vähem ja suuremaid fotosid ja joonistusi, kuid samas visuaalsus ei vähene. Nende muutuste tulemusena muutuvad lehed visuaalselt selgemaks.

**Visuaalide paigutamises** nõukogude ajal suuri muutusi ei toimu. Lehekülje korrastamisel järgitakse endiselt tasakaalu printsiipi: visuaalselt tugevad elemendid (eelkõige fotod) paigutatakse tasakaalustatult üle lehekülje laiali. Tasakaalustatuse formaalseimat vormi – tsentreerimist ja sümmeetriat – kasutatakse järjekindlalt temaatiliste erikülgede kujundamisel (valimised, tähtpäevad, kolhoos või ettevõtte tutvustus, maisikasvatus).

Igapäevaste külgede kujundamisel tsentreerimist tavaliselt enam ei kasutata. Selle asemel tugevdatakse leheküljele üht ülanurka. Pärast sõda pannakse esiküljel visuaalselt tugevaim element enamasti lehekülje paremasse ülanurka. Näiteks 1940.–1950. aastatel on Stalini paraadportreed alati esikülje paremas ülanurgas, mitte lehekülje keskel. Hiljem on visuaalselt tugevaim tavaliselt lehekülje vasak ülanurk ('aken'). Tsentreerimise tähtsuse vähenemist näitab ka fotode järjestus mitme portreefoto kasutamisel: kõige tähtsama mehe pilti ei panda enam keskele, vaid vasakule (nt *Tartu Kommunist* 20. jaan 1941: 2, kus fotodega on esitletud Tartu täitevkomitee liikmed, esimehe foto on ülemises fotodereas vasakul, mitte keskel; varasema tsentreeritud paigutuse kohta vt lk 239).

Uudne joon on see, et nõukogude ajal varieeritakse elementide visuaalset kaalu vähem, st tasakaalustatuse ideaal levib ka elementide suurusse ja visuaalsesse tugevusse. Enamik fotosid on sarnase suurusega, pealkirjad sarnase tugevusega, lood sarnase pikkusega, pealkirjata pisiuudised esitatakse nii, et nad näevad välja nagu üks pikem lugu. Seetõttu muutub lehe välimus tervikuna 'lamedamaks' ja vähemkontrastseks. Selline välimus võrdsustab infot, ei anna lugejale selgeid signaale lugude tähtsuse kohta.



## KOKKUVÕTE

Kokkuvõttes muutub eesti ajalehtede välimus pärast nõukogude võimu kehtestamist järsult lihtsamaks ja vähemliigendatuks. Nii ajalehe sisu kui vorm allutakse riiklikele ja kommunistliku partei rangetele ideoloogilistele ettekirjutustele. Tegemist on ideologiseeritud ajalehega. Ajalehenumbri järjestus pole enam uudistekeskne, vaid ideoloogiliselt määratletud, väheneb temaatiline mitmekesisus. Kuulutuste ja reklaami osakaalu vähendatakse järsult, need paigutatakse lehenumbri lõppu. Ideoloogiat lähtub ka pealkirjade ja teksti tüpograafia, fotode ja teabegraafika temaatika.

Vastavalt ideoloogilise kontrolli tugevuse muutumisele jaguneb ideologiseeritud ajalehe periood kolme faasi, mis erinevad üksteisest liigendatuse, kujunduse kontrastsuse ja vaheldusrikkuse ning visuaalsuse määra poolest.

1. 1940.–1950. aastate nõukogude eesti lehtede välimus on lihtne, range, vähekontrastne ja vähevisuaalne. Lugusid ilmub varasemast vähem ja nad on pikemad, fotosid ilmub vähem ja nad on suuremad. Tekstikirja suurus väheneb, vähem kasutatakse ala- ja vahepealkirju. Leheküljed on lihtsama ja selgema kujundusega, lisaks hübriidsele struktuurile on mõned leheküljed läbinisti modulaarse struktuuriga.

2. 1950. aastate lõpus hakkab lehtede sisu ja lehenumbri struktuur muutuma ideoloogiliselt vabamaks. Ka lehtede välimus muutub liigendatumaks, kirevamaks, visuaalsemaks ja kontrastsemaks. Lood lühenevad, silte ja vahepealkirju kasutatakse rohkem, suureneb tüpograafiline variatiivsus, visuaalide hulk ja maht kasvavad järsult. Nelinurksete lugude asemel hakkab ilmuma ebakorrapärase kujuga lugusid, koos sellega muutub lehekülgede struktuur (modulaarse asemel pusele). Märkamatuks kaovad kasutuselt hübriidsed leheküljestruktuurid.

3. 1970. aastate alguses hakkab lehenumbrite struktuur muutuma ideoloogiliselt rangemaks ning samas ka süstemaatilisemaks ja järjekindlamaks. Lehtede välimus muutub lihtsamaks, vähemliigendatuks ja süstemaatilisemaks. Lood pikenevad, vahepealkirjade kasutamine väheneb. Tüpograafiline variatiivsus väheneb, pealkirja-kirjade kasutus muutub süstemaatilisemaks. Kasutatakse lihtsamaid pealkirja-kirju, (ehis)kirjad muutuvad muljelt käsitöenduslikust tööstuslikuks. Visuaale ilmub vähem ja nad on suuremad. Tekstiplokid muutuvad taas nelinurkseks, leheküljed on peamiselt modulaarse struktuuriga.



## 10. DISAINITUD AJALEHT. Eesti ajalehtede välimus 1990.–2000. aastatel

1990. aastate algus on väga järskude ja kiirete muutuste aeg Eesti ühiskonnas. Muutuste peamine põhjus on NSVL-i lagunemine ja Eesti iseseisvumine 1991. a augustis.

Ajakirjandusmaastik hakkab muutuma juba 1980. aastate lõpus. Alates nn fosforiidisõjast 1987. a on eesti ajakirjandus ühiskondlike muutuste üks oluline käivitaja, rahva ühendaja ja uue eesti ühiskonna kujundaja. Perestroika-aegsetes vabamates oludes asutatakse tohtu hulki uusi ajalehti-ajakirju. 1990. a on perioodiliste väljaannete arv 3,7 korda suurem kui 1987. a (Vihalemm & Lauristin 2004: 12). Samas on lagunev Nõukogude Liit muutunud majanduslikult nii jõuetuks, et ajalehed peavad hakkama end ise majandama (nt paberit ja trükivärvi hankima, arvuteid ostma ja selleks kõigeks raha teenima). Võimaluse majanduslikuks iseseisvumiseks annab eraettevõtluse legaliseerimine 1988. a mais. Tekkivad firmad vajavad reklaamikanaleid ja reklaam annab lehtedele tulu (pikemalt vt Paju 2004).

Suure päevalehe ilmutamine lagunevas ja uuenevas riigis on igapäevane võitlus inflatsiooni, defitsiidi ja korraldamatusega. Puudus on elementaarsetest tootmisvahenditest: paber, trükivärv, bensiin. Vananenud sisseseadega trükikojad ei jõua tohtuid lehetiraaže õigeaegselt trükkida, lehed hilinevad ja jõuavad tellijateni sageli alles ilmumisjärgsel päeval. Hüperinflatsioon tõstab ajalehtede hinda ja kukutab lehtede tiraaže. Hinnatõusud 'õgivad' tohtu kiirusega aastatellijatelt saadud raha. 1990. a tõuseb päevalehe üksiknumbri hind kolm korda, 1991 – viis korda, 1992 – 14 korda. 1990–1993 langevad päevalehtede tiraažid kolm-neli korda ja jäävad siis sellesse suurusjärku püsima (u 40 000 – 60 000; joonis 10.1).

Meediamajanduslikult on murrangulise tähtsusega suurte päevalehtede erastamine 1990. aastate alguses (*Päevaleht* ja *Postimees* 1991. a, *Rahva Hääli* 1994. a; pikemalt vt Paju 2004: 27–29; Raidla 2002: 127–144). Samal ajal toimub ka tehniline murrang: 1990.–1991. a võetakse kasutusele arvutid, tinaladu ja käsitsi küljendamist asendab digitaalne ladumine ja küljendamine. See kiirendab tekstitöötlust ja küljendamist ning toob küljendamise eemal-asuvast trükikojast toimetuse ruumidesse. 1990. aastate keskel digitaliseeritakse ka fototöötlus (pikemalt vt Rajamets 2009).

Nii on 1992.–1993. aastaks kardinaalselt muutunud ajalehtede töö- ja ilmumiskeskond: nõukogulikud piirangud, ettekirjutused ja tsensuur on kadunud; riikliku hoolduse, plaanimajanduse, limiitide ja Nõukogude rubla asemel on turumajandus ja Eesti kroon; kirjutusmasinate asemel arvutid.

### RAAMISTIK

#### 1. Ajalehtede maht ja ilmumissagedus

Nõukogude ajalehe maht oli ette kindlaks määratud, aga 1990.–1991. a loobutakse nende reeglite järgimisest ning ajalehtede maht hakkab muutuma ja kasvama kõigis parameetrites.

**Lehenumbri keskmine maht.** Nõukogudeaegse lehe maht oli umbes kaks korda väiksem kui Eesti Vabariigi ajal. *Perestroika*-aegsetes vabamates oludes ja uudistetulvas tahak-

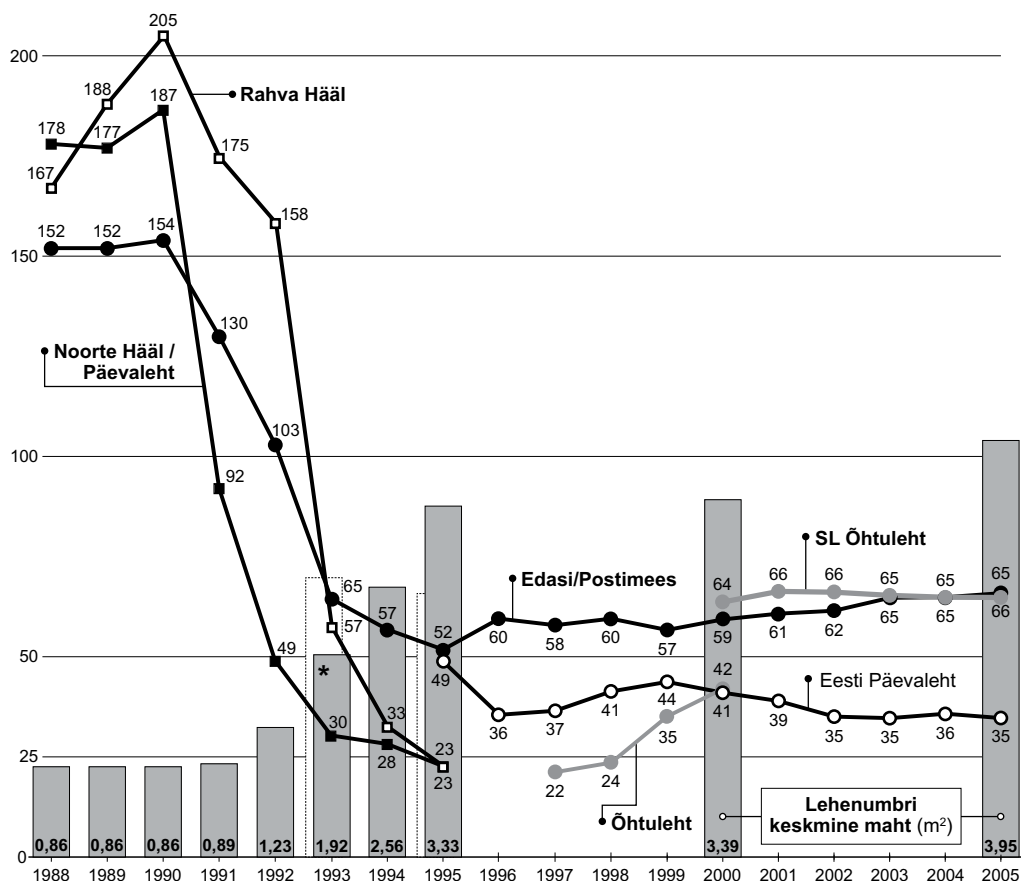
---

#### Näide 10.1. Fokuseeritud lehekül

*Eesti Päevaleht* 26. sept 1998: 1 (vähendatud 2,5 korda). Leheküljel on tugev fookus, mis luuakse ülisuure foto, dominantse pealkirja ja pikima teksti abil. Tüpopraafia on standardiseeritud (kindla suuruse ja pikkusega pealkirjad ja vahepealkirjad, kindla suurusega tekstikiri). Kasutatakse varasemast mitmekesisemaid infoesitlusvõtteid, info on jagatud väiksemateks 'tükkideks' (alapealkirjad, lisalugu, teabegraafika).

### Joonis 10.1. Päevalehed 1988–2005 (tiraažid, maht, hind)

Tiraažid (tuhandetes). Kuni 1992 – jaanuari tiraažid, alates 1993 – aasta keskmised



\* Valged kontuurtulbad tähistavad Hommikulehe numbri keskmist mahtu: 1993 – 2,66 m<sup>2</sup>; 1995 (ilmus kuni 3. juuni) – 2,50 m<sup>2</sup>.

**Päevalehede hinnad üksikmüügis** (aasta alguses ja lõpus, arvesse ei ole võetud nädalavahetuse kallimaid lehenumbreid (ilmuvad alates 1995. a); (SL) Öhtulehe andmed alates 1998. a)

1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
3 kop	3 kop	3 kop	10,15 kop	50kop, 1 rbl	0,70, 1,00	1,50, 2,00	2,50, 3,00	4,00	5,00, 6,00	6,00	5,00-8,00	4,00, 8,00	6,00	6,00, 7,00	7,00	7,00-10,00	7,00-12,00
		10kop	50kop	70senti	1,00	2,00-3,00	3,00, 4,00	5,00, 6,00	6,00	5,00, 7,00	4,00, 8,00	5,00, 6,00		7,00	7,00-10,00	7,00-12,00	7,00-15,00

Tiraažide allikad: Sulev Uusi arhiiv; arvutused Eesti Ajalehede Liidu andmete põhjal (alates 1993); Öhtuleht (1997. a andmed)

sid eesti lehed mahtu taas suurendada (vt nt Osa 1990),<sup>[1]</sup> aga esialgu nad seda ei suuda. Põhjuseks on paberipuudus, tohutute tiraažide trükkimine vanade ülekoormatud trükkimasinatega, lehtede kojukandeprobleemid. Ka lugejad pole enam nii varmad ajalehti tellima

[1] Leiab ka vastupidiseid väiteid. Näiteks meenutab Margus Mets, kes sai 1989. a jaanuaris *Noorte Hääle* peatoimetajaks, et lehte polnud millegagi täita ja 'aukude täistoppimiseks' kasutati fotograaf Malev Toome poolkunistilisi fotosid (Kokk & Aru 2005: 183).

kui aasta-paar varem. “Lugeja ei taha praegu paksemat, vaid odavamast lehte,” resümeerib *Postimehe* peatoimetaja Mart Kadastik 1991. a (*Postimees* 15. nov 1991).

1992. a sügisel, kui paberi eest makstakse oma rahaga, tiraažide langus on vähendanud lehtede trükkimiseks kuluvat aega ja paberi hulka ning Tartus-Tallinnas tegutsevad lehtede oma kojukandefirmad, hakkab lehtede maht kasvama – üksikud lehenumbriid ilmuvad topletmahus (16 külge tabloidformaadis või 8 külge täisformaadis).

1993. a alustab ilmumist uus päevaleht *Hommikuleht*, mis on senistest päevalehtedest kolm korda mahukam (24 tabloidkülge, üksikud numbrid 32 lk). See mõjutab ka teiste lehtede mahuotsuseid. Aasta varem erandlik topletmahus number saab nüüd kiiresti igapäevaseks ja üksikutele päevadele ilmub veelgi mahukamaid lehti (24 ja 32 lk tabloidformaadis, 12 lk täisformaadis). Ka järgmisel paaril aastal kasvab lehtede maht edasi. Kui 1990. a oli lehenumbri keskmine maht 0,86 m<sup>2</sup>; siis 1995. a juba peaaegu neli korda suurem – 3,33 m<sup>2</sup>. Kõige kiiremini kasvabki lehtede maht aastatel 1993–1995 (2,7 korda; vt joonis 10.1).

1995. a päevalehtede turg pisut stabiliseerub (aasta alguse kuue päevalehe asemel on aasta lõpuks järele jäänud neli) ja edaspidi ei kasva enam oluliselt ka lehtede keskmine maht. 1990. aastate teisel poolel on kasv alla 2% (0,06 m<sup>2</sup>), kusjuures kasvab ainult reklaami maht, toimetuse materjali maht väheneb 6%.

2000. aastate alguse majanduskasvu ajal suureneb lehtede keskmine maht 17% (2000 – 3,39 m<sup>2</sup>; 2005 – 3,95%). Kasv tuleb nn tugitekstide ja reklaami arvelt – lehed hakkavad avaldama temaatilisi ajakirjaformaadis lisasid, mille peamine eesmärk on ligi meelitada reklaamijaid ja reklaami temaatiliselt koondada (nt *Postimehe* “Naistekas”, *Eesti Päevalehe* “Kodu ja Kinnisvara”).

**Ilmumissagedus nädalas.** Nõukogude ajal kehtestatud päevalehe ilmumissagedus – kuus korda nädalas – jääb püsima ka edaspidi, aga esialgu on lehtedel raskusi selle sageduse hoidmisega. 1990. aastate alguses hilinevad lehed trükkimisprobleemide tõttu tihti ega jõua õigeaks ajaks postiljonideni. Suurimaks probleemiks on pühapäevane leht, mis jõuab tellijateni sageli alles teisipäeval, kuna esmaspäeval lehed ei ilmu. Seetõttu loobuvad *Rahva Häl* ja *Päevaleht* 1992. a kevadel pühapäevase numbri avaldamisest ja ilmuvad viis korda nädalas (teisipäevast laupäevani).<sup>[2]</sup> Laupäevane number on tavaliselt topletmahus, nii et nädala lõikes lehtede maht ei vähene. Augustis hakatakse taas ilmuma kuus korda nädalas, aga pühapäevane number on nüüd asendatud esmaspäevasega. Seega ilmuvad päevalehed taas esmaspäevast laupäevani nagu aastatel 1891–1922, enne igapäevast ilmumist.

1990. aastate lõpu teravas konkurentsias algatab *Eesti Päevaleht* 1997. a ka igapäevase ilmumise. Trendi järgivad kohe ka *Postimees* ja *Sõnumileht*. Peamiste eelistena rõhutavad peatoimetajad operatiivsust ja läänelikke traditsioone (vt Kalle Muuli, *Eesti Päevaleht* 19. sept 1997; Vahur Kalmre, *Postimees* 20. sept 1997). Aga pühapäevase lehe levitamine on problemaatiline, selle levik jääb väikseks ning juba aasta pärast lepivad lehed kokku ja loobuvad 1999. a algul pühapäevase numbri väljaandmisest. Nii ilmuvad eesti suured päevalehed harvem kui lääneriikides tavaks (nt Soomes on iga päev ilmuvaid lehti 1997. a 26, 2005. a – 28 – Pulkkinen 2008: 14–15), kusjuures kõige mahukamad lehenumbriid ilmuvad pühapäeviti (Riffe jt 1993: 136–137).

**Aastamaht.** Nõukogude aja lõpul oli päevalehtede määratud aastamaht 300 numbrit. Veel 21. märtsil 1991 kirjutab *Postimehe* peatoimetaja Mart Kadastik lugejatele: “29. jaanuaril ärajäänud lehe asemel trükkisime [16. märtsil] kaks numbrit korraga, et aasta lõpuks jõuda ette nähtud 300 numbrini.”

[2] *Edasi/Postimees* oli pühapäevase lehe asendanud esmaspäevasega juba 1991. a alguses koos nimevahetusega ja ilmub ikka kuus korda nädalas.

Kui ajalehed erastatakse, siis selline reglementeerimine kaob, aastas ilmub 301–305 lehe- numbrit. Nõukogudeaegsest riigipühade ajal ilmumisest loobutakse. Ilmselt on põhjuseks eelkõige majanduslikud kaalutlused – pühadeaegse lehe tellijani toimetamine oleks väga kulukas (Eesti Post sel ajal ei töötanud, enamik lehemüügikohti on suletud). 1990. aastate lõpus loobuvad *Postimees* ja *Eesti Päevaleht* ilmumisest ka suurte pühade järel (jaanipäev, jõulud). Ainus leht, mis pühadejärgsel päeval ilmub, on (*SL*) *Õhtuleht*, mille tiraažist umbes veerand levib üksikmüügis (vt ka Avistu 2000: 57).

## 2. Ajalehtede formaadid ja veergude arv

Nõukogude ajal ilmusid vabariiklikud päevalehed standardselt täisformaadis (u A2), kohalik *Edasi* tabloidformaadis (u A3). 1990. aastatel lähevad ka üleriigilised lehed üle tabloidformaadile (joonis 4.1). Esimene väheneja on *Päevaleht*, mis ilmub tabloidformaadis alates 19. veebruarist 1992. Põhjus on läbinähtav: eelmisel sügisel anti lehe tellijatele lubadus ilmuda kaheksaküljelisena, formaati poole võrra vähendades suudetakse hüperinflatsiooni tingimustes sellega hakkama saada. Uus päevaleht *Hommikuleht* (1993–1995) alustab ilmumist kohe tabloidformaadis. *Õhtuleht* läheb tabloidformaati 1994. a. *Rahva Hääle* erastamissegadustes loodud *Eesti Sõnumid* (1994–1995) ilmub veel täisformaadis, *Sõnumileht* (1995–2000) juba tabloidformaadis.

*Eesti Päevaleht*, mis luuakse kolme lehe ühinemisel (tabloidsed *Päevaleht* ja *Hommikuleht* + täisformaadis *Rahva Hääle*), valib täisformaadi, tahtes rõhutada enda kuulumist klassikaliste 'valgete' ajalehtede hulka (vt peatoimetaja Kalle Muuli intervjuud *Pühapäevalehes* 27. mail 1995). Märtsis 1999 minnakse üle kitsendatud täisformaadile (lehekülje laius 38 cm senise 42 cm asemel), septembris 2000 aga tabloidformaadile. Enam ei ilmu ühtki eestikeelset täisformaadis lehte.<sup>[3]</sup>

Formaati vähendades räägivad lehetegijad efektiivsusest, lugeja mugavusest, lehe kaas- aegsusest, suunatusest noorematele lugejatele (nt Garcia 1997: 21; Tomberg 2000a; Pinn 2000; Albers & Janisch 2004: 23; Boström 2004: 13; Rusbridger 2005). Aga peamised põh- jused on ikkagi majanduslikud.

Formaati vähendades lisatakse tavaliselt lehekülgi ja leht näib mahukam. Tabloidformaad- ile vajalik kitsam ajalehepaber on odavam. Tabloidformaadis lehte on ka kergem teemade kaupa struktureerida. See on eesti lehtede jaoks oluline pluss, sest 1990. aastate esimesel poolel võtavad kõik lehed kasutusele leheküljepõhise numbristruktuuri, iga lehekülje päises on nimetatud külje teema (vt *Lehenumbri struktuur Ik ...*) ja täisformaadiga võrreldes vas- tab tabloidformaat paremini 1990. aastate eesti ajalehtede numbrimahule ja struktuurile.

Kui tuua rahvusvahelisi paralleele, siis on lehtede formaate vähendatud (peamiselt) koha- likes lehtedes juba alates 1950. aastatest (nt norra ja rootsi kohalikes lehtedes – Ottosen jt 2002: 156–157; Boström 2005: 20). 1970. aastatel vähendasid formaati inglise regionaalseid lehed, tagantõukajaks majanduslangus ja reklaamipuudus (Hutt & James 1989: 162–164; Rooney 2000: 92). Tabloidformaati läksid eelkõige õhtulehed, vähem hommikulehed. See- järel lehed juba järgisid tekkinud trendi, kuna palju täisformaadis lehti oli formaati vähen- danud ja erinevaid loetavusuuringuid interpreteeriti kui soovitusi, et väike on tõepoolest ilus ja tarbijale käepärasem. Alates 2000. a on leheküljesuuruse vähendamise tendents levinud suurtesse 'valgetesse' lääne päevalehtedesse ja saanud seninägematu kiiruse (vt Boström 2001; Nilsson jt 2001: 98; Kurvits 2006/2007: 2593; Pulkkinen 2008: 69–98, kus on analüü- situd Soome lehtedes toimunud muutusi tabloidformaadi kasutuselevõtmise järel).

[3] Viimase Eesti lehena säilitab täisformaadi venekeelne päevaleht *Estonija* (kuni 3. okt 2003).

Nii võib öelda, et eesti päevalehtede formaatide kahandamine ennetab samasuunalist tormilist arengut Euroopas. Ilmselt võimaldab seda muuhulgas ka traditsioonide erinevus – tabloidformaadist assotseerub Eestis kohaliku lehega, mitte kollase lehega.

**Veerud.** Koos formaadi vähendamisega kahaneb ajalehtedes ka veergude arv. Täisformaadis lehed kasutavad kaheksat veergu leheküljel (*Eesti Päevaleht* esialgu seitset veergu), tabloidformaadis lehed kuut veergu (joonised 4.1 ja 4.4). Samasugune (kaheksa veergu täisformaadis ja kuus veergu tabloidformaadis) on 2000. aastate alguses ka näiteks Soome päevalehtede veergude arv (Pulkkinen 2008: 149). USA päevalehtedes on enimlevinud kuue veeru kasutamine, kusjuures ameerika lehtede formaad on euroopalikust täisformaadist pisut kitsam (Utt & Pasternack 2003: 53).

Veerulaius kitseneb pärast 1990. a eesti lehtedes mõne millimeetri võrra (vt joonis 4.5). Samas muutub veerulaius varieeruvamaks ja seda kahel moel. 1990. aastatel kasutatakse üksikutel lehekülgedel (enamasti uudiskülgedel) järjekindlalt üht topeltveergu lehekülje servas (nt *Rahva Hääli* 1990–1995, *Päevaleht* 1990–1992, *Eesti Päevaleht* 1999–2000), paigutades sinna tavaliselt lühiuudised. Seega rõhutatakse esmakordselt lühiuudiseid struktuuraalselt, nende jaoks kasutatakse erilist kujundusvõtet, neil on kindel ja muutumatu koht leheküljel. 1990. aastate lõpus loobutakse topeltveeru kasutamisest ja hakatakse varieerima põhiveerulaiust, kasutades leheküljel erineva suurusega veeruvahesid (4, 5, 8, 10–11 mm) – suuremad veeruvahed eraldavad lugusid üksteisest, väiksemad veeruvahed eraldavad sama loo veerge üksteisest. Nii sõltub veergude laius lugude paigutusest leheküljel ja kõigub ühes lehenumbri kuni 5–6 mm (veerulaius tavaliselt 3,9–4,5 cm). Esmakordselt pole põhiveerulaius ajalehtedes enam konstantne.

### 3. Ajalehenumbri struktuur

Lehtede sisu ja struktuur hakkavad muutuma koos ühiskonna muutumisega 1980./1990. aastate vahetusel. Esmalt muutuvad teemade valik ja järjestus. Eelkõige väljendub see uudiste tõstmises esiplaanile (nii ruumiliselt kui visuaalselt) ja sisepoliitika ilmumises ajalehte. Sise- ja välispoliitiliste lühiuudiste rubriigid tuuakse kolmanda külje perifeeriast esiküljele, neile antakse varasemast kolm-neli korda rohkem mahtu, igale uudisele pannakse eraldi ja küllalt suur pealkiri, lühiuudise vahele lisatakse rohkem tühja ruumi. Hea näide on 1990. a *Rahva Hääli*: aasta algul on välislühiuudised esiküljel (paremas alanurgas, veerand kuni kolmandik lehekülje kõrgusest) rubriigis “Päevapilk” – pealkirjadeta, vahedeta, igauks eraldi lõigus, esimene lause paksus kirjas. Alates 21. maist koondatakse välisuudised endiselt ühte rubriiki, aga igaühel on oma pealkiri (suurus u 20p), uudiseid eraldab üksteisest 5 mm tühja ruumi, rubriik täidab sageli terve topeltveeru (ehk neljandiku esiküljest).

Lisaks ilmub lehtedes tohtu hulk deklaratsioone, pöördumisi; räägitakse seni keelatud ajaloo probleemidest (peamiselt järjelugudena), avaldatakse seaduseelnõusid ja seadusi. Nii palju eritüübilist materjali endiselt neljaküljelises ajalehes muudab lehe välimuse palju kirevamaks ja eklektilisemaks: leheküljed on multitemaatilised, läbisegi on toimetuse materjal ja reklaam, eri valdkonnad, eri žanrid. Näiteks 1990. a ilmub *Rahva Hääle* esiküljel keskmiselt 15 lugu.

Samal ajal kaob lehest nõukogulik töötemaatika: portreelood töölistest ja kolhoosnikest, reportaažid ja ülevaated põllumajandusest, sotsialistlikust võistlusest ja plaanide täitmisest. 1990.–1991. a loobuvad lehed ka enamikust nõukogude aja rubriikidest. Näiteks *Noorte Hääli* / *Päevaleht* ei võta 1990. a alguses nime vahetades üle mitte ühtegi *Noorte Hääle* rubriiki. *Postimees* hoiab *Edasi* traditsioone alles kõige kauem. Veel 1990. aastate teisel poolel võib lehest leida üksikuid *Edasi*-aegseid temaatilisi erikülgi (“Herilane”, “Olnust olevale”),

“Looduse lood”). Vanad eriküljed kaovad *Postimehest* lõplikult alles 1997–1998, kui leht kolib Tallinnasse.

Lehtedest kaovad ka huumori- ja satiirirubriigid (v.a “Herilane“ *Postimehes*). Osalt võib põhjuseks olla ruumipuudus, aga kindlasti ka ühiskonna vabanemine ja tsensuuri kadumine.

Mahu kasv 1992–1994 toob ajalehtedesse suurema sisulise mitmekülguse. Poliitika osakaal väheneb, hakatakse avaldama pikki ajakirjalikke tekste (isikuintervjuusid, reisikirju), utilitaarset infot ja meelelahutust. Võib näha kommertsialiseerumist kahe keskmega, esimene on iseloomulik 1990. aastate algupoolel, teine 1990. aastate lõpus; esmalt meelitatakse lehele lugejaid, edaspidi üha enam reklaamijaid.

Lugejate ligimeelitamiseks asutatakse meelelahutuslikke lehekülgi ja lisasid (peamiselt nädalalõpulisad ja sport), nt *Edasis/Postimehes* “Liivimaa Kroonika” (1990–1991, edasi eraldi väljaanne) ja “Extra” (1992–1999); *Päevalehes / Eesti Päevalehes* “Pühapäevaleht” (1992–1995, edasi eraldi väljaanne) ja “Spordileht” (1993–1998). Kriminaalteema maht tõuseb 1990. aastate alguse lehtedes järsult. Juba 1990. a ilmuvad esimesed vastavad regulaarsed rubriigid (nt “Kriminaalkroonika”, “Musta turu teated” *Rahva Hääles*), paari aasta pärast erileheküljed (nt “Uudised/Kriminaal” *Postimehes*, “Kriminaal” *Päevalehes*).

Reklaamijate ligimeelitamiseks asutatakse reklaamipõhiseid erilehekülgi, kus reklaam ja toimetuse materjal on samateemalised ning reklaami osakaal suurem kui teistes leheosades (umbes pool mahust). Ajalehed loovad temaatilisi lehekülgi (ja hiljem lisasektsioone) siis, kui vastav tarbijaskond on piisavalt arvukas ja turul on piisavalt vastavateemalise reklaami pakkujaid. Toimetuse materjal on siin eelkõige temaatiliselt sobiv tugitekst reklaami hankimiseks. See tendents on 1990. aastate alguses veel nõrk, ainsaks näiteks võib tuua autoküljed. Tendents tugevneb ja muutub läbimõeldumaks 1990. aastate lõpus: mobiiltelefonide laiem levik alates 1997. a toob lehtedesse uue meedia leheküljed; Eesti reisibüroode teke toob reisileheküljed; kui pangad hakkavad andma kodu ostmiseks kinnisvaralaenu, loovad ajalehed kodu- ja kinnisvaraleheküljed. 2000. aastate majandusliku tõusu ajal ‘kasvavad’ temaatilised leheküljed eraldi volditud sektsioonideks ja ajakirjaformaadis lisalehtedeks (nende sisu loomisest vt Harro & Saks 2006).

Esile võib tuua ka kolmanda tendentsi. 1990. aastate keskpaigast alates asutatakse üksikuid lisasid, mille eesmärk ei ole kasumit teenida, vaid ühiskonda analüüsida ja edendada. Esimesed sellised väljaanded luuakse ameerika *Time*’i ja *Newsweeki* eeskujuks võttes. “*Hommikulehe*” *Kuulisa* jõuab 1994. a ilmuda ainult neli numbrit, *Postimehe* ajakiri *Luup* ilmub algul iseseisva ajakirjana kaks korda kuus aastatel 1995–2000, seejärel kuulisana *Postimehe* vahel kuni aastani 2002. Hilisemad väljaanded on juba kitsamalt piiritletud temaatilised lisad: *Postimehe* iganädalane kultuurilisa “Kultuur” (1997–1999),<sup>[4]</sup> *Eesti Päevalehe* kirjanduslisa “Arkaadia” (1999–2008, eeskujuks *New York Timesi* “Book Review”). 2000. aastatel asutatakse lisasid erinevate institutsioonide toel, nt *Eesti Päevalehe* ühiskondlik-poliitiline lisa “Möte” (2003–) ilmub Avatud Eesti Fondi toetusel ja militaarlisa “Riigi Kaitse” (2003–) välis- ja kaitseministeeriumide toetusel.

Ajastule omaselt on 1990. aastatel palju kiireid muutusi. Uusi temaatilisi lehekülgi, osakondi ja lisasid asutatakse, restruktureeritakse, suletakse ja taasavatakse tohutu tempoga.

**Sisu esitamine.** 1980. aastate lõpus jääb senine rangelt rubriigistatud ja sildistatud ajaleht uudsele sisule ‘kitsaks’ ja seetõttu loobutakse paljude rubriikide kasutamisest. 1990. a on rubriiginimede hulk vähenenud võrreldes 1985. aastaga peaaegu kaks korda, ühes lehenumbris on keskmiselt seitse silti (9 tk/m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis; joonis 4.18). Kõige vähem

[4] Selle sulgemine 1999. a lõpus tekitab avalikkuses laialdase diskussiooni ajakirjanduse rolli üle, põhiküsimuseks, kas erameedia on ühiskonna ees sotsiaalseid kohustusi (vt nt *Eesti Ekspressi* “Areen” 4. nov 1999 ja 11. nov 1999).



kasutab rubriike *Päevaleht*, kus toimetuse materjali esitleb tavaliselt vaid kolm rubriiginime. Kõige universaalsem rubriik on “Kommenteerib”, mida kasutatakse kõikvõimalike teemade puhul: sise- ja välispoliitika, majandus, kultuur, sport.

1992.–1993. a. koos lehtede mahu kasvuga toimub ajalehe struktureerimisel oluline muutus: senistest temaatilistest leheküljeosadest saavad temaatilised leheküljed ja hiljem mitmeküljelised osakonnad. Üksikuid (mono)temaatilisi lehekülgi oli ilmunud ka varem: 1930. aastate teisel poolel, aga siis ilma leheküljenimedeta (vt lk 210), nõukogude ajal ilmusid kultuuriküljed (vt lk 248), 1980. aastate *Edasis* ka muid külgi, aga mitte väga järjekindlalt ja sageli ilma leheküljenimedeta. Nüüd on lehenumbriid esmakordselt nii mahukad, et kogu ajaleht korrastatakse (mono)temaatiliste lehekülgedena ja külgede päistesse kirjutatakse lehekülgede nimed (nt *Postimehes* 1992: “Poliitika”, “Koduinfo” (= Eesti uudised), “Majandus” jm). Koos sellega hakkab järjekindlalt kasvama siltide hulk (seda kasvatab ka järjest uute temaatiliste rubriikide lisamine lehtedesse). 1995. a on siltide kasutustihedus taastunud 1985. a tasemele (18 tk/m<sup>2</sup>), aga lehenumbrite mahu järsu kasvu tõttu ilmub ühes lehenumbriis rubriiginimesid varasemast palju rohkem – keskmiselt 42.

Kõige esimesena – koos ajalehe nimevahetusega 1991. a alguses – võtab (mono)temaatilised küljed ja leheküljenimed kasutusele teistest väiksema formaadiga ja kaheksaküljeline *Postimees*. Teistes lehtedes tulevad temaatilised leheküljed kasutusele 1992.–1993. a, kui lehenumbrite igapäevane maht kasvanud kaheksale küljele. See paistabki olevat leheküljekaupa liigendamiseks piisav maht. Aga kuni täisformaadi kasutamise lõpuni (2000) ilmub *Eesti Päevalehes* üksikuid temaatiliselt poolitatud lehekülgi (nt üleval “Majandus”, all “Kirjad” ja “Inimesed” – *Eesti Päevaleht* 14. sept 2000: 6). See näitab, et täisformaadi puhul ei ole eesti lehtede maht piisavalt suur, et temaatilisi lehekülgi järjekindlalt kasutada.

Toimetuse materjali jagamisel temaatilisteks lehekülgedeks kasutatakse samaaegselt kolme liigendusalust: geograafiline, temaatiline ja žanriline.

Geograafilist liigendamist kasutatakse uudiskülgedel, eraldi külgedele jagatakse Eesti uudised ja välisuudised, hiljem ka Tallinna uudised. Neil külgedel võib lisaks uudislugudele ilmuda ka intervjuusid, artikleid, reportaaze, väikseid kommentaare.

Temaatilist liigendamist kasutatakse perifeersemate teemade struktureerimisel. Igapäevaselt ilmuvad majandus, kultuur, sport (ja hiljem meelelahutus), harvem ilmuvate teemade valik on suur: autod, naised, kinnisvara, ajalugu, töö, uus meedia, köök jne jne. Nendel lehekülgedel kajastatakse vastavat teemat peamiselt uudislugudega, aga ilmub ka intervjuusid, reportaaze, artikleid, ülevaateid, kommentaare.

Žanrilist liigendamist kasutatakse vaid ühel leheküljel – arvamused koondatakse eraldi küljele. Üksikuid arvamusaluseid ilmub ka temaatilistel külgedel (majandus, kultuur, sport). Nii, nagu ‘kaalukamad’ (tähtsaimaks peetavad) majandus- ja kultuuriuudised koondatakse uudistekülgedele, nii koondatakse ‘kaalukamad’ arvamused arvamusküljele.

Uudsed küljed eesti ajalehtedes on “Arvamus” ja “Täna”.

Arvamusküljed hakkavad kujunema 1990. aastate alguse (sise)poliitiliste kommentaaride kogumitest. Vormiline eestvedaja on *Postimees*, mis koos nimevahetusega 1991. a algul loob lehekülje “Poliitika” (lk 2). Kolmandiku sellest küljest täidab kommentaar “Postimees”, muu materjal pole veel žanrilisele arvamusküljele sobilik: avaldatakse kommenteerivaid artikleid, pikemaid poliitikauudiseid, avalikke kirju jms. Sageli on uudis ja kommentaar samasse lukku põimitud. Žanriliselt defineeritud terviklik arvamuskülge alustab ilmumist 1. septembril 1993, kui “Poliitika” asemel luuakse lehekülge “Arvamus”. Lisaks kahele allkirjastatud juhtkirjale sisaldab see toimetuseväliste autorite kommentaare ja lugejakirju. Aasta pärast lisandub igapäevane karikatuur (vt *Joonistused*, lk 324), siis verbalseid pisivorme (teiste lehtede refereeringud, lühikesed repliigid, tsitaadid, nädalasündmuste edetabel). “Arvamus”

maht suureneb kahe-, hiljem kolmeküljeliseks. Lisandub visuaale (fotod, joonistused), küljed trükitakse värvilisena. Samasuguse arengu teevad pisut hiljem läbi ka teiste eesti päevalehtede arvamusküljed (1995. a alguse seisul kirjeldab Pullerits 1997: 160–162).

“Täna”-küljed kasvavad välja senistest tele- ja raadiokavanurkadest 1992.–1994. a (esimene ilmub *Postimehes* 16. nov 1992). Siia koondatakse utilitaarne info ja meelelahutuslikud pisivormid: koomiks(id), ilmateade, telearvustus, eelinfo, järjejutt, sünnipäevalaste loetelu, ristsõna, tele- ja raadiokavad jms. Paari aasta pärast suureneb külgede maht mitmele leheküljele. 1990. aastate teisel poolel hakkavad need küljed muutuma meelelahutuslikumaks, visuaalsemaks, fragmenteeritumaks: esialgse ühe koomiksi asemel ilmub viis-kuus, ilmateade muutub pildilisemaks, sünnipäevalapsi esitletakse fotodega, telearvustus lüheneb, järjejutt kaob<sup>[5]</sup>, ilmuma hakkavad horoskoop ja anekdoodid, mälumäng ja sudoku, leheküljed trükitakse täisvärvis. 2005. aastaks on külg “Täna” jagunenud kolme ossa, iga osa omaette leheküljel: meedia, meelelahutus ja ilmaennustus.

Väga suured muutused teeb 1990. aastate jooksul läbi esikülg. Kümneni alguses pannakse esiküljele kesksed päevateemad hoolimata žanrist: pikemad ja lühemad uudised Eestist ja maailmast, ajakirjaniku kommentaar, deklaratsioonid, avalikud kirjad jms. Nädalavahetuse numbrite esiküljed tehakse argipäevastest vähemuudislikud, seal ilmub ka mõni kultuuriteemaline tekst ja/või mittepoliitiline kommentaar (teemaks nt aastaegade vaheldumine või rõõm lastest).

Paari aasta jooksul loobutakse žanrilisest mitmekülgsusest ja kogu esikülg antakse ‘kõvadele’ uudistele Eestist ja maailmast, kusjuures nädalavahetuse esikülg on samasugune. Nii kujuneb esiküljest päevauudiste alguskülg (vt näide 10.2). Lisaks sellele hakatakse 1993.–1994. a esiküljel reklaamima lehesolevaid lugusid. Esmalt on looreklaamid ainult tekstilised (nt kolm pealkirja raamituna või reklaamitavate lugude kokkuvõtted lühiuudistena veerus), siis lisatakse tugevamaid pealkirju, fotosid, silte, hiljem joonistusi. Looreklaamid saavad esiküljel järjest rohkem ruumi, nii et 1990. aastate lõpus kujuneb esiküljest lehenumbrit tutvustav külg. 2000. a on esiküljel tavaliselt ainult üks terviklik lugu, ülejäänud külg tutvustab-reklaamib viit kuni kümnet teemat, millest lehes kirjutatakse.

Paralleelselt oma lehe sisututvustuste-looreklaamidega ilmub esiküljele üha rohkem kommertsreklaami: esialgu väiksed reklaamkastid ‘kõrvades’ (päismiku kõrval), seejärel üha kõrgenev reklaamiplokk lehe alaservas, seejärel juba terve lehekülje suurune reklaam üksikutel päevadel.

1990. aastate teisel poolel toimub oluline muutus sisu esitamisel ka lehekülje tasandil – üksikute lehekülgede alaosi hakatakse üha rohkem sildistama. Eelkõige tehakse seda esikülgedel, kus tuuakse esile lehenumbri peamised osakonnad (nt “Majandus”, “Välisuudised”, “Kultuur”); arvamuskülgedel, kus sildistatakse iga rubriik (nt “Repliik”, “Kirjad”, “Seisukoht”); kultuurikülgedel, kus siltidega märgitakse eri valdkondi ja teemasid (nt “Tantsuetendus”, “Kontsert”). 2000. a ilmub 1 m<sup>2</sup>s toimetuse materjalis keskmiselt 30 silti, s.o ühes lehenumbris 65 silti (joonis 4.18).

2004. a viib *Eesti Päevaleht* sildistamise lugude tasandile: kõiki lugusid – k.a lühiuudiseid – hakatakse tähistama temaatilise või žanrilise märksõnaga (nt “e-valimised”, “Maksutagastus”, “Intervjuu”; vt ka näide 10.7). Sellised sildid ei ole enam päris rubriiginimed, kuna igal lool on oma märksõna ja sama märksõna ei pruugi korduda järgmistes lehenumbrites. Aga nende funktsioon on samasugune nagu varasematel siltidel (rubriiginimedel,

[5] See on umbes 130-aastase traditsiooni lõpp (või katkestus?). 2000. aastatel ilmub järjejutte vaid suvel, kui avaldatakse ajakirjanike suvejutustusi (esimene on Märt-Hillar Kõrvi (= Jüri Pino) “Julia renessanss” *SL Õhtulehes* 2000. a) või katkendeid äsjailmunud ja ilmunas raamatutest (*Eesti Päevalehes* aastatel 2006–2008).

# TARTU PÄEVALEHT

# Postimees

Laupäev,  
**14.**  
detsember  
1991

Nr. 289  
(289)  
**Hind  
45 kop.**

## Eesti ei kavatsenud SRÜ lepinguga ühineda

Üleile teatatud mitmed maailma massiteabevahendid, et Balti riigid võivad ühineda Sõltumatu Riikide Ühenduse lepinguga. EV välisminister Lemari Meri teatas, et kõik sellised kuuludused on alusetud.

«Me mõtleme sageli endast kui väikesest riigist ja tunneme sageli selle pärast alaväärsuskompleksi. Tegelikult pole see, et me oleme väike riik, stugugi halb. Vastupidi, see on meie taguv külg. Väliskapital saab Eestisse pigemaid investeeringuid parema ülevalt, on üliüks välistest Meri.

BALTIC NEWS SERVICE



Liid lüpe on maailm tunnustanud. Taas muutis suhtumist ka (endise ?) N. Liidu president, kes määras läbirääkimistele Balti riikidega uued juhid. Kuid sündmused looga arenevad nii kiiresti, et raske on öelda, kellega tegelikult läbirääkimisi pidada tuleb. Selge on vaid see, et Eesti uute liitidega ühineda ei kavatsenud.

## N. Liidu delegatsioonide juhtideks diplomaadid

N. Liidu president Mihhail Gorbatšov määras 10. detsembril N. Liidu delegatsioonide juhtideks läbirääkimistel Eesti, Läti ja Lõuduga uued inimesed.

Enesiga peetava läbirääkimiste delegatsioonide juhtiks määrati endine N. Liidu saadik Prantsusmaal Juri Duhinin, läbirääkimistel Lätiga juhib endiselt N. Liidu välisministri asetäitja Teise Euroopa Valtituse esimehe asetäitja Valentin Kopteltsev. N. Liidu delegatsioonil läbirääkimistel Lõuduga aga etteotsikuna ja täiendavalt saadik Viktor Smolin.

Varem juhtinud N. Liidu delegatsioone läbirääkimistel Lõuduga Eduard Sverdlovski, Lätiga Aleksandri ja Eestiga Anatoli Soltšak.

BALTIC NEWS SERVICE

## Horvaatias jätkub sõda

ZAGREB. Horvaatia raskis teinud eile, et taas on puhkenud lahingud Rahvuskaardi ja Jugoslaavia fideeralituste vahel. Järgnevatel Ida-Horvaatias anvat Osijek linna, kus siin surma vähe-malgi seitse inimest.

## Israeli delegatsioon jätkab tööd Washingtonis Lähis-Ida rahukonverentsil

TEL AVIV. Israeli peaminister Yitzhak Shamir palus Israeli delegatsioonil Lähis-Ida rahukonverentsil jätkata oma tööd Washingtoni kolm päeva. Algselt oli mõeldud, et delegatsioon pöördub tagasi kodumaale konvantsioonide, kuid arvestades läbirääkimiste suhteliselt ebaõnnistatult see otsustati jätta.

## G-7 arutab humanitaarabi osutamist N. Liidule

LONDON. Seitse juhtiva tööstusriigi rahanduspeetiaaltid arutavad Londonis, kuidas osatunni osutada abi N. Liidule. Kohalikest võivad osa ka Euroopa Ühenduse komisjonide, Rahvusvahelise Valitsusnõukogu ja Maailmapanga esindajad.

Londonis toimuvat eel USA riigikaitsejuht James Bakeri avaldust, kus tehti etpanek korraldada jaanuaris Washingtonis rahvusvahelise korvareza N. Liidule humanitaarabi osutamise küsimuse kohta.

## Jeltsin kavatsenud võtta N. Liidu keskpaanga

Venemaa president Boris Jeltsin ütles, et lähenekogude peab lähtuma ajal ajast, kus on ratsionaliseerida N. Liidu riigipank või mitte. Jeltsin sõnul peab ta N. Liidu presidentide Mihhail Gorbatšovile selgema teha, et N. Liidu keskpaanga sekkumist pole enam mõtet, kuna paljud meist N. Liidu struktuure enam ei ole, teatav «Interfax».

## Sõltumatu Riikide Ühendus võib saada uut liikmeid

ASABAD. Eile kolmasid Afganistis nelja Kesk-Aasias vahariigi ja Karahhanid liitri, kes avalikust kirjariitl valmolekut liituda Sõltumatu Riikide Ühendusega juhul, kui see arvestab iga ühingu-aagi laev.

Päeva uue liiduga ühinemiseks eelisk ka Migi-Karabahi Rahvusvahelise Nõukogule Tšetšeenimaa esimees Leimbard Pevosjan.

## Tšiili ei anna Honeckerile poliitilist varjupaika

SANTIAGO. Erdine Saksa DV riigijuhi Erich Honeckeri palus eile Mihhail Gorbatšov ja Boris Jeltsin teha mitte Saksa-male deportatsioon. Honecker rüü liidud koostööks lahkuma Venemaa territooriumil, kuid ta varjupaika Moskvas. Tšiili saatkonnas süüdistasid tšehhi kalla-lisust.

«Rauile Vabandus» teatas, et eile ka arvatav Honeckeri poliitilist varjupaika anda, kuna Sak-samaid ei süüdistata teda mit-te süüdistades, vaid kriminaalko-riituga.

Assamblee lõpetas põhiseaduse eelnõu lugemise

Põhiseaduse Assamblee lõpetas reedel põhiseaduse eelnõu kolmanda lugemise.

Jõusse jäi riigivõimaga vastu-tõetus (60 aastat), ehkki oli pakutud selle võtendumist 35 aastani.

Sisse tootud sisse, et riigivõim peab ametioleku ajaks kehtestama era-koondliku koostuvuse.

Tõetus jäteti etpanek, et Eesti ei osutaks riigivõimule Tšeti rahulepinguga. See tähendab vastava sisse kehtestamist, sest arvestades, et see riigivõim ei määra-riidetele ka lepinguga.

Assamblee osustas põhiseaduse eelnõu avalikustada ja teha selleks etpanek.

ETA

## Hispaania suursaadik andis üle volikirjad

Eile andis Hispaania Kuningriigi suursaadik Eduardo Carranza üle oma volikirjad EV Ülemnõukogu esimehele Arnold Rüütelile. Eduardo Carranza on Hispaania suursaadik Soomes ja müüdis ka Eestis.

Eile võttis suursaadiku vastu EV välisminister Lemari Meri, kus tänu suursaadiku noli Hispaania varjupaiga eest paljudele Eesti põgenek-Teise maailmasõja ajal ning peale sõda. Eduardo Carranza Carranza teatas, et Hispaania valitus osustas anda Eestile tasuta parviilioni Se-villa muulharmid. Välisminister Meri ja Hispaania suursaadik rääkisid ka Eesti osalemist Barcelona olümpiamängudel. EV VM praesid-entuse andmetel vahetatud pooled mõeldud jalgoolekutsimistuna ning kontrolliti üle tuumarelvade endine N. Liidu territooriumil.

BALTIC NEWS SERVICE

## Johar Dudajev tahab luua Kaukaasia Riikide Ühendust

Tšetšeen Vabariigi presi-dent, endine Tšeti lennupilehita-ri komandör Johar Dudajev tegi üna etpaneku luua Kaukaasia Riikide Ühendus.

BNS «Postimehes»

## Zirinovski võib tulla Eesti piirile

Eile teatav BNS, et üna tuleb Eesti—Venä piirile NL Lihraal-Dok-morantlika Pavei esimees Vladimir Zirinovski, et korraldada mingi ak-sioon. Kus see toimub ja mida see «aktsioon» endast kujutab, ei ole tea-dud.

Helisime St. Peterburgi ajalehe «Tas Pika» toimetusse, et kuulka, mida osust peatselt presidendiks pidav Zirinovski on lubanud piiril kor-raldada. Sainus teada, et Piitri ja teata Zirinovski, Alkania, Peitendek-je, mustasjalalite miitngust midagi, kuigi liiramee Anatoli Soltšak oli lu-banud ise nende õnnelolnasa kuulama minna.

Agentuuri BNS andmed rõhutasid EV välisminister Olev Lammjürv võ-maluse piiritudemisele ebaõnnestus. Kuid lootsi et «vi milleski kindel olla ja kas erustit ise hoia, seda hoitav jama».

Sellele informatsioonile ei olnud teinemas 100 lõppedes laotund-mingi märkimisväärset lisa.

KALEV VILGATS

## Täiendusõppe seminar

Eile algas kolmapäevane seminar «Täiendusõppe ja metoodika Rootsis». Seminari korraldab Jaan Tõnissoni Instituut ja Rootsi Meelõppakool. Küllasteesajate Eivor Langemäe ja Ann-Christi-ne Tornbergi koostööga kuulavad Eesti Kristlik-Demokraatliku Era-konna, Vabariiklike Koostööaktsiooni, Eesti Rahvaliidu Sõltumata-se Partei ja Eesti Konservatiivse Rahvaskeskkonnakomanda esindajad. Seminarist osavõetud koguvad üliõpetajate suupühendust üna hääletust välja üliõpetajate vabariiklastest peainimest.

Rootsiland rääkisid, et nende maal õpit õnnit täienduskursust liigi 5 miljoni rootslast. Programmis on vaid 5% poliitikat, peamiselt teemad on majandus, õpetus, sotsiaalküsimused jms.

Kolme päeva jooksul saavad Jaan Tõnissoni Instituudi krakonda-oid arindjad teada, kuidas on üles ehitatud täiendusõppe Rootsis, mil-lise on metoodika ja enesimeetehnika.

VAINU ROZENTAL

## Rahareform tuleb lähikuudel

Valitsuse esimees Edgar Savisaar kinnitas pres-identkantsel, et 1. jaanuaril Eestis rahareformi ei tule. «See on sama kindel kui see, et rahare-form saab tekkeda lähikuudel», ütles Savisaar.

Tema sõnul kannab oma raha kättelekannuse-ga täielik ülemineku maaltmääratarihilinfidelle. «Tul maaltmääratarihilinfidelle on meil pool teed juba küüdnud», sõnab peaminister.

Tu teatav, et valitsus tahab kiirendada väelpe-riivseerimist ning lõpetada selle järeleanduv aastal. Ühtlasi suurendatakse järele välikapitali üna.

«Müüdnud Ida-Euroopa maad ei osanud kasutada heide, mil Läänel oli nende vastu suurim havi», nentis Savisaar. «Meie ei tohi seda väga teha. Suu-re on üliõpetuste ümberriivseerimiseks, noorme ja varustade ettevalmistamiseks ning majanduse arengu-avala elluviimiseks vajamine vahendit».

Peaminister rõhutas, et välikapitali laialdase ter-jeleku kasutamise ka Lääne töökultuuri juurdumise Eestis.

Valitsuse arvates on vaja osatunni kiirendada osamud tagasummut. «Kõik, mis vöimalik, tuleb ni-mestele tagasi anda niipea kui võimaliku sõeta-tud», rõhutas Savisaar.

INDREK LINDSAAL (ETA)

## 1000 hoise-rublast on järele 334 rubla

Eesti Panga infoosakonnas viimase kolme kvartali ehk kol-me-aastaseks ajaks tehtud arvesu-uste kohaselt on mõeldamud aastala hilpa 1000 hoise-rublast järgi jäänud ainult 334 rubla.

Tegelikult on olukordi veelgi kurvem. Spetsialistide arvես-tuste aluseks on ehk aluseid inkeks septemeri lõpus. Oktoobris tal-nuks hoise väärtus jagada 1,09 ning novembris 1,12-ga. Sel ju-hul jääb mõeldamud aasta hilpa 1000 rublast järele ligikaudu 274 rubla.

ETA



## Näide 10.2. Kirev lehekülj 1990. aastate algusest

Postimees 14. dets 1991: 1. Esiküljel ilmub palju lühikesi lugusid. Pealkirjad on ühetaolise suurusega ja suvalise pikkusega, tekstikirja suurus ja tihedus varieeritakse lugude mahutamiseks.

teemanimedel lehekülje pääses). Nii ilmub 2005. a *Eesti Päevalehes* lugusid vähem kui neid esitlevaid silte (ühel leheküljel on keskmiselt neli lugu ja kuus silti, ühes lehenumbris keskmiselt 119 silti).

Nii võib siltide arvu kasvu põhjal öelda, et 1990. aastate teisest poolest alates hakatakse lugusid rohkem reklaamima ja välja pakkuma ning samal ajal esitatakse infot üha fragmenteeritumalt. Ka sildistamine muutub detailsemaks: esmalt sildistatakse terveid lehekülgi ja üksikuid leheküljeosi, hiljem üha rohkem üksiklugusid.

**Ajalehenumbri järjestus** kujuneb 1990. aastate alguses lääne lehtede eeskujul ja on püsinud tänapäevani üsna muutumatu: esiküljele järgneb arvamus, Eesti uudised (+ hiljem Tallinna uudised), välisuudised, majandus, kultuur, temaatilised osakonnad (kinnisvara, autod, naised jne), sport, “Täna”.<sup>[6]</sup> On vaid kaks osakonda, mille asukohta selle aja jooksul muudetakse: arvamus ja välisuudised.

Esialgul ilmub arvamuskülge teisel küljel (nt *Postimees* 1993, *Eesti Päevaleht* 1995). Arvamuse paigutamine lehe algusse näitab sisepoliitika ja sõnavabaduse väärtustamist. Lisaks võib siin näha ka traditsioonide taaselustamist – ka vabariigi ajal ilmusid juhtkirjad teisel küljel. Aga põhjuseks võib olla ka see, et vasakpoolset lehekülge on raske kasutada uudiste algusküljena, sest uuringute kohaselt tikub lugeja pilk automaatselt liikuma kolmandale, parempoolsele küljele (Garcia & Stark 1991: 30–37).

Kui arvamused enam ühele küljele ära ei mahu, siis kasutatakse kaht varianti: viiakse arvamusküljed lehenumbri keskele, ülduudiste lõppu (nt *Postimees* 1995) või jagatakse arvamusküljed ruumiliselt kaheks: toimetuse arvamus (ameerika *editorial*) jääb teisele leheküljele, teiste arvamus (ameerika *op-editorial*) pannakse lehe keskele (nt *Postimees* 2005).

Teine osakond, mille asukohta muudetakse, on välisuudised. 1990. aastate alguses on välisuudiste külge lehenumbri lõpus. Selles võib näha nõukogulike paigutustraditsioonide jätkamist, aga ilmselt on tormilised sündmused NSVL-s ja Eestis ajalehtede jaoks niivõrd kesksed, et see tõrjub kõik muud teemad tahapoole. Näiteks *Päevaleht* avaldab välisuudiseid 1990. a viimasel leheküljel, *Postimees* 1991. a lehe lõpus, enne sporti. Paari aasta pärast tõstetakse välisuudised siseriiklike uudiste järele, nii nagu kombeks lääne lehtedes.

Nende muutuste tulemusel jaguneb tänapäevane ajalehenumber temaatika ja järjestuse alusel kolmeks osaks: tuum; teemad; sport ja igapäevane meelelahutus.

**1.** Lehe tuuma moodustavad uudiste- ja arvamusküljed, lisaks majandus ja kultuur. Need teemad alustavad lehenumbrit ja ilmuvad lehes iga päev.

**2.** Teemaosa järgneb lehe tuumale ja on sellest sageli eraldatud reklaamikülgedega. Siin ilmuvad erinevad temaatilised leheküljed ja osakonnad kindlatel nädalapäevadel vaheldumisi (nt “Teadus” neljapäeviti, “Reis” laupäeviti). 1990. aastate alguses on teemaosa maht harilikult üks-kaks lehekülge, 2000. aastate alguseks on mõned teemad kasvanud nii mahuks, et need lisatakse põhilehe vahele eraldi sektsioonidena.

**3.** Meelelahutus lõpetab lehenumbri. Siia kuuluvad sport ja täna-küljed. Ka need ilmuvad iga päev. Sellegi alaosa maht kasvab pidevalt. Näiteks 1991. a *Postimehes* võtab see osa ühe lehekülje, 2005. a tavaliselt viis-kuus külge (kaks-kolm külge sporti, kolm külge muid pisirubriike). Muutub ka alaosa sisemine järjestus: 1990. aastatel lõpetavad lehenumbri pisirubriigid, 2000. aastatel tavaliselt spordiküljed. (*SL*) *Õhtulehele* võivad siin eeskujuks olla inglise massilehed, teistele lehtedele aga soov lõpetada lehenumber tugevama tervikliku temaatilise plokiga.

[6] Leheküljenumbreid pole võimalik siinsele loetelule lisada, sest teemade maht varieerub ja teemade vahele pannakse reklaamikülgi.

Reklaami pannakse kõigisse ajaleheosadesse, kuulutusteküljed ilmuvad teema- ja meelelahutusosa vahel (sellest pikemalt järgmises alaosas).

Nii sarnaneb uue vabariigi aegne lehenumbri struktuur ja järjestus mõneti eelmise vabariigi aegsega (vt lk 208–209 ja tabel 4.1), mõlemal juhul algab lehenumber tuuma ja teemaosaga. Erinevus on selles, et tänapäevane lehetuum on temaatiliselt laiem, hõlmates lisaks tähtsamatele ülduudistele ja arvamusalustele ka majanduse ja kultuuri. Ka lehenumbri lõpus ilmub sarnast materjali – sport ja osa pisiinfost (nt raadiokavad, sünnipäevalaste loetelu) –, aga siiski on lõpuosa põhimõtteliselt teise suunitlusega. 1930. aastatel hõlmasid lehe lõpuosa pisikesed argielu-uudised kogu Eestist (liigendatud maakondade kaupa), nüüd meediameelelahutus (lood telesaadetest ja -saatejuhtidest, popstaaridest jms). Nii võib öelda, et lugejale lähedast kohalikku igapäevaelu on asendanud ruumiliselt kauge meediategelikkus. Paaril korral püüavad lehed taas elustada vabariigiaegset kohalike uudiste avaldamise tava (nt rubriik “Sõnumid” *Rahva Hääles* alates 4. nov 1990, “Külaudised” *Eesti Päevalehes* 2005–2008), aga traditsioon ei juurdu.

#### 4. Kuulutused ja reklaam

**Maht.** 1980. aastate keskel ilmus päevalehtedes kuulutusi ja reklaami keskmiselt 8% lehenumbri mahust (joonis 4.2). Kui nõukogude plaanimajandus laguneb, hakkavad lehed oma tulude suurendamiseks avaldama üha rohkem reklaami. 1990. a statistikas on kuulutuste ja reklaami maht peaaegu sama kui viis aastat tagasi, aga muutunud on nende omavaheline proportsioon. Rutiinsed kuulutused (s.o filmi-, teatri-, kontserdikuulutused) jäetakse sageli ära, nende asemel ilmub rohkem reklaami.

Kui lehtede maht kasvab, suurendavad lehed kuulutuste-reklaamide osakaalu lehenumbri. 1995. a hõlmab reklaam juba keskmiselt neljandiku lehenumbri. Reklaami maht on aga kasvanud viie aastaga kümme korda. Edaspidi kasvab reklaami maht ja osakaal ühtlasemalt. 2005. a hõlmavad kuulutused ja reklaam keskmiselt peaaegu kolmandiku lehenumbri mahust. Seega on toimetuse materjali ja reklaami omavaheline proportsioon lehenumbri enam-vähem sama kui eelmise vabariigi ajal enne suurt majanduskriisi. Võrreldes nõukogude aja lõpuga on kuulutuste ja reklaami keskmine osakaal kasvanud 3,5 korda ja keskmine maht lehenumbri 16 korda.

Erinevalt eelmise vabariigi aegsetest lehtedest kõigub reklaami mahu osakaal eri lehenumbrites palju vähem, eri nädalapäevadel tavaliselt 10–20% ulatuses. See näitab, et lehed lähtuvad toimetuse materjali hulga määramisel reklaami mahust varasemast täpsemalt. Ka eri väljaanded hoiavad reklaami osakaalu enam-vähem samal tasemel.

**Asukoht.** Nõukogude ajal koondati kuulutused ja reklaam lehe lõppu. 1990.–1991. a, kui lehtedes hakkab rohkem reklaame ilmuma, kasutavad eri lehed selle paigutamisel esialgu vastandlikku taktikat. *Edasi/Postimees* ja *Rahva Hääle* hoiavad reklaami endiselt toimetuse materjalist eraldi, viimasel küljel. *Päevaleht* paneb reklaami sinna, kus on selle jaoks ruumiliselt kõige sobilikum koht. Nii võib neljaküljelises *Päevalehes* olla reklaami kõigil külgedel peale esikülje, nii lehekülje üla- ja alaservas kui ka lugude vahel.

Paari aastaga on reklaami osakaal nii palju kasvanud, et reklaame ei koondata enam ajalehe lõppu kokku, vaid hakatakse jagama lehenumbriks laiali. Suurem osa reklaami paigutatakse eraldi lehekülgedele ja pannakse need üksikud reklaamiküljed temaatiliste külgedele vahele. Harvem paigutatakse üksik reklaam lehekülje alanurka toimetuse materjaliga samale küljele. Lehenumbri esimeses osas – tuumas – reklaami ei avaldata (v.a enesereklaamid esiküljel). *Postimehes* on erakuulutuste hulk kasvanud nii suureks, et alates 1995. a

koondatakse need eraldi sektsiooni “Kuulutusteleht” (ilmub kaks korda nädalas, tavaliselt 12 külge nädalas).

1990. aastate keskel hakatakse reklaami ajalehes rohkem esiplaanile tõstma ja toimetuse materjaliga segamini panema. See toimub kolmel moel.

Esmalt tungib reklaam toimetuse materjaliga lehekülgede alaservadesse. Kuigi lehte kujundades pooldavad ajakirjanikud reklaamivabu külgi (neid on lihtsam struktureerida), pakuvad toimetused reklaamijatele kallima hinna eest võimalust panna reklaam toimetuse materjaliga külje alaserva. Nii kasvab järjest segakülgede osakaal: 1995. a on segakülgi 29% kõigist lehekülgedest, 2000. a – 43% (joonis 4.6). Selge erinevus on täis- ja tabloid-formaadis lehtede vahel – väiksema formaadi tõttu on tabloidides palju vähem segakülgi ja rohkem reklaamivabu külgi.

1990. aastate lõpus hakkab ilmuma reklaame ka lehekülje keskel. See tähendab, et reklaam on tõstetud lehekülje perifeeriast (alaservast) tsentrisse. Teenäitajaks on siin spordiküljed, kus suurvõistluste ajal paigutatakse sponsorite logosid tekstide vahele ja ka põhiteksti sisse juba 1990. aastate esimesel poolel (nt *Päevalehes* 1992. a Albertville'i taliolümpia ajal). Pärast 2000. a kasutatakse reklaami esiletõstmiseks lisaks keskele positsioonile leheküljel ka mitmesuguseid muid võtteid: mittelinurkset kuju, erksaid värvitoone, kleepimist toimetuse materjali peale (reklaam kollasel märkmepaberil). Näiteks Mazda reklaam, mis ‘löikab’ lehekülje diagonaalselt pooleks (*Eesti Päevaleht* 1. juuni 2004), Honda Liisingu reklaam, mida on ‘pikitud’ majanduskülgede lugudesse koos tükki (*Eesti Päevaleht* 4. mai 2004). Kuigi sellised reklaamid on tänapäevani statistiliselt harvad, näitab nende olemasolu muutust toimetuspoliitikas. Suurema raha eest luuakse reklaamijatele uudeid ja eksklusiivseid paigutusvõimalusi. Siiski peab märkima, et tänapäeval ‘hakib’ reklaam eesti ajalehtedes toimetuse materjali ruumilisel palju vähem kui 1920.–1930. aastatel (vt joonis 4.6).

Lisaks ruumilisele segunemisele segunevad reklaam ja toimetuse materjal ka sisuliselt. Tavalisem on see temaatilistes lisades, kus mõnikord ei ole selge, kus jookseb toimetuse materjali ja reklaami piir. Näiteks *Eesti Päevalehe* lisas “Köök” ilmub DanSukkeri logoga retseptirubriik “Eesti köök”, kus kõigis retseptides kasutatakse DanSukkeri erinevaid suhkrusorte (nt 30. apr 2004).

Kolmas oluline muutus on reklaami lubamine lehenumbris järjest ettepoole. Reklaam ilmub ka lehenumbri tuuma – uudistekülgedele ja esiküljele –, ainsana hoitakse reklaamivabana arvamusküljed. Juba 1990. aastate keskel saab tavaliseks reklaami avaldamine esiküljel, algul väikse kastina päismiku kõrval (‘kõrvades’, näide 10.1), hiljem suurema plokina lehekülje alaservas. Pärast 2000. a antakse esiküljel mõnel päeval tervikuna reklaamile.<sup>[7]</sup> *Eesti Päevaleht* paneb mõnikord lehele ümber ‘reklaamkaaned’ – kriitpaberile trükitud poogna, mis sisaldab ainult reklaami.

Kui Eestis ilmub reklaam lehtede esiküljele kiiresti ja suhteliselt märkamatuult, siis lääne suurtes lehtedes on see murranguline sündmus, mida lugejatele eelnevalt selgitatakse ja põhjendatakse. Näiteks *The New York Times* avaldab 6. jaanuaril 2009 esmakordselt oma 158-aastase ajaloo jooksul esiküljel reklaami (vt NYT 2008). Leht põhjendab seda suurima kasumilangusega viimase 75–80 aasta jooksul ning teiste lehtede eeskujuga (*The New York Times* 6. jaan 2009).<sup>[8]</sup>

Need tendentsid – reklaami tungimine toimetuse materjali keskele, reklaami ja toimetuse materjali integreerimine – on sünkroonis mujal lääne lehtedes toimuvaga ja tingitud terav-

[7] Seda võtet kasutas kaasaegsetest eesti päevalehtedest esimesena *Päevaleht* laupäevases numbris *Püha-päevalehes* juba alates 1992. a, aga argipäevalehtedesse selline praktika 1990. aastatel veel ei jõudnud.

[8] <http://www.nytimes.com/2009/01/05/business/media/05times.html?scp=3&sq=advertisements%20first%20page&st=cse> (vaadatud 3. juulil 2009)

nevast konkurentsist meediareklaami turul. Maailmas on ajalehtede osakaal reklaamiturul teiste meediumite arvel vähenenud paari viimase aastakümne jooksul, protsess on kiirenenud viimasel kümnendil internetimeedia lisandumise tõttu (vt nt USA statistikat Picard 2008: 706–707). Nii püüavad ajalehed suurendada oma konkurentsivõimet ka reklaami paigutuse abil, pakkudes reklaamijatele uusi atraktiivseid võimalusi. Eeskuju võetakse eelkõige internetiväljaannetelt (Garcia 2002: 94–97; Errea 2004; Berte & De Bens 2008).

Ka Eestis on ajalehtede osakaal reklaamiturul vähenenud (1995. a – 55%, 2005. a – 44%), aga reklaamituru pideva kasvu tõttu on ajalehtede reklaamirahad kuni 2007. a siiski järjest suurenenud (1995. a oli ajalehtede reklaamimaht 155 miljonit krooni, 2005. a üle kolme korra rohkem: 504 miljonit krooni; TNS Emori andmed).

## 5. Värv

Nõukogude aja lõpul oli päevaleht mustvalge, lisavärvi kasutati mõnel korral aastas. Järsk muutus tuleb sellesse süsteemi 1991. a, kui *Postimeest* hakatakse trükkima masinal, mis võimaldab kasutada täisvärvi (neljavärvitrükki). Kuna fotode värvilahutuse tegemiseks esialgu seadmed puuduvad, kasutatakse täisvärvi suhteliselt vähe: 1991. a avaldatakse mõnikord värvifotosid, värvilisi elemente lisatakse teabegraafikasse ja reklaamidesse. Esialgu domineerib siiski ühe lisavärvi kasutamine: esi- ja tagaküljel trükitakse musta kõrvale lisavärvi-tooniga struktureerivaid elemente (jooned, raamid, taustad) ja üksikuid elemente teabegraafikas. Kõige tavalisem lisavärv on sinine, aga kasutatakse ka punast, rohelist, oranži, lillat, kollast vm värvitooni. Mingit süsteemi värvi valikus ei paista olevat.

Täisvärvi kasutamist takistab eelkõige muude hädavajalike tehniliste võimaluste vähenenud kättesaadavus. Kuna värvilahutust Tartus ei tehta, viiakse värvifotode slaidifilm *Postimehe* toimetusest (Tartus) Tallinnasse töödelda. Värvilahutused saadakse kätte paari nädala kuni kuu aja pärast, nüüd saab neid värvifotosid kasutada ajalehes kindlas suuruses (andmed Külli Viigimäe-Värnikult 15. märtsil 2006; vt ka Väino Koorbergi meenutusi Rajamets 2009: 95–96). Võiks arvata, et nii vähese operatiivsuse tõttu värvifotosid uudistes ei kasutata, aga tegelikkus on vastupidine – põhiliselt uudistes ja esiküljel *Postimees* neid kasutabki (lisaks ka temaatilistel külgedel). Tüüpilised värvilised uudisfotod on postkaardilikud linnavaated, fotod rahvakogunemistest ja riigilippudest. Neid fotosid kasutatakse ajalisel vabalt, pigem sümbolina ja märgina, mitte konkreetse info andjana (nt Tartu raekoja foto ilmub linnavalitsusest rääkivates uudistes jms; vt ka näide 10.2). Samas poliitikute värvifotosid avaldatakse väga harva. 1992. a *Postimees* loobub värvifotodest esiküljel, sest ilmselgelt pole selline metafoorne fotokasutus uudistes funktsionaalne. Selle asemel hakatakse täisvärvi kasutama uues nädalavahetuselisas “Extra”, peamiselt visuaalides (portreed isikuintervjuudes, fotod toidu- ja reisilehekülgedel, koomiksid lasteküljel).

Samal ajal on Tallinna lehtede värvikasutus napim, aga põhimõtteliselt samasugune: täisvärv nädalavahetusel (*Päevalehe* laupäevases numbris *Pühapäevalehes*) ja üksik lisavärv tööpäeval (*Rahva Hääles* esmaspäeviti). *Pühapäevalehes* hakatakse täisvärvi kasutama 1992. a oktoobris. Erinevalt *Postimehe* nädalavahetuselisast “Extra” kasutab *Pühapäevaleht* värvi (koos kriitpaberiga) eelkõige reklaamis, mitte toimetuse materjalis. 1995. a on 40-küljelises *Pühapäevalehes* keskmiselt 42% reklaami, värvikülgedest on reklaami all 65%. Võrdluseks: *Päevalehe* tolle aasta keskmine reklaamimaht on 20%. Äripäeviti ilmub värvi (sinist lisavärvi) ainult esmaspäevase *Rahva Hääle* esi- ja tagaküljel 1992–1994.

*Päevaleht* / *Eesti Päevaleht* lisab lehele värvikust ka temaatiliste lisade trükkimisega värvilisele ajalehepaberile: “Ärileht” (1994–1998, 2004–2009) ilmub roosal paberil, “Spordileht” (1994–1998) rohelisel paberil.

Pööre senises värvikasutuses tuleb 1995. a, kui lisavärvist loobutakse lõplikult ja täisvärvi kasutatakse palju rohkem, tagantõukajaks päevalehtede konkurents ja võitlus reklaamkliientide pärast. Kui seni oli *Postimees* ainus leht, mis iga päev mõne lehekülje täisvärvis trükkis, siis nüüd teeb seda ka äsjaasutatud *Eesti Päevaleht* (esialgu esi- ja tagaküljel). Kohe suurendab värvikülgede ja värvifotode hulka ka *Postimees*. See sunnib jälle *Eesti Päevalehte* värvikülgi lisama. Konkureerivate lehtede trükikojad ostavad uusi trükimasinaid, üks oluline stiimul selleks on just lehtede värvikuse suurendamine (vt nt Mart Kadastik, *Postimees* 6. okt 1997). Aja jooksul jõutakse täisvärvini praktiliselt kogu lehes: 1995. a on 21% lehekülgedest trükitud täisvärvis, 2000 – 74%, 2005 – 99% (joonis 4.7).

1990. aastate teisel poolel ei kasva mitte ainult värvikülgede hulk, vaid ka värvikasutuse intensiivsus. Kui leheküljel täisvärvi kasutatakse, siis tehakse värviliseks kõik fotod ja teabegraafikad. 2000. a paiku vallutab värv ka verbalseid elemente: ilmuma hakkab väikeid punaseid ja siniseid pealkirju (teabegraafikas, infokastidel, fotodel), silte, tsitaate, infokastide taust tehakse värviliseks. Selle tulemusena on leheküljed üle külvatud täisvärvis fotodega ning pisikeste värviliste paratekstide ja taustadega (vt näited 10.4 ja 10.7).

1990. aastate teise poolele jääb ka värvikasutuse professionaliseerumine ja süstematiseerumine. Värvitoonid muudetakse varasemast mahedamaks, harmoonilisemaks. Senise stiihilise värvivaliku asemel hakkavad lehed kasutama 'oma' värve: *Postimees* sinist ja *Eesti Päevaleht* punast. Värv muutub märgiks. Alguses kasutatakse firmavärvi eelkõige struktureerivates elementides (jooned, sildid), hiljem ka pealkirjades ja tsitaatides. Mais 1998 muudab *Postimees* värviliseks lehe nime esiküljel päismikus, *Eesti Päevaleht* teeb sama viis aastat hiljem, aprillis 2003. 2004. a hakkab *Eesti Päevaleht* lehe seitsme alaosa eristamiseks (arvamus, uudised, poliitika, majandus, kultuur, melu, sport) kasutama seitset eri värvitooni.

Kokkuvõttes võib öelda, et nõukogudejärgne aeg jaguneb värvikasutuse poolest kahte faasi: 1) 1990. aastate esimene pool kasutatakse värvi suhteliselt vähe, kohmakalt ja stiihiliselt; 2) alates 1995. a kasvab värvikasutus kiiresti ja muutub varasemast süstemaatilisemaks.

Kui vaadata võrdluseks värvikasutust lääne ajakirjanduses, siis seal alustavad päevalehed täisvärvi kasutamist 1970.–1980. aastatel (Harrower 1995: 187; Garcia 1998: 22–23, 2002: 116). 1982. a kasutab 35% USA päevalehtedes regulaarselt täisvärvi lehe esiküljel, 1988. a kasutab 27% neist iga päev esiküljel värvifotot, 2002. a trükib juba 94% USA päevalehtedest kõik esiküljefotod täisvärvis (Utt & Pasternack 1984: 882, 1989: 625, 2003: 55). Nii võib öelda, et 1990. aastate jooksul muutub täisvärv USA lehtedes igapäevaseks rutiiniks kõigil lehekülgedel. Sama trendi järgivad ka (lääne)saksa päevalehed, mis suurendavad värvikasutust järsult 1990. aastate esimesel poolel: 1989. a kasutab värvilist illustratsiooni esiküljel 7% lehtedest, viis aasta hiljem 37% (Schönbach 2000: 68).

Täisvärvi kasutuselevõtmisel on konservatiivsemad kvaliteetlehed ja suurema tiraažiga lehed. 1982. a teatab 30% USA suurtest päevalehtedest (tiraaž üle 250 tuhande) teatud uhkusega, et nad ei ole kunagi värvifotosid kasutanud (Utt & Pasternack 2003: 59). Värvikasutuselevõtt on neile pigem sunnitud järeleandmine, et reklaamijaid ligi meelitada ja olla meele järele noorematele lugejatele, kes on kasvanud üles värvifilmide ja -televisiooni ajastul (vt Utt & Pasternack 1984: 882; Finberg & Itule 1990: 96). Suurlehtede konservatiivsuse põhjus on muidugi ka majanduslik, piisavalt võimsate värvitrükimasinate ostmise nõuab suuremaid investeeringuid. Siiski püütakse 'oma territooriumil' (toimetuse materjalis) esialgu värvist hoiduda, aga konkurents (värvi)televisiooniga muudab sedagi põhimõtet. Näiteks kujunduslikult alalhoidlik *The New York Times* hakkab täisvärvi kasutama 1993. a suvel ja esmalt pühapäevastes *feature*-seksioonides ("Book Review", "Travel", "Arts" jt). Esiküljele jõuab täisvärv üle nelja aasta hiljem, 16. oktoobril 1997 avaldatakse seal esimene värvifoto ([http://www.nytc.com/company/milestones/timeline\\_1971.html](http://www.nytc.com/company/milestones/timeline_1971.html), vaadatud 2. aug 2009).



Eesti lehed on vabameelsemad ja kiiremad. Värv tuuakse lehte kohe kahes kohas: tsentris (esikülj) ja perifeerias (nädalavahetuselised, tüüpilised 'värvilised' teemad: naiste-, reisi-, lasteküljed).

## OLULISEMAD KUJUNDUSELEMENDID

### I. Põhitekst

**Lugude hulk ja pikkus.** Kuigi 1990. aastate alguses räägiti ajalehetoimetustes palju vajadusest kirjutada lühemaid tekste, näitab statistika tegelikult lugude järjekindlat pikenemist koos lehtede mahu kasvuga. 1990. a on lugude keskmine maht varasemast suurem ja 1995. aastaks kasvab see veelgi – 133 cm<sup>2</sup> (joonis 4.10). Kui teisendada maht 2005. a kõige tavalisemale 4,3 cm laiusele veerule, siis on 1990. aastate keskel lugude keskmine pikkus 31 veeruentimeetrit. Oluline erinevus varasemast on see, et pikad lood ei domineeri lehes, sest palju ilmub ka lühikesi lugusid, mida nüüd esitletakse küllalt suurte pealkirjadega (pealkiri võib mõnikord olla pindalalt isegi suurem kui tekst ise). Lühiuudiste pikkus varieerub tugevalt (ühest lausest kuni kümne lauseni). Mõlemad jooned – lugude pikenemine ja nende pikkuse suur varieerumine – näitavad, et ajalehes on primaarne tekst, mis pannakse lehte sellisena, nagu autor ja/või toimetaja on vajalikuks pidanud.

Lugude hulga muutumist 1990. aastate esimesel poolel saab kirjeldada kahel moel (joonis 4.9). Esiteks mahub lehenumbriisse varasemast umbes kaks korda rohkem lugusid (keskmiselt 74 lugu), kuna ajalehtede keskmine maht on järsult kasvanud. Teiseks, lugude arv 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis väheneb rohkem kui neljandiku võrra (keskmiselt 33 tk/m<sup>2</sup>), kuna lood on varasemast pikemad ja lisaks võtab põhitekstilt ruumi ära visuaalide mahu järsk kasv (joonis 4.19).

1990. aastate teisel poolel hakkavad tüüpilised 'pikad' teemad ajalehtede asemel ilmuma arvukates ajakirjades ning ajalehelood lühenevad keskmiselt rohkem kui kolmandiku võrra (2000. a on nende pikkus 19 vcm). Lisaks on lugude lühenemisel veel kaks olulist põhjust.

Esiteks, toimetajad hakkavad nõudma kindla mahuga lugude kirjutamist lähtudes lehekülgede etteplaneeritud fokuseeritud struktuurimudelidest (vt *Leheküljed*, lk 331–333). Autorid peavad alluma lehekujunduse nõudmistele.

Teiseks, olulise teema kajastamine ei tähenda enam üht pikka lugu ühe pealkirja ja foto(de)ga. Selle asemel kasutatakse mitut lugu mitme pealkirjaga, täienduseks foto(d), põhitekstist esile tõstetud tsitaadid, ka teabegraafika oma pealkirjade ja selgitustega, infokastid oma pealkirjadega. Nii esitatakse info väiksemate osadena ja seda sildistatakse rohkem. Inglisekeelses kirjanduses on sellist info segmenteerimist 'silmapärase' suurusega tükkideks nimetatud *charticles* (s.o *chart* + *article*, diagramm + artikkel; nt Stickney 2008).

Nii kasvab eesti lehtedes erinevate kujunduselementide (põhitekstid, paratekstid, visuaalid, teabegraafika) hulk 1990. aastate teisel poolel 1,5 korda, kusjuures osa neist koosneb omakorda mitmest alaosast (nt teabegraafika juurde kuulub pealkiri ja selgitus). Samas kujunduselementide suurus väheneb. Siinne kontentanalüüs toob välja lugude lühenemise ja fotode suuruse vähenemise (joonised 4.10 ja 4.25), aga väiksemaks muutuvad ka rubriiginimed, teabegraafika ja joonistused.

Kui vaadata segmenteerumistendentsi – rohkemate ja väiksemate elementide kasutamist – lehetegijate poolelt, siis esialgu ei jagata pikka teksti mitte osadeks, vaid sellele lisatakse juurde väikesi paratekste (infokaste, tsitaate). 1990. aastate lõpus hakatakse põhiteksti tükkideks 'lõikama', kasutades ühe loo asemel mitut lühemat (põhilugu + lisalood). Sageli on see ainult vormiline võte, sisult on lisalugu sama põhiloo lõpp, mis eraldatakse põhiloo ruumiliselt ja visuaalselt (oma pealkiri, omaette tekstiplokk; vt nt *Eesti Päevaleht* sügisel 2000).

Kuna lood lühenevad 1990. aastate teisel poolel järsult, siis kasvab lugude hulk nii ühes lehenumbris (kuigi toimetuse materjali maht lehenumbris ei muutu) kui ka 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis. Lugude lühenemine on nii järsk, et nende hulk kasvab hoolimata sellest, et visuaalid võtavad põhitekstilist üha rohkem ruumi ära ja põhiteksti hulk ajalehenumbris väheneb (joonis 4.8). 2000. aastate esimesel poolel kasvab ajalehtede visuaalsus veelgi (põhitekstilise materjali vähenemise arvel) ja seetõttu väheneb lugude hulk. 2005. a ilmub ühes lehenumbris keskmiselt 78 lugu, 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis aga 35 lugu ehk peaaegu kaks korda vähem kui nõukogude ajal.

Kokkuvõttes valitseb eesti lehtedes selge tendents tekstilise info vähenemise suunas. Alates 1990. aastate keskpaigast on pidevalt vähenenud pind, mis ajalehed (põhi)tekstidele annavad, hoolimata sellest, et ajalehtede maht on kasvanud (joonised 4.2 ja 4.8). Sajandi vahetuse ajal on eesti ajalehed keskmiselt vähemtekstilised kui briti massilehed: 2000. a on põhitekstilise materjali osakaal eesti lehtedes keskmiselt 39%, briti tabloidide uudistekülgedel on põhiteksti osakaal 40% (Uribe & Gunter 2004: 396). Ja eesti lehtedes jätkub teksti osakaalu vähenemine hoogsalt. 2005. a ei ole (põhi)tekst esmakordselt enam mahukaim infoedastusviis eesti ajalehtedes: struktureerivad elemendid (paratekstid, jooned, tühi ruum) võtavad toimetuse materjali mahust 36%, põhitekstiline materjal 33% (joonis 4.19).

Lisaks vähendab tekstilise info mahtu ka see, et ajalehed on suurendanud tekstikirja (vt joonis 4.12). Kui võtta arvesse ka see 15–20% -line hõrenemine võrreldes nõukogude ajalehtedega, siis sisaldab 2005. a üks lehenumber umbes 1,6 korda rohkem põhitekstilist infot kui nõukogude aja lõpus, kuigi lehtede maht on kasvanud 4,6 korda (arvutused jooniste 4.2 ja 4.8 alusel). Lood on keskmiselt enam-vähem sama pikkusega kui 1920.–1930. aastatel.

**Teksti tüpograafia** alusel jaguneb nõukogudejärgne aeg kahte faasi: kirev varieerimine 1990. aastate esimesel poolel ja järjekindel süstematiseerimine alates 1990. aastate keskpaigast.

Kohe 1990. aastate alguses põhiteksti tüpograafia lihtsustub ja samas muutub varieeruvamaks. Muutused tulevad koos üleminekul digitaalsele ladumisele ja küljendamisele.

Nõukogude ajal tavaline plokk-kirja kasutamine kindlates lugudes vähenes juba 1980. aastate lõpus (joonis 4.11). Kui 1990–1991 võetakse tinalao asemel kasutusele digitaalne ladu, kaob plokk-kiri tekstikirjana lehest täielikult. Seega kirja valiku poolest tekstide välimus lihtsustub – kasutusele jääb ainult antiikva. Esialgu on selleks eranditult *Times New Roman*<sup>[9]</sup>. See on ainus antiikva, mida Eesti lehetoimetustes tollal kasutatud küljendusprogramm *Ventura Publisher* võimaldas pruukida. Sel ajal on *Times New Roman* ka lääne lehtedes üks enimlevinud tekstikirju (nt 1992. a Soome päevalehtedest 77% kasutab *Timesi* tekstikirjana ja 65% pealkirja-kirjana, Rootsi lehtedest vastavalt 48% ja 42% – Pulkkinen 2008: 217–225).

Teine oluline muutus on kirja suurenemine – varasema 8p (ja 6p) kirja asemel hakatakse kasutama umbes 10p tekstikirja<sup>[10]</sup> ja vastavalt suuremat reavahet (29 rida 10 vcm kohta; joonis 4.12). Kirja ei suurendata kohe digitaalsele ladumisele üleminekul, esialgu püütakse säilitada sama mahutavust kui tinalaos. Aga varsti tuleb esile selge tendents tekstikirja suurenemisele ja hõrenemisele. Kohe 1990. a algul suurendab kirja *Päevaleht*, järk-järgult suurendab kirja *Postimees*. *Rahva Hääl* hakkab suuremat kirja kasutama kevadel 1994, kui senised ajakirjanikud lehe erastamisotsuse tõttu päeva pealt töölt lahkuvad ja kähku palgatud

[9] *Times New Roman* on esimene spetsiaalselt ajalehe jaoks loodud trükikiri, mis võeti kasutusele 1932. a Londoni ajalehes *The Times* (vt Moran 1971: 122–138; Dodd 2006: 108–113).

[10] Erinevalt tinalaost, mis võimaldas kasutada ainult kindlas suuruses kirju, saab digitaalse kirja suurust muuta 0,01p kaupa. Seetõttu pole ilma spetsiaalse uurimiseta võimalik kindlaks teha kasutatud kirjade täpset suurust.

uus toimetus peab lehte iga päev ilmutama. Tekstikirja suurendamine aitab selle ülesandega kergemini hakkama saada.

Tekstikirja vähendatakse ainult ühel juhul – kui *Päevaleht* läheb 1992. a täisformaadist tabloidformaati. Esialgu näeb leht välja nagu oleks seda koopiamasinaga vähendatud ja üks servaveerg ära jäetud. Mõne kuuga vanad kirjasuurused taastatakse.

Tekstikirja suurendades järgivad eesti lehed trendi, mis teadusuuringutele toetudes oli lääne lehtedes kestnud juba alates 1920.–1930. aastatest. 1990. aastate alguses on näiteks USA lehtedes kõige tavalisem tekstikirjasuurus 9p (Barnhurst & Nerone 1994: 150). Võrreldes seda arvu eesti lehtede 10p kirjasuurusega on oluline meeles pidada, et USA lehed kasutavad sel ajal juba spetsiaalselt ajalehtede jaoks disainitud suure tähekehaga kirju, mis *näivad* lugejale suuremad kui kirja nominaalne suurus viitab (vt järgmiselt leheküljelt selgitust *Eesti Päevalehe* kirjavähendamise kohta 1997. a).

Nõukogude ajal olid välja kujunenud kindlad konventsioonid kirjastiili varieerimisel lähtudes tekstide sisust. Kui teksti hakatakse digitaalselt laduma, võetakse kõigis lugudes kasutatusele sama tekstikiri. Ainus leht, mis vana süsteemi osaliselt alles hoiab, on *Postimees*, kus veel 1995. a ilmuvad kaldkirjas lugejakirjad ja üksikud kommentaarid.

Loo sisust lähtuvast tüpograafiast loobumise põhjusi on mitu. Ühest küljest ei tunne uued ajakirjanikud-küljendajad vanu traditsioone, teisest küljest distantseerutakse teadlikult nõukogudeaegsetest traditsioonidest. Üks põhjus on ilmselt ka see, et vana sisu- ja žanrisüsteem laguneb ja uus pole veel välja kujunenud.

Siiski ei kao tavapärasest püstkirjast erinevad kirjastiilid ajalehest, vaid need võetakse kasutusele loosiseseks liigendamiseks. Uudistes laotakse üksikud tekstiosad tavalisest tekstikirjast erineva kirjaseeriaga: paksu kirjaga laotakse tekstide alguslõigud ja kõik isikunimed, kaldkirjaga tsitaadid allikatel. Sellega muutub eristavate tekstikirjade funktsioon põhimõtteliselt teiseks. Kui varem viitas kirjastiil loo sisule, siis nüüd näitab see loo struktuuri. Kui varem liigendas eri kirjastiilide kasutamine lehekülge, siis nüüd liigendab see üksikut lugu. Süstemaatilist eristuskirjadega liigendamist kasutavad eelkõige Tallinna lehed pikemates lugudes aastatel 1991–1995 (*Päevaleht* kasutab seda kõigis lugudes, k.a lühiuudised).

Teine uus varieerimismoodus on kirjasuuruse ja reavahe suuruse muutmine teksti mahutamiseks nelinurksesse plokki (nõukogude ajal suurendati ainult lõigu- ja/või reavahet). Varieerimisvabaduse annab arvutite kasutuselevõtt, sest digitaalsel ladumisel ja küljendamisel ei ole kirjasuurus enam muudetamatu nagu tinalaos. Kuna kirja muutmine on lihtne ega nõua küljendajalt teksti sisusse süvenemist, kasutatakse seda lugude mahu reguleerimiseks väga laialdaselt. Põhiosa tekstidest on laotud tihedusega 29–30 rida 10 vcm peal, aga varieerumisruum on 22–34 rida (joonis 4.12). Sageli pole võimalik kindlaks teha, mis on ajalehe standardne kirjasuurus, mis on variatsioonid, iga tekst leheküljel võib olla laotud erineva kirjasuurusega ja reavahega (nt *Päevalehe* esiküljel 29. apr 1990 varieerub kirja tihedus 22–29 rida 10 vcm peal, kasutatakse nelja erinevat kirjatihedust).

Seega ei muuda arvutilao kasutuselevõtt suhtumist tekstikirjasse, seda muudetakse endiselt vastavalt teksti sisu nõudmistele. Arvutite kasutuselevõtt pakub selleks hoopis laialdasemad, paindlikumad ja operatiivsemad võimalused.

Nii võib öelda, et 1990. aastate alguse tüpograafilisel segadusel on eelkõige kaks põhjust: võimendub praktika muuta trükikirja teksti mahutamiseks ja ajalehe kujundamisel tegeldakse peamiselt tekstiga.

1990. aastate teisel poolel muutub kirjakasutus ajalehtedes põhimõtteliselt teistsuguseks – stabiliseerub ja süstematiseerub. Alates 1995. a loobuvad suuremad eesti lehed tekstikirja suuruse varieerimisest ja eristuskirjade kasutamisest põhitekstis. Tekst laotakse ühes kindlas kirjasuuruses (+ väiksem kirjasuurus lühiuudistes). Kirja suurust ega reavahet ei muudeta

enam lugude mahu reguleerimiseks. 10 vcm peale laotakse 27 või 28 tekstirida, see teeb kirjasaaruseks pisut alla 10p. Nii on viie aastaga suuremate ajalehtede põhiteksti standardne tihedus vähenenud 15–18%. Endise 33 rea asemel mahub 10 vcm peale viis-kuus rida vähem teksti.

Kirjasaaruse ja -tiheduse muutmisest loobumine on toimetajate teadlik otsus ajalehe välimuse funktsionaalsemaks muutmisel. Lähtutakse ideest, et tekst peaks olema laotud kirjas, mis on võimalikult kiiresti ja kergesti loetav. Teadusuuringutele toetudes leitakse, et selleks on sobilik valida üks hästiloetav antiikvakiri hästiloetavas suuruses ning kasutada seda muutumatuna. Seega hakkab ajalehe vorm mõjutama ajalehe sisu. Kui tekst on liiga pikk või lühike, siis ei muudeta teksti välimust (kirja suurust, reavahet vms), vaid teksti sisu (lühendatakse või pannakse infot juurde) ja lugude paigutust. Nii saab põhitekstist ühtlane neutraalne taust visuaalselt tugevamatele elementidele (paratekstidele ja visuaalidele). Põhiteksti kujundamise kese kaldub tekstikirja vormindamisest (eristuskirjade kasutamisest) teksti liigendamisse, esialgu eelkõige vahepealkirjastamisse (vt lk 318).

Alates 1997. a hakkavad suuremad eesti lehed kasutama tekstikirju, mis on loodud spetsiaalselt ajalehtede ja digitaalreproduktiooni jaoks 1980.–1990. aastatel (*Nimrod Eesti Päevalehes*, *Utopia Postimehes*). See on tüpograafiliselt moodne valik, sünkroonis tollaste lääne ajalehtede praktikaga (vt ajakirja *Design: The Journal of the Society of Newspaper Design* erinumber No 54: *Type* (1995); Parker 2006). Näiteks *Nimrodi* kasutab 1999.–2005. a tekstikirjana veerand rootsi päevalehtedest (Pulkkinen 2008: 223–224; vt ka Utt & Pasternack 2003: 54). Uudsed kirjad teevad ajalehtede välimuse lihvitumaks ja teksti paremini loetavaks. Nad suurendavad verbaalset mahutavust, sest kirjadel on suur tähekeha ja nad näivad varasematest tekstikirjadest suuremana. See võimaldab tekstikirja vähendada, ilma et lugeja tajuks suuruse erinevust. Näiteks *Eesti Päevaleht* hakkab 10/11p *Times New Romani* asemel kasutama 8,5/10,5p *Nimrodi* (novembris 1997).

Samal ajal võetakse kasutusele uued tüpograafilised varieerimisvõtted. Väiksemas, umbes 8p kirjas (32 rida 10 vcm peal) laotakse lisalood<sup>[11]</sup> ja rubriigistatud lühiuudised. Plokkkirjas laotakse uudislugude juhtlõigud. Varieerimine on äärmiselt süstemaatiline. Erinevalt varasemast ei lähtuta enam lugude sisust, vaid žanrilisest ja ruumilisest dimensioonist, lugude pikkusest ja lehekülje struktuurist. Tüpograafia eristab tsentri ja perifeeria, rõhutades tsentrit: suuremas antiikvakirjas laotakse pikemad lood, mis on lehekülje keskmes (ülaosas); väiksemas kirjas laotakse lühemad (uudis)lood, mis on lehekülje perifeerias (alaservas, külg-servades). Pärast 2000. a asendatakse väiksema tekstikirja kasutamine plokkkirja kasutamisega. Nii jääb tsentri–perifeeria vastandus alles erinevate kirjarasside kasutamisega. 2005. a on plokkkirja osakaal kasvanud peaaegu veerandini tekstikirja mahust (joonis 4.11). Kuna uuringud näitavad, et plokkkiri on tekstikirjana halvemini loetav kui antiikva, siis on see tähelepanuväärne muutus, mis näitab eesti lehtede kaugenemist 1990. aastate modernistlikest kujundusideedest, mis seavad eesmärgiks võimalikult hea loetavuse.

**Autorinimi.** 1990. aastate alguses märgitakse autori ees- ja perekonnanimi loo lõppu samamoodi nagu 1980. aastatel. Autorinimi puudub infoagentuuride uudistel, neile laotakse algusse kohanimi ja agentuuri nimi, nt “**BELFAST (Reuter–BNS–ETA)**. Suurbritannia kuninganna /.../”. 1990. aastate keskel muutub lühiuudiste allikate esitlemine visuaalselt nõrgemaks, agentuurinimi laotakse uudise lõppu tavalises tekstikirjas. Samas hakatakse üha rohkem rõhutama pikemate lugude autoreid, tuues 1997.–1998. a autorinime loo lõpust algusse ja eristades põhitekstist tüpograafiliselt. Nimi laotakse plokkkirjas (seni laoti tekstiga samas (antiikva)kirjas), lisaks tugevdatakse eristust paksu kirjaga, suurtähelise laoga, joone-

[11] Lisalugu – samateemaline täiendav lugu pikema loo juures.

ga autorinime ja põhiteksti vahel (vt näide 10.1). 2000. a lisatakse toimetuse autorite nime juurde nende meiliaadressid. Nii võib 21. sajandi alguses käsitleda autori nime juba eraldi paratekstina, mitte enam põhiteksti osana nagu seni.

## 2. Paratekstitid

Kogu nõukogude aja vältel oli paratekstide hulk püsinud suhteliselt samal tasemel võrreldes põhitekstide arvuga (keskmiselt 11–12 parateksti kümne põhiteksti kohta; joonis 4.13). 1990. aastate alguses hakkab paratekstide arv järsult kasvama ja kasv jätkub tänapäevani. 2005. a ilmub keskmiselt 26 parateksti kümne põhiteksti kohta.

Kõneka rahvusvahelise paralleeli pakub eesti lehtede paratekstilisuse ja liigendatuse pidevale kasvule uurimus briti massilehtede tabloidiseerumisest 1990. aastatel. Statistika näitab, et vähemalt mahuliselt on briti massilehtede paratekstilisus 1990. aastatel sujuvalt vähenenud. 1991. a hõlmavad pealkirjad ja tühi ruum briti massilehtede uudistekülgedest keskmiselt 27%, 2001. a – 24% (Uribe & Gunter 2004: 396). Samas eesti lehtedes on paratekstide joonte-tühja ruumi maht toimetuse materjalis 1990. a 33%, 2000. a – 35% (joonis 4.19).

Eesti lehed suurendavad paratekstide abil liigendatust ja esitlemist erinevatel tasemetel alustades suurematest üksustest ja liikudes aja jooksul järjest väiksematele: ajalehenumbri detailsem liigendamine → lehekülje detailsem esitlemine → lehekülje detailsem liigendamine → üksiklugude detailsem esitlemine. Seda tendentsi peegeldab hästi siltide arvu järsk ja pidev kasv (joonis 4.18), kuna igal 'viisaastakul' kasvab erineva siltidegrupi kasutamine: 1990. aastate esimesel poolel temaatiliste leheküljepäiste kasutamine, kümnendi teisel poolel rubriiginimede kasutamine, 2000. aastate esimesel poolel üksiklugude sildistamine.

Samas on ülejäänud paratekstide hulk omavahelises korrelatsioonis. Eri paratekstide kasutamine vaheldumisi kasvab, püsib stabiilsena ja kahaneb, sest paratekstitid asendavad üksteist. Selgesti tuleb esile kaks korrelatsioonigruppi.

Esiteks on omavahel seotud vahepealkirjastamine ja infokastide-tsitaatide kasutamine (joonised 4.10 ja 10.2). 1990. aastate esimesel poolel kasvab vahepealkirjade kasutamine järsult ja püsib siis kümnendi teisel poolel samal tasemel, sest liigendamiseks võetakse nüüd kasutusele ka infokastid ja tsitaat-väljavõtted. 2000. aastatel kasvab aga taas vahepealkirjastamine.

Teiseks on omavahel seotud alapealkirjastamine ja tsitaatide kasutamine (joonised 4.15 ja 10.2). 1990. aastate teisel poolel kasvab alapealkirjade kasutamine järsult, uuel kümnendil aga väheneb, sest alapealkirjade funktsiooni võtavad üle tsitaadid.

### 2.1. Pealkirjad

**Pealkirjade laad.** Nõukogude ajal oli pealkirjastamine seotud loo tüübiga (ametlikud tekstid, uudised, muud lood) ja samamoodi jätkatakse pealkirjastamist ka 1990. aastate alguses.

Nõukogude ametlike tekstide pealkirjastamispraktika – žanriliste või temaatiliste fraaside kasutamine – elab edasi ka poliitiliselt vabamates oludes. Eesti valitsuse tegemistest antakse teada samatüübiliste rutiinsete püsipealkirjadega nagu varem TASS-i teadetes (nt "Valitsuse infotunnis räägiti" *Rahva Hääles* 1990. a sügisel). Kõikvõimalikud poliitilised ühendused pealkirjastavad oma läkitusi samamoodi (nt "Balti riikide esindajate nõupidamise AVALDUS"). 1990. aastate keskpaigaks kaovad sellised tekstid ajalehtedest (ja koos nendega selline pealkirjastamispraktika), vastav info töödeldakse ajakirjanduslikult ümber uudisteks või arvamusalusteks.

Uudiste pealkirjad hakkavad 1980./1990. aastate vahetusel muutuma järk-järgult konkreetsemaks. Perestroika ajal ilmub ajalehtedes palju küsipealkirju (“Kas Gorbatšovi võib kukutada?”, “Poliitilistest rabelemistest tõeliste parteideni?” – *Noorte Hää*l jaan 1990).<sup>[12]</sup> 1991–1993 on endiselt palju küsimusi, aga juba ka vastuseid: pealkirjad muutuvad pikemaks, üksikasjalikumaks ja deklaratiivsemaks. Tavaliselt toob uudise pealkiri esile üks-kaks terviklikku fakti (nt “Leedu tunneb muret USA kavatsuse / üle jätta Balti riigid NATO-sse / pretendeerijatest välja” – *Päevaleht* 6. veebr 1995). Esiialgu teeb see teeb lehe välimuse kohmakaks: pealkirjad on erineva pikkusega (1–6-realisel), mõnes reas vaid üks lühike sõna või sõnaosa (vt näide 10.2). Selgelt on näha, et pealkiri on valmis kirjutatud koos looga, arvestamata talle ette nähtud ruumi ja kujundust, ning küljendades seda ei muudeta (nt “Kaitsepolitsei kaalub / kriminaalasja algatamist / seaduserikkumiste kohta / endises / kinnipidamiskohtade / ametis” – *Postimees* 1. veebr 1995).

1990. aastate teisel poolel uudiste pealkirjad lühenevad. Nad on endiselt deklaratiivsed, kuid üldistavamad (“Valimas käis üle poole kodanikest”, “Rootsi usub endise poliitika jätku” – *Postimees* 8. märts 1999). Seda muutust ei saa vaadata lahus pealkirjade välimuse muutumisest. Pealkirjad täidavad nüüd tihedalt kogu neile määratud ruumi veeru servani, nende pikkus varieerub vähem (üheveerulised pealkirjad on kuni neljarealisel, mitmeveerulised ühe-kaherealised; vt näide 10.1). Võib öelda, et pealkirjade vormi muutmisega sunnitakse pealkirjade sisu muutuma kompaktsemaks ja kontsentreeritumaks. (Suuremate) pealkirjade sõnastamisel arvestatakse pealkirja vormistust – pealkirju sõnastatakse ümber, et nad sobiksid ettenähtud suuruses ettenähtud ‘auku’. Ainult arvamusalustes tuleb ette pealkirju, mis loo kõiki veerge ei kata.

Seega võib pealkirjades (nagu põhitekstiski) 1990. aastatel näha liikumist sisu domineerimiselt vormi domineerimisele. Etteplaneeritud vorm määrab nii pealkirjade sõnastuse kui lugude pikkuse.

Pealkirjade kolmanda, muude lugude rühma, moodustavad 1990. aastatel peamiselt reportaažlikud lood, mida pealkirjastatakse endiselt teemat sildistavate fraaside või kujundlike lausetega (nt lugu “Kõrbes ollakse vist väga ükski? Üksi ollakse ka inimeste juures... // (A. de Saint-Exupery)” räägib vanglast – *Päevaleht* 21.–27. juuni 1990). 1990. aastate lõpus hakkab üha rohkem ilmuma piltlikke pealkirju, mille eesmärk pole tuua esile sündmuse tuum, vaid pigem intrigeerida, tekitada küsimusi, äratada loo vastu huvi kõnekujundite ja sõnamängudega. Sellised pealkirjad näitavad tegelikkust konfliktsemana, huvitavamana, luulelisemana (nt lugu lumeskulptuuride võistlusest kannab pealkirja “Lumepurkide tango tõi Soome kujuritele võidu” – *Postimees* 8. märts 1999).

**Alapealkirjad.** Juba 1980. aastate lõpus hakati ajalehtedes rohkem alapealkirju kasutama (1980. aastatel oli alapealkirjastatud 3–4% pealkirjadest, 1990. a 8%, joonis 4.15). Kohe tuleb sisse ka selge erinevus võrreldes nõukogude ajaga: alapealkirju kasutatakse taas uudislugudes. Mitmekesisemaks muutub alapealkirjade sisu. Sageli rõhutatakse operatiivsust ja ajakirjaniku kohalolekut, nt “Edgar Savisaar eile Tartus // Telefoni teel Vanemuise tänava õppehoonest” (*Edasi* 20. apr 1990). Edaspidi toovad lisapealkirjad esile mõne teise aspekti lisaks (põhi)pealkirjas öeldule või täpsustavad (põhi)pealkirja ideed. Nt “Osa õiguslikke tunnustab vaid kanoonilisi õigusi // Kirikutüli võib mõjutada Eesti-Vene suhteid” – *Postimees* 11. dets 1995). Vormiliselt eristatakse alapealkirja põhipealkirjast väiksema kirjasuuruse abil. Siin ei ole põhjuseks ilmselt mitte teadlik ühtsusetaotlus, vaid uue võtte teisejärgulisus: eristamiseks kasutatakse kõige lihtsamat võtet, suuruse vähendamist (vt näide 10.5).

[12] Küsipealkirjade rohkust eesti ajalehtedes on Leho Lumiste esile toonud ka 20. sajandi algusest (1977: 223–224).

Esialgul on alapealkirjade kasutamine küllalt juhuslik, 1997.–1998. a muutub see süstemaatiliseks. Lisaks alapealkirjadele võetakse nüüd kasutusele ka ülapealkirjad ja mõlemaid lisatakse kindla staatusega lugudele, näiteks iga uudiskülje pikimale loole (vt näide 10.1), arvamuskülje pikkadele lugudele (2005. a *Eesti Päevalehes* ja *Postimehes*). Lisapealkirju hakatakse ka vormiliselt järjest rohkem põhipealkirjadest eristama, kujundades nad põhipealkirjaga tüpograafiliselt kontrastsena: teises kirjarassis, kaldkirjas, suurtähelisena, sõrendatud kirjas ja/või värvilisena. Ka lisapealkirja ennast hakatakse visuaalselt fragmenteerima, ladudes algusosa silmatorkavamas kirjas (suurtähelisena, paksus kirjas, värvilisena).

Suurema hulga info vormiline esiletõstmine ja kontrastsem esitamine tekitab lugejas tunde, et ta saab lehest rohkem infot. Lisapealkirjade kasutamissagedus on tipus 2000. a paiku (15%-le pealkirjadest on lisatud ala- või ülapealkiri), pärast seda hakatakse üha rohkem kasutama muid paratekste (peamiselt tsitaate) ja lisapealkirjade osakaal väheneb kaks korda.

**Pealkirjade laius** (joonis 4.14). 1990. aastate esimesel poolel muutuvad pealkirjad laiemaks ja nende laius hakkab varasemast rohkem varieeruma. Kõige enam (40%) ilmub kaheveerulisi pealkirju, need kuuluvad peamiselt lühiuudistele, mis laotakse nüüd sageli topeltveerulisena. Plahvatuslikult on kasvanud vähemalt neljaveeruliste pealkirjade osakaal (1995. a – 27%). Kui varem kasutati neljast veerust laiemaid pealkirju ainult erakordsetel juhtudel, siis nüüd on viie-kuueveerulised pealkirjad igapäevased (1995. a – 13% lugudest), regulaarselt ilmub ka seitsme-kaheksaveerulisi pealkirju (pikkades isikuintervjuudes, reportaažides). Samal ajal pealkirjata lood peaaegu kaovad lehtedest, sest loobutakse ühelauseliste lühiuudiste avaldamisest. Tugevalt väheneb loost kitsamate pealkirjade kasutamine, pealkirjad katavad tavaliselt kõiki loo tekstiveerge (vt joonis 9.2, lk 262).

Seega 1990. aastate esimesel poolel pealkirjad laienevad ja tugevnevad, neile antakse lehes rohkem ruumi. See näitab lugude esitlemise tähtsustamist ja koos sellega muutub lehekülgede struktuur horisontaalsemaks. 1995. a kasutavad eesti lehed kõige laiemaid pealkirju kogu oma 200-aastase ajaloo jooksul (79% pealkirjadest on mitmeveerulised).

Kümnendi teisel poolel hakkavad pealkirjad kitsenema ja nõrgenema. See näitab leheküljestruktuuride muutumist vertikaalsemaks ning on seotud lugude tugevama hierarhiseerimisega ja formaadi vähendamisega (täisformaadi asemel tabloidformaad, seitsme-kaheksa veeru asemel kuus veergu leheküljel).

Tugevama hierarhia saavutamiseks pealkirju enam ei suurendata, vaid kasutatakse rohkem nõrgemaid ja kitsamaid pealkirjavariente. Näiteks hierarhiseerib *Eesti Päevaleht* 1990. aastate lõpus uudiseid ka (lühi)uudisteveerus: veeru alguses on pikemad pealkirjastatud uudised, veeru lõpus aga pealkirjata lühiuudised. Kõige enam kasutataksegi taas üheveerulisi pealkirju (nagu vabariigi ajal ja 1960. aastatel; peaaegu 40% lugudest), sest lühiuudised küljendatakse üheveerulistesse plokkidesse. Jälle on kasvanud pealkirjata lugude hulk (11% lugudest, enamasti on need ühelauselised pisiuudised).

Samal ajal väheneb laiemate pealkirjade kasutamine (vähemalt neljaveerulisi pealkirju on 2005. a 20% lugudest). Tendents on seotud nii formaadi vähendamise kui lugude tugevama hierarhiseerimisega: kuueveerulisele leheküljele tugeva alguspunkti andmiseks (fokuseerimiseks) piisab ka kolme-neljaveerulisest pealkirjast. Samas hakatakse 2000. aastatel kasutama üksikuid pealkirju, mis on ajaleheküljest laiemad (ulatuva kahele leheküljele; eelkõige pikkades intervjuudes, reportaažides, ülevaateartiklites). See näitab kahe kõrvuti-asuva lehekülje struktuurilist integreerimist.

Lehekülgede visuaalne hierarhiseeritus ongi kõige tugevam 2000. a paiku, siis hakkab see tendents pisut nõrgenema. Seda näitab ka 'keskmise' tugevusega pealkirjade arvukam kasutamine: pärast 2000. a väheneb pealkirjata lugude osakaal ja samavõrra rohkem ilmub kaheveerulisi pealkirju.

**Pealkirjade tüpograafia.** 1980. aastate lõpus, kiirete ühiskondlike muutuste ajal pealkirjade kirjakaasutus lihtsustub ja süstematiseerub. Tavaliselt kasutatakse lehes ühe või kahe kirja perekonna erinevaid seeriaid (vt näide 10.2). Kujundatud pealkirju on varasemast vähem. Kui varem ehtisid kujundatud pealkirjad kultuuri- ja populaarteaduslikke lugusid, siis nüüd kasutatakse neid peamiselt pikemates päevakajalistes lugudes (näide 10.3). Teistest lehtedest kirevama, aga samas süstemaatilisema kirjakaasutusega on *Edasi*, kus temaatilistel lehekülgedel kasutatakse kindlaid pealkirja-kirju (nt “Rohelistes lugudes” on pealkirjad justkui viltpliiaitsiga kirjutatud).

Pealkirjade vorm muutub järsult 1990.–1991. a: suurtäheliste pealkirjade asemele tulevad väiketähelised, plokk-kirja asemele paks antiikvakiri, tsentreerimise asemele vasakule joondamine. Samal ajal pealkirjad suurenevad ja väheneb pealkirjata lugude arv. Need muutused ilmnevad aasta jooksul kõigis uuritud lehtedes. Saab esile tuua isegi täpsed kuupäevad, mil eri lehtedes vanad pealkirjatraditsioonid läbi lõigatakse: *Noorte Hääles / Päevalehes* koos nime muutmisega 1. veebruaril 1990, *Rahva Hääles* 11. septembril 1990, *Edasi/Postimehes* koos nime muutmisega 1. jaanuaril 1991. Osalt on muutused seotud arvutite kasutuselevõtmisega, aga mitte alati. Vaatame olulisemaid muutusi ühekaupa.

Plokk-kirjade asendamine antiikvattega (vt joonis 4.16) võib olla tingitud soovist distantseeruda nõukogude ajast ja selleks kasutatakse kirju, mis on varasemast selgelt erinevad. Kuigi pealkirjades kasutatakse üht-kaht kirja perekonda, on pealkirjade tüpograafiline mulje suhteliselt kirev. Pealkirjade varieerimiseks ja samas äramahutamiseks kasutatakse arvuti pakutud lihtsaid võtteid (kirja sõrendamine, kokkusurumine, joonimine, raamimine, tasta lisamine) ning ka *Coreli*-tehnitsismi<sup>[13]</sup> (lainetavate jm varjude lisamine pealkirjadele, värviülemineku kirjad, erksad värvid jms; näide 10.3). Käibelt kaovad kunstnike joonistatud dekoreerivad pildikesed pealkirjades ning Letraset-kirjad ja -kaunistused. Seega asendatakse senine kujundatud pealkirjade esteetika täielikult uuega – algajate arvutipoiste tüpograafiliste katsetustega, millel pole mingit seost tollase graafilise disaini esteetikaga. Muutuse põhjuseks on üleminek arvutitele (digitaalse lao kasutuselevõtt koos uute tehniliste võimalustega) ja sellega kaasnenud põlvkondadevahetus. Pealkirjade muutunud tüpograafia peegeldab ehedalt tehnoloogilisele siirdele järgnevat segadust ja liialdusi.

Pealkirjade suurusmulje on varasemast palju ebahühtlasem, sest digitaalse lao puhul pole pealkirjadel enam standardsuursi. Kirja suurus on võimalik varieerida vabalt (mitte astmeliselt nagu tinalaos<sup>[14]</sup>) ja seda võimalust kasutatakse pealkirjade lehtemahutamiseks agaralt. Seega on kirjasuurse muutuse põhjus on sama kui tekstikirja puhul – mahutada autori kirjutatud tekst muutumatult lehte.

Pealkirjade joondamine vasakule (seni tavalise tsentreerimise asemel) muudab lehekülgedele üldmulje energilisemaks ja dünaamilisemaks. *Edasi* joondas pealkirjad vasakule juba 1982. a, *Rahva Häälel* alates 1986. a, *Noorte Häälel / Päevaleht* alates 1990. a veebruarist, kui vahetati lehe nime.

1990. a loobuvad ajalehed ka suurtähelistest pealkirjadest. Esimesel poolaastal on suurtähelisena laotud 49% pealkirjadest, teisel poolaastal ainult 9%. Paari aasta jooksul kaovad suurtähelised pealkirjad lehtedest peaaegu täielikult (1995. a on neid 3% pealkirjadest). Nii seostuvad suurtähelised pealkirjad eesti ajalehtedes ühemõtteliselt nõukogude ajalehega – neid kasutatakse palju ainult nõukogude ajal, enne ja pärast ilmub neid ülivähe (joonis 4.17).

[13] *CorelDRAW!* on joonistus- ja graafikatöötlusprogramm, mida eesti ajalehed 1990. aastate alguses ja keskel laialdaselt kasutasid. Ajalehtede jaoks oli oluline, et *CorelDRAW!* oli kaasas palju erinevaid trükkikirju ja programm võimaldas kirja vormindada nagu graafilist objekti (nt venitada laiemaks).

[14] Tinalaos kirjad on kindla suurusega, aktsidentskirjad tavaliselt 12p, 14p, 18p, 24p, 30p, 36p, 42p, 48p, 60p.



## Paksu "Postimehe" jälgedes

\* Kõverakursile saabus ligi 900 kirja \*  
\* Tasuta Rootsi-reis on välja loositud \*



7. september 1991

PUBLITSISTIKA

Postimees 5

## Olen ikka veel töö ja teised ka

\* Vastus ajakirjanik Kati Murutari artiklile «Kas ma olen veel töö?» \*

(vt. ka 14. augusti «Postimeest»)

Kas ma olen veel töö, mõtleisin mõningi, kui olen läbi lugenud Kati Murutari artiklit «Kas ma olen veel töö?»



Uj Selle maja, Tartu lastepolikliniku arstide palgad olenevad Eesti Vabariigi Vallitsuse korraldusest, Tartu linnavallitsusest nei ei sööta, ütles keskpolikliniku peaarst Maldo Sikk.

Malev Toome foto

lapsevanem vastutab ise oma lapse eest. Seega otsustab lapsevanem, millal lapsele haigustõve- ja ravimeid määratakse.

Haigustõve järele jäävad konsultatsioonid. Haigustõve järele jäävad konsultatsioonid.

siis soovitus: tähelepanu ka ajakirjanike kutse-etiikale, oskatele esineda soliidset ja vastuhoidult. Tähtsusele liiga rõhutamise, kättemaksu olemasolevate ühe liikumise poolt ja teise vastu. Paljud ajakirjanikud püüavad probleeme vaid oma müüti otsustavast vaadast. «Palju ajalehe kaudu müüti ülistada, see on raskem.» «Soovim, et ajakirjanikud hoiduksid tänapäevastarvust ja tasetsemisest. Palju korrektest es-

### Kas Tartu võid Eesti leht?

Sellele küsimusele peavad enne «Postimeest» vastama postimehed. Kui Tartust kaugemal elavad inimesed ei saa ajalehte kätte ilmutamisajal, siis ei saa «Postimees» olla Eesti päevaleht. Paraku oli küsitlustalorigide ikka ja jälle märgitud: leht ei tule õigel päeval, teedene lehe osatükk emapäeval kioskist jne. Teinekord on laevamine operatiivse

### ri vahendatud intervjuu

weiliga. Kirjades on palju pä «Postimehe» kuulama ja lugejad lohusatud, et ilmoedi tühipäele ka ma nad on niisugused, nagu aeg. Pakendis kauba ja ilmuste müügi asemel on lõpetud vahutsa ja suhte müügi kuulutusel. «Postimees kuulutus ei kirjuta ja nende sisse eest vaid niid

## EESTI MAAPARANDUST ÄHVARDAB VIINAMÜÜGI SAATUS

Riigikord võib muutuda, maa ja põld jääb, jääb ka mure, kuidas põllumaad hoolidada. Kälyüks on Eestimaa ette korraldajad juba mitmel viimasel aastal liialt vähe hoolinud maaparandusest. «Sest maa on ainus, mis ei saa Savi-asarele umbusaldust avaldada,» ütles üks maaparandaja, kibedusemoot hääles.

Meenutagem, kui palju eba-meeldivusi tõi kaasa viinamüügi mõllematu piiramine. Praegune maaparanduse väljasureamine ning parandatud maade hoolitus-sejamine võib Eestimale tuua sa-muti raskeid tagajärgi. Kõiki neid polegi võimalik ette näha.

### Parandatud maad vajavad pidevat hooldust

«Sageli tundub, et tilalpool va-litset suhtumine: Eestimaa on 82% põllumaast parandatud ja nüüd on kõik korras. Nüüd — ol-gu siis talumees või suurmajand — ainult tootku! See on nii primitiiv-ne arusaam, et sellest lähtudes

EPT tänavuste töode kogumahust moodustab maaparandus vaid alla poole. Tartu EPT maaparandus-osaonna juhataja JURI NIL-SON: «Varasemal aastal paran-dasid Tartu EPT töömehed aastas maid 2 miljoni rubla eest, tänavu ainult miljoni eest. Kui aga arves-tada elu kallinemist, siis tuleb te-geliku tööd varasemaga võrrel-des ainult veerandi ulatuses.»

Tartu EPT juhataja AND-RES VALGERIST: «Maaparanduse tulevik teeb muret, sest tööde tellija on riik. EPT seisukohalt on vajalik, et riik ütleks selgesti, milline on meie maaparanduse perspektiiv. Praegu hoitavad EPT-d maaparanduse spetsialiste ja töömehi juba kunstikult koos — võibolla riik siiski homme le-kab ja mürkab, et maaparandust on vaja. Uut meeskonda moodustada on siis juba väga raske.

EPT-d ei tea, mis tuleb homme. Kui oleks kindel, et maaparandus edaspidi veelgi väheneb, saaks

Sellel variandil on EPT seis- kohalt mitmeid puudusi: info aeg-lane levik, kulukas tehnikatran-spord jne. Ka see, et varakevad enne külvi ja stigijel pärast saag koristus tuleb töid teha korra; paljudel põldudel. EPT-del ei ji ku selleks töömehi. Kuid samas- selge, et probleemidest mõõ- vastamine neid ei lahenda.

### Talude taastamisel pole maaparandust arvestatud

Maaparanduse olukorra tee koerulisemaks soov taastada tä-j sellt cestiageed taluplirid. Ma- parandajate seisukohalt on sa-nonsens. Uustalude piirid jooi sevad üle maaparandussüsteem-de väga halvasti.

«Nüüd võib korduda Andrei- ja Pearu lugu. Üks mees loob-pu ni orna torule ette ja ütleb naabr- le, et sinu viisi läbi minis maa- jooksel! Olen selle poolt, et talu tuleb taastada endises suuruses. Kuid piirid peaks ajama nii, et ku vendussüsteemide hooldamisel

## Näide 10.3. Kujundatud pealkirjad 1990. aastate algusest

Näited Postimehest (25. okt 1991: 4 (fragment) ja 7. sept 1991: 5 (fragment)).

Pealkirjad venitatakse ruumiliselt sobiva laiuse-kõrgusega plokiks, kirjale lisatakse varje ja taustu.

Stiihilisus ja ebaühtlus valitseb pealkirjade tüpograafias 1990. aastate keskpaigani, siis pööratakse ühetaolisuse ja süsteemsuse poole nii kirjade valikus kui suuruses.

Pealkirjades domineerib edaspidi ühe (antiikva)kirjaperekonna üks kirjaseeria (paks püst-kiri). Pealkirjad on väiketähelised, kirja laiust ja paksust ei varieerita. Kujundatud pealkirju ei kasutata. Tavapärasest erinevat pealkirja-kirja kasutatakse arvamuskülgedel või kultuuri-külgedel (nt 1995. a *Postimehes* on pealkirjad paksus antiikvas, kultuurikülgedel kõhnas plokk-kirjas). See on oluline süstematiseeriv muutus, esmakordselt on kogu ajalehe pealkirjad vormistatud ühes kindlas kirjas, mida varieeritakse kavakindlalt üksikutel juhtudel.

1997.–1998. a hakkab sellesse süsteemi lisanduma rohkem variatiivsust. Taas võetakse pealkirjades kasutusele plokk-kiri. Täpselt ühesugust plokk-kirja (paks väiketäheline püstki-ri kindlas suuruses) kasutatakse lühiuudiste ja/või lisalugude pealkirjades. Seega kasutatakse pealkirjade tüpograafiat eri tüüpi lugude markerimiseks, lähtudes teemade omavahelistest sisulistest seostest ja ruumilisest paigutusest leheküljel.

Kuigi statistika järgi domineerivad ajalehes plokk-kirjas pealkirjad (neid on umbes 65% kõigist pealkirjadest; joonis 4.16), jätab lehe välimus vastupidise mulje. Põhjuseks on see, et antiikvat kasutatakse dominantse ja kesksena (suured pealkirjad pikemates lugudes lehekülje ülaserivas), plokk-kirja lisakirjana, perifeersena (väiksed pealkirjad lühikestes lugudes lehekülje külge- või alaservides; vt näide 10.7).

Ka pealkirjade suurused on nüüd standardiseeritud. Kasutatakse nelja-viit erinevat kirjasuurust, leheküljel on üks fookuspealkiri, mis on teistest tunduvalt suuremas kirjas. Pealkirjade suurus osutab lugude suhtelist tähtsust: lehekülje ülaservas ja pikematel lugudel on suuremad pealkirjad.

Pealkirjade joondamisel pööratakse 1990. aastate keskel lühikeseks ajaks tagasi tsentreerimise juurde, aga alates 1997.–1998. a kasutatakse taas vasakule joondatud pealkirju. Erinevalt varasemast kasutatakse nüüd lisaks ka teist joondamisviisi, tsentreerides arvamslugude pealkirjad (nii arvamuskülgedel kui uudiskülgedel).

Rahvusvahelises võrdluses muutuvad eesti ajalehtede pealkirjad 1990. aastatel lääne lehtedele 'järele' (pealkirjad lihtsustatakse, muudetakse väiketäheliseks, joondatakse vasakule ja nende kirjakaasutus süstematiseeritakse). Seitsme-kaheksa aasta jooksul tehakse läbi muutused, mis näiteks angloameerika lehtedes on võtnud 60–70 aastat (muutused algatasid USA lehed I maailmasõja ajal, trendid tugevnesid maailmasõdade vahel ja said valdavaks 1970. aastatel; vt Hutt 1973; Barnhurst ja Nerone 1991, 2001).

## 2.2. Rubriiginimed jm sildid

**Rubriiginimede laad.** 1990. aastate alguses rubriiginimed lühenevad, kaob suur osa metafoorse sõnastusega rubriike, mis olid tavalised nõukogude ajal. Nüüd kasutatakse ühemõttelisi ja otseütlevald, teemat või žanri määratlevaid silte (nt "Valuutakommentaari", "Arsti nõuanne"). Ainult arvamuskülgedel ilmub veel 1990. aastate keskel üksikuid autorirubriike, mille nime mõistmine nõuab lugejalt eelteadmisi (nt Lauri Leesi "Üksildase uitaja mõtisklusi" *Eesti Päevalehes*). Hinnanguliselt sõnastatakse tsitaadirubriikide nimed (nt "Laenatud lause" *Eesti Päevalehes*, "Kõva sõna" *Postimehes*).

1990. aastatel kasvab plahvatuslikult autorivinjettide kasutamine. Alates 1960. aastatest olid lehed neid kasutanud teatud arvamslugudes, aga 1990. a esitletakse esmakordselt fotoga üksikute uudislugude<sup>[15]</sup> autoreid, näiteks *Edasi* kasutab terviklikke autorivinjette oma Tallinna-korrespondentide lugudes. Kümnendi keskel saavad autorivinjetid tavaliseks arvamuskülgedel, seejärel üha rohkem ka uudislugudes (oma autorite eksklusiivlood välismaalt, üksikud pikemad lood). 2000. a esitleb *Õhtuleht* kõigi pikemate uudislugude autoreid fotolist autorivinjettidega.

Autorivinjettide üha arvukam kasutamine uudislugudes peegeldab ajakirjanike rolli muutumist. Seni olid fotod näidanud sündmuste tegelasi (poliitikuid, kultuuritegelasi, ohvreid jne), nüüd esitlevad fotod ka ajakirjanikke. Seni ajakirjanik esitles sündmuste tegelasi, nüüd on ta ise uudiste diskursuse ja selle kaudu avaliku sfääri oluline osaleja.<sup>[16]</sup> Siin on selge vastuolu visuaalide ja verbaalide vahel, verbaalses diskursuses nõutakse uudisajakirjanikult endiselt objektiivsust ja neutraalsust (seda õpetatakse ülikoolis, seda rõhutavad käsiraamatud: Hennoste 2001a, 2008).

**Rubriiginimede tüpograafia.** 1990. aasta paiku hakkavad sildid muutuma väiksemaks, lihtsamaks ja lakoonilisemaks (näited 10.4–10.5). Üha vähem kasutatakse joonistustega dekoreeritud silte. Rohkem kasutatakse ühtses stiilis silte. Näiteks pärast nimemuutust veebruaris 1990 võtab *Noorte Hääli* / *Päevaleht* kogu lehes kasutusele ühesugused, ainult tekstilised sildid, millel on minimalistlik kujundus: kõhn sõrendatud plokk-kiri peente joonte

[15] Lugude nimetamine uudislugudeks on tinglik, sest enamasti algavad need lood autori kommentaariga sündmustele, siis esitatakse sündmused kronoloogiliselt, lõpetuseks jälle kommenteeriv osa.

[16] Sama tendents väljendub ka meediasfääri üha laialdasemas kajastamises ajakirjanduses. Näiteks tekivad 'staarajakirjanikud', keda intervjueritakse, kelle tegemisi pidevalt jälgitakse ja kajastatakse. Meedia peegeldab järjest rohkem iseennast.

vahel vahvelraamis. Samas *Edasi/Postimees* kasutab endiselt erinevates stiilides rubriiginimesid ja kaunistab neid üksikute joonistustega (peamiselt *CorelDraw! clipart*-pildid, nt Vabadussammas, Eiffeli torn ja Toweri sild välislühiuudiste sildil 1995. a).

Ühtse tüpograafilise paradigma puudumist rubriiginimede kujunduses peegeldab autorivinjetide vormi väljakujunematus. Tavalisemad on viimistlemata variandid, mille puhul autorit esitlevad elemendid ei moodusta visuaalset tervikut. Kõige sagedamini pannakse autori foto autorinime juurde loo lõpus (nt *Edasi* väliskommentaaries 1990, *Postimehe* arvamusküljel 1995). Kui autorit esitlevaid lisaelemente on rohkem, siis on need laiali loo servades. Näiteks septembris 1990 käivad *Päevalehe* korrespondendid Toomas H. Liiv ja Madis Hint Lähis-Idas. Nende lood ilmuvad lehe esiküljel, autoreid esitlev info on kolmes kohas: autorite pooleveerulised portreefotod on pealkirja kõrval, alapealkiri ütleb ““Päevalehe” erikorrespondendid teatavad Pärsia lahe piirkonnast”, autorite nimed on loo lõpus (nt 12. sept 1990). Aga samal ajal kasutab *Edasi* oma reporterite uudislugude esitlemiseks ka terviklikku kompakset autorivinjetit, kus autori nimi, portreefoto ja rubriiginimi moodustavad visuaalse terviku, mis paigutatakse loo algusse (nt 26. mai 1990).

1990. aastate teisel poolel ratsionaliseeritakse järjekindlalt rubriiginimede kujundus. Kõiki silte hakatakse kujundama ühtses stiilis. Kaovad piltidega sildid, alles jäävad ainult verbaalsed (v.a fotoga autorivinjetid, mille hulk üha kasvab). Kasutatavad kirjad on neutraalsed (nt paks suurtäheline plokk-kiri), lihtsad, väiksed, täienduseks taust või mõni joon.

Siltide vormiline ratsionaliseerumine on selgelt seotud ajalehe sisu muutumisega 1990. aastatel – publitsistika asemel saab ajalehes keskseks info, uudis, mida esitletakse neutraalsete, ühetaoliste dekoreerimata siltidega. Teine ratsionaliseerumise põhjus võib olla lehekujundajate põhitähelepanu ümberorienteerimine. Kuni 1990. aastate keskpaigani on lehes keskne verbaalsete elementide kujundamine ja dekoreerimine (pealkirjade ja siltide kaunistamine, teksti liigendamine). Seejärel tõusevad välimuse määrajana keskseks visuaalsed elemendid (värvilised fotod, üksikud joonistused, teabegraafika) ja elementide hierarhiseerimine ning kujundajate põhitähelepanu pöörduv neile. Verbaalsetelt elementidelt ei eeldata enam dekoratiivsust ja esteetilisust, vaid efektiivsust ja informatiivsust.

Autorivinjetide kujundus muutub alates 1990. aastate keskpaigast mõneti erinevalt võrreldes teiste siltidega. Sarnane on kujunduse ratsionaliseerimine ja süstematiseerimine – kasutusse jäävad ainult vormilt terviklikud autorivinjetid, mis pannakse lugude algusse. Tavaliselt moodustab autorivinjeti autori nimi koos täpsustusega (atributsioon, sündmuskoht, rubriiginimi vms), pooleveeruline foto ja viimistluselemendid (jooned, raamid). Järk-järgult muutuvad autorivinjetid üha väiksemaks. Aga autorivinjetid erinevad teistest siltidest selgelt visuaalkasutuse poolest. Autorite piltide sisuline variatiivsus üha suureneb: esialgu kasutatakse rangeid passipilte, hiljem portreefotosid, mis annavad autori kohta rohkem infot (erinevad emotsioonid, poosid, fooniks raamatud, loodus). Ka foto vorm muutub objektiivsest subjektiivseks. Esialgu kasutatakse passipildi proportsioonis nelinurkseid fotosid, siis neutraalseid siluettfotosid (tausta eemaldamine võtab piltidelt konteksti; vt Huxford 2001: 50–51). Seejärel tulevad fotode asemel kasutusele portreejoonistused, siis väga madalaks lõigatud fotod, mis vaatavad autorit intiimselt distantsilt ja koondavad tähelepanu tema näoilmele. Seega võib öelda, et autorite presenteerimine on ajalehetele tähtis, autorite visuaalse esitlemise kallal töötatakse pidevalt, proovitakse uusi võimalusi ja võtteid.


4 Postimees KODUINFO 1. jaanuar 1991

**«POSTIMEES» TULEB UHIUUEST TRÜKIKOJAST**

✦Uutoopilisest mõttest tänapäevase trüüka valmistamises kulus seitseteist kuud ✦Kroonpress- avaldab tänu ✦Filte trüükikoja ehitamisest✦

ka), «Sidmone» (ristelefoniseerimine), «Kondora» (tuleohutaja valvetsüsteem), «Evenson» (ventilatsioon), SMRK 2 (televõrgud).

Ehituse algusega oli nii kiire, et polnud aega nurgakivi panna. Iivan Talja brigadid istus korraldama vaid 8. JUULIL, et ohida trüükikoja katus püügiga. Hoone oli veel krobhvimata, kui 7.SEPTEMBRIL toodi sinna rotatsioon-





**ESTSI OLÜMPIA MEENEMÜNT**  
Eesti Panga president Sim Kallas andis üle Eesti Olümpiakomitee presidendile Arnold Greenile ühe Rootslama olümpi...



**SISEKAITSE AKADEEMIAS ALGAB OPPEAASTA**  
Täna algab Sisekaitse Akademies ehituse õppeaasta. Haruõppes osalevad ka...

gilega pooli. Puhitakse välja kooe spetsiaalselt Narva, et kooe lahendamiseks ei oleks ja ohtu probleeme.

Narva linnavalitsus ja ettevõtte võtavad juba looduslikult ja ettevõtte linnas - maastikuliselt oht-

1992–1994

4 Postimees KODUINFO / TARTU 6. jaanuar 1993

**Tartlaste meelisleht on endiselt «Postimees»**

Nägu meelis, võlme ka tänu vii sõltuda, et Tartu linnas ja muudkui loetakse kätte...

**Tartu saab endale uue sõpruslinna**

Detsembri lõpus jõudis Tartu Linnavalitsusse kiri USA Texase osariigi Beaumonti linnapealt Evelyn M. Lordilt, kus ta pakub Tartule sõpruslinna staatuse vastuvõtmist.

Tartu Linnavalitsuse välisuse osakonna juhataja Madis Lepajõe ütles, et selline pakumine näi Tartu linnavalitsusele täiesti ootamatult. Sõpruslinna ei ootatud ka esialgu mingi seiskokoha võtta. Madis Lepajõe tutvustas kirja linnavalitsuse koostöök...

**«Võit» teeb nüüd traktorikarusid ka Rootsimaaale**

**\*Idatürg on kaotsi läinud, tehas orienteerub läänele\***



2 Postimees UUDISED 2. veebruar 1995

**LÜHI-UUDISED**

**Eesti-Vene õigusbileping pole jõustunud**

RNS: Kaks aastat tagasi alla kirjutatud Eesti-Vene õigusbileping pole siiani jõustunud.

Välisministeeriumi järeleandlusele järgijaga Sulevi Rosstati ütles, et leping ei ole jõustunud, sest Eesti ja Venemaa ei ole vahetanud lõpna ratifitseerimise kirja. Rosstati sõnul on välisministeerium

**Riigi toetusel olevaid kultuuriväljaandeid ähvardab sulgemisoht**

Riigi toetusel olevaid kultuuriväljaandeid, mida annab välja kirjastus «Perioodika», ähvardab kui mitte sulgemisoht, siis vähemalt märgatava õhuetemise oht.

Vahtamata eelotsel astus kultuuri- ja haridusminister Peeter Oskkiga saavutatud kokkuleppele väljandete finantseerimisest aastal 6,93 miljoni krooni eest, on ametiühind suutnud ministerialtõuslele ühe miljoni väljandemõeldi ära võtta.

Alles jäänud 5,93 miljonit on täpselt sama suur toetus kui eelmine aastal ja kõikide arvestuste kohaselt ei katu väljandemõeldi vajadust.

Jätkumiseks nõustatakse Andres Lõnnaste ühine...



4. detsember 1995 UUDISED Postimees 3

**Isamaa ja ERSP ühinesid Isamaaliiduks**

Isamaa ja Eesti Rahvasliku Sõltumatus Partei ühinesid Isamaaliiduks, mille esimeheks valiti ühine komisjon esimese majandusministri, Riigikogu liikme Toivo Jürgensoni.

Isamaa ja ERSP ühinemis-saatekogul laupäeval Tallinnas Estonia kontserdisaalis oli koostöö ees eesmärgiks võtta sisse-panekud ning võimalust: Eesti Rahvaskoostöö, Isamaa ja ERSP



**LÜHIUUDISED**

**Eesti võib ÜROs hääleõigusetta jääda**

RNS: Juhul kui Eesti ei maksa oma võlga ÜROle, ähvardab teda hääleõigusetta õigustamine, ütles Riigikogu väliskomisjoni esimees Eino Tammi.

Prague's seitsuga on Eesti ÜROle võlgu umbes kolm miljonit

6 Postimees TARTU 1. detsember 1997

**Tartu Veterinaarlaboratoorium on rahvusvahelisel tasemel**

Riigi standardidest eelneva andis nõudnud reedel Tartu Veterinaarlaboratooriumile üle akrediteerimistõenduse, mis kinnitab, et laboratoorium vastab loomahaiguste diag-



**VIHUTUS**

Kesklinna õietele 9.00–10.00

Soola 10 juures oli tunda-mata sõiduk mõikunud VAZ 21063. Õnnetust teatati...

**Veerikol eile 11.04**  
Põltsen sai teate, et Neigi 18a ees on lähtunud JMW-4 ärandada. Paraku ei õnnestunud varastel autot kätte saada, autot oli lõhutatud vaid süütelikk.

**Laeva väljas eile 11.35**  
Tallinnas—Tartu maanteele Kävereveer silla juures sõitis Honda tagant otsa Audi 80le. Laeva väljas eile 12.00

**Näide 10.4. Tartu sündmuste sildistamine 1991–2005**

Näited *Postimehest* (vähenatud 2,5 korda).

Alates 1991. a süstematiseerib *Postimees* info ajalehes lehekülgedele kaupa. Tartu sündmustest kirjutatakse koos kogu ülejäänud Eesti sündmustega leheküljel «Koduinfo» (hiljem «Uudised», «Eesti uudised»). Eraldi leheküljele «Tartu» koondatakse Tartu sündmused vaid 1993. a (vahetult enne lisalehe *Tartu Postimees* asutamist) ja 1997.–1998. a (vahetult pärast *Postimehe* Tallinnasse-kolimist). Varasemat sildistamist vt lk 268–272.



### 2.3. Vahepealkirjad jm võtted põhiteksti liigendamiseks

Lugude liigendatus hakkab kasvama 1980. aastate lõpus (joonis 4.10). Kõige kiiremini kasvab liigendatus 1990. aastate esimesel poolel ja 2000. aastate esimesel poolel – mõlemal juhul peaaegu 10% viie aasta jooksul. 2005. a on liigendatud peaaegu 30% kõigist lugudest. Seega liigendatakse tänapäeval kolm korda rohkem lugusid kui nõukogude aja lõpul. Nagu jooniselt näha, on liigendatuse pidev kasv sõltumatu lugude keskmisest mahust. Samas muutub liigendamise objekt: 1990. aastate alguses liigendatakse peamiselt artikleid, intervjuusid jm pikemaid lugusid, hiljem üha rohkem ka uudislugusid.

Vahepealkirjade välimus muutub pärast üleminekut digitaalsele küljendamisele. Esmalt muutuvad vahepealkirjad suuremaks, mõnikord isegi ebaproportsionaalselt silmatorkavaks, nad laotakse paksus suures kirjas (12–14p) ja tsentreeritakse. Esmakordselt on kõigil vahepealkirjadel ajalehes süstemaatiliselt ühetaoline kujundus: sama kiri (tekstikiri *Times New Roman*), kirjasuurus, joondus jm. Siiski jätavad vahepealkirjad hekilise mulje, sest nad on väga erineva pikkusega (tavaliselt 2–6 rida), mõnikord ümbritsetud tühja ruumiga, mõnikord aga surutud tihedalt tekstilõikude vahele. Vahepealkirjad asuvad tekstis seal, kuhu autor või toimetaja on nad kirjutanud, küljendatuna võib üks vahepealkiri jaotuda isegi kahte veergu.

Vahepealkirjadeks on enamasti jutustavad laused või teemat piiritlevad fraasid (“Vähemalt kolmandik autodest ei käinud mullu ettenähtud ülevaatusel”, “Maakonna taastamisest”), aga sageli kasutatakse vahepealkirjana ka lihtsalt tekstist vormiga esile tõstetud lauseosa (“esileküündivate teemade puudumist”, “on otsitud põhjusi naispoliitikute vähesusele”).

1990. aastate teisel poolel muutub vahepealkirjade välimus lihvitumaks ja proportsionaalsemaks võrreldes põhiteksti visuaalse tugevusega. Nüüd on vahepealkirjad tekstikirjast näpilt suuremas kirjas, aga paksu plokk-kirja või aktsidentskirja kasutamine ja tühja ruumiga ümbritsemine teeb nad kergesti märgatavaks. Vahepealkirjad on ühetaoliselt lühikesed (ühe-kaherealised, hiljem ainult üherealised). Nendeks on tekstist eraldi seisvad märksõnad, fraasid, lühilauseid või lauselühendid (“Pikk tasuvusaeg”, “Pelgasid libedat”, “Valitsuse toetus vajalik”). Vahepealkirjad on paigutatud nii, et nad liigendavad teksti ruumiliselt, st nad asuvad enamasti pikkade tekstiveergude keskel ja jagavad veerge osadeks (vt näide 10.1). Mõnikord esitleb vahepealkiri loo alateemat alles *pärast* seda, kui sellest on tekstis räägitud. See näitab, et vahepealkirjad on muutunud teksti sisulisest liigendajast eelkõige vormiliseks liigendajaks, neid kasutatakse lähtudes teksti paigutusest ning tõstetakse küljendades ette- või tahapoole, et nad oleksid ruumiliselt sobivas kohas. Nii on vahepealkirjade kasutamises näha samasugune ja samaaegne formaliseerumine nagu tekstikirja tüpograafias.

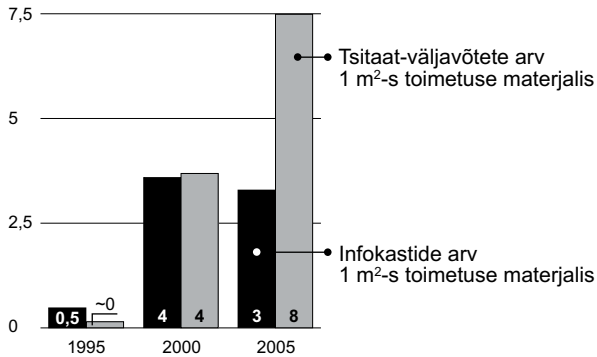
Lisaks vahepealkirjadele hakatakse 1990. aastate keskel liigendamiseks kasutama kaht formaalsemat võtet: tiiteltähti<sup>[17]</sup> ja tüpograafiliselt esiletõstetud lausealgusi, seda peamiselt arvamus- ja kultuurikülgede pikemates lugudes. Nendegi kujundus on erinevalt varasemast süstemaatiline ja funktsionaalne: ühtne kujundusstiil, piisav silmatorkavus (tiiteltähed on tavaliselt kolme-nelja rea kõrgused).

Kui võrrelda vahepealkirjade kasutamist erinevates lehtedes, siis kõige vähem liigendab lugusid *SL Õhtuleht*. 2005. a on seal liigendatud keskmiselt 13% lugudest, teistes lehtedes peaaegu kolm korda rohkem, 35% lugudest. Nii on liigendamise praktika eesti lehtedes vastupidine näiteks briti ajalehtedele, kus vahepealkirjastamine on massilehtede võte, kvaliteetlehed vahepealkirju ei kasuta.

[17] Tiiteltähed ei ole paratekst, aga vormiliselt funktsioonilt on nad identsed vahepealkirjadega.

### Joonis 10.2. Infokastide ja tsitaatide hulk 1995–2005

Infokastid – kontsentreeritud loetelud loo keskse infoga (nt biograafilised andmed)  
Tsitaat-väljavõtted – sõnasõnalised ja kujunduslikult esile tõstetud kordused loo põhitekstist.



ta vormis (nt juba vabariigi ajal laoti mõnikord raamaturetsensiooni algusse raamatu bibliograafilised andmed, rõhutades neid paksu kirjaga). Nüüd on infokastid vormistatud põhitekstist selgelt eraldi (teises kirjarassis, raamitud, lisatud foto) ja seega saab neid käsitleda vormiliselt eraldi elemendina. 1990. aastate esimesel poolel ilmub infokaste suhteliselt vähe (keskmiselt kord nädalas, peamiselt kultuurikülgedel), aga 1990. aastate teisel poolel kasvab nende hulk plahvatuslikult ja jääb siis sellele tasemele püsima (2000.–2005. a ilmub keskmiselt kolm-neli infokasti 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis ehk seitse lehenumbris; joonis 10.2).

Tsitaat-väljavõtte on eesti lehtedes täiesti uus parateksti liik. See võetakse kasutusele välismaiste väljaannete eeskujul, esmalt iseseisva elemendina ('rebitud' tsitaadid – arvamusküljel avaldatavad laused, mis on võetud mujal meedias avaldatud tekstidest), seejärel üha rohkem teksti liigendava elemendina, mis paigutatakse vastava teksti keskele.

Samamoodi nagu infokastide kasutamine, kasvab ka tsitaatide kasutamine järsult 1990. aastate teisel poolel. Järsk kasv jätkub ka 2000. aastate alguses. 2005. a ilmub keskmiselt kaheksa tsitaati 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis ehk 18 tk lehenumbris (joonis 10.2). Kõige rohkem kasutab tsitaat-väljavõtteid *Postimees*, kus neid ilmub keskmiselt 28 tk lehenumbris ehk kolm tsitaat-väljavõtet kahe lehekülje toimetuse materjali kohta (paar tsitaat-väljavõtet on näha näites 10.4).

Tsitaat-väljavõtete kasutamise kasvu 2000. aastate alguses selgitab nende sisu samaaegne muutumine. Tsitaat-väljavõtte pole enam põhiteksti sõna-sõnaline kordus (tsitaat), vaid eraldi sõnastatud deklaratiivne lause, mis tõstab loost esile mõne (olulise, intrigeeriva) fakti. Nii sarnaneb 21. sajandi tsitaat-väljavõtte sisult alapealkirjaga, ainult tema paigutus on teistsugune: mitte pealkirja all, vaid keset põhiteksti veerge teksti liigendamas (vt näide 10.7). See funktsionaalne sarnasus peegeldub ka statistikas: samavõrra kui alapealkirjade kasutamine 2000. aastate alguses väheneb, kasvab tsitaat-väljavõtete kasutamine (vrld jooni-seid 4.15 ja 10.2). Tsitaat-väljavõtte asendab alapealkirja, olles põhiteksti ruumiliselt fragmenteeriv alapealkiri.

### 2.4. Infokastid ja tsitaadid

1990. aastate alguses võetakse kasutusele ka kaks uutset paratekstitiliiki: infokastid (ingl *fact box*) ja tsitaat-väljavõtted (*lift-out quote*). Nende funktsioon on samasugune nagu teistel paratekstidelgi – anda infot põhiteksti kohta, juhatada lugeja põhiteksti juurde.

Infokastid esitavad kontsentreeritud loeteluna lühiandmed loo tegelase või sündmuse kohta, bio- või bibliograafilised andmed (nt arvustatava raamatu andmed, isiku lühibiograafia). Sisuliselt on eesti ajalehed infokaste kasutanud ka varem, aga visuaalselt eristama-

### 3. Visuaalid

Alates 1990. aastate algusest kasvab visuaalide kasutamine järsult. Seda näitab visuaalide mahu kasv ja ka visuaalide arvu kasv võrreldes põhitekstide arvuga (joonised 4.19 ja 4.13). Alates 1960. aastatest oli ilmunud keskmiselt kolm visuaali kümne põhiteksti kohta. 1990. aastate alguses hakkab visuaalide arv järsult ja pidevalt kasvama ning 2005. a ületab visuaalide arv lugude arvu: kümne põhiteksti kohta ilmub keskmiselt 11 visuaali.

Visuaalideks on fotod ja joonistused, kusjuures fotosid ilmub palju rohkem kui joonistusi. Üha rohkem ilmub ka visuaalset teabegraafikat (vt *Teabegraafika*, lk 326).

Rahvusvahelises võrdluses on eesti lehed 21. sajandil visuaalsemad kui lääne 'valged' lehed. Näiteks 2000. a on Soome ja eesti lehtede visuaalsus enam-vähem võrdne: Soome päevalehtedes võtavad visuaalid 25% toimetuse materjali mahust, eesti kesketes lehtedes 27%. Pärast 2000. a on muutub lehtede visuaalsus vastupidiselt: eesti lehtedes visuaalsus kasvab, Soome lehtedes väheneb. Soome päevalehtedes võtavad visuaalid 2006. a umbes 21% mahust, eesti kesketes lehtedes kümne protsenti rohkem: 31% (Soome andmed Pulkkinen 2008: 64; eesti andmed joonisel 4.19).

Lääne lehtedes on visuaalide kasutamine selgelt ja tugevalt seotud ajalehe tüübiga: massileht on visuaalsem, kvaliteetleht vähemvisuaalne. Kuigi Eestis ei ole päris puhtaid ajalehetüüpe, on (*SL*) *Õhtuleht* siiski selgelt visuaalsem kui *Postimees* ja *Eesti Päevaleht*. Näiteks 2005. a on *SL* *Õhtulehes* visuaalide maht 36%, *Postimehes* ja *Eesti Päevalehes* vastavalt 27% ja 30%. Rahvusvahelises võrdluses on (*SL*) *Õhtulehe* visuaalsus sajandivahetuse ajal samal tasemel kui briti massilehtedes: 2000. a hõlmavad visuaalid 35% (*SL*) *Õhtulehe* toimetuse materjali mahust, 2001. a briti massilehtedes keskmiselt 36% uudiste mahust (Uribe & Gunter 2004: 396).

#### 3.1. Fotod

**Fotode hulk** (joonis 4.23). 1990. aastate alguses, kui lehtede maht on veel nõukogulikult väike, aga uudiseid 'tulvab' ajalehtedesse, kajastatakse olulisi sündmusi sageli ainult verbaalselt. Fotode hulk on varieeruv ja juhuslik – ühes lehenumbris võib ilmuda kaks fotot või 18 fotot (kui avaldatakse fotoreportaaz). Heaks näiteks on Moskva putši aegsed *Postimehed* 20.–21. augustil 1991, kus esikülgedel pole ühtki fotot.

Kui kasutada fotode hulga mõõtmiseks fotode keskmist arvu 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis, siis näeme, et kuni 1990. aastate keskpaigani püsib fotode keskmine hulk endisel tasemel. Seejärel, 1990. aastate teisel poolel toimub hüpe, fotode hulk kasvab kaks korda. Kasv jätkub ka 2000. aastate esimesel poolel. 1985–1995 ilmub 1 m<sup>2</sup>-s keskmiselt 12–13 fotot, 2005 – 30 fotot.

Et aga mõõta fotode positsiooni 'kindlustumist' ajalehes, tuleb arvesse võtta ka lehenumbri mahu plahvatuslikku kasvu enne 1995. a ja vaadata fotode hulka ühes lehenumbris. Arvud näitavad, et fotode hulk kasvab sünkroonis lehenumbri mahu plahvatusliku kasvuga: 1990. a on lehenumbris keskmiselt 10 fotot, 1995. a peaaegu kolm korda rohkem – 29 fotot. 1990. aastate keskel on fotod ajalehes nii olulised, et ühtki ühtki suurt sündmust ei kajastata enam ilma fotota.

Kui vaadata fotode mahu osakaalu ajalehes (joonis 4.20), siis see parameeter võtab liiksaks fotode hulga arvesse ka fotode suuruse. Näeme, et 1990. a on fotode maht vähenenud (fotod hõlmavad 10% toimetuse materjali mahust, varem 11-12%) ja see hakkab kasvama siis, kui kasvab lehenumbri keskmine maht. Fotode jaoks on nüüd ajalehes ruumi. 1995. a hõlmavad fotod 16% toimetuse materjali mahust ja edaspidi suureneb nende maht iga viie aastaga keskmiselt 5%. 2005. a on fotode maht 27% toimetuse materjali mahust.



Seega kasvab fotode maht ja osatähtsus ajalehes alates 1990. aastate algusest järsult ja pidevalt. Fotod võtavad ajalehes tekstilt üha rohkem ruumi endale.

**Fotode laad.** Suurte ühiskondlike muutuste ajal 1980./1990. aastate vahetusel muutuvad eesti ajalehefotod üheülbalisemaks. Iseseisvad fotod (välisfotod, kunstilised fotod) kaovad ajalehtedest. Enamik fotodest on Eesti-kesksed. Näiteks avaldab *Rahva Hääli* juulis 1990 kaks nädalat esiküljel pikki eksklusiivlugusid NLKP 28. kongressist, aga ei lisa neile ühtegi fotot. Teised lehed käsitlevad kongressi ETA tekstide abil, aga fotod puuduvad nendeski.

Kui lehtede mahud kasvavad, hakkab lugusid täiendama rohkem fotosid ja nende laad muutub: tööliste asemele tuleb sportlane, maastiku asemele moefoto. Selles väljendub selgelt teemade tähtsuse muutumine ajalehes. Kõige tavalisem žanr on portree – uudislugusid täiendavad enamasti portreed sündmuste kesksetest tegelastest, pikkade isikuintervjuude juurde kuulub tavaliselt viis-kuus peaaegu äravahetamiseni sarnast paariveerulist portreed (vt ka näide 10.5).

Sarnaselt tekstide *human interest*-võttestikuga hakkavad ka fotod 1990. aastate teisel poolel tooma pildistatavat lugejale lähemale, esitades teda suuremalt, detailsemalt, astudes pildistatavale ligi, tema intiimsesse sfääri. Seni tavalise keskplaani asemel kasutatakse rohkem suurt plaani. Koos fotode suurendamisega teeb see pildid varasemast pealetükkivamaks, intensiivsemaks, efektiivsemaks.

Enne 2000. a ilmneb ka vastupidine trend: lehtedes ilmub palju pisiportreesid (ingl *mugshots, thumbnail faces*), millel on nii sarnane kompositsioon, et näod pole üksteisest eristatavad. Pisifotode eesmärk pole info edastamine, loo 'rääkimine', näitamine, 'kuidas asjad on', vaid tähelepanu äratamine, loo personifitseerimine, sideme loomine lugejaga (vt Knox 2009: 178–180).

**Fotode suurus ja laius.** Fotode suuruse muutus illustreerib hästi ajalehtede kujunduspraktikas toimunud muutusi. 1990. a paiku, kui lehtedesse tuleb rohkem uudiseid, aga lehtede maht jääb endiseks, väheneb fotode suurus üle 10% (joonis 4.25). Kui lehtede maht kasvab, hakkavad suurenema ka fotod. Keskmiselt on fotod kõige suuremad 1995. a (118 cm<sup>2</sup>), kui lehtede maht on järsult kasvanud ja see võimaldab vabalt suurendada kõiki elemente (tekstid pikenevad, fotod ja pealkirjad suurenevad).

1990. aastate lõpus väheneb fotode suurus u 35% ja 2000. a on ajalehefoto keskmiselt väiksem kui nõukogude aja viimastel kümnenditel (79 cm<sup>2</sup>). Siiski on need arvud petlikud, kuna aritmeetiline keskmine ei registreeri fotode igapäevase suuruskaala pikenemist. Sellest äärmuste pikenemisest annab hea ülevaate fotode laiuse muutumine 1990. aastatel (joonis 4.24). Kuni 1990. aastate teise pooleni jätkab fotokasutus senist mustrit: ajalehes domineerivad kahe-kolmeveerulised fotod, mida on u 60% kõigist fotodest. 1990. aastate lõpus toimub järsk muutus: nüüd ilmub kõige rohkem veerust kitsamaid fotosid (41% fotodest), mida viis aastat varem oli ainult 3%. Vähemalt neljaveeruliste fotode osakaal püsib muutumatuna, kuid selle rühma sees on selge tendents fotode suurenemisele: neljaveeruliste fotode hulk väheneb ja selle arvel suureneb laiemate fotode hulk. Esmakordselt võetakse kasutusele fotod, mis ulatuvad kahele leheküljele (2005. a on selliseid fotosid 1%). Seega on täpsem öelda, et 1990. aastate teisel poolel fotod üheaegselt vähenevad ja suurenevad.

Nii eristab fotode suuruse muutus 1990. aastatel kaks erinevat moodust info esitamisel ja lehekülgede struktureerimisel.

- Kuni 1990. aastate keskpaigani on fotod sarnase suurusega. Lugeja otsustab ise, mida vaadata ja tähtsaks pidada (näide 10.5).

- 1990. aastate teisel poolel muutub fotode suurus infot fokuseerivaks ja lahterdavaks – leheküljel on üks suur(em) foto ja teised palju väiksemad (näited 10.1 ja 10.7). See defineerib lugejale, mida olulisimaks pidada ja mis järjekorras lehekülge vaadata. Pisifotode

hulga järsk kasv näitab ka foto funktsiooni muutumist – veerust kitsamad fotod pole infoandjad, vaid pigem värvilaigud, lehekülje ja teksti liigendajad.

Kõnekas on ka mittetäisveeruliste fotode osakaalu muutumine (joonis 4.25). 1990. aastate keskpaigaks langeb nende osakaal kõige madalamale (7%), seejärel tõuseb plahvatuslikult. 2000. a on peaaegu pool fotodest (47%) mittetäisveerulised, seejärel nende osakaal väheneb (2005. a – 36%). See näitab, et 1970. aastatel juurdunud korrapärane nelinurkne kujundusmall, kus erinevate elementide laius defineeritakse veerulaiuse abil, saavutab tipppunkti 1990. aastate keskel. Seejärel kaugenetakse sellest kujundusmallist, hakates veeru-  
piire 'lõhkuma'.

**Fotode kuju** (joonis 4.26) põhjal jaguneb see periood kaheks. Kuni 1990. aastate keskpaigani kasutatakse peaaegu eranditult nelinurkseid fotosid. Edaspidi varieerub fotode kuju üha rohkem. Peamiselt varieeritakse portreefotode kuju ja valdava enamuse variatsioonidest moodustavad siluett-fotod, mis jätvavad kujutatu ilma taustata, ilma kontekstita (vt Huxford 2001: 50–51). 2005. a on selliseid fotosid 16%. Siluett-fotosid kasutatakse peamiselt reklaamiva ja illustratiivse lisandina: esikülje looreklaamides, lehenumbri lõpuosa temaatilistel külgedel.

Seega näitab fotode kuju muutumine, et alates 1990. aastate lõpust kaugenetakse nelinurkseid elemente kasutavast modulaarsest struktuurimudelist.

**Fotoallkirjad.** Kui nõukogude aja lõpus oli pool fotodest allkirjastamata, siis 1990. aastate alguses väheneb allkirjata fotode hulk järsult (joonis 4.27). 1995. a on allkirjata ainult 14% fotodest, enamik neist väiksed fotod esikülje looreklaamides, kus allkirja sisuliselt asendab pealkirjana vormistatud fraas (vt näide 10.1), ja retsenseeritavate raamatute-plaatide fotod. 1990. aastate lõpus suureneb allkirjata fotode hulk (2000 – 34%, 2005 – 37%). Enamik neist on veerust kitsamad fotod lühiuudistes, mille alla allkiri hästi ei mahugi.

2004. a võtab *Eesti Päevaleht* taas kasutusele ka võtte, mida varasema 40 aasta jooksul on kasutatud üha vähem – koondab mitme foto allkirjad kokku üheks tekstiplokiks (2005. a on selliseid fotosid *Eesti Päevalehes* peaaegu 10%). See on väike samm funktsionaalsest kujundusest kaugemale, kuna foto ja selle verbaalne tõlgendus on ruumiliselt lahutatud. Muutus on sünkroonis teiste fotomuutustega, mis viivad kujunduse kaugemale korrapärasest modulaarsest kujundusmallist (fotode kuju variatiivsuse kasv, mittetäisveeruliste fotode osakaalu kasv).

### 3.2. Joonistused

**Joonistuste hulk ja maht.** 1990. aastate alguses kasvab joonistuste kasutamistihedus võrreldes nõukogude aja lõpuga õige pisut (1995. a ilmub 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis keskmiselt kaks joonistust), aga kuna samal ajal kasvab lehtede maht järsult, siis ilmub ühes lehenumbri üle kolme korra rohkem joonistusi (keskmiselt kuus joonistust; joonis 4.21). 1990. aastate teisel poolel kiire kasv jätkub, eelkõige koomiksitate arvukama avaldamise tõttu. 2005. a ilmub ühes lehenumbri keskmiselt kümme joonistust. Joonistuste kasutamistihedus on võrreldes nõukogude ajaga kasvanud umbes kaks korda, 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis ilmub neli joonistust.

---

#### Näide 10.5. Kultuurikülg 1990. aastate algusest

*Päevaleht* 13. okt 1991: 2 (vähendatud 2,5 korda).

1990. aastate alguse leheküljed on harmoonilise ja tasakaalustatud kompositsiooniga: ühele küljele koondatakse ühetaolise pikkusega lood, fotod on sarnase suurusega ja paigutatatud leheküljele tasakaalustatult.

NÄITUS



Kunstnik MAARI KABIN.

VAMBOLA SALUPUU foto

Metallikunsti paraad

Kunstiühenduse galeriis saab vaadata metallikunsti näitust, mille korraldajad on Maar Kabin, Krista Lauste, Ane Raumann ja Voldemar Reiter. Näitusel on esitatud erinevaid kunstivorme, sealhulgas kuld- ja hõbedakunsti, mis on valmistatud erinevatest tehnikatest ja materjalidest.

ESILINASTUS

Arvo Saare "Arusaamatus" on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

1990 — hobuse aasta
Esimine Andres Söödi uus tšelöfölm "Esimine Andres Söödi uus tšelöfölm" on uus muusikavorm, mis põhineb hobuse elul ja tegevusel.

Skandaalne Talkov
Talkov kaunistab ja täiendab oma muusikat, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

MUUSIKA

Teistsugune kui Põhja maades

Lõppeid eesti muusika päevad

Eesti muusika päevadele tuli kaaluda mitmed Euroopa tuntud muusikasektsioonid: Kopenhaagenist, Stockholmist, Helsingist, Peterburist, Moskvast, kuulajaid veedab muusika, mis on seotud eesti hooliga, kuid mis on erinev sellest, mida me teame.

BENT LORENTZEN, taanlane, on üks neist, kes on osalenud Eesti muusika päevades. Tema muusika on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Muidugi kasab ta vanemad muusikad, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

STEN HANSSON, Rootsi helilooja, on osalenud Eesti muusika päevades. Tema muusika on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Muulid vahendades dirigent ÜNU KALJUSTE ja helilooja RAIMO KANGRO, keeleli o muusikapäevade kavas neljast, nelja "Mozarti portree" ja Fliidokontserte etestekand.

ARNO SAARE foto
Näitusel on esitatud erinevaid kunstivorme, sealhulgas kuld- ja hõbedakunsti, mis on valmistatud erinevatest tehnikatest ja materjalidest.

THEATER

Näitleja päästmine on Surmaga silmitsi

"Arusaamatus" Draamateatris

Arvo Saare "Arusaamatus" on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Kõige inimlikum (ja lovatsevat) näitus, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arvo Saare "Arusaamatus" on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Tappa muusikut

IGOR TALKOV, vene tuntud populaarluuletaja, lasti maha mõõdukalt pühapäeval Peterburi sordimõelkonnas "Jubileim" veidi enne etteastet. Mõrvari õnnetus põgenes.

IGOR TALKOV, vene tuntud populaarluuletaja, lasti maha mõõdukalt pühapäeval Peterburi sordimõelkonnas "Jubileim" veidi enne etteastet. Mõrvari õnnetus põgenes.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Arusaamatus on näitus, mis tutvustab kunstniku teoseid, mis on seotud tema eluga ja tegevusega. Näitus on avatud kuni 15. oktoobrini.

Joonistuste arvukuse kasvu peegeldab ka joonistuste mahu osakaal (joonis 4.20). Ainus erinevus on see, et joonistuste maht on kõige suurem 2000. a (5,3% toimetuse materjali mahust), mitte 2005. a. Põhjus on nii joonistuste suuruse vähenemises 21. sajandil kui ka käesoleva uurimuse metoodikas: joonistuste mahu hulka on arvestatud kogu joonistatud materjal, sh ka nt teabegraafikas kasutatud joonistused (aga teabegraafika hulk on 2000. a peaaegu kaks korda suurem kui 2005. a; joonis 4.28).

**Joonistuste laad.** Koos ENSV lagunemisega katkevad nõukogudeaegsed joonistuste-traditsioonid. Esmalt kaovad lehtedest plakadid ja toimetuste kunstnike joonistused, huumorinurgad ja koos sellega ka regulaarselt avaldatavad karikatuurid (ainsana jääb alles “Herilane” *Edasis/Postimehes*). Siiski tõuseb 1990. a karikatuuride osakaal rekordilisele tasemele (82% joonistustest; joonis 4.22), sest NSVL-i lagunemist pilavaid karikatuure avaldatakse lehe kõigis osades ning nii eesti autoritelt kui vene ja välismaa lehtedest reprodutseerituid.

Kui lehtede mahud 1990. aastate esimesel poolel kasvavad, kujuneb välja illustreerimispraktika, mis on sarnane 1930. aastate lõpu omaga: kõige suurema osa joonistustest moodustavad koomiksid, regulaarselt avaldatakse toimetuse karikatuure. Erinevalt varasemast on tänapäevane illustreerimispraktika väga süstemaatiline: koomiksid ja karikatuurid ilmuvad kindlas suuruses kindla regulaarsusega kindlas kohas.

Koomiksid hakkavad eesti päevalehtedes ilmuma sügisel 1992 (“Andy Capp” *Päevalehes* alates 29. sept 1992<sup>[18]</sup>, “Tiiger” *Postimehes* alates 16. nov 1992), esialgu üks-kaks koomiksit lehenumbris. 1990. aastate keskel koomiksitate hulk kasvab, nüüd ilmub neli-viis koomiksit lehenumbris, 1998. a sügisel annab *Postimees* välja isegi 12 numbrit pühapäevast koomiksilisa “Jess”. Alates 1990. aastate keskpaigast on koomikseid joonistuste hulgas pidevalt üle poole. Päevalehtede koomiksid on enamasti välismaised, neid vahendab ja tõlgib Bulls Eesti. Ainus eesti koomiks, mis päevalehtedes järjepidevalt ilmub, on Urmas Nemvaltsi “Mürakarud” *Postimehes* (1998–2008, 2010–, vahepeal ilmub sama autori “Linnaloom”). Eesti autorite koomikseid ilmub rohkem nädalalehtedes (pikemalt vt Normet 2001; Laaniste 2001: 7: 86–91; Orav 1999: 64–91).

Karikatuurid on arvukuselt teine joonistusteliik, aga võrreldes nõukogude ajaga on nende osakaal langenud mitu korda (keskmiselt 20% joonistustest on karikatuurid). Põhiosa karikatuuridest moodustavad päevakajalised toimetuse karikatuurid, mis hakkavad ilmuma 1994–1995, kui päevalehed loovad arvamusküljed. Kõige esimesena hakkab toimetuse karikatuuri avaldama *Postimees* 15. sept 1994. *Eesti Päevaleht* avaldab toimetuse karikatuuri alates oma ilmumise algusest 5. juunil 1995 (pikemalt vt Tamm 2001: 48–58).

Regulaarsemalt ilmub joonistustest veel laste joonistusi ja piltmõistatusi (lastekülgedel). Muid joonistusteliike on lehes väga vähe ja juhuslikult (moejoonistused, kunstireprod näitusereprensioonides). Pärast 2000. a püütakse joonistusi hakata kasutama uudiste ja pikemate artiklite illustreerimiseks (nt *Postimees* 3. veebr 2004: 1). See, mida toimetajad Skandinaavia lehtede eeskujul soovivad, on lihtne, neutraalne joonistus fotole vahelduseks ja foto asendamiseks teemades, mida fotografeerida pole võimalik. Aga läbimurret ei tule, sest ei leita piisavalt kiireid ja täpseid kunstnikke (andmed Vahur Kalmrelt 23. märtsil 2006).

Seega võib öelda, et joonistuste hulk ja maht kasvavad nõukogudejärgsel ajal küll järevalt, aga joonistuste temaatika kitseneb, standardiseerub ja muutub meelelahutuslikumaks.

[18] 7. nov 1992 vahetab “Andy Cappi” välja “Ernie” / “Piraaja Klubi”, mis ilmub eesti lehtedes täniini (alates 2000. a kõigis kolmes üldpäevalehes).

#### 4. Teabegraafika

Esmakordselt eesti ajalehtede peaaegu 200-aastases ajaloos saab teabegraafikast 1990. aastatel ajalehe lahutamatu ja oluline osa. Seda peegeldab ka muutus teabegraafika loomises: teabegraafikaid hakatakse tegema toimetuses, väljaspool toimetust kujundatud teabegraafikast loobutakse. 1990. aastate keskel palkavad suured lehed esimesed teabegraafikud (kõige esimene on Alvar Jaakson *Rahva Hääles* 1994), kes kujundavad ainult teabegraafikat (varem kujundasid teabegraafikat toimetuste kunstnikud või küljendajad).

**Teabegraafika hulk.** Nõukogudeaegsetes lehtedes ilmus teabegraafikat stabiilselt vähe. Koos lehtede mahu kasvamisega alates 1992. a kasvab hüppeliselt ka teabegraafika hulk. Alates 1990.–1991. a tehakse teabegraafikat digitaalselt ja (visuaalse) teabegraafika kasutamine seostub tollastele lehetegijatele uue, nõukogudeaegsest erineva, lääneliku, sisult ja vormilt moodsa ajalehega.

Teabegraafika on järevalt muutunud ka tollastes lääne lehtedes. Tähtsaim nihe on visuaalse teabegraafika igapäevane kasutamine uudiste edastamisel. Seda alustasid esimesena USA lehed 1980. aastate alguses, üks eestvedajaid oli *USA Today* (alustas ilmumist 1982. a sügisel; vt Tankard 1987; Utt & Pasternack 1993). 1980. aastate jooksul kasvab teabegraafika kasutamine väga kiiresti nii USA kui euroopa ajalehtedes (sh Skandinaavia lehtedes, vt Nyhetsgrafik 1988). 1986. a uuringu kohaselt ilmub USA suurtes päevalehtedes keskmiselt 4,5 teabegraafikat lehenumbris ehk üks teabegraafika 17 lehekülje kohta (Smith & Hajash 1988: 716). 1980. aastate alguses antakse välja Edward Tufte'i (1983) ja Nigel Holmesi (1984) klassikaks saanud teabegraafikaõpikud. Teadlased uurivad ajaleheteabegraafika levikut, vastuvõttu, mõju ajalehe kujundusele ja info meeldejätmisele (Monmonier & Pippas 1987; Tankard 1987, 1989; Smith & Hajash 1988; Kelly 1989; Pasternack & Utt 1990; Ramaprasad 1991; Utt & Pasternack 1993, 2000; Griffin & Stevenson 1994).

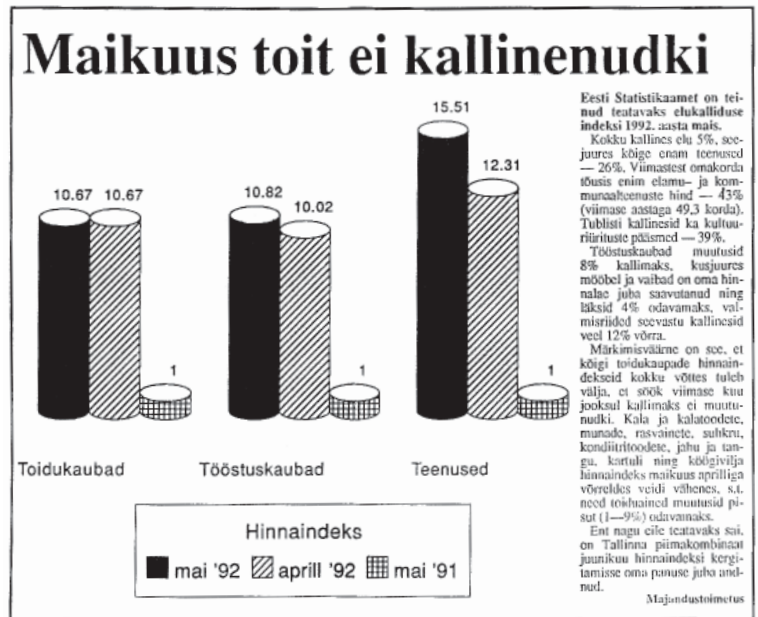
1990. aastate alguse vabamates oludes võtavad eesti lehed eeskujuks lääne ajalehed ja teabegraafika kasutamissagedus tõuseb plahvatuslikult. 1995. a ilmub keskmiselt viis teabegraafikat 1 m<sup>2</sup>-s toimetuse materjalis ehk 13 teabegraafikat ühes lehenumbris (joonis 4.28). Kasvu soodustab paindlikumate tehniliste võimaluste kasutuselevõtt – digitaalset teabegraafikat saab kiiremini ja kergemini toimetada, loodud teabegraafikad (nt maakaardid) jäävad alles, neid on kerge edaspidi täiendada ning vajadusel uuesti avaldada.

2000. a jõuab teabegraafika hulk eesti ajalehtedes kõrgeimale tasemele (7 tk/m<sup>2</sup> ehk 15 teabegraafikat lehenumbris) ja väheneb seejärel peaaegu kaks korda. Samasugust tagasilangust on kirjeldatud ka USA ajalehtedes (ajaliselt juba pisut varem, 1990. aastate keskel, vt Utt & Pasternack 2000).

**Teabegraafika temaatika.** Juba 1990. a teabegraafika temaatika on varasemast selgelt erinev. Lehtedest on kadunud plaanitüüpide tabelid, maleseisud jms. Nüüd hakatakse teabegraafiliselt edastama enamasti kolme tüüpi infot: poliitikute-parteide populaarsus (sotsioloogilistes ülevaateartiklites), välisuudiste sündmuskohad maakaartidel, ilmteade Eesti ja Euroopa kaartidel. Esmakordselt ilmub üksikuid teabegraafikaid uudislugudes (varem oli seda juhtunud ainult maailmasõdade ajal). 1990. aastate keskpaigaks saab tavaliseks iga päev ilmuva rutiinse majandusstatistika avaldamine (valuutakursid, börsiinfo, strateegiliste kaupade hinnad), eriti suur on selle hulk 1990. aastate keskel, enne nn vene majanduskriisi. Pärast 2000. a 'kolitakse' spetsiifilisem majandusstatistika *online*-väljaannetesse.

1990. aastate teisel poolel laieneb teabegraafika temaatika, sest lisaks majandusele ja välisuudistele muutub teabegraafika tavaliseks ka muudes leheosades, eelkõige igapäevastes eesti uudistes (nt liiklusõnnetuste statistika, kõneproteesi ehitus, õlireostuse ulatus, telerivaatamise statistika).

**Näide 10.6. Teabegraafika 1990. aastate algusest**  
**Rahva Hää! 9. juuni 1992: 1** (fragment).  
 1990. aastate esimese poole teabegraafika esitab infot ülidetailselt, ta on suur, hõre, sageli kolmemõõtmeline, eri parameetrid märgitakse erinevate mustritega, mida selgitatakse eraldi legendis.



**Teabegraafika liigid** (joonis 4.30). Teabegraafika liigiline jaotus muutub pärast nõukogudeaega tugevalt. Muutused on kahesuunalised: visuaalse teabegraafika osakaal kasvab tabelite arvel ja üha rohkem kasutatakse erinevaid teabegraafikaliike.

Tabelid on esialgu ikka veel kõige tavalisem teabegraafikaliik, aga nende osakaal väheneb pidevalt. 1990. a moodustavad tabelid 66% ilmutavast teabegraafikast, 2005. a aga 29%. See muutus peegeldab üldisi muutustetendentsi ajalehe välismuses. Kuna ajalehe vorm tervikuna muutub üha lahterdavamaks ja hinnangulisemaks, siis kasutatakse vähem ka tabeleid, mis esitavad andmeid ilma rõhutusteta. Neid ilmub üha vähem lugude lisaelemendina ja rohkem rutiinse pisiinfona (sportlaste, laulude, raamatumüügi jne edetabelid, majandusstatistika).

Visuaalsest teabegraafikast moodustavad kõige suurema rühma kaardid, 2005. a ilmub neid isegi pisut rohkem kui tabeleid (32% teabegraafikast). Põhiosa kaartidest moodustavad ilmakaardid, mida eesti päevalehed hakkavad iga päev avaldama 1992.–1994. a.<sup>[19]</sup> See on uudne tendents – visuaalne uudislik teabegraafika kuulub esmakordselt rutiinse, regulaarselt avaldatava teabegraafika hulka. Arvukalt ilmub kaarte spordisuurvõistluste puhul (nt jalgpalli MM-võistlustest osavõtvad riigid 1990) ja välisuudistes, hiljem reisikülgedel.

Diagramme on pidevalt pisut üle 10% teabegraafikast, vaid 2000. a on nende osakaal peaaegu 25%. 1990. a avaldatakse veel TASS-i ja ETA vahendatud diagramme, aga 1991.–1992. a, pärast arvutite kasutuselevõttu hakatakse diagramme ise tegema. Enamasti näidatakse nende abil poliitikute-parteide populaarsust ja täiendatakse majanduslugusid. Esialgu kasutatakse peaaegu eranditult tulpdigramme (näide 10.6), 1990. aastate keskel vormiline variatiivsus kasvab, lisanduvad joon- ja kookdiagrammid.

Pildiline teabegraafika on vormiliselt kõige heterogeensem teabegraafikarühm. Arvuliselt moodustavad sellest põhiosa tillukesed piktograafilised ilmaennustused, mida hakatakse avaldama 1990. aastate lõpus. Sisult kõige meeldejäävamad on eelkõige populaarteaduslike lugusid visualiseerivad suured pildilised teabegraafikad.

[19] See on peaaegu 120 aastat pärast seda, kui maailma ajakirjanduses ilmusid esimesed igapäevased ilmakaardid (Londoni *Times* 1875. a; vt Monmonier & Pippis 1987: 32; Monmonier 1989: 112–124).

**Teabegraafika stiil.** Varasemal teabegraafikal puudus ühtne kujundusstiil, sest ajalehed vaid koondasid ja reprodutseerisid eri allikatest pärit teabegraafikat (välismaistest väljaanne- test mahapildistatud, ametkondlikuks kasutamiseks mõeldud teabegraafika).

Koos mujal (s.o väljaspool toimetust) tehtud teabegraafika kadumisega muutub teabe- graafika kujundus 1990. aastate alguses kahel vastandlikul moel: ühtsemaks ja eklektilise- maks. Ühtsus tuleneb samade kujundusvõtete kasutamisest, eklektilisus aga kujundusli- kust kohmakusest (visuaalne hõredus, palju detaile, suvaliste detailide rõhutamine, liigne dekoreerimine, juhusliku suurusega tühi ruum, palju erinevaid mustreid, tarbetu suurus; nt *Päevalehe* “Ärileht” 25. jaan 1995: 5)

Kujundusliku eklektika põhjus on arvutite kasutuselevõtust tingitud põlvkonnavaheetus – digitaalset teabegraafikat hakkavad tegema noored, kes suudavad kujundusprogrammi kasutada, aga ei pruugi midagi teada ajakirjandusest ja kujundamispehmetest.

1990. aastate keskel hakkab teabegraafika muutuma lihtsamaks ja visuaalselt tagasihoid- likumaks: andmeid lihtsustakse, ühte graafikasse pannakse neid vähem, kaovad lopsakad kaunistused, mis takistavad info mõistmist. Teabegraafika on tihedama kujundusega ning väiksema, proportsionaalsema ja süstemaatilise suurega – enamasti ühe-kaheveeruline, suuremad teabegraafikad on mitmeosalised ja inforikkamad. Samas muutub teabegraa- fika struktuuraalselt keerukamaks, visuaalsele infole lisatakse paratektid – pealkiri, sageli ka verbaalne selgitus – ja sobiv sümbolpilt.

1990. aastate teisel poolel muutub teabegraafika süsteemsemaks ja lihvitudumaks. Aja- lehed kujundavad teabegraafika ühtses stiilis, kasutades kindlaid kirju ja kirjasuursi, kindla suurusega tühja ruumi, hiljem ka kindlaid värvitoone. Kui avaldatakse Reutersi teabegraa- fikat, kohandatakse see oma väljaande stiili (peamiselt tähendab see kirjade vahetamist). Vaatamata välisele lihtsustumisele muutub teabegraafika struktuur keerukamaks, kuna seda hakatakse fokuseerima. Nii muutub teabegraafika samamoodi deklaratiivseks nagu uudis- lugude pealkirjad ja lehekülgede struktuur. Kasutama hakatakse ka mitmeosalisi teabegraa- fikaid, milles eraldiseisvad teabegraafikad vormistatakse kahe-kolmeveeruliseks mitmeosa- liseks komplektiks.

Teabegraafika muutumistendentsid 1990. aastate eesti lehtedes tulevad kokkuvõtlikult es- ile ilmakaartidel. 1990. aastate alguses on ilmakaardid väheoperatiivsed ja kauged, nt *Rahva Hääl*es ilmub ilmakaart kaks korda nädalas ja näitab Euroopat, mitte Eestit. Kasutatakse meteoroloogilist (s.o eriala)kaarti, mis pole kohandatud ajalehes avaldamiseks. 1992. a ha- katakse ilmakaarte ajalehetoimetustes ise tegema. Kaarti lihtsustatakse, muudetakse opera- tiivsemaks ja lähedasemaks: meteoroloogiliste sümbolite asemel kasutatakse lihtsaid pikto- gramme, temperatuurid märgitakse kaardile (seni olid need kõrvalolevas selgitavas tekstis), Eesti ja Euroopa ilma kujutatakse eraldi kaartidel, ilmakaart avaldatakse igas lehenumbris. Kujundus on esialgu kohmakas, kõige silmatorkavamalt esitatakse näiteks hoopis kuufaa- side vaheldumine või päikese tõusu- ja loojumisaeg (nt *Päevaleht* 6. veebr 1995).

1990. aastate keskel muutuvad ilmakaardid sisult ja vormilt efektiivsemaks. Lisatakse de- tailsemaid andmeid, kogu Eestile ühise prognoosi asemel hakatakse andma eri piirkondade ilmaprognoosi; tänasele prognoosile lisatakse kolme-nelja päeva prognoos. Varsti moodus- tab ilmateade terve omaette osakonna, nagu neid lääne lehtedes loodi *USA Today* eeskujul 1980. aastatel (Norman jt 1983; Monmonier & Pippis 1987; Nyhetsgrafik 1988; Pompilio 2004). Eestis jääb selliste ilmanurkade maht lääne lehtedest väiksemaks (kolmandik kuni pool ajaleheküljest), aga nende sisu ja välimus on samasugune: visuaalne ja verbaalne ilma- info on tükeldatud väikesteks värvilisteks alaosadeks. Lääne lehtede eeskujul hakatakse ilmanurgas avaldama reklaami.

Nii peegelduvad teabegraafikas kõik tendentsid, mis on iseloomulikud ajalehe välimuse moderniseerumisele: esialgne suurus, kohmakus, juhuslikkus asendub funktsionaalsema ja lihvitud vormiga, suureneb sisuline variatiivsus, elemente hakatakse hierarhiseerima ja fokuseerima, sisu killustatakse väiksemateks tükkideks.

## KUJUNDUSELEMENTIDE KOMBINATSIOONID

### I. Tekstiplokid

**Tekstiplokkide kuju** püsib varasemaga võrreldes muutumatu. Lood on küljendatud üli- valdavalt nelinurkselt, kasutatakse vaid üksikuid väikseid mitterelinurkseid lugusid. Need tekivad siis, kui lühiuudiste või lugejakirjade rubriik küljendatakse madala nelinurkse plokina ja lineaarselt paigutatud lühike lugu jaotub mitmesse veergu (nt *Postimees* 8. märts 1999: 8).

**Lisaelementide paigutus põhitekstis.** Nõukogude ajal muutus lisaelementide – visuaalide, paratekstide, teabegraafika – paigutus põhitekstiga rohkem integreerituks ja põimituks. Samu paigutuspõhimõtteid järgitakse ka 1990. aastate esimesel poolel, kuid järk-järgult ilmnevad ka mõned vastupidised tendentsid: loobutakse loost kitsamatest pealkirjadest (vt joonis 9.2), pealkirju ei panda keset põhiteksti, teabegraafika paigutus muutub iseseisvamaks.

Visuaalid paigutatakse tavaliselt loo serva, püüdes saavutada muljet variatiivsusest ja mitmekesisusest. Kui ühe loo juurde kuulub mitu visuaali, siis hajutatakse need loo servadesse tavaliselt tasakaalustatult (diagonaalselt, kolmnurkselt), nii et põhitekstiveerud annavad ebakorrapärase, mitte nelinurkse ploki. Üksikuid fotosid pannakse ka loo keskele, nii et nad loo tekstiveerge katkestavad.

Paigutus näitab, et (põhi)tekst on ajalehes keskne element. Näiteks proovitakse pikemates lugudes paigutada foto just selle tekstiosa juurde, mida ta täiendab. Selline arusaam foto ja teksti kokkukuuluvuse osutamise vajadusest on ka nooremate ajakirjanike hulgas tavaline veel 1990. aastate keskel.

Kohe 1990. aastate alguses hakkab muutuma tabelite paigutuspõhimõte. Kui seni olid tabelid põhiteksti osa (asusid tekstis just selles kohas, kus tekst nendeni jõudis), siis nüüd hakkavad üksikud tabelid esmakordselt ilmuma eraldiseisva elemendina, mis paigutatakse põhiteksti serva nagu visuaalne teabegraafika (nt *Noorte Hää* 6. jaan 1990). Selline paigutus võib olla seotud sotsioloogiliste uuringutulemuste digitaalsusega (just neid tollal tabelitena lehtedes avaldatakse). Uuringute tulemustabelid on digitaalselt töödeldud ja võib oletada, et autorid esitavad need ajalehetoimetustele eraldi failidena ja/või väljatrükkidena. Nii on ka ajalehtedel mugavam käsitleda tabelleid põhitekstist eraldiseisva elemendina.

1900. aastate keskel hakatakse senist traditsiooniliselt kujunenud lisaelementide paigutust muutma teadlikult süstemaatiliseks. Kui seni paigutati visuaale (eelkõige fotosid) sporaadiliselt põhiteksti kõigisse servadesse ja ka tekstiveergude keskele, püüdes tasakaalustatuse mulje poole, siis nüüd minnakse üle üksikute paigutusvariantide läbimõeldud kasutamisele.

Fotode paigutust muudetakse tekstist sõltumatumaks, kompaksemaks. Foto(d) pannakse ülespoole, loo alguse lähedale. Kui ühes loos on mitu fotot, paigutatakse need üksteise kõrvale, nii et põhitekst jääb varasemast korrapärasema kujuga. Enam ei panda fotosid keset lugu tekstiveerge tükkideks 'lõikama'. Selline paigutus rõhutab fotot, teeb temast lehekülje keskse elemendi senise teksti lisandi asemel. Fotot serveeritakse tähelepanuäratajana ja teksti reklaamina (vt nt Harrower 1995: 42jj). Seega on foto keskne, ta ei illustreeri teksti, vaid ankurdab selle, kui kasutada Roland Barthes'i (1967) termineid.

Samas infoandjana on foto ajalehes endiselt teisejärguline. Eesti ajalehtede puhul ei saa rääkida foto ja teksti sisulisest integratsioonist, mida seavad ideaaliks kujundusõpikud ja ka teaduslikud uuringud (nt Garcia 1987: 9–24; Auman 1995; Moses 2003). Eesti lehtedes



jäävad sisult kokkukuuluvad foto ja tekst enamasti eraldi osadeks, mis võivad teineteist täiendada (eriti kesksete, pikemate lugude puhul), aga võivad anda ka vastandlikku infot (eriti rutiinsetes lugudes ja lisaelementides, nt autorivinjettides). Ühest küljest peegeldab see toimetuse tööruutiini (*demarkatsioonijooni*, kui kasutada Kressi ja van Leeuweni terminit – 2001: 46): reporter kirjutab teksti, fotograaf pildistab teadmata teksti sisu, toimetaja paneb saadud elemendid leheküljele kokku. Teisest küljest näitab see, et toimetaja, kes vastuolulised elemendid kõrvuti paneb, ei taju neid ühtse sisulise ja vormilise tervikuna.

1990. aastate teisel poolel tuleb lisaks fotodele-teabegraafikale kasutusele kaks uut võtet info esitamisel: uudsed paratekstit infokastid-tsitaadid ja lisalood (põhilugu täiendavad lühemad samateemalised lood; ingl *sidebars*). Infokastid ja tsitaadid paigutatakse tekstiplokis põhiteksti ja visuaalsete elementide piirile, nii et nad justkui ühendavad verbaalset ja visuaalset infot.

Lisalood pannakse põhiloo viimaste veergude alla või kõrvale, st näidatakse ka ruumiliselt, et nad täiendavad põhilugu (vt näide 10.1). Lisalugu on uus võte, mida nõukogudeaegsed lehed ei kasutanud, aga mille juuri võib näha eelmise vabariigi aegsetes lehtedes tavaliselt kahes vormis: uudise tekstile lisati eraldi taustalugu (nt peategelase elulugu); samateemalised lühiuudised koondati ühe suurema pealkirja alla (eriti II maailmasõja ajal, vt lisanäide 3, lk 415).

Oluline erinevus vabariigiaegsete ja tänapäevaste lisalugude vahel on selles, et siis paigutati lisalood lineaarselt ja kronoloogiliselt (nt sõjauudised üksteise järel alates vanematest ja lõpetades värskeimatega), nüüd ruumiliselt ja hierarhiliselt: üks lugu on sisult, vormilt ja paigutuselt keskne – ta on teistest pikema põhitekstiga, teistest suurema pealkirjaga, asub ruumiliselt infoploki tsentris (üleval-vasakul), moodustab nelinurkse tekstiploki, mille sisse koondatakse ka lisalood.

Seega võib öelda, et 2000. a paiku on põhiteksti täiendavate erinevate elementide paigutamisele iseloomulik lihtne ja selge eristus põhitekst *versus* teised: põhitekstid omaette nelinurkades, lisaelemendid (pealkirjad, fotod, teabegraafika, sildid, infokastid, lisalood, tsitaadid) põhitekstide piiridel (vt näide 10.1).

2000. aastate alguses hakkab loo lisaelementide paigutus muutuma fragmenteerivamaks, põhiteksti killustavamaks. Eelkõige muutub paratekstide paigutuspõhimõte, varasemat põhiteksti servadesse asetamist asendab üha rohkem põhiteksti keskele asetamine. Tsitaat-väljavõtted pannakse keset põhiteksti, nii et nad 'löikavad' tekstiveerud osadeks. Isegi lisalugusid pannakse keset põhilugu (näide 10.7). Kui põhiteksti juurde kuulub mitmeid lisaelemente (foto, lisalugu, tsitaat), ei koondata neid kokku, vaid hajutatakse põhiteksti servadesse. Põhiteksti 'tükeldamiseks' kasutatakse ka tühja ruumi, nt kitsas tühi veerg keset põhiteksti jagab loo kahte eraldi ossa (peamiselt kasutatakse seda arvamusküljel ja nädalalõpunumbrites).

Ka fotode paigutus muutub põhiteksti fragmenteerivamaks. Peamised paigutuspõhimõtted on samad, aga neid ei järgita enam nii rangelt. Näiteks võib foto 'löigata' kaheks eraldi osaks horisontaalse loo põhiteksti (*Päevaleht* 13. okt 2005: 10). Kui loo juurde kuulub palju fotosid, võidakse need kokkukoondamise asemel jagada ka teksti servadesse laiali (*Postimees* 6. apr 2005: 23). Palju ilmub veerust kitsamaid fotosid, mis pannakse lühiuudiste teksti sisse.

Perioodi kokkuvõttes muutub lisaelementide paigutus põhitekstis 1990. aastate jooksul varasemast süstemaatilisemaks ja segregatiivsemaks: lisaelemendid koondatakse põhiteksti serva. Kõige olulisem muutus on fotode tõstmine üles, struktuuri keskmesse, esiplaanile. Pärast 2000. aastat pannakse lisaelemente taas ka põhitekstiveergude keskele.

## 2. Leheküljed

Leheküljestruktuuri järgi jaguneb nõukogudejärgne aeg kahte faasi, mis on väga selgelt ja järsult piiritletavat. Üleminek ühest faasist teise toimub 1995.–1997. a ja faase eristab teineteisest eelkõige see, kas leheküljed on hajusa liigendusega ja tasakaalustatud või selge liigendusega ja fokuseeritud.

**1990. aastate esimene pool.** Koos kiirete ühiskondlike muutustega 1990–1991 muutuvad leheküljed temaatiliselt kirevamaks ja liigendatumaks. Samal küljel on kõrvuti erinevad teemad ja žanrid. Lehekülgi teevad kirjumaks ka eespool juba kirjeldatud vormilised muutused: tekstikirja suuruse varieerimine, liigendamine eristuskirjade ja vahepealkirjadega, lühemate lugude tõstmine esiplaanile, taustade ja tugevate raamide kasutamine, veerulaiuse varieerimine. Kirevuse suurenemist peegeldab hästi eri tüüpi materjalide osakaalu muutumine ajalehes. 1990. a on võrreldes 1985. a vähenenud põhiteksti osakaal ja visuaalse materjali osakaal, nende kahe arvel on tõusnud struktureeriva materjali osakaal (33% varasema 26% asemel; joonis 4.19). See näitab, et rohkem ruumi võetakse info esitlemiseks ja eraldamiseks: pealkirjadele, joontele, tühjale ruumile. Tühja ruumi lisamine on stiihiline: suurenevad reavahed põhiteksis ja tühi ruum (vahe)pealkirjade ümber, aga nende suurus on juhuslik ja kõikuv (vt näide 10.2).

Kui lehtede mahud kasvavad, siis kaovad multitemaatilised leheküljed ja iga lehekülj hakkab keskenduma ühele teemale. Lugude pikkuse alusel saab leheküljed jagada kaheks: 1) küljed, kus on (ka) lühikesi lugusid, peamiselt uudiseid (nt uudisteküljed, sport, majandus); 2) ühe-kaheloolised leheküljed, kus uudised puuduvad (nt kultuur, naised, reisiimine). Need leheküljed on erineva ülesehitusega (vrld näiteid 10.2 ja 10.5). Katsetatakse erinevaid variante lehekülje struktureerimiseks, igal temaatilisel osakonnal on natuke erinevad kujundusvõtted ja praktikad. Näiteks sama lehenumbri sise-, välis- ja majandusuudiste küljed võivad olla erineva struktuuriga ja fotopaigutusvariantidega (horisontaalne külg / vertikaalne külg, sama loo fotod kokku koondatud / loo servades laiali). Proovitakse uusi kujundusvõtteid, eriti palju katsetatakse lehenumbri perifeerias, 'kergematel' lehekülgedel (kultuur, meelelahutus; vt Kurvits 2006/2007: 48).

Hoolimata katsetustest lehekülje struktuurimudelid ei muutu, kasutatakse ikka senist kolme modulaarset mudelit ja lisaks teatud leheküljeosades lineaarset küljendamist.

1. Eraldav moodulstruktuuri, mis jagab lehekülje selgeteks nelinurkseteks alaosadeks, kasutatakse kõige rohkem, eelkõige pikkade lugudega temaatilistel külgedel ja uudiskülgedel. Erinevalt varasemast domineerib nüüd lehekülgede jagamine vertikaalseteks alaosadeks, mis hierarhiseerib lugusid selgemalt.

2. Ühendavat moodulstruktuuri, milles lood ja fotod paigutatakse leheküljele hajusalt, ilma et ükski alaosa läbiks tervet lehekülge, kasutatakse lühikeste lugudega uudiskülgedel ja külgedel, kus on üks pikk lugu (nt isikuintervjuu). Sel juhul tekitatakse hajus ühendav struktuurivõrgustik fotode paigutamisele lehekülje servadesse.

3. Tigu-struktuuris, milles lood ja fotod korrastatakse ühe keske elemendi ümber, kasutatakse lühikeste lugudega uudiskülgedel. Nii nagu varemgi, on leheküljel nõrk kese (üks lühike lugu) ja tugevam perifeeria (fotod, suuremad pealkirjad).

Lineaarset küljendamismoodust kasutatakse üksikutes leheküljeosades (nt *Postimehe* lugejakirjade rubriigis, *Päevalehe* esiküljel lühiuudiste kujundamisel 1990–1992).

Kolmest struktuurimudelist kaks on ühendavad mudelid, nad seovad leheküljel asuvad elemendid üheks leheküljesuuruseks tervikuks. Eraldav moodulstruktuur liigendab lehekülje selgepiirilisteks väiksemateks alaosadeks ja lihtsustab sellega lugeja jaoks leheküljel oleva info vaatamist. Kuid ka eraldavas moodulstruktuuris välditakse (liigset) korrapära pealkirjade ja fotode paigutusega.

Hoolimata erinevate struktuurimudelite kasutamisest korrastatakse leheküljed tasakaalustatult. Tasakaalustatus on kahetine: esiteks on lood, pealkirjad, fotod jm elemendid sarnase visuaalse kaaluga; teiseks paigutatakse elemendid nii, et lehekülge on visuaalselt tasakaalus. Sageli paigutatakse tugevamad elemendid diagonaalselt või sümmeetriliselt (vt näide 10.5). Barnhurst ja Nerone on tasakaalustatust pidanud iseloomulikuks vernakulaarsele disainile (intuitiivsele, rahvalikule, mitteprofessionaalsele disainile), mis on tihe ja ülekuhjatud, variatiivne ja dekoreeritud, ebakorrapärane, ei tähtsusta sisulist kategoriseerimist, vaid lihtsat formaalset tasakaalu (2001: 13, 237–243, 263–265).

**Alates 1990. aastate keskpaigast** hakkavad toimuma selged muutused mõlemas keskses parameetris – lehekülgede struktuurimudelites ja visuaalsete elementide kaalus – ning variatiivsus lehekülgede struktuuris asendatakse range süsteemiga.

Senisest kolmest leheküljestruktuurist jääb kasutusse ainult eraldav moodulstruktuur. Seda kasutatakse esialgu kõigil külgedel, hiljem ainult rutiinse struktuuriga külgedel: arvamusküljel ja täna-külgedel (vt lk 297–298). Päriselt ei kao ka lineaarne küljendamine, see jääb alles näiteks lugejakirjade rubriiki.

Enamiku lehekülgede struktureerimisel võetakse kasutusele täiesti uus mudel, mille keskne tunnus on fokuseeritus. See tähendab, et lood leheküljel ei ole enam sarnase visuaalse kaaluga ega ka mitte lihtsalt hierarhiseeritud (mõned lood visuaalselt kaalukamad, mõned visuaalselt nõrgemad), vaid üks lugu kujundatakse visuaalselt dominantsena. Selleks on ühe loo põhitekst teistest pikem, foto ja pealkiri teistest selgelt suuremad ning need dominant-sed elemendid paigutatakse lehekülje ülaossa. Ülejäänud lood (jm elemendid) kujundatakse visuaalselt nõrgemana (vt näited 10.1 ja 10.7).

Fokuseeriv struktuur erineb kõigest varasematest struktuurimudelitest selle poolest, et ta pole tasakaalustatud, vaid fokuseeritud struktuur. Kasutatavad elemendid lahterdatakse kolmele visuaalsele tasandile:

- 1) fookus koosneb ühest pikemast loost, dominantsest fotost, dominantsest pealkirjast;
- 2) teised elemendid – siia kuulub mõni lühem lugu, väiksemad fotod, väiksemad pealkirjad jm elemendid;
- 3) täidiselemendid – need on lühiudised väikeste pealkirjade ja üksikute tillukeste fotodega.

Fokuseeriva struktuuri kolmetasandiline hierarhia annab lugejale ette vaatamise-lugemise järjestuse: alustada fookusest ja liikuda seejärel visuaalselt nõrgematele elementidele. Nii lihtsustab ajaleht lugeja jaoks maailma keerukust ja mitmekesisust, valides, lahterdades ja sildistades sündmusi ning esitades neid päevast päeva reeglipäraselt korduva visuaalse tugevusega vormis (ettemääratud pikkusega tekstide, kindla suurusega pealkirjade, fotode jm elementide abil).

Fokuseeriva struktuuri keskne element on tavaliselt domineeriv foto. See muudab foto rolli leheküljel. Domineeriv foto pole enam teksti lisand, vaid lehekülje keskne element ('ankur'), millest lähtudes struktureeritakse ja kujundatakse kogu ülejäänud lehekülge.

Lääne ajalehed hakkasid fokuseerivat struktuuri kasutama järk-järgult 1970. aastatel, laialdaselt 1980. aastatel (Hutt & James 1989: 34jj; Djupsund & Carlson 1998; Barnhurst & Nerone 2001: 208–209). Fokuseeriva struktuuri löid USA lehed, mis arendasid selle välja eraldavast moodulstruktuurist. 1987. a küsitluse kohaselt kasutas 95% USA päevalehtedest esiküljel fokuseerivat leheküljestruktuuri (Utt & Pasternack 1989: 625). Kujundusõpikud neil kahel struktuuril vahet ei teegi ja nimetavad mõlemat moodulkujunduseks (ingl *modular design*, *modular layout*), vastandades seda eelnevale puslekujundusele ja käsitledes fookuse olemasolu teisejärgulise, peaaegu iseenesestmõistetava tunnuseks (Rehe 1985: 89–94; Garcia 1987: 46–49, 68–74; Moen 1989: 32–33, 43–45; Harrower 1995: 74–79).



Siiski on neil kahel struktuurimudelil välimuselt ja lugeja jaoks selge erinevus: moodulstruktuur (ja ka teised mittelineaarsed struktuurid) korrastavad, lihtsustavad ja hierarhiseerivad infot; fokuseeriv struktuur viib hierarhiseerituse ja visuaalse lihtsustamise äärmusse ning paigutab info selgetesse süstemaatiliselt defineeritud lahtritesse. Selleks, et info lahtrisse mahuks, peab ta olema sobivalt struktureeritud (igale leheküljele on vaja kindel arv kindla pikkusega tekste ja paratekste ning rutiinse suurusega visuaale). Nii korrastab fokuseeriv struktuur infot rutiinselt ja mustvalgelt: tähtis info ja muu info.

Fokuseeritud lehekülgede järjekindel kasutamine algab *Eesti Päevalehes* 1995. a, *Postimehes* 1997. a lõpus. Fokuseerimine mõtteviisina ei kinnistu kohe, vaid mitme aasta vältel. Näiteks veel aastal 2000 saadab *Postimees* Eesti ajalehtede kujunduskonkursile valdavalt tasakaalustatud kompositsiooniga olemuslugusid, mitte uudseid fokuseeritud variante. Ka Soome päevalehed lähevad fokuseeritud lehekülgede kasutamisele üle umbes samal ajal. 2001. a kasutab fokuseeritud leheküljestruktuuri umbes 60% Soome päevalehtedest (sh kõik suured lehed), 2005. a peaaegu 90% päevalehtedest (Pulkinen 2008: 145–146).

Kokkuvõttes struktureerivad eesti ajalehed alates 1990. aastate lõpust lehekülgi kahe mudeli järgi: valdavalt kasutatakse fokuseeritud struktuuri, vähestel kindlatel juhtudel eraldavat moodulstruktuuri. Mõlemad mudelid on eraldavad. Nad jagavad lehekülje lugejale 'silmapärase' suurusega tükkideks, mis on üksteisest selgesti eraldatud joonte, taustade, värvi ja tühja ruumi abil.

Barnhurst ja Nerone on pidanud fokuseerivat korrastamist iseloomulikuks professionaalsele disainile, mis lähtub eeldusest, et ajalehe sisu on asümmeetriline ja ka vorm peaks seda asümmeetriat ratsionaalselt peegeldama, mitte olema tasakaalustav ja sümmeetriline (2001: 237–243).

Range süstemaatilisus lehekülgede struktureerimisel tähendab seda, et ajalehe välimus hakkab sisule oma nõudmisi dikteerima. Selliste külgede loomiseks on tarvis kindla suurusega elemente. Ja kindla suurusega elementide kasutamine hakkab määrama ka sisu. Näiteks lehekülgede arv määrab, mitu pikemalt lahti kirjutatud teemat lehenumbriks pannakse, sest igale küljele on vaja üht fookuslugu. Kui teema määratakse lehekülje fookuslooks, siis kuulub sinna juurde kindel hulk lisaelemente, nt 1998. a *Eesti Päevalehes* ala- ja ülapealkiri, foto, infokast (näide 10.1). See tähendab, et ajaleht täidetakse kindlas formaadis infoga.

Nii nagu kümnendi alguses, lisandub ka edaspidi ajalehte tühja ruumi. 1990. aastate keskel hakatakse tühja ruumi kasutamist süstematiseerima, tühi ruum elementide vahel saab muutumatu ja loogilise suuruse (nt pealkirja kohal on suurem vahe kui pealkirja all). Alates 1997. a muutub kujundus hõredamaks: lugude vahel hakatakse kasutama suuremat veeruvahet (4–5 mm sama loo veergude vahel, 8–14 mm eri lugude vahel), tühja ruumi lisatakse tsitaatide ümber jms. Pärast 2000. a lisatakse tühja ruumi ka tekstiploki sisse, nt kitsas tühi veerg keset põhiteksti jagab loo kahte ossa.

**Joonealune** kaob eesti lehtedest 1990. aastate esimesel poolel. Kümnendi alguses kujundatakse joonealusena veel järjejutte, seaduseelnõude ja seaduste tekste jm pikemaid lugusid. Seejärel hakatakse üha rohkem lehekülgi vertikaalselt osadeks jaotama (ilmselt on see seotud fokuseeriva struktuuri kasutuselevõtuga) ja joonealune kaob. Sama tendents ilmneb 1990. aastate alguses ka saksa lehtedes, mis on joonealust pidevalt kasutanud alates 19. sajandi keskpaigast. (Lääne)saksa päevalehtedest kasutab 1989. a joonealust 51% , viis aastat hiljem 29% lehtedest (Schönbach 2000: 68).

## KOKKUVÕTE

1990. aastatel eesti ajalehtede välimus järsult liigendatumaks, visuaalsemaks ja süstemaatilisemaks. Periood jaguneb kahte faasi.

1990. aastate esimese poole muutused seostuvad kasvu ja eklektilisusega. Esiplaanile tõstetakse uudised, kasvab temaatiline mitmekesisus, ajalehenumber struktureeritakse mono-temaatiliste lehekülgedena. Lood pikenevad ja fotod suurenevad. Lugude liigendatus kasvab järsult. Visuaalsus kasvab järsult. Kasutusele võetakse uudseid kujunduselemente: igapäevane (sise)poliitiline karikatuur, koomiksid, teabegraafika, täisvärv. Samas on lehtede välimus eklektiline, sest tüpograafia (eelkõige teksti- ja pealkirja-kirjade suurus) varieerub varasemast rohkem ja uused kujunduselemendid on kohmaka välimusega.

1990. aastate teisel poolel muudetakse ajalehtede välimus korrapäraseks ja süsteemseks. Tüpograafia standardiseeritakse (kindlad teksti- ja pealkirja-kirjad kindlates suurustes, sildid ühes stiilis). Lehekülgede kujundamisel võetakse kasutusele fokuseeritud struktuur, mis annab lugejale lehekülje kindla alguspunkti ja järjestab info visuaalselt. Selle muutuse elluviimisega on loodud disainitud ajaleht, mille puhul ajalehe sisu loomisel lähtutakse vormilistest nõudmistest. Ka selles faasis suureneb visuaalsus veelgi, üha rohkem kasutatakse pooleveerulisi fotosid ja visuaalset teabegraafikat, paratekste, täisvärvi.

Pärast 2000. a muutub ajalehtede välimus üha kirevamaks ja variatiivsemaks. Fokuseeritud hierarhiat 'lamendatakse' info atomiseerimisega: kasutatakse veelgi rohkem paratekste, väikesi fotosid, värvilisi piselemente. Selgeid modulaarseid hierarhiaid muudab segasemaks põhitekstide 'tükeldamine' paratekstide, visuaalide ja tühja ruumiga.

## II. EESTI AJALEHTEDE VÄLIMUSE MUUTUMISE PÕHJUSED

Ajalehe välimuse muutumist on seletatud eri viisidel. Eri uurijad on toonud esile erinevaid tegureid ja näinud nende omavahelisi suhteid erinevalt. Kõige sagedasemad seletused ajalehtede välimuse muutumisele on kahesugused: ühed on tehnoloogilis-deterministlikud, mis näevad muutuste põhjusena vahetult tehnika arengut ja uuendustesi ning teised tehnilis-instrumentalistlikud ja sotsiaal-deterministlikud, mis vaatlevad tehnikat kui muutuste võimaldajat, üht mõjurit konkreetse ilmutiskeskkonna eri aspektide seas (pikemalt vt *Ajalehtede välimuse muutumise seletamine*, lk 45–51).

Tavaliselt piirduvad uurijad üksikute mõjurite mainimisega. Kaks mudelit, milles on arvesse võetud eri tegureid ja neid süsteemsemalt käsitletud, on loonud Barnhurst & Nerone (1991, 2001) ja Mervola (1995). Selline integreeritud käsitlus on eesmärgiks ka käesolevas väitekirjas ja kogutud ulatuslik kvantitatiivne empiiriline andmestik võimaldab eesti ajalehtede välimuse muutumise mõjureid põhjalikult analüüsida.

Eesti lehtede välimuses on vaheldunud aeglaste muutuste perioodid lühemate ajajärgudega, mil muutused kumuleeruvad ja lehe välimuses toimub murre. Murded jagunevad kahte rühma. Osa neist toob kaasa suuremaid muutusi ja algatab uue välimusperioodi. Osa toob kaasa väiksemaid muutusi ja jagab perioodid faasideks. Kokkuvõttes jaguneb eesti ajalehtede välimuse viide perioodi ja üheksasse alaperioodi ehk faasi (pikemalt vt *Eesti ajalehtede välimusperioodid*, lk 125–143). Nende perioodide piiridel toimuvate konkreetsete muutuste põhjusi analüüsidest püüangi jõuda (eesti) ajalehtede välimuse muutumise mudolini.

### I. Esimeste eesti ajalehtede välimuse päritolu

Lehtede välimuse esimene periood algab esimeste eestikeelsete lehtede ilmumisega. Esimene murre toimub 1850. aastate lõpus, kui eesti ajalehed hakkavad järjepidevalt ilmuma. See murre eristab esimese perioodi kahte faasi.

19. sajandi alguse eesti lehed sarnanevad välimuselt osalt eestikeelsete kalendrite ja ajakirjadega ning osalt baltisaksa ajalehtedega. Nii võib öelda, et uue perioodilise trükise liigi – ajalehe – välimuse kasvab välja olemasolevate perioodiliste trükiste välimusest selles regioonis. Mille poolest sarnanevad eesti ajalehed baltisaksa ajalehtedele, mille poolest muudele eestikeelsetele trükistele?

Eesti ajalehed ilmuvad samasuguse formaadiga (leheküljesuurusega) nagu tollased eesti rahvaraamatud. Sealjuures on esimene ajaleht *Tarto maa rahwa Näddali-Leht* (1806) pisut suuremas (oktaav)formaadis kui järgmine leht *Marahwa Näddala-Leht* (1821–1825). Põhjuseks on paberipogna suuruse valimine lähtudes planeeritud lehenumbri mahust: *Tarto maa rahwa Näddali-Lehhe* maht on neljandik pognat (neli pisut suuremas oktaavformaadis lehekülge), *Marahwa Näddala-Lehhe* maht on pool pognat (kaheksa pisut väiksemas oktaavformaadis lehekülge).

Eesti ajalehed laotakse suuremas tekstikirjas kui baltisaksa ajalehed (12p 10p asemel), kasutades sama kirjasuurust nagu eesti rahvaraamatutes ja kalendrites. Seega kirjasuurus seob eesti ajalehed ühte muude eestikeelsete trükistega. Suurema kirja kasutamine maarahvale mõeldud trükistes võib olla seotud tollaste oludega (pimedad talutared; maarahvas ei kandnud prille), aga esialgne suurema kirja kasutamine on tunnuslik ka muude rahvaste esimestele ajalehtedele.

Ülejäänud tüpograafia on sünkroonne baltisaksa lehtedega. Nii eesti kui baltisaksa lehtedes kasutatakse ainult üht kirjaverekonnda, paratekstide ladumiseks sõrendatud kirja, kuulutuste välimuse ei erine toimetuse materjalist.

Baltisaksa lehtede maht, formaat ja liigendus käib eesti lehtedest ees, eesti lehed võtavad samasugused kujundusvõtted kasutusele umbes pool sajandit hiljem. Esialgu on maarahvale mõeldud lehed vähemliigendatud, raamatulikumad. Näiteks juba 1805. a *Dörptsche Zeitung* kasutab kvartformaati ja kaht veergu leheküljel; eesti lehtedesse ilmuvad need alles pool sajandit hiljem, 1857. a. Juba 1805. a *Dörptsche Zeitung* pealkirjastab uudiseid kohanime ja kuupäevaga; eesti lehed hakkavad uudiste algusse kuupäeva märkima üle 60 aasta hiljem, 1870. a, kui hakatakse avaldama telegraafi uudiseid. Juba 1820. a *Dörptsche Zeitungis* on uudised jagatud kahte rubriiki: “Ausländische Nachrichten” ja “Inländische Nachrichten”. Samal ajal ilmuma hakkav *Marahwa Näddala-Leht* kasutab uudiste märkimiseks ainult üht rubriiginime “Teädused” ja sedagi mitte alati. Eesti lehed hakkavad sise- ja välisuudiseid eraldi rubriikidesse jagama peaaegu 40 aastat hiljem, 1850. aastate lõpus. Nii suure ajalise lõtku tõttu ei ole siin tegemist mitte otsese matkimisega, vaid olemuslikult sarnaste arenguetappide läbimisega hiljem, siis kui ajalehete sisu ja maht on jõudnud selliseks liigendamiseks sobivasse faasi.

Erinev on ka eesti ja baltisaksa lehtede struktuur. Baltisaksa lehtedes on esiplaanil uudised – neile antakse rohkelt mahtu ja need pannakse lehenumbri algusse (vt Matsulevitš 1987; Jansen 1994). Ka muudes ajalehtedes, mida tehakse valitsevale sotsiaalsele klassile (nt Vene ametlikud ajalehed, vt Kisselev 1990; inglise ja angloameerika lehed, vt Barnhurst & Nerone 2001), on uudised kesksed lehtede ilmumise algusest alates. Eesti lehtedes on esiplaanil pikemad valgustuslik-didaktilised tekstid. Samasugused on esimesed soomekeelsed ajalehed ja Saksa regionaalsed talurahvalehed (vt Tommila 1988: 87; Welke 1986: III). Seega näitab lehenumbri struktuur talurahvalehete valgustuslikku iseloomu. See paistabki olevat algsete ‘plebei’-ajalehete olemuslik joon.

## 2. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1850. aastatel

Kui eesti ajalehed 19. sajandi keskel taas ilmuma hakkavad, on nende numbrimaht kasvanud üle kolme korra. Mahu kasvu taustaks on üldised ühiskondlikud muutused: pärisorjuse kaotamine, mis võimaldas ja sundis talurahvast iseseisvamaks muutuma; rahvakoolide võrgustiku loomine alates 1840. aastatest ja sellest tingitud lugemis- ja kirjaoskuse levik. 19. sajandi keskpaiga eesti talupoeg on hoopis eneseteadlikum ja uudishimulikum kui 30–40 aastat tagasi. Ka Aleksander II suhtus trükisõnasse eelmisest keisrist palju liberaalsemalt, nii hakkavad ajalehed 1857. a ilmuma lootusrikkamates oludes kui 19. sajandi alguses.

Lehtede mahu kasv leiab väljenduse formaadi suurenemises. Eesti ajalehed võtavad oktaavformaadi asemel kasutusele suurema, (kvart)formaadi, mida baltisaksa lehed kasutasid juba 19. sajandi alguses. Tegijate poolelt vaadates on suurema formaadi kasutamine vaid tehniline muutus – varasema kolme korra asemel murtakse paberipooogen kaks korda kokku (ühest poognast saab kaheksaküljelise ajalehenumbri) ja lehe maht suureneb veeriste mahu vähenemise arvel.

Ülejäänus on eesti lehtede välimuse sünkroniseerunud baltisaksa lehtedega: kogu lehe sisu on liigendatud rubriikidesse, paratekstit on paksus kirjas, kasutatakse tiitlipilte ja vahel harva muid joonistusi, kuulutused erinevad välimusest toimetuse materjalidest, neis kasutatakse üksikuid väikesi joonistusi. Samas lehtede sisu ja struktuur on endiselt erinev: eesti lehed on ikka õpetlik-valgustuslikud, uudised on lehes tagaplaanil; baltisaksa lehtedes on uudised kesksed.



Esimeste ajalehtede visuaalne sarnasus muu perioodikaga on loogiline nii tegijate (toimetajate ja trükkalite) kui lugejate poolt vaadatuna.

19. sajandi alguses ja keskel on ajalehed nii toimetajatele kui trükkalitele Eestis uudne kõrvaltegevus, mis erineb seni ilmuvatest väljaannetest peamiselt regulaarsuse ja suurema operatiivsuse poolest. Toimetajad käsivad ajalehte kui igal nädalal ilmuvat uudislikku raamatut, mille abil talurahvast valgustada, harida ja õpetada (vt eelkõige Masing 1995–1997). Sellest annab märku ka lehtede välimuse: pealkirjastatakse ainult pikemaid lugusid, uudised järgnevad üksteisele ilma pealkirjadeta, koondatuna rubriikidesse. Aasta lõpus antakse välja ajalehe aastakäigu sisukord ja tiitelleht, nii et kokkukõidetuna moodustab ajalehe aastakäik aastaraamatu. Trükkalitele omakorda annavad ajalehed regulaarse sissetuleku raamatute trükkimise vahel. Kõik tollased ajalehed on trükitud pressidega, mis on ehitatud raamatute jaoks.

Trükitehniliselt oleksid 19. sajandi keskpaiga eesti ajalehed saanud sarnaneda kaasaegsetele välismaiste lehtedega (nt saksa või soome lehtedega), kasutades suuremat 'ajalehelikku' formaati, rohkem pealkirju jms. Näiteks Laakmanni trükikojas oli alates 1846. a kasutusel kiirpress, seega oli seal võimalik trükkida suuremas formaadis lehti. Aga Laakmanni juures trükitud *Tallorahwa postimees* (1857–1859) ja *Eesti Postimees* (alates 1864) on kvartformaadis nagu teised tollased eesti ajalehed. Puudub vajadus lehe formaati suurendada, kuna lehe sisu mahub endiselt ära raamatulikule väiksemale paberipoognale.

Nii nagu tegijatele, sobib esimeste ajalehtede raamatulik-ajakirjalik välimuse ka lugejatele, sest see võimaldab asetada uudse väljaandeliigi olemasolevate väljaannetega samasse konteksti ja ta kergemini omaks võtta.

### 3. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1870.–1880. aastatel

Murre eesti ajalehtede välimuses toimub 1870.–1880. aastatel, kui lehed eristuvad välimusest muust perioodikast ja raamatutest. Nad võtavad kasutusele suurema formaadi ja suurendavad liigendatust, võttes kasutusele joonealuse ja detailsema rubriigistatuse (pikemalt lk 126–128). Selle murranguga on seotud ka mahuhüpe, 1870. aastate teisel poolel kasvab ajalehtede maht viie aastaga 1,9-kordselt. Mahu järsu kasvu tingib vähemalt kaks tegurit.

Esiteks on mahu järsu kasvu taga eesti elu ühiskondlik elavnemine 1870. aastatel, mis pakub ajalehtedele varasemast palju rohkem kirjutamisainet ja samal ajal tugevdab ajalehe positsiooni ühiskonnas (vt lk 163). Suureneb ajalehtede kaastöölise hulk. Tehnilised uued transpordid ja kommunikatsioonid suurendavad info hulka ja edastamiskiirust. Ajaleht muutub ühiskonnas oluliseks kommunikatsioonivahendiks, esmakordselt saab rääkida ajakirjanduse üldrahvalikust levikust.

Teiseks on oluline mahusuurendaja ajakirjandusturu väljakujunemine 1880. aastatel (vt Lauk 1996a: 770–772, 1996b: 5–14; Avistu 2000). Esmakordselt saab lugeja valida mitme sarnase väljaande vahel, ajalehed hakkavad omavaheline konkureerima ja eelkõige meelitatakse lugejaid just saadava materjali hulgaga. Tellimiskuulutustes tuuakse esile lehe mahus, lisalehe soodsam tellimishind, tasuta kalender, jutulisa, lubatakse avaldada pilte. Ado Grenzstein arvutab välja kõigi eestikeelsete ajakirjandusväljaannete mahu tähele märkides ja näitab, et 1885. a on kõige soodsam tellida *Olewikku*, siis saab lugeja oma raha eest kõige rohkem lugeda (*Olewik* 4. dets 1884). Seega peetakse suuremat mahtu otseselt konkurentsieeliseks.

Mahuhüpet kindlustavaks ja soodustavaks teguriks võib oletada ka ajalehepaberi tootmise odavnemist 1880.–1890. aastatel (Lauk 1996b: 10), aga selle muutuse toimumisaeg vajab täpsemat uurimist.

Lehede mahu kasv omakorda nõuab rohkem toimetajaid ja seda, et toimetaja töötaks pidevalt. Seetõttu muutub ajalehetoimetaja staatus ja roll. 1870. aastate lõpus algab ajalehetoimetajate embrüonaalne professionaliseerumine. Senine ajalehetoimetaja oli toimetaja-koolmeister, kes valgustuslikust missioonitundest tegi eesti talurahvale ajalehte. Nüüd on ta toimetaja-rahvajuht, kes lisaks ajalehe toimetamisele juhib üldrahvalikke üritusi ja seltside tegevust. Samas pole ajakirjandus enam 'hobi', vaid kujuneb täisajaliseks tööks.

Johann Voldemar Jannsen oli elukutseline ajakirjanik juba alates 1864. a, aga esialgu on ta veel üksik erand (vt Lauk & Pallas 2008). Alates 1870. aastate lõpust hakkavad lehetoimetajad palkama endale ka abilisi, esialgu ajutiselt. Aga 1880. aastatel koosnevad ajalehete toimetused juba kahest-kolmest inimesest, kes end lühemat või pikemat aega lehetööst elatavad (Peegel jt 1994: 331–333; Pallas 2000a, 2000b). Seega pole ajalehed enam personaalsed väljaanded, kus üks mees kõike otsustab ja teeb.

Esialgse tööjaotuse teke väljendub ka lehe välimuses. Tollase ajakirjaniku tööülesanded on teistsugused kui tänapäeval. Ajakirjanik tegeleb peamiselt info koondamisega, valimisega, struktureerimisega ja edastamisega, väga vähe info aktiivse hankimisega ja töötlemisega ning üldse mitte info kontrollimisega. Infot võetakse teistest lehtedest, saadakse kaastöölislalt (kirja teel) ja telegraafiagentuuridelt. Ilmselt on mitme mehe vahel lihtsam tööd organiseerida, jagades tööülesandeid rubriikide kaupa. Nii peegeldab sisu liigendamine detailsemateks rubriikideks (nt kodumaa-uudised jagunevad mitmeks geograafiliseks rubriigiks) ka toimetusesisest tööjaotust.

Mõni uudiski kajastab tollast töökorraldust ehedalt. “\* Johannes Brasche, Tallinna Toompea Eesti Kaarli koguduse kauaaegne õpetaja olla, kuidas meie kuuleme, neil päivil oma ametist lahtipalumise kirja Eestimaa konsistoriumisse sisse andnud. Nagu teiselt poolt kuuleme, ei olewat see sõnum õige.”, kirjutab *Eesti Postimees* rubriigis “Tallinna elu” (23. nov 1905). Nii koondab ja avaldab ajaleht eri allikate infot ega sekku sellesse sisuliselt ega vormiliselt. Otsused ja järeldused – mida lugeda ja mida loetust arvata – jäetakse lugeja enda teha.

Niisiis suurendavad eesti ajalehed 1870.–1880. aastatel lehe mahtu. Suurema mahuga ajalehe tegemiseks on kaks võimalust: suurendada formaati või suurendada lehekülgede arvu lehenumbris. Eesti ajalehed suurendavad formaati ja samas vähendavad lehekülgede arvu (senise kaheksa külje asemel neli külge). Mis on selle valiku põhjus?

Lehekülgede lisamine lehenumbrisse on tollaste trükitehniliste võimaluste juures lihtne seni, kuni kogu number mahub ühele paberipoognale, sest kiirpressid trükkivad ühekorraga paberipoogna ühe poole, seejärel tükitakse teine pool ja volditakse poogen kokku. Kui lehekülgi on lehenumbris nii palju, et sisu tuleb trükkida kahele poognale, pikeneb trükkimise aeg või on vaja teha lisainvesteeringuid (osta lisamasin teise poogna samaaegseks trükkimiseks, palgata lisatööjõudu).

Selles olukorras on formaadi suurendamine kvartformaadist foolioformaadi lehe mahu suurendamiseks ilmselt kõige optimaalsem lahendus. See tähendab, et kasutusele võetakse suurem paberipoogen ja seda murtakse kokku ainult üks kord.

Põhimõtteliselt on ka kolmas võimalus: jätta ajalehe numbrimaht samaks, aga tihendada ilnumissagedust. See aga nõuab lehe nädalamahu järsku suurendamist. Sagedasem ilmumine tõstab ka lehe levitamiskulusid, aga lugejaid sel ajajärgul juurde ei too, nagu näitavad 1870.–1880. aastate eesti lehede katsed ilmuda kaks korda nädalas. Lehede levitamise kiirus pole piisav ja eesti lugejad pole piisavalt huvitatud sagedamini ilmuvast ajalehest (vt Kahu 1971: 25–34; Aru 2008: 56jj, 83).

Formaadi suurendamine nõuab võimsamaid trükipresse ja suuremat paberipoognat. Kuni 1880. aastateni oli trükiasjanduses valitsev positsioon baltisakslastest trükkalitel, kellele ajakirjanduse trükkimine oli väike, aga pidev lisatöö ja lississetulek raamatute trükkimi-

se kõrval. 1880. aastateks on eesti ajalehed saavutanud ühiskonnas nii kindla positsiooni ja rahvuslik liikumine on andnud eestlastele nii palju eneseteadvust, et asutatakse esimesed eestlaste trükikojad (Grenzstein 1882, Herms (nimeliselt, tegelikult Järv) 1883, Hermann 1886), mille keskne eesmärk on just ajakirjanduse trükkimine (Miller 1972: 133–134; Puk-soo 1973: 192–193). Nii ostavad uued trükkalid oma esimesed pressid kohe ajalehtede jaoks. Kasutusele tulevad rauast kiirtrükipressid, mis võimaldavad trükkida suuremat formaati.

Eelnevast on näha, kuidas muutused ühiskonnas suurendavad info mahtu ja mahu kasvuga toimetulekuks suurendavad ajalehed formaati. Nüüdsest peale on eesti lehed samasuguse formaadiga nagu baltisaksa lehed. Ilmselt baltisaksa lehtedelt võtavad eesti lehed üle ka selles formaadis ajalehele omase välimuse: nad lisavad veerge, hakkavad kasutama joo-nealust, liigendavad lehe sisu detailsematesse rubriikidesse. Need on võtted, mida fooliofor-maadis baltisaksa lehed on kasutanud juba mitu aastakümnet. Seega võib öelda, et välimuse muutuste vallandajaks on lehenumbri järsult suurenenud maht ja formaat ning baltisaksa lehtede eeskuju.

Seda mudelit ei järgi *Perno Postimees*, mis 1878. a suurendab pisut formaati, aga mitte veergude arvu ja liigendatust. Siin võib põhjusena oletada väikse provintsilehe väikset alla-käiku, lehe kirjastajate vähest huvi oma ajalehe arendamise vastu, personaalse ajakirjanduse traditsiooni jätkamist (vt *Postimees* 1909: 25–44; Lumiste 1977: 44–45; Peegel jt 1994: 93, 101; Aru 2002: 23).

Mudelist läheb teadlikult kõrvale Grenzsteini *Olewik*, mis 1889. a loobub suuremast formaadist, võtab kasutusele väikse ajakirjaliku formaadi ja suurendab lehekülgede arvu lehenumbris (vt lk 164, 167). Samas on *Olewiku* liigendatus suurem kui teistel lehtedel ning korrelatsioonis lehenumbri suurenenud mahuga ja mitmemehelise toimetusega (vt Peegel jt 1994: 179–180).

Ka omavaheline konkureerimine mõjutab sel perioodil ajalehtede sisu ja vormi. Tollased eesti lehed eristuvad teistest perioodilistest väljaannetest sisult ja vormilt, aga samas omava-hel muutuvad nad sarnasemaks. Seega kinnitavad ka 19. sajandi lõpu eesti lehed hüpoteesi, et konkurents sarnastab lehti (Utt & Pasternack 1985).

Rahvusvahelises võrdluses võib esile tuua, et samamoodi suurendavad formaati ka Soome lehed alates 1850. aastatest. Pekka Mervola peab muutusi vallandavaks teguriks rauast trükipresside kasutuselevõttu 1840.–1850. aastatel, mis võimaldas lehtedel suurendada lehe-numbri mahtu formaadi suurendamise abil. Eestis sellist otsust põhjuslikkust ei ilmne. Esime-ne (rauast) kiirpress võeti kasutusele 1840. aastate lõpus ja esimene suuremas formaadis eesti leht trükitakse sellega alles 1869. a. 1870. aastate lõpus ostetud kiirpressid on hangitud juba spetsiaalselt selleks, et trükkida mahukamaid (= foolioformaadis) ajalehti. Erinevalt eesti lehtedest suurendavad Soome lehed formaati pikema aja vältel üha edasi, eriti kiiresti 1870.–1890. aastatel. 1890. aastatel ilmuvad suurimad Soome lehed juba 'voodilina' mõõ-dus (ingl *blanket sheet*, sm *lakanalehti*; s.o vähemalt 2500 cm<sup>2</sup> suurune lehekülg; Mervola 1995: 95jj). Eesti lehtedest kasutab peaaegu nii suurt formaati ainult *Tallinna Teataja* oma ilmumise alguses (1910).

#### 4. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1920. aastatel

1920. aastate esimesel poolel lähevad sajandi alguses alanud üksikud muutused lehe välimu-ses üle suureks murranguks ja ajalehed eristuvad välimuselt muudest trükistest põhimõtte-liselt. Võetakse kasutusele uudne mittelineaarne leheküljestruktuur, mis koosneb erineva visuaalse tugevusega mitmeveerulistest elementidest. Ajalehe välimus on liigendatum ja kontrastsem (pikemalt lk 129–131). Ka selle välimusmurdega seostub mahuhüpe: 1920.

aastate esimesel poolel kasvab lehenumbri keskmine maht 1,6-kordselt. Lehtede mahukasvu taga on eelkõige neli faktorit.

Sajandi alguse ühiskondlik-poliitiline ja kultuuriline elavnemine toob kaasa tõusu eesti ajakirjanduses. Kuid kuus sõja-aastat (I maailmasõda 1914–1918 ja Vabadussõda 1918–1920) takistavad ajakirjanduse kasvu. Pärast Vabadussõja lõppu vallanduvad muutused kui paisu tagant. Kiiresti muutuv ühiskond, intellektuaalide kasvav hulk, pulbitsev kultuuri- ja majanduselu annab ajalehetele ohtralt kirjutamisainet (vt Walter 1998; Valge 1998; Karjahärm & Sirk 2001; Talve 2004: 531jj; Zetterberg 2007: 515jj).

1920. a aprillis kaotatakse Eestis Vabadussõja ajal kehtinud sõjatsensuur. 15. juunil 1920 võtab Asutav Kogu vastu Eesti Vabariigi põhiseaduse, mis sätestab sõna-, mõtte- ja trüki-vabaduse. Esmakordselt saavad eesti ajalehed-ajakirjad ilmuda vabalt, ilma tsenseerimata, ilma riigi poolt kehtestatud kitsenduste ja piiranguteta. 1920. aastate esimesel poolel on ajakirjandusel kõige vabamad arengu- ja tegutsemistingimused (Harro 1994a: 49jj; Lauk 1996a: 773–774; Aru 2002: 116–119). See vabadus väljendub väga selgelt ka kvantitatiivsetes näitajates: plahvatuslikult kasvab väljaannete hulk ja nende temaatiline mitmekesisus. Oluline on kodanikuühiskonna arenemine: tekivad poliitilised erakonnad ja rühmitused, mis asutavad oma häälekandjad.

1910. aastatel asutatakse esimesed kirjastusfirmad, järk-järgult lähevad kõik suured ajalehed üksikisikute omandusest osaihisuste omandusse (teistest hiljem *Postimees* 1930. a, vt Aru 2008: 250), ajakirjandus industrialiseerub. Muuhulgas saavutavad ajalehed sellega ka majanduslikult kindlama positsiooni, mis võimaldab hankida moodsamat trükitehnikat (ladumismasinad, rotatsioonimasinad, klišeerimistehnika; vt Lauk 1991: 48–54). Kui seni laoti kogu ajaleht käsitsi, siis nüüd ostetakse teksti ladumiseks ladumismasinaid ja see kiirendab tööprotsessi oluliselt.<sup>[1]</sup> Esimene ladumismasin võetakse kasutusele 1908. a *Päewalehes* (Puksoo 1973: 197), paari aasta pärast laotakse *Päewalehte* juba kolmel masinal nelja mehega<sup>[2]</sup> (*Päewaleht* 26. veebr 1911: 2). Trükkimisel võetakse 1910. a paiku kiirpresside asemel kasutusele rotatsioonimasinad, mis kiirendavad trükkimist üle kümne korra ja võimaldavad suurendada lehekülgede arvu lehenumbri.

Seega ostetakse esimesed ladumismasinad ja uued trükimasinad aastaid enne mahuhüpet ja suuri muutusi lehe välimuses. Muutuste viibimist mõjutab ilmselt enim maailmasõja majanduslik mõju.

Samas ei saa efektiivsemate masinate mõju lehtede mahu kasvule üle hinnata. Näiteks *Postimees* kasutab kuni 1929. a rotatsioonimasinat, mis trükib korraga neli lehekülge. Sellest hoolimata on juba 1925. a *Postimehe* numbri keskmine maht 6,4 lk. See tähendab, et sageli trükitakse lehenumber kahes või isegi neljas osas, et avaldada 8–16-küljelisi lehenumbreid. Ka 56-küljeline lehenumber, mis on pühendatud Jaan Tõnissoni 60. sünnipäevale (22. detsembr 1928), trükitakse sellesama neljaküljelise masinaga. 16-küljeline rotatsioonimasin, mida hakatakse kasutama 1929. a, on võimeline trükkima palju mahukamat lehte, aga lehenumbri keskmine maht kasvab iga viie aastaga siiski ainult lehekülje võrra: 1930. a on *Postimehe* lehenumbri keskmine maht 7,4 lk; 1935 – 8,1 lk; 1940 – 9,5 lk.

Ja lõpuks, kasvavad lehetoimetused. Kuni 1901. a oli *Postimees* ainus eesti päevaleht. Koos järgmiste päevalehtede tekkimisega hakkavad 1910. a paiku suurenema toimetuste koosseisud. See võimaldab kasvatada lehtede mahtu ja vastupidi, mahu kasv sunnib palkama rohkem ajakirjanikke. Näiteks 1900. a töötab *Postimehes* 5 toimetuseliiget, 1903 – 8,

[1] “Käsiladujalt nõuti warem 1000 tähte tunnis, masinaladuja peab nüüd lööma tunnis vähemalt 7000,” räägib *Waba Maa* ärijuht Aleksander Weiler 1930. a ajakirjanduslikul kõnekoosolekul (*Waba Maa* 1. märts 1930: 5).

[2] Masinlaos on lugude põhitekst, aga pealkirjad ja kuulutused laotakse endiselt käsitsi.

1905–1909 – 11, 1921 ja 1931 – 13 (*Postimees* 12. dets 1931: 3; Aru 2008: 140, 142, 169, 216).

Seega toovad erinevad muutused ühiskonnas kaasa ajalehtede mahu kasvu. Ühiskondlikud muutused algavad juba enne I maailmasõda, kuid järsk murrang toimub sõdade järel. Selleks ajaks on kesksed lehed päevalehed ja lehtede formaadid suurenenud täisformaadini (u A2)<sup>[3]</sup>, sellest suuremaks leheküljed enam ei lähe. Selleks pole vajadust, kuna rotatsioonimasinad trükivad rullipaberile ja võimaldavad korraga trükkida järjest rohkem lehekülgi. Seega on murtud ka kaua püsinud tehniline neljaküljelise lehenumbri piirang ja nüüdne mahuhüpe väljendub lehenumbri paksenemises (lehekülgede arvu kasvus).

Mahukam lehenumber struktureeritakse varasemast erinevalt: esiplaanile tõstetakse uudised, info hierarhiseeritakse, st kujunduslike võtetega hakatakse lugejale osutama info suhtelist tähtsust. Väliseid faktoreid, mis kujundusmuutused vallandavad, on mitu.

Esiteks saavutasid päevalehed enne I maailmasõda Eestis massilise leviku ja 1910. aastad toovad esmakordselt eesti ajakirjandusturule konkurentsivõitluse. Maailmasõja-aegsed poliitilised takistused ja majanduslikud raskused tõmbavad seda tagasi, nii et sõja ajal võisteldakse peamiselt sõjauudiste operatiivsuses. Pärast sõdade lõppu 1920. a teravneb konkurentsivõitlus ja laieneb kogu ajalehe sisule. 1922. a ilmub Eestis seitse-kaheksa päeva-lehte (Aru 2002: 117) 970 tuhande eestikeelse elaniku kohta.

Omavahelises konkureerimises saab argumendiks ka lehe välimus ning ajalehed hakkavad infot esitama varasemast ülevaatlikumalt, kiiremini kättesaadavana. Välimust muudetakse efektiivsemaks, et lugeja ei pea enam algusest lõpuni lehte läbit töötama, et endale vajalikku ja huvitavat infot leida. *Waba Maa* on esimene eesti ajaleht, mis teadlikult kasutab ajalehe välimust konkurentsivõitluse vahendina (vt A. T. 1920: 4; Laaman 1920; Wellner 1923: 6). *Waba Maa* ärijuht Aleksander Weiler seostab uudiste esiplaanile tõstmist ja uudset esitlemist suurte informatiivsete pealkirjadega just lehtede igapäevase omavahelise konkureerimisega: “Kaupa peab kohe nägema ja nii asendavad nüüd endist esimese külje juhtkirja kõige põnewamad päewauudised suurte pealkirjadega.” (*Waba Maa* 1. märts 1930: 5).

Ka USA lehtedes, kus mitmeveerulised pealkirjad ja modulaarne küljendamine 19. sajandi lõpus esmakordselt kasutusele võeti, on neid muutusi seostatud just lehtedevahelise konkurentsi tugevnemisega (Everett 1976).

Teiseks muutub ajalehtede levitamiskiis. Kuni I maailmasõjani levis enamik ajalehtede tiraažist tellimise teel, sõja ajal hakatakse üha enam ostma lehti üksiknumbritena. Aleksander Weileri andmetel on 1930. a suurte päevalehtede lugejaist 75% üksiknumbrite ostjad, nädalalehtedel isegi 80%, enne I maailmasõda oli proportsioon vastupidine (*Waba Maa* 1. märts 1930: 5; vt ka Harro 1994b: 80). Sellel muutusel on mitu põhjust. Sõja ajal harjusid inimesed üksikmüügist ostetud lehe operatiivsusega. 1920. aastate alguses kallinevad postiteenused, sh ajalehtede kohaletoimetamine. Üksikmüüki korraldatakse eelkõige linnades, kus inimesed töölt tulles ostavad tänavalt värske ajalehe (päevalehed ilmuvad kella 5 ajal õhtul). 19. sajandi teisel poolel oli hakanud kiirenema linnastumise tempo, 1922. a elab Eestis linnades 25% rahvastikust, 1939. a 33% (Harro & Somelar 1996: 52; Aru 2002: 112; Zetterberg 2007: 519).

Üksikmüügi kaudu levitamine sunnib muutma lehe välimust aktiivsemaks, intensiivsemaks. Näiteks lehepoidid, kes tänavatel ajalehti müüvad, hõikavad lehe pakkumiseks ilmselt neidsamu deklaratiivselt sõnastatud pealkirju-alapealkirju, mis tulevad uudistes kasutusele 1920. a paiku.

[3] Termin ‘foolioformaad’ (= formaat, mis saadakse paberipoognat üks kord kokku murdes) kaob käibelt rotatsioonimasinate kasutuselevõtuga, sest enam ei trükita paberipoognale, vaid rullipaberile.

Kolmandaks muutub varasemast aktiivsemaks toimetuse roll lehe välimuse määramisel. Kui varem oli lehe välimuse vormistamine eelkõige trükikoja pädevuses, siis nüüd hakkab küljendamises ('murdmises') osalema ka toimetuse esindaja, kes otsustab tähtsamate (uudis)lugude paigutuse leheküljel. Ilmselt toimub see muutus 1920. a paiku. *Waba Maa* kirjutab 1920. a, et murdmist juhendab trükikojas üks pidevalt vahetuv toimetuse liige (A. T. 1920: 4). 1923. a lõpus kirjutatakse, et murdmist juhendab päevauudiste toimetaja Harald Wellner, mainimata, millal see uuendus kasutusele on võetud (*Waba Maa juubelilisa* 5. dets 1923: 10). *Postimehes*, mis sel ajal on välimuse muutmisel teiste lehtedega võrreldes konservatiivne, "wiibib toimetuse esindaja murdmise juures" alates 1922. a (nii meenutab üle 30 aasta murdjana töötanud August Linnas *Postimehes* 17. juuni 1937: 6).<sup>[4]</sup> Kes määrab sel ajal pealkirjade detailsuse, suuruse ja laiuse, pole täpselt teada. Arno Raagi mälestustest (1971) võib välja lugeda, et seda teeb suuremate lugude puhul tegevtoimetaja või toimetuse sekretär.

Neljandaks muutuvad ajalehes üha tähtsamaks uudised, mis seni olid teisejärgulise tähtsusega. Tekib uudisajakirjandus. Juba I maailmasõja ajal said uudised ajalehes keskeks. Inimesed ootasid värskaid (sõja)uudiseid, need paigutati juhtkirja(de) asemel esiküljele, et kõige tähtsam oleks lugejale kohe kättesaadav, ja nii jääb see ka pärast sõdu. Kuigi enamik ajalehti on erakondlikud (*Päewaleht* on ainus leht, mis kuulutab end mitte-erakondlikuks), kasutatakse tugevnevas konkurentsivõitluses just uudiseid, et müüa ajalehte lugejatele iga päev üha uuesti.

Uudiste tõstmine esiplaanile muudab ka ajakirjaniku rolli. Ajalehed keskenduvad üha enam uudiste hankimisele. Senise uudiste valija, refereerija ja trükkitoimetaja asemele tuleb reporter, kes aktiivselt uudiseid otsib ja selleks toimetusest välja läheb (vt nt Raag 1971: 109–110 kirjeldust, kuidas *Postimees* hankis andmeid tulistamisest Meltsiveski tänaval Tartus). Esimesed uudistereporterid eesti ajakirjanduses on Vabadussõja sõjakorrespondendid Henrik Visnapuu, August Gailit, Voldemar Koch-Kures ja Richard Roht (Aru 2001: 45; lähemalt vt Visnapuu 1995: 252–258).

Eelneva perioodi mahukasv oli leidnud lahenduse formaadi suurenemises ja muutused lehe välimuses olid olnud peamiselt kvantitatiivsed (rohkem veerge ja rubriiginimesid). Nüüdne mahukasv leiab lahenduse lehenumbri paksenemises. Paksem lehenumber vajab teistmoodi organiseerimist, lugejad vajavad visuaalset suunamist, et eristada tähtsamaid uudiseid vähemtähtsatest. Seega põhjustab mahukasv koos väliste faktoritega kvalitatiivsed muutused, mille eesmärk on iga päev ja kiiresti lugejale näidata, et leht sisaldab talle vajalikku ja huvipakkuvat, ning teha see lugejale kergesti leitavaks.

**Autoritaarse süsteemi mõju eesti ajalehtede välimusele.** Kuna ajalehe välimuse on otseselt mõjutatud ühiskondlikest ja poliitilistest teguritest, siis kuidas muudab eesti ajalehtede välimust autoritaarse korra kehtestamine 1930. aastate alguses (vt Zetterberg 2009: 423jj). Eelkõige reguleeritakse 1930. aastatel riiklikult ajalehtede sisu (vt lk 23–24; Viks 1935; 1938. a trükiseadus *Päewalehes* 21. apr 1938: 5), aga siseministri 1934. a sundmäärus

[4] Samas ütleb sama mees kuus aastat varem: "Wanas trükikojas ja wanade masinate juures /s.o Tartu raekoja keldris kuni 1903. a oktoobrini/ algas lehe kokkumurdmine kl. 12 päewal. Seda tööd juhatas peaaegu eranditult peatoimetaja /Jaan Tõnisson/ ise. Töö käis minuti pealt ja kestis iga päew 3–4 tundi. Trükiparandused dikteeris hra Tõnisson ise ette." (*Postimees* 12. dets 1931: 26). Kumba meenutust uskuda? Ilmselt on usaldusväärsem esimene, sest teises variandis edastab Linnas vanemate kolleegide mälestusi ajast enne seda, kui ta ise *Postimehe* trükikojas tööle asus (ladujaõpilaseks sai ta 1904. a septembris, lehte murdma hakkas 1907. a – *Postimees* 17. juuni 1937: 6). Aga need meenutused ei pruugigi tegelikult omavahel sisulises vastuolus olla, sest me ei tea, mida konkreetselt tähendab "kokkumurdmise juhatamine" 1900. aastate alguses, Linnas toob esile vaid trükiparanduste dikteerimise.

reglementeerib kahel juhul otseselt ka ajalehtede välimust. Esiteks sätestatakse, et valitsuse “teadaanded, seletused ja kirjeldused tulevad avaldada trükitoote tähtsamal leheküljel, arvestades vastava trükitoote materjali tavalist paigutamist ja silmapaistva trükikirjaga.” ja teiseks, “Perioodilise trükitoote tekstilisele osale määratud ruum peab olema täidetud.” (Viks 1935: 31, 32).

Mõlemad klauslid näitavad sundmääruse koostajate kursisolekut tollase ajakirjanduse toimimisega ja ennetavad ajakirjanike võimalikke katseid määruse sisuliste nõudmistest täitmisest kujunduslike võtetega kõrvale hiilida. Selleks sätestatakse, et kohustusliku materjali välimus peab olema tavauudistest eristamatu ja samas, arvestades tollast hierarhilist ajalehestruktuuri, piisavalt kõrgel kohal selles hierarhias (ruumiliselt esile tõstetud ja mitte kõige väiksema kasutatava tekstikirjaga, kuna ajalehed avaldavad tekste mitmes kirjasuuruses). Keelatakse ka tühja pinna jätmise ajalehte ja see näitab, et määruse autorid teadsid ja mäletasid eesti lehe toimijate praktikat tsenseerimisest märkuandmiseks 1905. a revolutsiooni ajal (vt allmärkus 14 lk 175).

Lehtede välimuses ilmnevad siiski mõned suundumused, mille tugevnemist saab seostada autoritaarse riigikorraga. Eelkõige soodustab autoritaarne kord ajalehtede muutumist meelelahutuslikumaks ja tarbijalikumaks. Välimuses tuleb see esile koomiksitate avaldamises karikatuuride asemel (kõige rohkem koomikseid avaldab Isamaaliidu (poolametlik) häälkandja *Uus Eesti*). Kõigis suurtes lehtedes hakkavad ilmuma moe- ja filmirubriigid. Turuloogikast lähtudes oleksid need tekkinud ka ilma autoritaarse riigikorrata (esimesed alustasid *Päevalehes* juba 1920. aastate lõpus), aga ilmselt oleks nende maht ja visuaalne osatähtsus lehes olnud väiksem.

Hilisema ideologiseeritud ajalehe kujundussuundumuste põhjal saab oletada ka ajalehe dekoreerituma välimuse seost autoritaarsuse mõjuga. Ajalehed ‘kompenseerivad’ infovabaduse piiramist info kaunistamisega. Kuna info edastamist riiklikult kallutatakse, siis keskenduvad ajalehed funktsionaalse infoedastamise asemel info dekoreerimisele (visuaalsed rubriiginimed, klišeeritud pealkirjad, filmikülgede ajakirjalik ja värviline kujundus).

Kokkuvõttes võib öelda, et ajalehtede välimus muutub 1930. aastate autoritaarse korra tõttu vähe, sest ajakirjanduse regulatsioonide autorid hoolitsevad selle eest, et riiklike kohustuste ja piirangute olemasolu ajalehe välimuses otseselt näha ei oleks.

## 5. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1940. aastate alguses

Järgmine järsk muutus eesti ajalehtede välimuses toimub 1940. aastate alguses (pikemalt lk 132–134). Ka see on seotud mahuhüppega, kuid esmakordselt eesti ajakirjanduses lehenumbri keskmine maht ei kasva, vaid väheneb viie aastaga 2,5-kordselt.

Mahumuutuse põhjus on sel korral üheselt selge. Selleks on uue võimu teadlik poliitika. Pärast nõukogude võimu kehtestamist viiakse eesti ajalehtede maht vastavusse NSVL-i ajakirjandussüsteemi standarditega, mille kohaselt ilmub vabariiklik ajaleht kuus korda nädalas ja lehenumbri maht on neli täisformaadis lehekülge.

Mahu muutmine toob taas kaasa lehe välimuse muutmise. Siiski ei tule lehtede mahu vähenedes kasutusele 19. sajandile tunnuslik vähemefektiivne leheküljestruktuur, vaid lehe välimuse hierarhilisus nõrgeneb (väiksemad pealkirjad, vähesem liigendatus, nõrgemad kontrastid). Selle põhjuseks võib pidada just majandusliku konkurentsi puudumist – ajalehtedel puudub otsene vajadus teha leht lugejale efektiivsemaks ja kergemini läbitavaks.

Väliseid faktoreid, mis vallandavad ajalehe välimuse muutumise, on mitu.

Osa muutusi on otseselt seotud sellega, et kogu materjal tuleb mahutada ära neljale leheküljele. Lehtede mahu vähenemine sunnib avaldatavat materjali kokku suruma: lugusid ja

visuaale on lehenumbris vähem, tekstikiri on väiksem, ala- ja vahepealkirju kasutatakse vähe.

Teise osa muutusi toob kaasa ideoloogia ja need muutused pole lehe mahuga seotud. Nõukogude ajaleht on eelkõige propagandist, kommunistliku partei tööriist, mitte info vahendaja, meelelahutaja, kasumi teenija. Seetõttu on lehes vähe (lühi)uudiseid ja lood on varasemast keskmiselt pikemad. Pealkirjad muutuvad vähemkonkreetsiks. Teatud info avaldamine keelatakse (nt maakaardid), seetõttu väheneb teabegraafika kasutamine. Puuduvad koomiksid, aga karikatuuride osakaal on suur. Lisavärvi kasutatakse ideoloogiliselt oluliste pealkirjade ja plakatite rõhutamiseks. Kõige pikemaid tekste, suuremaid fotosid ja pealkirju kasutatakse ideoloogiliselt oluliste rituaalsete sündmuste rõhutamiseks, mitte tähtsaimate uudiste jaoks. Kõik need muutused on kopeeritud tollastest nõukogude keskajalehtedest.

Kokkuvõttes põhjustab ideoloogia uudislikkuse vähendamist. Nii meenutab endine *Päevalehe* ajakirjanik Evald Jalak<sup>[5]</sup> uudislikkuse tagaplaanile surumist, seniste professionaalsete võtete vältimist ja uudiste ideoloogilist kallutamist ajalehes *Kommunist*, kus Jalak oli välisuudiste toimetaja. Augustis 1940 edastas ETA teate Lev Trotski “mahakoksumisest” ja Jalak kiirustas sensatsioonilist uudist lehte panema koos kiiresti juurde otsitud elulooliste andmetega, fotoga ja omateada küllaltki tagasihoidliku pealkirjaga “Tapeti Lev Trotski”. Jalak meenutab, et uudis ilmus alles ülejäärmises lehenumbris, kolmerealisena, ilma foto- ja hoopis “möödukama” pealkirjaga. “/P/eaegu nutsin /.../ sensatsiooni varajase lõpu pärast.”<sup>[6]</sup> Kui Jalak püüdis paari tsitaadiga Leninilt tõestada, et ka nõukogude ajalehes peavad uudised olema võimalikult operatiivsed ja löövad, siis õpetasid kommunistidest kolleegid teda nii: “/.../ sotsialistlik häälekandja peab olema võitlev. Ja – printsiipiaalsus kõigepealt! Teie [st Jalak] peate kõige ees sammumiseks enne teisi siiski takkajärgi toodud sõnumit õnnetusest või kuritööst, meie – sotsiaalse arengukäigu seaduspärasuse väljatoomist ja põhjendamist.” (Vähkjas 1973: 84–85). Tegelikult ilmuski Trotski ühelauselise surmateatega koos ka artikkel, mõlemal ühine pealkiri “Rahvusvahelise spiooni surm” (*Kommunisti* viimase külje alaservas 27. augustil 1940, kuus päeva pärast Trotski tapmist). Tekst oli *Pravdast* tõlgitud ja andis Trotski isikule ja tegevusele tollase nõukoguliku hinnangu: “Hauda on varisenud inimene, kelle nime põlastuse ja needmisega lausub kogu maailma töötav rahvas”, “provokaator, mõrvade organiseerija, intrigaan ja avantürist” jne.

Muutunud ideoloogiaga on seletatav ka trükikirjade väga kiire muutumine ja lõplik loobumine fraktuurkirjade kasutamisest. See on selge ja teadlik distantseerumine seniolnust. Nii mõjub nõukogude võim eesti ajalehete kirjalikule moderniseerivalt ja lihtsustavalt, kuigi see pole tema eesmärk.

Mitmeid ideoloogiast tingitud muutusi toetab ja võimendab turumajanduse asendamine plaanimajandusega. Kuna nõukogude ajaleht ei pea kasumit teenima, siis vähendatakse kohe järsult kuulutuste ja reklaami hulka, nende maht piiratakse kindla osakaaluga lehenumbri mahust.

Majanduslik sõltumatus lugejast võtab nõukogude ajalehelt ka sunni olla lugejasõbraliku ning reklaamijasõbraliku sisu ja välimusega. Pole tarvidust tuua esiküljele tähtsamaid uudiseid silmatorkavate ja üksikasjalike pealkirjadega, meelitada lugejaid meelelahutuslike teemadega, liigendada lehe sisu järjekindlalt selgetesse rubriikidesse. Pole tarvidust paigutada silmatorkavale positsioonile kuulutusi ja reklaami, need pannakse toimetuse materjalist eraldi, kõige tagasihoidlikumale kohale ajalehes: viimase lehekülje lõppu.

[5] Evald Abram Jalak (1903–1974) töötas *Päevalehes* toimetaja ja reporterina 1926–1940, vangis 14. dets 1940 – 1951, seejärel asumisel Valgevenes. Tagasi Eestisse pääses 1961. a. Kõige rohkem tuntud Eesav Edvard Puusliku vestetega.

[6] Sama sündmuse käsitlemist *Postimehes* kirjeldab Raag 1974: 79–80.



Oluline mahuga mitteseotud tegur ajalehete välimuse muutumisel on vabariigiaegsete ajakirjanike vallandamine ja asendamine uutega, kellel on ideoloogiliselt sobivad vaated, aga puuduvad teadmised ajakirjanikutööst. Enne nõukogude okupatsiooni töötas Eestis umbes 700 ajakirjanikku, pärast II maailmasõda jätkab neist ajakirjanduses paarkümmend (Lauk 2008: 196–197). Ajalehte tegema määratakse nüüd ustavaid parteilasi, sõjaveterane, Venemaalt tulnud eestlasi (Epp Laugu käsikirjalised materjalid 2010). Mälestustes 1940. aastate ajalehetööst meenutavad uued ajakirjanikud just oma teadmatust, oskamatus ja pidevat õppimist, kuidas ajalehte teha.<sup>[7]</sup> “Me deviisiks oli ausus ja trumbiks noorus, mis aitasid ka siis, kui teadmistest tuli puudu. /.../ Aegamööda õppisime elunähtusi õigesti hindama ja kirja panema,” kirjutab Ester Spriit, kes töötas *Noorte Hääles* 1940. a (Vähkjas 1973: 245).

Ajakirjanduslik oskamatus mõjutab ajalehete välimust samasuguses suunas nagu mahu vähenemine ja ideoloogilised mõjurid. See lihtsustab välimust ja vähendab liigendusvõtete kasutamist (nt vähemkonkreetsed pealkirjad, vähem ala- ja vahepealkirju, lihtsamad leheküljestruktuurid).

Kokkuvõttes võib öelda, et nõukogude ajal eesti ajalehete välimust lihtsustab. USA ajalehete uurijad on 1930. aastate lihtsustamistrendi tõlgendanud ajalehe välimuse teadliku moderniseerimisena. See on seotud ajalehete industrialiseerumise ja kohalike monopoolsete lehtede tekkega USA-s alates 1920. aastatest (Barnhurst ja Nerone 2001: 18–22, 202jj). Kuigi mõned muutused nõukogude eesti lehtedes on USA omadega väga sarnased (vähem elemente, suuremad fotod, horisontaalsem küljendus), ei saa eesti muutusi pidada moderniseerumiseks, sest siinsete muudatuste eesmärgid on teised. Kui modernistliku lihtsustamise eesmärk on teha efektiivsemaks info vastuvõtmine, siis nõukoguliku ajalehe kujunduse eesmärk on ideoloogiliselt õigete valikute maksimaalselt efektiivne esiletõstmine. Seega on välimuse lihtsustumine eeskätt ajalehe ja kogu ühiskonnaelu ideologiseerimise kaasnähtus.

## 6. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1950. aastate lõpus

Järgmine murre toimub kujunduses 1950. aastate lõpus, aga selle murdega ei seostu mingit muutust ajalehete mahus. Muutused seostuvad märksõnadega suurem visuaalsus, tugevam liigendatus, eklektiline kirevus, ebakorrapärase kujuga lood ja lehekülgede puslestruktuur (pikemalt lk 134–135).

Välimuse järsku muutumist põhjustab eelkõige kolm tegurit: vabamad ühiskondlikud olud, visuaalse kultuuri üldine tõus ja visuaalse esteetika muutumine. Need kolm tegurit on omavahel tihedalt põimunud ja üksteisest sõltuvad ning suunavad mitmel juhul ajalehe välimust muutuma samas suunas (nt fotokasutuse kasv ja muutumine).

1950. aastate lõpu lehtede välimuse muutumisel on keskne põhjus eesti ühiskonna muutumine, vabanemine Stalini-aegsest surutisest ja suletusest (vt Vihalemm & Lauristin 2004: 1–3). Ilma selleta ei saaks ilmned ka teised muutuste põhjused: visuaalse kultuuri tõus ja varasemast erinev visuaalne esteetika.

Otsest mõju avaldab ühiskondlike olude leevenemine ajalehe sisulistele parameetritele: kasvab lehtede temaatiline mitmekesisus, lehtede sisu muutub ‘kergemaks’, inimlähedasemaks, lehenumbri struktuur muutub vabamaks. Sisulised muutused peegelduvad ka lehe välimuses. Temaatilise mitmekesisuse kasv tingib siltide hulga kasvu, autorirubriikidele kujundatakse visuaalidega täiendatud autorivinjetid, rohkem hakatakse kasutama visuaale.

[7] Mälestusi leiab nõukogude ajalehete juubelinumbritest ja peaaegu igal aastal 5. mai – ajakirjanduspäeva – ajalehtedest, lisaks raamatutest (nt Vähkjas 1973; Vaarandi 2006).

Esmapilgul võib tunduda küsitav, kuidas saavad olla omavahel seotud ühiskondlikud olud ja visuaalsus, aga nõukogude ühiskonnas, kus ajaleht on eelkõige propagandatööriist, on see seos siiski otsene. Sellest annab tunnistust näiteks NLKP KK määrus “Mõningate ajalehtede ülemäärase illustreerituse ebaõigest praktikast” (11. veebr 1958). Selles mõistetakse hukka ajalehed, mis avaldavad liigselt illustratsioone, mille hulgas on palju värvituid ja ilmetuid fotosid, nii et tekstidele ei jää ruumi. Otsesõnu öeldakse välja: “Подобная неправильная практика являющаяся результатом вредного влияния западной буржуазной печати, ведет к тому, что отдельные номера газет превращаются в ряде случаев в бессодержательные, аполитичные иллюстрированные издания, потакающие в кусам обывателя.”<sup>[8]</sup> (Sovetskaja 1961: 286–287). Foto on nõukogude ajalehes küll oluline väärtustaja, aga siiski tekstist vähemtähtis. Nii oli stalinismiaegsete ajalehtede visuaalsus püsinud 1920. aastate lõpu – 1930. aastate tasemel. Ideoloogiliste olude leevenemine võimaldab visuaalse seisaku ajalehtedes tasa teha.

Ilmselt on muutustega seotud ka fotograafia leviku laienemine 1950. aastatel. Ajalehtedes ilmub rohkem eri fotograafide fotosid (1955. a *Noorte Hääles* ilmub fotosid rohkem kui 20 fotograafilt). Veebruaris 1959 korraldatakse Tallinna Kunstihoones esimene nõukogudeaegne üle-eestiline fotonäitus “Eesti NSV fotokunst”, kus on eksponeeritud 141 autori fotod (Eesti 1960: [3]; Koost 1965; Tooming 1983: 54). Sealtpaale korraldab ajakirjanike liit fotonäitusi pidevalt.

On arvatud, et ajalehtede visuaalsust suurendab televisioon: inimesed harjuvad televisiooni visuaalsusega ja ka ajalehed on konkureerimiseks sunnitud muutuma visuaalselt atraktiivsemaks (nt Rehe 1985: 11; Djupsund & Carlson 1998: 101).

Eestis alustatakse telesaadete edastamist 1955. a<sup>[9]</sup> ja pärast seda muutuvad ka ajalehed järsult visuaalsemaks. Samas on siin oluline erinevus võrreldes lääne meediaga. Nõukogude lehtedel ei ole majanduslikku sundi auditooriumi nimel teiste massiteabevahenditega konkureerida. Seetõttu on selge, et visuaalsuse kasv ei saa olla jäigas korrelatsioonis meediakanalite omavahelise konkurentsiga<sup>[10]</sup>, vaid ühiskondlike-kultuuriliste olude üldisemate muutustega. Televisiooni lisandumine meedia hulka näitab teistele meediumitele, et ka igapäevane massikommunikatsioon võib olla visuaalne. Ühiskondlike vabaduste suurenemine ning fotograafia laialdasem levik majanduslikult stabiilsemates oludes võimaldab eesti ajalehtedel visuaalsemaks muutuda. Ja muutus on väga järsk, et teha tasa kahekümneaastane visuaalne seisak.

Ka Soome ja Rootsi lehtedes kasvab ajalehtede visuaalsus enam-vähem samal ajal: 1950.–1960. aastatel (Mervola 1995: 265–268; Becker 2000a: 135). Pekka Mervola põhjendab seda lehtede mahu kasvuga ja majanduslike olude paranemisega (1949. a lõpevad sõjajärgsed majanduslikud piirangud) ning ka välismaiste pildiajakirjade (*Paris Match*, *Life*, *Look*) eeskujuga. Kui jätta kõrvale majanduslike olude paranemine, siis teised tegurid eesti ajalehtedes puuduvad – lehtede maht ei kasva ja välismaised pildiajakirjad ei levi –, ometi ajalehtede visuaalsus kasvab.

[8] Selline ebaõige praktika, mis on lääne kodanliku ajakirjanduse kahjuliku mõju tulemus, viib seleni, et üksikud ajalehenumbriid muutuvad real juhtudel sisututeks, apoliitilisteks illustreeritud väljaanneteks, mis annavad järele väikekodanlikule maitsele.

[9] Tõsi küll, televisiooni levik on esialgu väga väike, alles 1960. a kasvab eesti potentsiaalne teleauditoorium esmakordselt suuremaks kui 10% (need on Eesti elanikud, kellel on teler). 1960. aastatel laieneb televisiooni levi hoogsalt, kümnendi lõpuks on potentsiaalse auditooriumi suurus üle 60% (Šein 2004: 129, 132, 136).

[10] Seda toetab ka Kenney & Lacy 1984. a uurimus, mis leidis, et tihedam konkureerimine televisiooniga ei suurendanud ajalehtede värvikasutust (1987: 37–39).

Teisalt muutub sel ajal Eestis vabamaks suhtlus välisriikidega ja võib oletada välismaiste väljaannete eeskujul. Tollal oli üldiselt keelatud välismaiste ajalehtede toomine ja saatmine Eestisse, lubatud olid vaid sotsialismimaade väljaanded (nt SDV *Neues Deutschland*) ja kapitalistlike riikide kommunistlikud ajalehed (prantsuse *l'Humanité*, briti *Daily Worker / Morning Star*) ning nende kujundusest võtavad eesti lehed eeskujul (andmed Andrus Peeglilt 28. märtsil 2010). Ka SDV-s välja antud lehekujundusõpik soovitab just sarnast tüpograafilist variatiivsust, nagu on iseloomulik 1960. aastate eesti lehtedele, ega nõua rangelt modulaarset küljendamist (vt Stumpe 1961).

Samas muutub tollal ka nõukogude keskajalehtede välimuse samamoodi nagu eesti lehtedes (vt nt 1960. aastate *Pravdat*). Kuigi ajakirjanikud-kunstnikud eitavad eeskujuvõtmist vene ajalehtedest (vestlusest Andrus Peegluga 28. märtsil 2010), on keskajalehtede eeskujulmselt otsene – see näitab eesti lehtedele, mida nõukogude ajalehtedel on lubatud teha.

Nii võib esteetilise kirevuse põhjusena oletada nõukogude ajalehtede välimuse sünkroniseerumist lääne lehtedega, kus ebakorrapärase kujuga lood, puslestruktuuriga leheküljed, visuaalselt tugevamad ja väga erinevates kirjades pealkirjad on levinud alates 1930. aastast (nii nagu ka eesti lehtedes 1930. aastate lõpus ja Saksa okupatsiooni ajal). 1960. aastate eklektiline kirevus on suurema ideoloogilise vabaduse väljendus.

## 7. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1970. aastatel

Järgmine välimusemurre tuleb eesti lehtedes 1970. aastatel. Ka sellega ei kaasne muutust lehtede mahus.

Murrangu kese on visuaalse esteetika muutumine – käsitöönduslik mulje asendub tööstusliku muljega. Samuti süstematiseeritakse, standardiseeritakse ja lihtsustatakse paljusid välimuseparameetreid: kindlad rubriigid ilmuvad kindla regulaarsusega, lehekülje ehitamisel loobutakse puslestruktuurist ja võetakse kasutusele modulaarne struktuur nelinurksete tekstiplokkidega, pealkirjade tüpograafiat varieeritakse vähem, kasutatakse visuaalselt sarnasemaid ja lihtsama disainiga kirju (pikemalt lk 135–137).

Neid muutusi põhjustavad kolm põhitegurit: kultuurilised muutused, riikliku (parteilise) ideoloogilise kontrolli tugevdamine ja teadusuuringute tulemuste arvestamine.

Esmalt on olulised 1970. aastatel toimunud muutused graafilises disainis, mis on tingitud muutustest kujutavas kunstis (popkunst), tehnoloogilistest uuendustest ja urbanismist (Helme & Kangilaski 1999: 215). See omakorda mõjutab ka ka ajalehtede välimust funktsionaalsuse ja lihtsuse suunas (eelkõige lihtsustub tüpograafia, kaob käsitöönduslik esteetika, lihtsustatakse lehekülgede ehitust, võttes kasutusele modulaarse struktuuri). Eesti ajalehtede välimuse moderniseerub. Uuritud ajalehtedes tuleb ajalehe välimuse seos kunsti ja graafilise disaini üldiste suundumustega kõige reljeefsemalt esile *Edasis* Andrus Peegli töödes (kultuurikülgede kujundatud pealkirjad, plakatid jm illustratsioonid).

Üht moderniseerumise keskset tunnust – modulaarse leheküljestruktuuri kasutuselevõttu – on otseselt seostatud ajakirjadega konkureerimisega, ajalehtede püüdlusega olla ajakirjade sarnased (Barnhurst ja Nerone 2001: 214). See saab siiski olla ainult osaline seletus, sest ajakirjad on ajalehtede konkurendiks olnud juba aastakümneid. Peamiseks põhjuseks on ilmselt laiaulatuslikumad muutused 1970. aastate kultuuris ja meedias, mis kinnistavad modernistlikud disainiideed lõpuks ka ajalehtedes (ajalehekujundusõpikud on neid ideid propageerinud juba palju varem, vt nt Arnold 1956). Eesti lehtede puhul tuleb taas rõhutada, et siin puudub 1970. aastatel ajalehtede-ajakirjade turukonkurents, aga modernistlikud muutused ikkagi ilmnevad. Seega saab taas öelda, et konkureerimine teiste meediakanalitega ei mõju ajalehtede välimusele nii vahetult, nagu vabaturuühiskonna lehtede välimust uurides on väidetud.

Tüpoograafilise esteetika muutumise oluline tegur on ka uue kujundajatepõlvkonna pealekasvamine eesotsas Tõnu Soo (*Sirbi ja Vasara* kunstnik alates 1971. a) ja Andrus Peegli (*Edasi* kunstnik alates 1975. a). Analoogiline muutus toimub näiteks ka eesti plakati-kunstis, kus juba 1960. aastate teise poole plakatid on varasemast 'tüpoograafilisemad', abstraktsemad, visuaalselt jõulisemad (vt Saldre 1976).

Tüpoograafiliste muutuste taga on ka tehnilised muutused. Kuni 1970. aastateni kasutasid ajalehed paralleelselt käsilaos ja masinlaos aktsidentskirju, kusjuures masinlaokirjade osakaal üha kasvas. 1970. aastatel, koos uute ofsetrükimasinate kasutuselevõtuga loobutakse käsilaos kirjade kasutamisest lõplikult. Samas ei saa öelda, et käsilaokirjadest loobumine põhjustab tüpoograafia lihtsustamist ja süstematiseerimist, selle taga on ikkagi tegijate arusaamade muutumine ja soov kasutada teistsuguseid kirju ja teisiti. Seda kinnitab ka letrasetkirjade kasutuspraktika 1970. aastate teisel poolel. Kui varem taheti kirjavalikut varieerida, siis kasutati lisaks standardsetele masinlaokirjadele vanu (1920.–1930. aastatest pärit) käsilaokirju või kirjutati pealkiri-rubriiginimi käsitsi. Nüüd võetakse kasutusele letratehnika (ingl *Letraset, rubdown type and screen tones*)<sup>[11]</sup> ja see võimaldab kirjavalikut laiendada. On oluline, et uus tehniline lahendus ei *sunni* kasutama varasemast erinevaid kirju, küll aga *võimaldab* seda teha. Mahapildistamiseks sobivaid kirju otsitakse Poola ja SDV tüpoograafia-ajakirjadest ja -kataloogidest.

Teiseks välimuse muutumise mõjuriks 1970. aastate eesti ajalehtedes on ideoloogilise kontrolli tugevnemine ühiskonnas ja ajakirjanduses 1960/1970. aastate vahetusel (vt Viha-lemm & Lauristin 2004: 1–2, 7–8). Iseloomulik näide on EKP KK Büroo otsus "Ajalehe "Edasi" tööst" (18. jaan 1972), mis heidab lehele ette "suuri puudusi ja ideoloogilisi vil-tulaskmisi" ning seda, et toimetust ei ole teinud varasematest otsustest vajalikke järeldusi. Arutelul süüdistatakse toimetust talude taganutmises, sensatsiooni jahtimises, väikekoodanliku maitse idealiseerimises ning poliitiliste tähtpäevade juhuslikus tähistamises (vt ka Uus 2008: 245).

Ajalehe välimuses peegeldub kontrolli tugevnemine ametlike materjalide hulga kasvus ja temaatilise mitmekesisuse (väikses) vähenemises, lehenumbri struktuur muutub taas ideoloogiakesksemaks (esiküljel taas Nõukogude riik või ametlikud tekstid). EKP juhid kritiseerivad *Edasit* liiga suurte fotode avaldamise pärast (vestlusest Sulev Uusiga 29. dets 2009; nt talude taganutmise süüdistuse konkreetseks ajendiks oli tagaplaanil oleva taluga suure loodusfoto avaldamine esiküljel). Siinse kontentanalüüsi põhjal võib öelda, et *Edasi* kriitikat ei arvesta: 1970. aastate esimesel poolel suureneb *Noorte Hääle* ja *Edasi* fotode keskmine suurus, *Rahva Hääle* fotode keskmine suurus väheneb pisut. 1970. aastate teisel poolel väheneb *Noorte Hääle* ja *Rahva Hääle* fotode keskmine suurus, *Edasi* fotode suurus jääb samaks.

Samas on oluline, et ideoloogiline kontroll ajakirjanduse üle ei tugevne sellisel määral nagu 1940. aastatel ja 1950. aastate alguses. Seda näitab välismaiste mõjude jätkumine nõukogude ajalehede välimuses (eelkõige modernistlikud tendentsid, modulaarse kujunduse kasutuselevõtt).

[11] Soovitud kirja tähed-märgid-sümbolid pildistatakse (kirjakataloogist, tüpoograafiaajakirjast vms) ja tehakse neist letralehed, millelt saab märgid ükshaaval paberile hõõruda (vt ka allmärkus 2, lk 135). Niimoodi koostatud soovitud teksti (pealkirja, rubriiginime) kasutatakse nagu fotot (klišeeritakse sobivas suuruses jne). Letralehede tegemise tehnika oli olemas Tallinnas EKE Projektis arhitektide jaoks ja näiteks *Edasi* võimaldas oma kunstnikul osta sealt letralehti 500 rubla eest aastas. See ületas lehe vajadusi kõrgelt, nii et tollane *Edasi* kunstnik Andrus Peegel kasutab 1970.–1980. aastate letralehti oma töödes aeg-ajalt tänaseni (andmed Andrus Peegilt 28. märtsil 2010).

Kolmandaks mõjuvad eesti ajalehtede välimusele 1970. aastatel süstematiseerivalt esimesed sotsioloogilised uuringud 1960./1970. aastate vahetusel (vt Vihalemm 2004: 49jj). Kõige otsesemalt ja ulatuslikumalt kasutatakse sotsioloogiliste uuringute tulemusi *Edasi* toimetuses. Uuringutele toetudes võtab *Edasi* toimetusele nädala-, kuu- ja kvartaliplaanid, süstematiseerib lehenumbri struktuuri, asendab juhtkirja autorikommentaare jm personaalsemate žanridega, hakkab kasutama autorivinjette ja lisab autori perekonnanimele ka eesnime (Uus 1985).

Teadusuuringute põhjal sõnastatud konkreetsete kujundussoovituste mõju analüüsimiseks pakub hea võimaluse Sirje Endre diplomitöö (1968), mis on kirjutatud 1967.–1968. a *Edasi* lugemisuuringute ja -eksperimentide põhjal. Endre soovitusel jagunevad kahte rühma. Esiteks soovitab ta muuta ajalehe välimuse vaheldusrikkamaks ja informatiivsemaks: kasutada fotosid, joonistusi, rubriiginimesid, alapealkirju, esiletõstetud loalgusi, vahepealkirju, eristuskirju põhitekstis, visuaalselt erinevaid jooni, panna pealkirju lugude keskele, jagada lugu mitmele leheküljele (Endre 1968: 13–16). Teiseks soovitab ta ajalehe välimust lihtsustada ja süstematiseerida: kasutada nelinurkseid lugusid, lugude eraldamiseks jooni ja raame, pealkirjades ainult üht kirjaverekondu<sup>[12]</sup>, kujundada lehekülje üks-kaks sektorit teistest kontrastsemalt (Endre 1968: 12, 27–41, 73, 82).

Kui võrrelda neid soovitusi 1970. aastate muutuste statistikaga, siis visuaalide maht jääb samaks (joonis 4.19), fotode ja joonistuste arv väheneb pisut (joonised 4.21 ja 4.23), alapealkirjade kasutamine, vastupidi, üha väheneb (joonis 4.15), siltide arv on esialgu sama ja 1970. aastate teisel poolel väheneb pisut (joonis 4.18). Kvalitatiivne analüüs näitab, et lugude kuju muutub nelinurkseks ja pealkirjades kasutatakse visuaalselt sarnasemaid kirju. Osade parameetrite muutumise kohta sinne analüüs vastust ei anna.

Olemasolevate andmete põhjal võib öelda, et hoolimata soovitustest ei muutu 1970. aastatel eesti ajalehtede välimus vaheldusrikkamaks ja informatiivsemaks, küll aga muutub lihtsamaks ja süsteemsemaks. Ei ole täpseid andmeid, kui laialdane oli Endre kujundussoovituste levik 1960./1970. aastate vahetusel, aga vähemalt *Edasi* toimetuses neid tutvustati ja arutati (andmed Sulev Uusilt 29. dets 2009). Selle põhjal saab järeldada, et ajalehti kujundades viiakse teadlikult või ebateadlikult ellu ainult need teaduslikud soovitusel, mis on konkreetsel ajahetkel sotsiaalselt ja kultuuriliselt sobivad. Näiteks võetakse 1970. aastatel kasutusele nädala-, kuu- ja kvartaliplaanid, sest ka plaanimajanduslik ühiskond ja partei ideoloogilise kontrolli tugevdamine soosivad planeerimist. Lihtsustatakse pealkirjade tüpograafiat ja lehekülgede struktuuri, sest see on sünkroonis kultuuriliste muutustega (modernismi levik).

## 8. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1990. aastate esimesel poolel

Järgmine murre eesti ajalehtede välimuses toimub 1990. aastate esimesel poolel ja on taas seotud mahu muutumisega. Lehenumbri keskmine maht kasvab hüppeliselt, viie aastaga 3,9-kordselt, tehes tasa 50 aastat tagasi vähendatud lehenumbri mahu ja nõukogudeaegse mahulise seisaku. Kui võrrelda 1995. a lehenumbri keskmist mahtu nõukogude-eelsega, siis on kasv 1,8-kordne.

Mahu kasvu põhjuseks on ühiskondlikud muutused, mis osalt on analoogilised 1920. aastate alguse muutustega.

Esiteks toob NSVL-i lagunemine ja Eesti iseseisvumine eesti ajakirjandusse taas turumajandusliku mudeli (vt lähemalt Paju 2004) ning vabastab lehed reglementeeritud mahu-

[12] Kuigi näide pagulastele mõeldud ajalehest *Kodumaa*, mida Endre eeskujuks seab, kasutab eri kirjaverekondu (Endre 1968: 12). Kirjad on siiski visuaalselt sarnasemad kui tollases *Edasis* tavaks.

normide ja sisuproportsioonide järgimise kohustusest. Nii määravad lehenumbri keskmise mahu taas ühiskondlikud-majanduslikud olud. Turumajandus tähendab ajalehete jaoks ka erastamist ning majandamist lääne ärimudeli kohaselt (selle kohta vt Leckner 2007: 47–48), toetudes kahele allikale: kuulutuste- ja reklaamipinna müük ning ajalehe müük lugejatele. See tõstab järsult kuulutuste-reklaami mahtu ja osakaalu ajalehes, lehtede maht sõltub taas kuulutuste-reklaami hulgast.

Teiseks pakuvad 1980./1990. aastate vahetuse tohtu sündmustehulk, 1990. aastate esimese poole radikaalsed majanduslikud ja poliitilised muutused materjali lehtede mahu suurendamiseks. 1990. aastate maailm on avatum, keerukam ja kiiremini muutuv kui kunagi varem.

Kolmas väga oluline vabastav mõjur on tsensuuri kaotamine. Glavlit ehk ENSV Ministrite Nõukogu juures asuv Trükistes Riiklike Saladuste Kaitse Peavalitsus likvideeritakse 1. novembril 1990, oma mõju on ta kaotanud juba varem.

Koos mahu kasvuga muutub ajalehete välimuse 1990. aastate alguses järsult liigendatumaks, eklektilisemaks ja visuaalsemaks (pikemalt lk 137–139). Väliseid faktoreid, mis selliseid muutusi tingivad, on mitu.

Esmalt võimaldab vabanemine nõukogude ideoloogiast 1980./1990. aastate vahetusel loobuda ideologiseeritud lehenumbri struktuurist ja muuta ajalehed jälle uudistekeskseks (uudised tõstetakse ruumiliselt ja visuaalselt ajalehe keskmesse).

Koos sellega muutub ka ajakirjaniku roll. Liberaalse ajakirjandusmudeli omaksvõtuga (vt Lauk 2008) saab ajakirjaniku peamiseks ülesandeks uudisväärtuslikke sündmusi leida ja objektiivselt kajastada. Teisisõnu: taas on ajalehes oluline reporteri töö.

Lehtede mahu kasv põhjustab mitmeid kvantitatiivseid muutusi (lugude pikenemine, fotode suurenemine). Lehtede liigendatus kasvab kõigil tasanditel (lehenumber, leheküljed, lood). Mahu kasv võimaldab ajalehenumbrit teisiti struktureerida, kasutades monotemaatilisi lehekülgi. Samas ei muutu lehekülgede struktureerimismudelid.

Paljude uute meediakanalite tekkimise tõttu 1990. aastate alguses vahetub ajakirjanduslik kaader. Väljaandeid ja kanaleid on korruga nii palju (vt statistikat Vihalemm 2004: 305, 345, 356), et seniseid ajakirjanikke ei jätku. 1995. a on 51% ajakirjanikest töötanud ajakirjanduses alla viie aasta, st nad on alustanud ajakirjanikutööd nõukogudejärgsel ajal (1988. a oli alla viie aasta töötanud 25%). 1995. a on 40% ajakirjanikest alla 30 aasta vanad, 1988 – 12% (Lauk 1996c: 98–99). Eriti palju uustulnukaid ja noori on lehe välimusega tegelejate hulgas, nad on esimesed, kes õpivad arvutiga töötama. Järsk põlvkondadevahetus katkestab mitmed nõukogudeaegsed traditsioonid ajalehete kujundamisel (nt tekstikirja varieerimine vastavalt loo sisule).

Lisaks levib ajakirjanike seas arusaam, et senine lehevälimuse ei sobi uutes ühiskondlikes oludes. Lehe välimuse loomisest püütakse distantseeruda 'hallist' ja vähevisuaalsest nõukogudeaegsest ajalehest. Lehte tahetakse teha uut moodi, kasutada uusi vahendeid ja võimalusi (nt teabegraafikat, värvi, suuremaid fotosid; vt intervjuusid *Edasi/Postimehe* ajakirjanikega Rajamets 2009).

Lehtede välimust mõjutab ka arvutite kasutuselevõtt suurtes päevalehtedes 1990–1991. Tehnika kaasajastamine on Eestis nii kiire, et tinalaolt minnakse üle otse arvutilaole, fotoladu eesti ajalehed peaaegu ei kasutagi (nt saksa ja angloameerika lehtedes on fotoladu üldlevinud 1960.–1980. aastatel, Soome lehtedes hakatakse fotoladu kasutama 1970. aastate keskel; Dovifat & Wilke 1976: 158; Mervola 1995: 285; Sloan & Parcell 2002: 365).

Arvutite kasutuselevõtt muudab kardinaalselt seltskonda, kes ajalehte kujundab. Tinalaos lehe välimuse määrasid lehe vastutav sekretär koos oma asetäitja(te)ga, kes enamasti olid 40–60-aastased, pikalt ajakirjanduses töötanud inimesed, ning eriharidusega polügrafistid,

kes töötasid kinnistes trükikodades. Nii oli polügraafia küllalt suletud valdkond, kus tegutsesid kitsalt spetsialiseerunud ametimehed. Nüüd teevad lehe välimuse vormimisel otsuseid arvutioperaatorid – paarikümneaastased poisid-tüdrukud, kes natuke arvutit tunnevad ja töö käigus küljendusprogrammi õpivad. Ajakirjanduse sisulisest poolest või kujunduspõhimõtetest ei tea nad tavaliselt midagi. Kuna nad traditsioone ei tunne, siis nad 'löikavad' need läbi. Nii muutub arvutite kasutuselevõtuga näiteks senine kujundatud pealkirjade esteetika. Seni oli kujundatud pealkiri toimetuse kunstniku tehtud, ehiskirjas ja dekoreeritud. Uue esteetika lähtekoht on tehniline – pealkirja ilmestamiseks kasutatakse digitaaltüpopograafilisi nippe: surutakse pealkiri kokku või venitatakse laiaks, lisatakse vari, taust või raam.

Arvutite kasutuselevõtt teeb tekstitöötuse kiiremaks ning küljendamise palju operatiivsemaks ja toob selle eemal asuvast trükikojast toimetuse ruumidesse. See aga laiendab inimeste ringi, kellel on võimalus lehe välimusse sekkuda. Reajakirjanik saab seista küljendaja selja taga ja kujundussoovitusi jagada ("Paneks siia topeltveeru ja raami!"). Viimase hetkeni on võimalik muuta tekstide sisu ja vormi (lugusid lühendada; kirjasuurst, reavahet ja veerulaiust muuta) ning lehekülje paigutust. Arvutite kasutuselevõtt võimendab varasemat tüpopograafilist eklektikat, kuna digitaalne küljendamine võimaldab varasemast lihtsamini muuta tekstikirja ja pealkirjade suurust ning tekstikirja reavahet. Neid võimalusi kasutatakse info lehtemahutamiseks väga laialdaselt.

Sealjuures on uue tehnika seosed küljendamisvõtetega vastuolulised. Hoolimata tehniliste võimaluste piiratusest võrreldes hilisema ajaga (esimesed arvutid on aeglasemad ja väikse mälumahuga, programmid vähesemate võimalustega), on 1990. aastate alguse kujundus palju varieeruvam ja eklektilisem kui hiljem. Näiteks pealkirjade variatiivsusust püütakse suurendada otseselt tehnika kiuste. 1990. aastate alguses saab küljendusprogrammis *Ventura Publisher* kasutada ainult kaht trükikirja ja seetõttu lisatakse pealkirjadele soovitud kirevust teiste vahenditega (taustad, raamid, sõrendamine) ja teist programmi lisaks kasutades (*CorelDRAW!*, mis võimaldab kasutada palju eri kirju ja kirja vabamalt manipuleerida).

Nii on arvuti esialgu pigem 'mänguasi', mille kasutamist ei määra mitte lehe vajadused, vaid arvuti pakutud võimalused. Kui arvuti toimetuses olemas on, siis tahetakse proovida kõike, mida ta võimaldab. Küljendaja on oma töö hästi teinud siis, kui ta on võimalikult palju silmaganähtavat ära teinud ja erinevaid võimalusi kasutanud.

Koos riigipiiride 'avanemisega' tugevnevad välismaised mõjud. Kui sõnades seavad tollased toimetajad eeskujuks peamiselt inglise kvaliteetlehti (nt *Mets* 1990, *Vöörmann* 1995), siis tegelikuses tulevad mõjud lähemalt – enamasti Soomest ja Rootsist, lehtedest, kus ajakirjanikud tutvumas ja õppimas käivad. Need mõjud on eelkõige detailide matkimises ("tegevtoimetaja tuli Kouvola lehega, näitas lennukikaaperdamise teabegraafikat: Tee mulle ka selline!" – vestlusest Külli Viigimäe-Värnikuga 15. märtsil 2006).

Traditsioonid ja ideed, mis on lääneliku ajalehe välimuse aluseks, jäävad eesti lehtedele sel ajal ebaselgeks. Ei ole arusaamist, mis on kujunduse funktsioon ajalehes. Seda on tunnistanud näiteks Vahur Kalmre, *Edasi/Postimehe* vastutav sekretär / tegevtoimetaja 1986–1992, peatoimetaja 1992–1998 (vestluses 23. märtsil 2006). Enamasti räägitakse toimetustes sellest, et lehe välimuse peaks olema ilus või huvitav.

Selles faasis ei ole süstemaatilist läbimõtlemit, *miks* ajaleht selline välja näeb või missugune ta *tervikuna* välja võiks näha. Lehe välimuse kujuneb igapäevatöö käigus – reporterid ja välisautorid kirjutavad, toimetajad toimetavad ja küljendajad püüavad kokkutulvava materjali lehte ära mahutada, lähtudes oma paremast äranägemisest. Näiteks muudetakse selleks laiades piirides tekstikirja ja pealkirjade tüpopograafiat (väga varieeruv kirjasuurus ja tihedus, suvalise pikkusega pealkirjad). Kujunduslikult on see puhtalt vernakulaarne ja reeglistamata ajajärk, kus tehakse koos ja vaimustusega *oma* ajalehte. "[K]õik oli uus ja kõike tuli leiuta-

da, /.../ tekkis selline skautlaager, kõike tehti suure entusiasmiga,” meenutab *Postimehe* tollane toimetusekretär Piret Tamm (Rajamets 2009: 91).

## 9. Lehtede välimuse muutumise põhjused 1990. aastate teisel poolel

Uus murdepunkt eesti ajalehtede välimuses tuleb 1990. aastate teisel poolel ja sellega ei kaasne lehenumbri mahu muutust. Murrangu kese on uudse fokuseeritud leheküljestruktuuri kasutuselevõtt ning kujundusvõtete (tüpograafia, värvikasutuse) süstematiseerimine ja standardiseerimine. Uue mudeli järgi on lehekülje keskmeks suure pildiga fookuslugu, mis organiseerib kogu lehekülge. Ühtlasi kasvab edasi ka lehe liigendatus. Järsult kasvab ka fotode ja joonistuste kasutamistihedus. Kokkuvõttes tähendab see lehe välimuse muutmist lugeja seisukohast efektiivsemaks (pikemalt lk 139–140).

Selliste muutuste kesksed põhjused on ajalehtede muutunud omandisuhted, konkureerimine lugejate pärast ning kujundajate-konsultantide otsene mõju.

Kui seni olid eesti ajakirjanduse omandisuhted segased, ajalehtedel oli palju väikeaktsionäre ja sageli tajusid lehetegijad ennast ka ajalehtede (vaimsete) omanikena, kes tegid lehte ühtse sõpruskonnana, siis 1995. aastaks on toimunud kontsentreerumine – lehtede aktsiad on koondunud üksikute aktsionäride kätte. Sellega muutub korrastatumaks kogu eesti ajakirjanduse süsteem (Hennoste 2001: 143–151, 2006: 105–114; Paju 2004: 25–38; Saks 2002: 190–196; Harro 2002: 224–225, 228).

Suurte firmade kujunemine hoogustab võitlust kasumi, turuosa ja reklaamiraha eest. Konkurents lehtede vahel teravneb. Konkurentide ületrumpamiseks ja lugejate meelitamiseks lähevad lehed veel paksemaks, värvilisemaks, uuendavad välimust, üritavad ilmuda iga päev, teevad odavaid tellimiskampaaniaid, müüvad reklaamipinda suurte allahindlustega, muudavad orientatsiooni (*Õhtulehest* ja *Sõnumilehest* saavad tabloidse sisuga lehed).

1990. aastate esimese poole kiired muutused, suunaotsingud ja ajakirjanike tegutsemisvabadus polnud kasumit andnud (statistika selle kohta küll puudub). Nüüd püütakse lehti kasumisse viia süstemaatilise arendamisega kindlas suunas – teha lehte võimalikult laiale lugejateringile vastuvõetaval moel. Ja sellisele sisule luuakse vastav vorm.

Omanikud ja toimetajad usuvad, et ajalehe välimus on oluline argument omavahelises konkurentsisis. See usk on 1990.–2000. aastatel üldlevinud ka lääne ajalehtedes (Lowrey 2003: 361; Utt & Pasternack 2003: 57). Uskumuse aluseks võib olla *USA Today* edukus, mis 1982. a turule tulles positsioneeris end senistest lehtedest kardinaalselt erineva välimuskontseptsiooni abil ja oli edukas. Ülemaailmse ajalehekujundajate seltsi (SND) ajakiri *Design* avaldab järjepidevalt edulugusid ajalehtedest, mille läbimüük kasvas pärast kujunduse muutmist ja mille lugejad olid uue lehekujundusega väga rahul (nt Garcia jt 1981; Dorsey 2002; Elman 2007: 13).<sup>[13]</sup>

Nii hakkavad ka eesti lehtede toimetajad lehe välimusele järjekindlat tähelepanu pöörama ja sõnastavad konkreetse ülesande: leht peab välja nägema niisugune, et ta suudaks ennast müüa. Selle eesmärgi täitmisel toetutakse teaduslikele seisukohtadele ja soovitudele, mida hangitakse mitmetest allikatest (eelkõige spetsialistide konsultatsioonid, kujundusõpikud).

Uue kujundamise lähtepunktiks saab tõik, et lugeja aeg, tähelepanu ja huvi on piiratud. Kui veidi utreerida, siis seni valitses seisukoht, et mis lehte on pandud, seda ka loetakse. Nüüd toovad kujundajad sisse arusaama, et see, mis lehte pannakse, tuleb loetavaks disainida. Tuleb juhtida lugeja pilgu liikumist leheküljel ja aidata tal eristada olulist ja ebaolulist,

[13] Samas on näiteks 2000. aastate alguses vaid 25% USA päevalehtedest uurinud oma lugejate reaktsiooni ajalehe kujundusele (neist 81% ütleb, et lugejad on nende lehe välimusega rahul või väga rahul; Utt & Pasternack 2003: 57).



eri tüüpi infot jne. Kujundajad ja konsultandid hakkavad põhjendama, miks peaks lehekülje ehitus ja tüpograafia olema selline, nagu nemad soovivad, ja veenma lehetegijaid oma valikute õigsuses. Ja nii kujuneb 1995.–1998. a välja uus, teadlikult loodud kujundusparadigma, mille keskne tunnus on ratsionaalse disainiga fokuseeritud leheküljed.

Siin on mõju esimesel algupärasel eestikeelsele lehekujunduse õpikul (Kurvits & Henonste 1994), mis toetub rootsi, inglise ja ameerika kujunduspraktikatele. Ainukordsus, kohalikud näited, konkreetseid praktilised soovitused ja kasutamine ülikooliõpikuna aitavad laiale levikule kaasa. Samuti mõjuvad õpiku autorite paljud kujunduskonsultatsioonid ajalehtedes.

Samas suunas mõjutavad lehe välimust ka kontaktid muu maailma ajalehtedega. Toimetajad käivad õppereisidel skandinaavia ajalehtedes ja toovad kaasa erialast kirjandust. Kümnendi lõpus 'tuleb välismaa ka Eestisse'. 1998. a ostab Norra kontsern Schibsted osaluse Eesti Meedias (st ka *Postimehes*) ja Rootsi Bonnier AB Ekspress Grupis (st ka *Eesti Päevalehes*). Enamasti on lehe välimus esimene, millesse välisomanikud sekkuvad, tuues kaasa välismaised konsultandid koos välismaiste kogemustega. *Postimees* hakkab 1998. a alguses ilmuma austerlase Rolf Rehe tehtud kujunduses, *Eesti Päevaleht* ilmub alates 1999. a märtsist kuni septembrini 2000 rootslase Per Ekmani toel tehtud kujunduses, alates 2004. a juulist portugali firma *Cases Associates* disainituna. Väliskonsultandid ei too midagi põhimõtteliselt uut eesti lehtede kujundusse, aga nad kinnistavad rangete reeglite ülimuslikkuse – nõudmised, mis ajalehe kujunduslikku stiiliraamatusse kirja on pandud, tuleb täita.

Ühtlasi näeme, et lehe välimus muutub sünkroonis eesti ühiskonna ja kultuuriga, nimelt üheksakümnendate esimene pool kui anarhiline, segaduste ja eri suunas liikumiste aeg ning teine pool kui korrastatuse, stabiliseerumise, ühtlustumise aeg. Näiteks Marju Lauristin ja Peeter Vihalemm nimetavad aastaid 1991/92–1994 radikaalsete reformide perioodiks, aastaid 1995–1998/99 majandusliku ja kultuurilise stabiliseerumise perioodiks (2002: 27–43, 2009: 5–12; Vihalemm & Lauristin 2004: 1; 13–19). Samasugust kahelijaotumist võib näha ka 1990. aastate eesti kultuuris laiemalt, nt kirjanduses (Annus jt 2001: 609) ja kunstis (Helme & Kangilaski 1999: 260).

## 10. Lehtede välimuse muutumise põhjused 2000. aastatel

Uuel aastatuhandel jätkab lehe välimus pidevat muutumist. Mahuhüpet sellel ajal ei toimu.

Üldistatuna öeldes muutub lehe välimus järjest killustatumaks ja visuaalsemaks. Lugeude arv väheneb (ja liigendatus kasvab), aga paratekstide ja visuaalide arv jääb endisele tasemele. Samas visuaalide maht kasvab endiselt ja jõuab 2005. a peaaegu kolmandikuni toimetuse materjali mahust. Järsult väheneb teabegraafika kasutamine, aga samas suureneb visuaalse teabegraafika osakaal. Tekstikirjana kasutatakse palju rohkem plokk-kirja (pikemalt lk 140–141).

Nende muutuste mõjurid on eelkõige kultuurilised. Uue aastatuhande eesti ajaleht on selgelt postmodernistliku ajajärgu leht, mis esitleb maailma fragmentaarselt ja intensiivse visuaalsusega. Konkreetseid mõjureid otsides saab välja tuua internetimeedia ja digitaalse fotograafia.

2000. aastatel kasvab internetimeedia paberajalehtedele konkurendiks ja hakkab mõjutama paberajalehtede välimust. Eesti ajalehed olid hakanud lugusid internetis avaldama 1995.–1997. a (vt Vengerfeldt & Runnel 2004: 236–239), aga esialgu internetimeedial puudusid oma kujunduspõhimõtted, nad nägid välja nagu sisukordade ja käsikirjade kogumid, mis on varustatud omavaheliste linkidega. Mõne aasta pärast hakkab *online*-väljaannete välimus omandama spetsiifilisemaid jooni, millest paberajalehtede välimust mõjutab eel-

kõige avakülgede kujundusvõttestik. *Online*-väljaannete mõju võib näha info järjest intensiivsemas reklaamimises ja info atomiseerimises, nt lugude sildistamise kasvus, lugude osadeksjagamises, värviliste paratekstide kasutuselevõtus, reklaamide fragmenteerivamas paigutuses. Võimalik, et *online*-väljaannete leheküljestrüktuur mõjutab ka paberajalehe küljestrüktuuri, näiteks alates 2003. a kasutab *Postimees* esikülje struktureerimiseks kolmetist vertikaalset jaotust, mis sarnaneb internetiväljaande avaküljele (vt ka Nerone & Barnhurst 2001; Cooke 2005; Knox 2007).

Digitalse fotograafia levimine teeb fotode avaldamise ajalehes varasemast palju odavamaks ja kiiremaks (kiiremaks ja odavamaks ka näiteks teksti kirjutamisest). Enne 2000. a võtavad eesti lehed kasutusele digitaalsed fotokaamerad (esimene, kasutatud digikaamera 1997. a *Äripäevas*, esimesed uued digikaamerad 1998. a *Postimehes*). Alguses on kaamerad väga kallid (~300 000 krooni) ja digifotod on filmifotodest viletsama tehnilise kvaliteediga, aga kaamerate kvaliteet paraneb ja hind langeb kiiresti. 2000. aastate alguses saavad digikaamerad toimetustes tavaliseks ja asendavad mõne aasta jooksul filmiga fotokaamerad täielikult. Digikaamerate kasutamine annab võimaluse jätkuvalt suurendada ajalehtede visuaalsust. Näiteks pühadejärgsetel päevadel ja suurte sündmuste järel (riigivisiit, paraad, spordivõistlus) ilmub fotokülgi, kus teksti on vaid lõiguke sündmuse identifitseerimiseks. Kui pildistavad mobiiltelefonid laiemalt levivad, ilmuvad lehtedesse lugejafotode rubriigid.

## Kokkuvõte

Eesti ajalehtede välimus kasvab välja kaasaegsete raamatute välimusest. Edaspidi ajalehtede välimuses toimunud murrangud jagunevad kahte rühma. Osa murranguid on selges korrelatsioonis ajalehenumbri mahu järskude muutustega, teised mitte.

Kontentanalüüsi andmetel on eesti ajalehtede numbrimaht muutunud järsult viiel korral (vt joonis 4.2). Hilisematest mahuhüpetest erinev on esimene hüpe, mille annab 1860. ja 1825. a lehtede keskmise mahu võrdlemine, kuna vahepeal eestikeelseid ajalehti ei ilmunud. Hilisemad mahuhüpped toimuvad iga kord viie aasta jooksul ja nende hüpetega seotud murrangute tulemusel omandavad eesti kesksed ajalehed iga kord põhimõtteliselt uue välimuse võrreldes varasemaga (pikemalt vt *Eesti ajalehtede välimusperioodid*, lk 125–143). Nende kõrval on ka välimusmurrangud, mis toimuvad mahuliselt stabiilsetel ajajärgudel, ja need on selgelt nõrgemad. Seetõttu tõlgendan mahuga seotud murranguid kesksetena ja ülejäänuid sekundaarsetena.

Ajalehtede välimuse muutumist mõjutavad tegurid saab grupeerida kolmeks:

- ühiskondlikud muutused (sh majanduslikud ja tehnoloogilised), mida peegeldab lehtede mahu muutumine (v.a totalitaarses nõukogude ühiskonnas);
- kultuurilised muutused (visuaalse kultuuri tõus, visuaalse esteetika muutumine);
- ajakirjanduslikud muutused (sh ajakirjanduslik ideoloogia, ajakirjanike roll, omandisuhted, konkurents).

Osad tegurid seostuvad mahuhüpetega, teised mitte. Kuidas need erinevad mõjurid ajalehe välimuse vormimisel omavahel suhestuvad, tuleb juttu järgmises peatükis.

## 12. EESTI AJALEHTEDE VÄLIMUSE MUUTUMISE MUDELID

Selles peatükis esitan eesti lehtede välimuse muutumise põhimudeli ja üldistused erinevate muutuste ja mõjurite koostoime kohta. Samuti toon välja võrdlused Soome ja angloameerika mudelitega. Kuna osa lehe välimuse arenguid on mahust sõltumatud, analüüsin nende täpsemaid põhjusi eraldi.

### I. Ajalehenumbri keskmise mahu muutus ja sellega seotud tegurid.

#### Eesti ajalehtede välimuse muutumise põhimudel

Eelmistes peatükkides nägime, et ajalehtede järskude mahumuutustega seostuvad põhimõttelised muutused lehe struktuuris, liigendatuses ja formaadis. Seosed ajalehenumbri keskmise mahu ja välimuse muutumise vahel lubavad oletada, et ka eesti ajalehtede välimuse kesksed murrangud on seotud lehenumbri mahu muutustega. See võimaldab defineerida eesti ajalehtede välimuse muutumise põhimudeli ja võrrelda seda nii tehnoloogilise determinismi pakutava tehnoloogiakesksusega kui ka Mervola (1995) ning Barnhursti ja Nerone'i (1991, 2001) sünteesivate mudelitega.

Pekka Mervola on esitanud välimusspiraali mudeli, milles muutused lehe välimuses on seotud lehenumbri mahuga. Mervola järgi algab uus välimusperiood Soome lehtedes siis, kui lehenumbri keskmine maht on kasvanud umbes kolmekordseks võrreldes perioodi algusega (Mervola 1995: 353–361, 416–425).

See mudel 'töötab' ka eesti ajalehtedes, aga teatud tingimustel. Esmalt tuleb mudelist jätta välja 19. sajandi esimese poole ajalehed kui eelajalugu ja võtta mudeli alguspunktiks 1857. a, kui eesti ajalehed hakkavad ilmuma järjepidevat. Teiseks ei sobi eesti lehtedel muutuste koefitsiendiks lehenumbri mahu kolmekordne kasv. Koefitsient on väiksem ja mitte nii täpselt fikseeritav. Üldiselt saab eesti lehtede välimusspiraali mudeli sõnastada nii: kui lehenumbri maht kasvab, algab uus välimusperiood siis, kui lehenumbri keskmine maht on kasvanud umbes 2,5-kordseks võrreldes perioodi algusega (1880. aastate alguses 2,3-kordseks, 1920. aastate alguses 2,45-kordseks, 1990. aastate alguses 2,5-kordseks). Mahu vähenemise korral on koefitsient palju väiksem: uus välimusperiood (1940. a) algab siis, kui lehenumbri keskmine maht on kahanenud 1,4-kordselt võrreldes perioodi algusega.

Seega Mervola lähenemist aluseks võttes saab sõnastada eesti lehtede välimuse muutumise mudeli teatud kitsendusi arvestades ning defineerides mahu kasvu ja kahanemist erineva koefitsiendi abil: eesti ajalehtede järjepideva ilmumise ajal algab uus välimusperiood siis, kui ajalehenumbri keskmine maht kasvab umbes 2,5-kordselt võrreldes perioodi algusega või kahaneb umbes 1,5-kordselt võrreldes perioodi algusega.

Püüeldes lihtsama, aga ammendava ja sama täpse mudeli poole, on eesti lehtede välimusmuutuste mudelis otstarbekam siduda uue välimusperioodi algus kiire ja järsu muutusega lehenumbri keskmises mahus (mahuhüppega), mis peegeldab ka ühiskonna samaaegset järsku teisenemist. Mahuhüpetele tuginedes saab mudeli sõnastada nii: eesti kesketes lehtedes algab uus välimusperiood siis, kui lehenumbri keskmine maht on muutunud vähemalt 1,5-kordselt viie aasta jooksul (joonis 12.1).

Seega kinnitavad mõlemad mudelid, et lehenumbri maht peegeldab kvalitatiivseid sotsiaalseid muutusi, mis panevad muutuma ajalehe välimuse. Samas defineerivad mudelid uue perioodi alguse kvantitatiivselt erineval moel: Soome oma mahu pideva kasvu abil, eesti oma järsu mahuhüppe abil. Miks see nii on?



Muutunud maht annab ühelt poolt võimaluse ajalehe välimust muuta, näiteks kasutada rohkem ja suuremaid paratekste. Aga teisest küljest lehenumbri maht ka sunnib ajalehte struktuuraalselt muutma, näiteks kui numbri maht on kasvanud nii suureks, et lehte ei loeta enam algusest lõpuni läbi, siis tuleb infot temaatiliselt süstematiseerida ja info suhtelist tähtsust kujunduslikult väljendada. Seega on ajalehe mahul ka omaette muutusi mõjutav roll.

Teiseks toimub mahumurrangute ajal muutus majanduslikus konkurentsisis. 1880. aastatel tekib ajakirjandusturg, lugeja saab valida mitme samalaadse väljaande vahel. 1910. aastatel hakkavad eesti lehed omavahel aktiivselt konkureerima. 1940. a ajalehed riigistatakse, lehtedevaheline majanduslik konkurents likvideeritakse. 1990. aastate alguses peavad ajalehed taas hakkama end ise majandama, nad erastatakse, kümnendi keskel konkurents teravneb.

Kolmandaks muutub nende murrangute ajal radikaalselt uudiste roll ajalehes, kuna ajakirjandus ja ideoloogia on muutunud. 1870.–1880. aastatel laieneb ajakirjanduse temaatika, uudised omandavad selgemad žanrilised tunnused, n.ö patriarhaalne esituslaad asendub objektiivsemaga, kaasaegsemaga (vt Lõhmus 1971, Peegel jt 1994: 152). 1910. aastatel saavad uudised ajalehes keskseks ja jäävad sellele kohale ka sõdade järel. Nõukogude ajalehes surutakse uudised tagaplaanile, ajaleht on propaganda tööriist. 1990. aastate alguses vabanevad ajalehed ideoloogilise kontrolli alt ja tõstavad taas esiplaanile uudised.

Neljandaks muutub murrete ajal ajakirjanike professionaalne roll ja ajakirjanikkond uueneb. 1870. aastate lõpus kujuneb ajakirjandus elukutseks, täisajaliseks tööks; tööle asub hulk uusi ajakirjanikke. 1920. aastate alguses muutub lehetegijate roll ajalehe välimuse määramisel aktiivsemaks; ajalehtedes asuvad esmakordselt tööle reporterid, kes uudiseid aktiivselt otsivad. 1940. aastatel muutub ajakirjanike roll kardinaalselt, nõukogude ajakirjanik on propagandist, mitte uudiste vahendaja; vabariigiaegsed ajakirjanikud asendatakse uute inimestega, kellel on sobivad ideoloogilised vaated, aga puuduvad ajakirjanduslikud teadmised ja oskused. 1990. aastate alguses saab ajakirjaniku põhiülesandeks taas eelkõige uudiste hankimine, muutub lehetegijate roll lehe välimuse määramisel; vahetub ajakirjanike kaader, lehtedesse asub tööle palju uusi noori ajakirjanikke.

Seega toimub ajalehe välimuse järsk muutus nelja teguri koosmõjus. Taustal on muutused ühiskonnas, mis suurendavad või vähendavad hüppeliselt (1) lehenumbri mahtu, mis mõjutab ka ise lehe välimust. Muutus (2) majanduslikus konkurentsisis ja (3) uudiste kui ajalehe ühe keskse tekstirühma rollis sunnib lehe välimust muutma. Muutused (4) ajakirjaniku professionaalses rollis võimaldavad välimuse muutused ellu viia.

Uurides välimusperioodide vaheldumist, näeme, et kahe perioodi vahel on üleminekufaas, kus on segamini vanad ja uued välimusjooned. Seejärel on üleminek toimunud, uus paradigma on välja kujunenud.

Vana ja uue segunemine on kahetine. Esiteks ei muuda erinevad väljaanded välimust sünkroonselt, mõni väljaanne muutub kiiremini ja nii ilmub kõrvuti moodsama ja vanamoodsama välimusega ajalehti. Näiteks *Eesti Postimehest* saab lineaarne ajaleht juba 1860. aastate lõpus, teistest ajalehtedest kümnekond aastat hiljem. Teiseks ei ilmne uue välimusperioodi iseloomulikud tunnused kõik üheaegselt. Näiteks 1920. aastate alguses muutub esmalt info serveerimine (loobutakse rubriigistamisest, hakatakse kasutama suuri mitmeveerulisi pealkirju), kümnendi teisel poolel lisandub lehtedesse visuaale ja sellega on hierarhilise ajalehe kesksed tunnused välja kujunenud.

Näeme, et ajalehe mahumuutustega seotud välimusmuutused on selges korrelatsioonis eesti ühiskonna muutumisega, kuid need muutused ei toimu üheaegselt. Välimusmuutused toimuvad nihkega, olles umbes viis aastat ühiskonna muutustest taga. Ilmselt on põhjuseks ajalehe välimuse vernakulaarne ja 'kollektiivne' loomus. Kuni 1990. aastate teise pooleni kujuneb ajalehede välimus küllalt stiihiliselt, ilma selgelt sõnastatud eesmärkideta. Samuti

ei sõltu laialdasemad muutused lehe välimuses ühe-kahe inimese individuaalsetest otsustest ja tegevusest. Seetõttu 'reageeribki' ajalehtede välimus ühiskondlikele muutustele ajalise nihkega.

Teistest erinev on ideologiseeritud välimusperioodi algus 1940. a, kui Eestis kehtestatakse nõukogude võim. Siin algab üleminek väga järsult ja juba poole aasta pärast on lehtede välimus varasemast täiesti erinev. Tegu on vana välimusparadigma vägivaldse katkestamisega, mitte sujuva üleminekuga, vana ja uue segunemisega. Vanadest joontest on 1940. a lõpuks säilinud ainult n.ö toimetuvälised praktikad (nt kuulutusi ilmub lehtedes suhteliselt palju, v.a äsjaasutatud noorte päevalehes *Noorte Hääles*). Ei ole võimalik täpselt piiritleda, millal üleminekufaas lõpeb, sest juba aasta pärast asendab Nõukogude okupatsiooni Saksa okupatsioon ning sakslased kehtestavad ajakirjandusele oma kitsendused ja nõudmised. Kui aga 1944. a nõukogude võim taas kehtestatakse, on eesti lehtedest vanad, nõukogude-eelsed välimuspraktikad kadunud.

Samas on oluline see, et välimusmuutustega seostuvad tegurid on ka 1940. a nõukogude ühiskonnale üleminekul samad kui muudel juhtudel, ainult nüüd ei ole tegurite muutus sujuv, vaid nad ilmnevad järsku riiklike otsuste tõttu: likvideeritakse majanduslik konkurents, vähendatakse lehtede mahtu, muudetakse uudiste rolli ajakirjanduses ja ajakirjanike rolli, vahetatakse välja ajakirjanikekaader.

Kui võrrelda eesti kesksete lehtede välimuse muutumise põhjusi Barnhursti ja Nerone'i (1991, 2001) põhjendustega, siis mõlemal puhul on esile toodud neli mõjuriterühma. Eestis põhjustavad ajalehe välimuse põhjalikke muutusi lehenumbri keskmise mahu järsk kasv ning muutused majanduslikus konkurents, ajakirjanduse ideoloogias (eeskätt uudiste rollis) ja ajakirjanike professionaalses rollis (need toimuvad koos lehetegijate kaadri vahetumisega). Ameerika käsitluses on kesksed mõjurid stiililised (disainiideede) muutused ja ajakirjandusliku ideoloogia muutumine (laiem kultuuriline nihe viktoriaanluselt modernismile, uudiste esitamise ideoloogia muutumine, ajakirjanike professionaliseerumine). Tausateguritena on olulised lehtede konkurents ning tehnoloogiline areng (Barnhurst & Nerone 1991: 804; 2001: 213–216).

Ameerika ja eesti käsitlused ei ole üheselt võrreldavad, sest muutuste põhjuste otsimise meetodika on erinev. Ameerika käsitluses on muutuste põhjusi otsitud pikaajalisest sujuvast protsessist, eesti käsitluses ajalehe välimuse murdepunktidest (välimusperioodide vahetumise aegadest), keskendudes vaid neile põhjustele, mis on olemas kõigis murdepunktides.

Sealjuures on tähelepanuväärne, et hoolimata erinevast meetodikast kordub mõlemas käsitluses lehe välimuse muutumise põhjustena kolm tegurit: muutused uudiste ideoloogias ja ajakirjanike professionaalsuses ning majanduslik konkurents. See näitab veel kord nende tegurite piisavalt suurt universaalsust.

Eesti käsitluse põhjal mõjutab lehe välimuse muutumist ka ajalehe keskmise mahu muutumine. Ameerika mudelis see tegur puudub, kuigi Barnhurst & Nerone mainivad analüüsisas ajalehe välimuse muutuste taustal ajalehe kasvanud mahtu ("The transformation of the newspaper /.../ became more important as the newspapers themselves grew fatter. /.../"<sup>[1]</sup> – 1991: 803).

Ameerika käsitluse põhjal mõjutab lehe välimuse muutumist veel kaks tegurit: laiema kultuurilised muutused ja tehnoloogia areng. Eesti materjali analüüs näitab, et need tegurid ei ole avaldanud lehe välimusele mõju mahuga seotud murdehetkedel, vaid muul ajal. Vaatan neid tegureid eraldi järgmistes osades.

[1] Ajalehe teisenemine /.../ muutus tähtsamaks, kuna ajalehenumbrid paksenesid.

Kui võrrelda eesti kesksete lehtede alusel leitud välimuse muutumise põhjusi Mervola käsitlusega (1995), siis Mervola toob esile kujundusmuutuste vallandajad, mis koos ajalehtede mahu kasvuga algatavad uue perioodi ajalehtede välimuses. Mervola loetleb iga perioodi alguses konkreetsete tegurid ega võrdle eri ajastute muutuste 'päästikuid' omavahel (vt joonis 2.1, lk 42). Üldistades saab öelda, et välimuse teisenemise vallandavad ajakirjandusliku ideoloogia muutumine (lehtede sisu muutumine uudislikumaks, uudisajakirjanduse teke), trükitehnilised uuendused (rauast kiirpresside ja hiljem rotatsioonimasinate kasutuselevõtt) ning majanduslik konkurents (lehtede vahel, meediumite vahel). Nii on ka Mervola mudelis ajalehe välimuse teisenemise põhjustena toodud esile samad tegurid, mis esinevad nii USA mudelis kui ka eesti ajalehtede põhjal loodud mudelis.

## 2. Mahust sõltumatud muutused lehtede välimuses

Eelnev põhimudel määratles eesti kesksete lehtede välimuse geneesi põhialused. Lisaks aga tulevad analüüsis esile välimusmuutused, mis ei seostu mahuhüpetega, vaid toimuvad nendest sõltumatult. Siia kuulub kolm tendentsi, mille ilmumine pole ka omavahelises korrelatsioonis: tüpograafilise stiili muutumine, visuaalsuse kasv ja liikumine kirevuse-lihtsuse skaalal (paljud erinevad kirjad läbisegi, ebakorrapärase kujuga lood jms *contra* vähesed kirjad, nelinurksed lood).

### 2.1. Tüpograafilise stiili muutused

Tüpograafiline stiil muutub eesti lehtedes tugevalt kahel korral: 1930. aastate teisel poolel asendavad fraktuuri plok- ja antiikvakirjad, 1970. aastatel muutub kirjakasutus käsitöönuduslikust tööstuslikuks. Tüpograafilise teisenemise vahetuid põhjusi on raskem esile tuua, aga need seostuvad laiemate muutustega graafilises disainis.

Esimene oluline muutus on fraktuurkirjadest loobumine 1930. aastate teisel poolel. Ajalehed on eesti trükistest kõige viimased fraktuurist loobujad. Ilmselt on 'mahajäämise' põhjuseks nii ajalehtede käsitlemine vähetähtsana võrreldes teiste trükistega kui ka ajalehtede tüpograafia käsitlemine vähetähtsana võrreldes ajalehe sisuga. Ajaleht on 'ühapäevik', mille tüpograafiat sihipäraselt ei vormita. Ajaleht on trükikodades see toode, mille tegemiseks vanad fraktuuriladumismasinad (teksti jaoks) ja vanad fraktuursed aktsidentskirjad (pealkirjade jaoks) kulumiseni ära kasutada. Fraktuurist loobutakse lõplikult ja järsult 1940. a pärast nõukogude võimu kehtestamist, tõmmates sellega eraldusjoone senise ja nõukogude aja vahele.

Laiemas perspektiivis kuulub eesti ajalehtede loobumine fraktuurist samasse lainesse trükikirjade lihtsustamise ja moderniseerimisega 1930. aastate lääne ajalehtedes. "A Revolutionary Decade – The 1930s"<sup>[2]</sup>, pealkirjastab Allen Hutt vastava peatüki oma monograafias (1973: 107). Ajalehetüpograafia eesmärgiks seatakse funktsionaalsus, parem loetavus. Tüpograafiline vorm pole trükikalite esteetiline ja kunstiline valik nagu seni, vaid inseneritehniline otsus, mille juures annavad ajalehetoimetajatele nõu teadlased ja kus ka kunstnikud seavad eesmärgiks lihtsuse. Ajalehtede kontekstis on kõige olulisemad nimed John E. Allen 'voolujoonelist' pealkirjade propageerimisega USA-s (pealkirjades kasutatakse üht kirjaperekonda, ainult väiketähti, vasakule joondamist, kontrastimiseks erineva paksusega kirju, paljude alapealkirjade asemel üht pikemat) ja Stanley Morison Londoni *The Times* tüpograafilise uuendamise (eelkõige spetsiaalselt ajalehe jaoks disainitud trükikirja *Times*

[2] 1930. aastate revolutsiooniline dekaad.

*New Roman* kasutuselevõtt; vt Moran 1971: 123–138; Hutt 1973: 107–129; LeMahieu 1988: 258–260; Meggs & Purvis 2006: 323–326).

Ajalehetüpoograafia moderniseerimine pole isoleeritud nähtus, see on saanud algtõuke 20. sajandi alguse modernistlikust kunstist ja sellemõjulisest graafilisest disainist, kus olulised märksõnad on vene suprematism ja konstruktivism, De Stijl, Bauhaus, *die neue Typographie* (vt nt Meggs & Purvis 2006: 248jj; Bartram 2004).

Tulles tagasi eesti ajalehtede juurde, peab ütleva, et fraktuurist loobumine on siiski üsna nõrk järelkaja samaaegsetele suurejoonelistele modernistlikele muutustele lääne graafilises disainis, sest muid modernistlikke jooni eesti ajalehtede tüpograafiast ei leia. Modernismile täiesti vastandlik on kirjavalik, see ei ole ühtne, lihtne ja planeeritult süstemaatiline, vaid variatiivne, eklektiline ja sihitu. Kirjakasutus on endiselt dekoratiivne, mitte kommunikatiivne. Otseste eeskujude mõttes on oluline, et eesti ajalehetüpoograafia muutused 1930. aastatel sarnanevad 1920. aastate konstruktivistlikele tendentsidele eesti raamatu- ja ajakirjagraafikas (vt Loodus 1982: 83–91; Talvik 2010: 78–80).

Teine oluline muutus tüpograafias toimub 1970. aastatel, kui loobutakse käsitöendusliku muljega ehiskirjadest. Kogu varasema 150 aasta jooksul on ehiskirjad (ning ka illustratsioonid ja teabegraafika) ajalehtedes matkinud või trükitehniliste vahenditega tiražeeritud käsitsi kirjutatud ja joonistatud. Alles 1970. aastatel hakkab eesti ajalehetüpoograafia tekkima oma spetsiifika, trükikunstile ainuomased jooned. Esmakordselt hakatakse kasutama trükispetsiifilist disaini: taotluslikult tööstuslikku muljet, erinevaid rasteid, rohkem plokk-kirju jms.

Samal ajal toimub ka tüpograafilise variatiivsuse vähenemine: kasutatakse lihtsama ja sarnasema disainiga kirju, vähendatakse kirjade varieerimist, süstematiseeritakse kirjavalikut.

Need kaks muutustetendentsi – tööstuslikkus ja süsteemsus – jätkavad 1930. aastatel toimunud tüpograafilisi muutusi. Kui fraktuuri asendamine antiikva ja plokk-kirjaga 1930. aastatel lihtsustas kirju ja seostus niimoodi veidi tollase modernistliku graafilise disainiga, siis 1970. aastate muutused on modernismiga tugevamalt seotud. Eelkõige on oluline tüpograafia täiesti teistsugune visuaalne esteetika, mis selgelt seostub modernistlike väärtustega: vormi lihtsus, vaoshoitus, selgus, kindlus, korrastatus.

1970. aastate esteetilised muutused eesti ajalehtedes on sarnased laiemate muutustega eesti graafilises disainis ja kunstis (sh nt plakatikunstis, vrdl Saldre 1976 ja Hain 1984). Sel ajal võetakse ajalehtedes kasutusele ka letraset-tehnika, mille abil reprodutseeritakse just uusi, moodsaid kirju. Samas ei saa öelda, et letraset ise tingib esteetilisi muutusi, sest kirjad, mida reprodutseerida, valib välja ikkagi ajalehe kunstnik. Modernistlike kirjade eelistamine on ajalehekunstnike uue põlvkonna teadlik otsus.

Tüpoograafia moderniseerumistendentsid ilmnevad uuel kujul 1990. aastate teisel poolel, kui kirjavalik standardiseeritakse ja süstematiseeritakse äärmuseni. Ajalehtedes hakatakse kasutama ainult üht-kaht kindlat kirja pealkirjades (ettemääratud suuruse ja kindla pikkusega pealkirjad) ning üht-kaht tekstikirja alati samas suuruse ja reaavahega.

Kokkuvõttes on eesti ajalehtede tüpograafilise stiili muutused seotud modernistliku disaini tendentside järgimisega. Ajalehetüpoograafia on moderniseerunud vahepealsete katkestustega kahes etapis: 1930./1940. aastate vahetusel ja 1970. aastatel.

## 2.2. Visuaalsuse kasv

Nagu kogu maailma ajalehtedes, nii on ka eesti lehtedes visuaalsus kasvanud pooleteise sajandi jooksul väga palju. Kasv pole eesti lehtedes olnud pidev, vaid kolme järsu hüppega: 1920. aastate teisel poolel, 1950. aastate teisel poolel ja alates 1990. aastate esimesest poolest (joonis 4.19). Analüüsides neid visuaalseid hüppeid üksikult, saab need seostada tol



ajal aset leidvate sotsiaalsete, majanduslike, tehniliste muutustega (ja osalt ka eelnevate lehenumbri mahu muutustega).

1920. aastate teisel poolel kasvab eesti ajalehtede visuaalsus järsult, sest tsinkograafiline klišeerimine on muutunud piisavalt odavaks, väljaanded seavad sisse oma tsinkograafiatöökodad. 1925. a tuleb müügile ka esimene massilise levikuga kitsasfilmikaamera *Leica*, aga esimesed eesti fotograafid ostavad *Leica* 1927.–1929. a (Tooming 1990: 95). Seega eesti ajalehtede visuaalsuse kasv ennetab seda tehnoloogilist uuendust (vt ka Tooming 1986: 198).

1950. aastate teisel poolel kasvab lehtede visuaalsus järsult, sest ideoloogiliselt vabamad olud lubavad ajalehes rohkem visuaale kasutada ning fotografeerimine levib laiemalt.

1990. aastate alguses kasvab lehtede visuaalsus järsult, sest tahetakse distantseeruda nõukogudeaegsest vähevisuaalsest ajalehest ning lehtede kasvav maht võimaldab rohkem fotosid kasutada. Visuaalsus kasvab ka edaspidi sünkroonselt kogu kultuuri muutumisega järjest visuaalsemaks. Digitaalsete fotokaamerate kasutuselevõtt alates 1990. aastate lõpust teeb fotode 'tootmise' odavamaks kui teksti 'tootmise' (kaob vajadus filmi ilmutada, fotosid skaneerida).

Siiski selgitavad need põhjendused enamasti visuaalsuse suurendamise võimalusi, kuid ei vasta küsimusele, *mis sunnib* ajalehti järjest visuaalsemaks muutuma. Kui vaatame visuaalsuse kasvu pikas perspektiivis, siis on kogu kultuur 20. sajandi jooksul, eriti 1920. ja 1990. aastatel muutunud järjest visuaalsemaks. Sama trendi järgivad ka eesti ajalehed. Kui uurime visuaalsusehüppeid kronoloogiliselt, siis näeme, et visuaalsuse suurendamine on olnud eesti ajalehtede reaktsioon konkurentide lisandumisele uudiste turule (mõeldud on uudiste turgu laiemas tähenduses, erinevate meediumite kogumina). Kui uudiste turule lisandub uus meedium, ajalehtedele tekib veel üks konkurent, siis muutuvad eesti ajalehed järsult visuaalsemaks.

1926. a alustab Eestis tegevust raadio (vt Kaasik 2000; Vihalemm 2004: 92jj) ja 1920. aastate teisel poolel kasvab visuaalide maht kesketes eesti lehtedes üle kolme korra (2% → 7%).

1955. a alustab saateid televisioon (vt Šein 2004: 125jj, 2005: 15jj) ja 1950. aastate teisel poolel kasvab visuaalide maht kesketes eesti lehtedes kaks korda (6% → 13%).

1990. aastate esimese poole visuaalsuse järsk suurendamine (visuaalide maht 12% → 20%) ennetab *online*-väljaannete teket (esimesed ajalehed internetis 1995, esimesed *online*-uudised 1990. aastate lõpus; vt Tähismaa 2003; Vengerfeldt & Runnel 2004; Rebane 2007). Siin on visuaalsuse järsu kasvu põhjuseks ilmselt teadlik soov eristuda nõukogulikust vähevisuaalsest ajalehest. 1990. aastate lõpus ja 2000. aastate alguses aga visuaalsuse kasv ei peatu, vaid jätkub (2005. a on visuaalide maht 31% toimetuse materjali mahust). Seega saab ikkagi väita, et ka *online*-väljaannete tekkele vastavad eesti ajalehed visuaalsuse suurendamisega.

Nii võib öelda, et pikas perspektiivis on lehtede visuaalsuse suurenemine seotud ühiskonna ja kultuuri muutumisega visuaalsemaks ning konkurentsi kasvuga meedias. Kogu trüki-meedias (teatmeteostes, ajakirjades, reklaamis jne) saavad visuaalid verbaalide arvel järjest rohkem ruumi ning ka ajalehed järgivad sama trendi. Seega püüavad eesti ajalehed teiste meediumitega visuaalsuses võistelda, olla nende sarnased.

### 2.3. Liikumine kirevuse–lihtsuse skaalal

Kolmas tendents toob välja ajalehtede kogu välimuse muutumise kirevamaks või lihtsamaks. Seda muljet määrab eelkõige kujunduselementide valik: nende hulk, suurus, kontrastsus, kuju, dekoreeritus, variatiivsus. Muutused ei ole siin ühesuunalised, vaid toimub pidev edasi-tagasi liikumine lihtsuse–kirevuse skaalal. Kuni 20. sajandi alguseni liiguvad

ajalehed aeglaselt järjest kontrastsema välimuse suunas. 1920. aastate alguses muutuste tempo kiireneb ja vaheldumisi liigutakse ühes ja teises suunas paarikümneaastaste tsüklitega (suunamuutused 1940. a, 1950. aastate lõpus, 1970. a paiku, 1990. a paiku). 1990. aastatel kiireneb muutuste tempo taas (tsüklid on nüüd viieaastased) ja alates 2000. aastate algusest pole liikumise suund enam üheselt määratletav. Vaatame muutusi järgnevalt detailsemalt.

Alates esimeste eesti ajalehtede ilmumise algusest toimub püsiv ja vaevumärgatav nihkumine kontrastsema välimuse poole, mis 19. sajandil väljendub paratekstide muutumises visuaalselt tugevamaks, 20. sajandi alguses lisaks ka paratekstide üha arvukamas kasutamises. 1920. aastatel tuleb sujuvasse tendentsi murre ja ajalehtede välimus muutub järsult kirevamaks, sest kasutusele võetakse mitmeveerulised elemendid, erineva suuruse ja laiusega pealkirjad, paljudes eri kirjades pealkirjad ja kümnendi teisel poolel ka visuaalid.

1940. aastatel, pärast nõukogude võimu kehtestamist algab vastupidine tendents: ajalehtede välimus muutub lihtsamaks, sest lehenumbriid on õhemad ja mahutavad vähem elemente, kirjakaasutus on vähemvariatiivne (nii pealkirjades kui põhitekstis), väheneb paratekstide kasutamine, loobutakse ebakorrapärase kujuga tekstiplokkidest.

1950. aastate teisel poolel muutub ajalehtede välimus järsult kirevamaks ja eklektiliseks: kasvab visuaalide ja siltide hulk, lood on varasemast lühemad ja tugevamini liigendatud. Kasutusele võetakse ebakorrapärase kujuga lood, tekstiveergudesse sisselõigatud fotod, joonistused, pealkirjad; paljudes erinevates kirjades pealkirjad läbiseegi; varasemast rohkem ehiskirjas pealkirju; erinevad tekstikirjad läbiseegi ja kõrvuti.

1970. aastatel muutub ajalehtede välimus jälle lihtsamaks, selgemaks ja süstemaatilisemaks. Käsitööndusliku muljega kirjade asemele tulevad tööstusliku muljega kirjad. Ajaleht muudetakse tüpograafiliselt süsteemsemaks, standardsemaks, lihtsamaks. Kasvab plokkkirja osakaal teksti- ja pealkirja-kirjana, ehiskirjades pealkirjade osakaal väheneb järsult. Lisaks süstematiseeritakse ja lihtsustatakse lehekülgede struktuuri, loobutakse puslestruktuurist ja hakatakse kasutama modulaarset struktuuri nelinurksete tekstiplokkidega. Kolmandaks süstematiseeritakse ja standardiseeritakse lehenumbri struktuuri ja kujunduselementide kasutust väga erinevatel tasemetel: kindlad rubriigid ilmuvad kindla regulaarsusega, pealkirjade tüpograafiat varieeritakse vähem, kasutatakse visuaalselt sarnasemaid ja lihtsama disainiga kirju.

1990. aastate alguses muutub ajalehtede välimus taas kirevamaks. Kasutusele võetakse mitmeid uudseid elemente (igapäevane karikatuur, koomiksid, teabegraafika), lehed muutuvad visuaalsemaks ja paratekstidega liigendatumaks. Eklektilisust lisab varasemast laiemaates piirides muutuv tekstikirja suurus. Samas pealkirja-kirjade valik muutub sel ajal vähemvariatiivseks.

1990. aastate teisel poolel toimub järsk muutus vähesema variatiivsuse ja suurema süstemaatilisuse poole. Eelkõige on oluline tüpograafilise variatiivsuse vähendamine, süstematiseerimine ja standardiseerimine (üks-kaks kindlat tekstikirja ühes kindlas suuruses, üks-kaks pealkirja-kirja kindlates suuruses) ning paigutusliku variatiivsuse vähendamine (kaks leheküljestruktuuri mudelit, lihtsamad fotopaigutusvariandid, mis põhitekti vähem 'tükeldavad').

Peaaegu samal ajal, 1990. aastate lõpus algab taas liikumine ka kirevama välimuse suunas: palju rohkem kasutatakse üliväikseid ja mittelinurkseid fotosid ning mittetäisveerulisi fotosid, kasutusele tulevad uued paratekstide liigid, värvi kasutamine üha kasvab ja seda hakatakse lisama ka verbaalsetesse elementidesse. Pärast sajandivahetust muutub põhiteksti fragmenteerivamaks fotode jm lisaelementide paigutus põhitekstis.

Kokkuvõttes võib öelda, et muutused lihtsuse–kirevuse skaalal toimuvad lainetena vaheldumisi ühes ja teises suunas. Alates 1990. aastatest on muutused segasemad: ühe suuna muutused domineerivad (kümnendi alguses kirevuse poole, kümnendi teisel poolel lihtsuse poole),

aga samal ajal toimuvad ka üksikud vastassuunalised muutused.

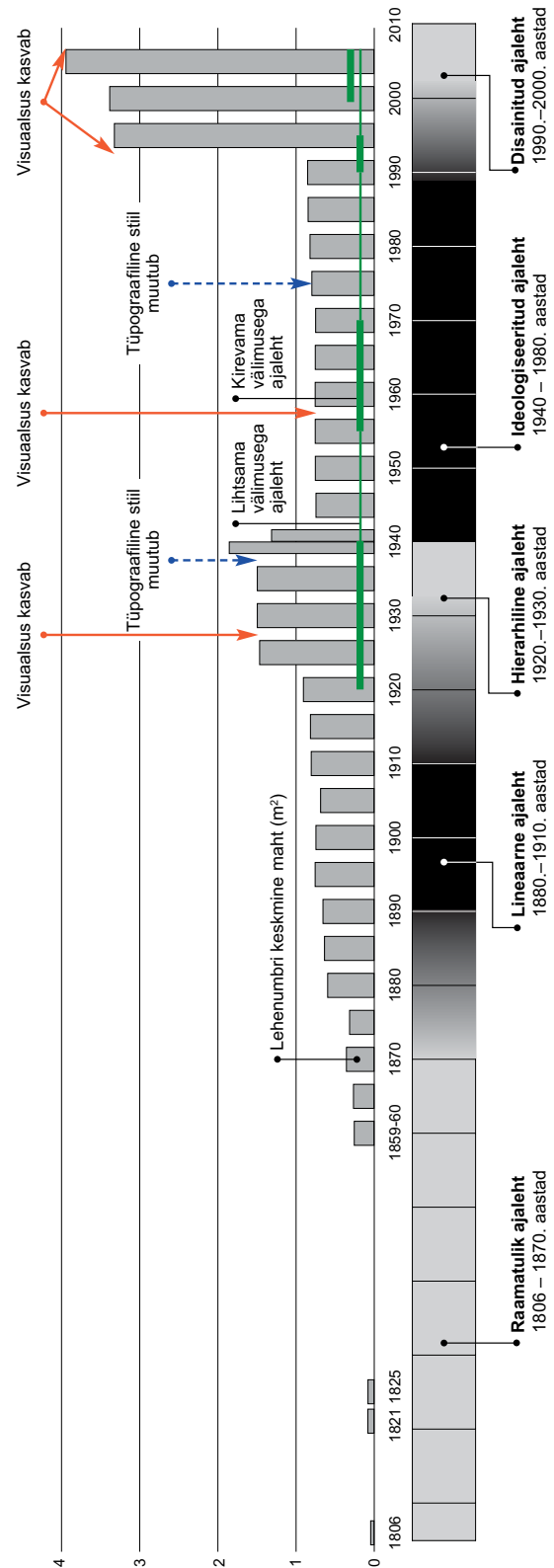
Muutuste põhjustena saab esile tuua erinevaid mõjureid.

Ühest küljest mõjutavad liikumist kirevuse-lihtsuse skaalal kultuurilised muutused, eelkõige visuaalse esteetika muutumine. Näiteks 1970. aastatel alanud liikumises lihtsuse poole võib näha modernistlikke mõjusid, 1990. aastate vastassuunalistes muutustes aga postmodernistlikke mõjusid. Oma mõju on ajalehtede välimusele ka teadusuuringute tulemustel, mis soodustavad välimuse lihtsustamist 1970. aastatel ja 1990. aastate teisel poolel.

Nõukogude ajal mõjutab ajalehtede lihtsust-kirevust ideoloogilise surve muutumine. 1940. aastate alguses sunnib nõukogude võimu kehtestamine ajalehtedele peale lihtsama välimuse. 1950. aastate lõpul võimaldab ideoloogilise surve leevenemine lehtedel loobuda pealesunnitud lihtsusest ja pöörduda tagasi nõukogude-eelse kirevuse poole. 1970. aastate alguses tugevnev ideoloogiline kontroll ja surve nõuab taas lihtsamat välimust.

Kokkuvõttes võib öelda, et mahust sõltumatult muutub eelkõige ajalehe esteetika ja muutused on suhteliselt sõltumatud ka majandusest ja ideoloogiast, s.o nad toimuvad nii demokraatlikus vabaturumajanduslikus ühiskonnas kui totalitaarses/autoritaarses plaanimajanduslikus ühiskonnas (joonis 12.2). Ajalehtede esteetika teisenemine on peamiselt tingitud laiematest kultuurilistest muutustest maailmas ja eesti ühiskonnas. Kultuuri-muutused tingivad visuaalsuse kasvu, tüpograafilise stiili moderniseerumist ja lihtsama või kirevama välimusega ajalehe loomist.

Joonis 12.2. Mahust sõltumatud välimusmuutused ja välimusperioodid



Visuaalsuse *hüppeline* kasv uue meediumi (raadio, televisiooni, *online*-meedia) lisandumise järel näitab, et see parameeter on lisaks implitsiitselt seotud ka (meediumitevahelise) konkurentsiga. Kultuuriliste muutuste mõju ajalehtede esteetikale ilmneb ka totalitaarses ühiskonnas (nõukogude ajal), aga siis lisandub olulise lisamõjurina ideoloogilise surve ja kontrolli tugevnemine-nõrgenemine, mis piirab ajakirjanike esteetilisi ja visuaalseid valikuid.

### 3. Ajalehe välimuse ja tehnoloogilised muutused

Tehnoloogilised deterministid on tõlgendanud tehnoloogia mõju lehe välimusele määravana (vt lk 45–46). Eelnevalt on näha, et esteetilised muutused ja välimusemurrangud eesti keskketes lehtedes ei ole põhjustatud tehnoloogilistest muudatustest. Samas on ajalehe mahu järsu kasvu taga kõigil juhtudel lisaks ühiskondlikele muutustele ka tehnilised uuendused, mis kiirendavad märgatavalt tööprotsessi ja võimaldavad lehenumbri mahtu suurendada.

Laakmanni trükikojas on alates 1846. aastast olemas rauast trükipress (kiirpress), mis võimaldab trükkida suuremas formaadis lehti. Ometi suurendab Laakmanni juures trükivatest eesti lehtedest mahtu (= formaati) esimesena *Eesti Postimees* alles 1869. a, kui ajaleht on saavutanud eesti ühiskonnas piisavalt suure leviku, saanud piisavalt palju kaastöölisi, kui eesti ühiskonnas on piisavalt kirjutamisainest. Järgmised lehed suurendavad mahtu ja formaati alles kümme aastat hiljem, kui on tekkinud tingimused ajakirjanduse laialdasemaks levikuks. Selleks ostavad nad suurema formaadi trükkimiseks sobivad pressid.

Samuti on tehnoloogilised eeldused lehtede mahu kasvuks olemas juba 1910. aastate alguses, kui võetakse laialdasemalt kasutusele rotatsioonimasinad ja ladumismasinad. Võib oletada, et need ostetakse just ajalehtede mahu suurendamiseks. Ometi kasvab lehenumbri keskmine maht järsult alles kümmekond aastat hiljem, pärast I maailmasõja ja Vabadussõja lõppu, kui selleks on olemas poliitilised, sotsiaalkultuurilised ja majanduslikud võimalused (riigi majanduslik olukord on pisut stabiliseerunud, ajakirjanikud on valmis uuendusi ellu viima).

1990–1991 minnakse üle digitaalsele küljendamisele. Samas kasvab eesti lehtede maht mõned aastad hiljem, 1992–1995, kui inflatsioonitempo on pisut aeglustunud, trükkimiseks suudetakse hankida piisavalt paberit ja tagada lehtede operatiivne jõudmine tellijateni.

Seega kasvab kõigil neil juhtudel lehenumbri keskmine maht aga alles siis, kui lisaks efektiivsema trükitehnika olemasolule võimaldavad ja nõuavad mahukama lehe tootmist muutunud ühiskondlikud olud.

Samasugune seos kehtib ka tehnoloogiliste uuenduste ja ajalehe välimuse muutumise vahel. Siin on heaks näiteks lineaarse kujunduse kasutamine 19. sajandi ja 20. sajandi alguse ajalehtedes. Angloameerika uurijate järgi sundis lineaarse küljenduse<sup>[3]</sup> ajalehtedele peale tollane trükitehnika. Nimelt võeti 1850. aastatel kasutusele Applegathi ja Hoe' rotatsioonimasinad, milles tinaladu kinnitatakse trükkivale silindrile kiilukujuliste tinast veeruvahejoontega ja seetõttu oli tehniliselt keerukas ja kallis veeruvahejoont katkestada (Hutt 1973: 44–47). Sellele põhjendusele vaidleb vastu George Everett (1976), leides, et veeruvahejoonte 'ületamine' oli võrdlemisi lihtne, aga lineaarset küljendamist jätkati harjumusest, seniseid traditsioone järgides. Traditsioonide tugevat jõudu lineaarses kujunduses kinnitab ka eesti ajalehtede praktika. Eestis pole Applegathi ja Hoe' masinaid ajalehtede trükkimiseks kasutatud ja seega puudus ka sundus jätkata raamatulikku lineaarset küljendamist suuremas formaadis. Ometi küljendatakse eesti ajalehti lineaarselt kuni 1910. aastateni.

[3] Lineaarse kujunduse asemel kasutatakse inglise keeles terminit vertikaalne kujundus (*vertical makeup*).

1990. aastatel muutub ajalehede välimus küll koos arvutite tulekuga, aga samas valitseb vastuolu arvutite tehniliste võimaluste ja ajalehe välimuse variatiivsuse vahel. Vahetult pärast arvutite kasutuselevõttu on eesti ajalehede välimus hilisemast palju varieeruvam ja eklektilisem, kuigi tehnilised võimalused on piiratumad (arvutid on aeglased ja nende mälumaht väike, küljendusprogrammid on kohmakamad). Selgelt on näha, et lehe välimuse muutused on seotud küll arvuti võimalustega, kuid muutuste eklektilisus peegeldab kasutajate oskamatusi ning toimetuste kujunduspoliitikat ja -ideaale (või pigem ühtse poliitika ja -ideaalide puudumist).

Kõnekas on kahe programmi kasutuselevõtu võrdlemine. *CorelDRAW* 'saabumine' *Postimehe* kultuuritoimetusse 1995. a sügisel paneb fotokasutuse eriliselt perutama ("ühel ilusal päeval tekkis majja *CorelDRAW* ja siis polnud enam kujutlusvõimel piire" – Rajamets 2009: 97). 2004. a on kujundus nii ohjatud ja reeglistatud, et küljendusprogrammi *InDesign* kasutuselevõtt ei põhjusta ajalehede välimuses mingeid suuri muudatusi.

Ka võime näha, kuidas arvutiga 'mängimine' on paralleelne vabadusega ajalehe kujunduses ja kaob koos rangete mallide tulekuga 1995–1998.

1990. aastate teisel poolel muutub ajalehede välimus süsteemsemaks. Süstematiseerimise taustal võib näha harjumist arvutiküljenduse valikutega ja teatud küllastumist nendest. Arvuti muutub mänguasjast tööriistaks. Aga küllastumine ja harjumine ei ole kindlasti süstematiseerimise ja uue, funktsionaalsema välimusega ajalehe väljakujunemise põhjus. Arvutist küllastumine võib suunata kasutama vähem erinevaid kujundusvõimalusi, aga ta ei sunni vähesemate võimaluste kasutamist süstematiseerima.

Lisaks võib võrrelda ka arvutite kasutuselevõttu eesti lehtedes 1990–1991 ja muu maailma ajalehtedes 1980. aastatel. Ka mujal tuli ette uute võimaluste kokkukujutamist (vt nt Widebrant 2004: 27), aga mitte sellist segadust lehtede välimuses nagu Eestis.

Mõnikord tehakse soovitud muutusi hoolimata tehnilistest piirangutest. Näiteks suurendab *Postimees* 1920. aastatel teiste lehtede eeskujul lehenumbriga mahtu, kuigi neil puudub selleks sobilik trükimasin (mis teistel lehtedel juba olemas on). Või teine näide 1990. aastate algusest, kui tollal tavaline küljendusprogramm võimaldab kasutada vaid kaht kirja-perekonda; et pealkirju rohkem varieerida, kasutatakse küljendamisel lisaks ka joonistus- ja graafikatöötlusprogrammi *CorelDRAW!*. 1990. aastate lõpus ei piira küljendusprogramm kirjadevalikut kuidagi<sup>[4]</sup>, ometi kaob erinevate pealkirja-kirjade kasutamise komme. Kolmas näide: 1991–1992 kasutab *Postimees* esiküljeuudiste illustreerimiseks värvifotosid, kuigi see pole funktsionaalne, fotode värvilahutuse tegemine võtab aega mitu nädalat.

Kolmandaks võime leida muutusi, mis toimuvad küll tehnilise murranguga sama ajal, kuid pole sellega seotud. Näiteks arvutite kasutuselevõttuga sünkroonselt suurendatakse tekstikirja, hakatakse kasutama rohkem ja silmatorkavamaid vahepealkirju, kuid seda oleks võimaldanud ka tinaladu. Alates 1995. a võetakse suurtes lehtedes küljendamiseks kasutusele programm *QuarkXPress* ja samal ajal hakkab välja kujunema ka uus disainitud ajaleht, millele on tunnuslik lehekülgede fookuseerimine ning ratsionaalne ja süstemaatiline kujundus. Selliselt võimaldas ajalehti kujundada ka varem kasutatud küljendusprogramm *Ventura Publisher*.

Neljandaks ei ole osa lehe välimuse olemuslikke muutusi üldse seotud tehnoloogilise arenguga. Näiteks suuremate, mitmeveeruliste ja alapealkirjastatud pealkirjade kasutuselevõtmist ning loobumist kogu lehenumbriga sisu rubriigistamisest 1920. aastatel ei põhjusta tollased tehnilised uuendused (ladumis- ja rotatsioonimasinate kasutuselevõtt). 1940. aastate

[4] Piirama pidanuks autoriõiguse seadus, mille kohaselt trükikirja kasutamise õigus tuleb osta (sama-moodi nagu arvutiprogrammi kasutamise õigus). Aga seda seadust Eestis tavaliselt ei täidetud.

alguses, pärast nõukogude võimu kehtestamist muutub ajalehtede välimuse ulatuslikult, kuigi tehnilised uuendused puuduvad, 1920. aastatel kasutusele võetud trükitehnikat kasutatakse 1970. aastateni. 1990. aastate teisel poole kasutusele võetud fokuseeritud leheküljemudel pole kuidagi seotud tehniliste võimalustega, arvuti ei sunni lehe välimust hierarhiseerima, fokuseerima ega süstematiseerima.

Kokkuvõttes võib öelda, et ajalehe välimuse muutumise põhjused on põhiosas mujal, mitte tehnikas. Uue tehnika kasutuselevõtt annab võimaluse ajalehe välimust muuta, aga ei sunni seda tegema ega sugereeri teatud lahendusi.

#### 4. Vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele kujundusele

Seni vaatasin lehe välimuse muutusi sidumata neid otseselt lehe kujundajate igapäevase tegevusega. Teiste maade lehekujunduse analüüsid on näidanud, et lehe välimuses toimub lisaks sotsiaalselt määratud muutustele ka liikumine vernakulaarselt kujunduselt (*vernacular design*) professionaalsele kujundamisele. Nii saab lehe välimuses toimuvaid muutusi vaadelda ka sellest aspektist, milline on kujundaja roll lehe välimuse loomisel.

Vernakulaarne kujundamine on kujunduse rolli mitteteadvustav tegevus, mis kasutab olemasolevaid kujundamismalle, küsimata nende otstarbekuse järele. Vernakulaarsele kujundusele on omane traditsioonilisus, järjepidevus, väiksed täiendused ja parandused tehakse järk-järgult katse-eksituse meetodil (Pile 1979: 40jj). Professionaalne kujundus on erihariduse saanud spetsialistide planeeritud tegevus, mis seab kujundusele selged eesmärgid (pikemalt lk 44). Üleminek vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele on pikaajaline protsess ja toimub väikeste vaevumärgatavate sammudena.

Esimeseks süstemaatiliseks teadlikuks kujundusteoks angloameerika ajalehtedes peetakse New Yorgi tüpograafi Ben Sherbow' algatatud pealkirjade lihtsustamist *The New York Tribune*'is 1917. a (vt Hutt 1973: 95–97; Morano 2002: 321). Järgneva 60 aasta jooksul toimuvad järgmised süstematiseerivad arengud: alates 1930. aastatest unifitseeritakse pealkirju, alates 1970. aastatest fokuseeritakse lehekülgi. Professionaalne kujundus jõuab oma mõjuvõimu tipule alates 1980. aastatest, kui lehekülje ülesehitamisel hakatakse lähema disainerite arusaamadest ja nõudmistest (Barnhurst & Nerone 2001: 209–211).

Eestis on üleminek vernakulaarselt professionaalsele kujundamisele sama pikaajaline, aga erinevalt angloameerika lehtedest palju hüplikum ja lõpus palju kiirem.

Esimesteks professionaalse kujunduse algeteks võib pidada Ado Grenzsteini uuendusi 1880.–1890. aastate *Olewikus*. Grenzsteinil on väga selge arusaam, et kujundusel on ajalehes oma roll ja sellest lähtudes muudab ta sihiteadlikult *Olewikku*: võtab kasutusele varasemast rohkem ja teistuguseid visuaale (karikatuurid, uudisjoonistused); vähendab ajalehe formaati, et lugejatel oleks lihtsam lehte lugeda ja alles hoida; toimetab-lühendab kaastööliste saadetud uudiseid ja süstematiseerib need temaatiliselt (senise geograafilise liigenduse asemel). Enamik neist muutustest on ilmselt saanud eeskuju Euroopa (eelkõige prantsuse ja saksa) lehtedest. Tollases eesti ajakirjanduses on muutused liiga uudsed, teised lehed võtavad sarnased uuendused kasutusele alles paarkümmend aastat hiljem (ja formaati ei vähendata üldse).

Järgmised muutused on *Waba Maa* toimetajate poolt 1920. aastate alguses manifesteeritud kujundusuuendused, mida vastandatakse senisele traditsioonilisele ("baltisaksa") süsteemile. Kasutama hakatakse deklaratiivseid pealkirju seniste temaatiliste pealkirjade asemel, tähtsamad uudised alapealkirjastatakse, lehenumber ja lehekülg struktureeritakse hierarhiliselt. See on teadlik ja sihikindel lahtiütlemine senisest traditsiooniliselt kujunenud lehevälimusest, lehe välimusele seatakse esmakordselt selge eesmärk: leht olgu "sedawõrd piltliku

wälimuse[ga], et seda lahti lüües ja kord pilguga üle waadates lugejale korruga teada on, mis lehes temale huwitawat, kuna “wanameelsete” lehtede juures seda lugeja alles pikema otsimise järel leiab.” (Wellner 1923: 7). Seekord järgivad teised lehed uuendusi mõne aasta jooksul.

Samal ajal toimub oluline muudatus ka tööprotsessis. Kui seni otsustas trükitööline (‘murdja’), kuidas lehte küljendada, siis alates 1920. aastate algusest on küljendamise juures ka toimetuse esindaja (*Postimees* 17. juuni 1937: 6).

Järgmine samm ajalehe välimuse sihipärase planeerimise suunas tehakse ilmselt 1950. aastatel. Nüüd ei struktureerita lehekülgi enam *pärast* lugude ladumist, vaid lehekülg planeeritakse *enne* lugude ladumist, kasutades maketti – lehekülje plaani, visandit, kuhu märgitakse lugude-pealkirjade-fotode asukoht ja suurus. Millal Eestis ajalehti maketeerima hakatakse, pole täpselt teada, aga 1955. a välja antud (vene keelest tõlgitud) õpik “Rajooniajalehe kujundamine” kirjeldab vähendatud leheküljemakettide kasutamist: visandada kõik ajaleheküljed riskükilikutena, märkida veerud ning pikemate materjalide asukoht ja ligikaudsed mõõtmed (Starobogatov 1955: 42). 1950. aastate teisel poolel propageeritakse Nõukogude Liidus (sh Eestis) Krasnodari krai ajalehtede eeskujul ‘veergudeta küljendamist’, mis tähendab just käsikirjade laomahu arvutamist ja lehekülje struktuuri planeerimist enne tekstide ladumist (Veergudeta 1957)<sup>[5]</sup>. 1960. aastate eesti ajalehed on juba nii keeruka leheküljestruktuuriga (erineva laiusega veerud, raamitud lood), et sellist lehekülge ilma eelneva planeerimiseta, lugude mahu eelneva väljaarvutamiset ja originaalsuuruses visandita pole võimalik koostada.

Järgmised teadlikud võtted ajalehe välimuse funktsionaalsemaks muutmiseks tulevad 1970. aastatel, kui Tartu ülikooli sotsioloogialabori uurimistulemuste põhjal muudetakse *Edasi* struktuuri ja kujundust. Kõige olulisem on ajalehe süstematiseerimine (võetakse kasutusele pikemaajalisemad sisuplaanid) ja lugejalähedasemate teemade lehtetoomine. Kujunduslikud muutused seostuvad samuti süstematiseerimisega (paigutada kindlad rubriigid kindlasse leheküljeossa) ja autorite personaalsema esitlemisega (vt Uus 1985). Nii püütakse uuringute tulemusel teha lugejate ootustele paremini vastavat ajalehte.

Siiski on ajalehe kujundamine veel ka 1980. aastatel endiselt peamiselt vernakulaarne. Eesti keeles on küll ilmunud lühikesi juhiseid ajalehtede kujundamiseks (Bolšakov 1930; Starobogatov 1955; Luur 1968), aga nende soovitusel on napid ja vähekonkreetsed, peamiselt fikseeritakse kujunduse kompositsioonilisi üldprintsippe (vaheldusrikkus, väärtustamine, kontrasti kasutamine) ega anta detailseid juhtnööre kogu ajalehe vormistamiseks. Suurte lehtede toimetustes töötavad kunstnikud, aga nende ülesanne on üksikute kujundusdetailide disainimine (kujundatud pealkirjad, teabegraafika).

Kujundamine on ajalehtedes endiselt kolmandajärguline ülesanne. Hoolimata sellest, et ajalehti maketeeritakse (s.o lehekülgede struktuur on ette planeeritud) ja toimetustes töötavad kunstnikud, on suur osa otsuseid intuiitiivsed, varasemaid traditsioone järgivad. Osa kujundusotsuseid tehakse endiselt trükikojas, näiteks väiksemate pealkirjade kirjad määratakse trükikojas. Kujundamine on endiselt anonüümne, kujundusreeglid on fikseeritud toimetusesisese folkloorina. Näiteks meenutab *Edasi/Postimehe* toimetusekretär Piret Tamm 1980./1990. aastate vahetuse lehekujunduspõhimõtteid: “Ülejäänud reeglistik oli suhteliselt rangelt paigas, kuigi ma siiani ei tea, kes omal ajal need reeglid paika oli pannud. Oli teada, mis vahemikus ülemise loo pealkirja suurus laotakse, millised šriftid peavad olema, kuhu käis pilt, mismoodi sa raamisid neid /.../” (Rajamets 2009: 87).

[5] Veergudeta küljendamise meetodi üks põhitunnus on teksti ladumine kohe küljendiks (vahele jääb veerutõmmiste tegemine korrektuuriks ja paranduste tegemine veergudes), aga see pole praeguses kontekstis oluline.

Väga järsud muutub ajalehtede kujundamine 1990. aastatel. Esimesed muutused seostuvad taas pealkirjade muutmisega efektiivsemaks 1990–1991: loobutakse suurtähestest pealkirjadest, pealkirju hakatakse vasakule joondama. Seejärel (1992–1997) unifitseeritakse ja süstematiseeritakse nii pealkirjade kui tekstikirjade kasutus. Siin pole päris selge, kas tegu on professionaalsete taotlustega, laenudega välismaalt või lihtsalt sooviga erineda maksimaalselt nõukogude ajalehest. Tollased ajakirjanikud kõnelevad üldiselt sellest, et oli lihtsalt tahtmine teha teistmoodi, aga professionaalse kujunduse põhimõtetest polnud veel aimu (vt intervjuusid Rajamets 2009: 65jj).

Kindel ja põhimõtteline murrang professionaalse kujunduse poole toimub 1995–1997. Siis hakatakse lehekülgi läbimõeldult hierarhiseerima ja fokuseerima. Korrastatakse ja süstematiseeritakse kogu kirjakaasutus. 1994. aasta lõpus ilmub Roosmari Kurvitsa ja Tiit Hennoste käsiraamat “Ajalehe kujundamine”, milles esitatakse rahvusvahelistele eeskujudele toetuv üksikasjalik ja rikkalikult illustreeritud professionaalse kujundamise põhimõttestik. Kindlasti on mõju raamatu autorite peetud paljudel konsultatsioonidel ja uute põhimõtete järgi tehtud lehtede ümberkujundamistel (*Äripäev* 1993, *Eesti Päevaleht* 1995, 1997).

1990. aastate lõpus saab tavaliseks lehekülgede ülesehitamine vastavalt funktsionaalseks peetava struktuuri nõudmistele. Kujuneb välja teatud mõttes ‘disainerite diktatuur’, mida peegeldab ka kujunduslike stiiliraamatute kasutuselevõtt samal ajal. Seega toimub põhimõtteline muutus ajalehe kujunduse staatuses ja rollis. Lehe välimuse luuakse nüüd kindla süsteemi järgi ning materjal selle jaoks tuleb koguda ja töödelda süsteemi nõudmistest lähtuvalt. Ajakirjanike jaoks on lehenumber kast, mis on jagatud erineva suurusega lahtriteks, mis tuleb vastava suurusega ja vastavas žanris elementidega täita (nt põhittekst 1900 tähemärki, siia kaks alapealkirju, siia infokast, siia tsitaat).

Veel 1990. aastate alguses määras lehe sisu välimuse sõna otseses mõttes – kokkukantud materjal tuli lehte ära paigutada. Kui vaja, muudeti selleks välimust (nt jagati pikk lugu mitmele leheküljele või mitmesse lehenumbrisse; muudeti tekstikirja suurust).

Nüüd, professionaalse kujunduse faasis saab vormist lehe kese, mis hakkab määrama lehe sisu. Seni määras loo pikkuse eelkõige autor, nüüd toimetaja, kes lähtub kujundusstiili nõudmistest ja reeglitest. Etteplaneeritud välimuse mõjutab ka lehe sisu ja määrab, kui pikad peavad olema lood, kuidas sõnastada pealkirjad jne. Ajakirjanikud peavad juba lugu kavandades mõtlema, *kuidas* lugu ajalehes välja võiks näha. Mõned iseloomulikud näited.

Selleks, et leheküljed oleksid fokuseeritud ja hierarhiseeritud, nõuavad toimetajad reporteritelt ja kaasautoritelt kindla pikkusega tekste. Leheküljele on vaja üks pikem lugu ja ükskaks lühemat (+ lühiuudised). Varem oli ühe loo piiriks ajalehenumber või (pika loo puhul) isegi mitu lehenumbrit, nüüd on piiriks kindla suurusega leheküljeosa.

Visuaalsed elemendid tõusevad ajalehes esiplaanile. Enam ei ilmu ilma fotota lehekülgi ja fotod paigutatakse nii, et nad ‘alustavad’ lehekülge: leheküljel on üks dominantne foto, mis pannakse külje tippu. Muude tingimuste võrdsuse korral läheb esiküljele fookusloona see teema, mida on võimalik esitleda efektse visuaaliga.

Sama muster kordub ka pisiasjades, näiteks muutub vahepealkiri sisulisest liigendajast pigem vormiliseks liigendajaks, paiknedes seal, kus ta teksti vormiliselt osadeks jagab (st pika veeru keskel). Mõnikord paiknevad vahepealkirjad seetõttu sisu seisukohalt vales kohas, esitledes infot, millest oli juttu eelmises lõigus.

Lehe välimuse püüab anda edasi lehe sisu ja sisemist loogikat – toimetaja on lood lugeja eest tähtsuse järgi reastanud ja välimuse peegeldab seda järjestust. Lehe tegija jaoks töötab mudel vastupidi: fokuseeritud välimuse nõuab fokuseeritud sisu, seega hakatakse sisu ‘tootma’ sellisena, et vorm saaks seda võimalikult hästi esile tuua. Tavaliselt ongi fokuseeritud ja reeglistatud välimuse see ‘piits’, mis nõuab lahterdavat mõtlemist ja sunnib ka lehtede



sisu muutuma. Hästi tuleb see tendents esile fokuseeritud lehekülgede tekkes. See struktuur ei kasva välja vanadest leheküljemallidest (nt eraldavast moodulstruktuurist), vaid seda hakatakse järjekindlalt kasutama suhteliselt järsku, valmistatud ja viimistletud mudelina. Seda kinnitab ka (toimetusesiseste) kujundusstiiliraamatute samaaegne kasutuselevõtt, kus esmakordselt fikseeritakse kujunduspõhimõtted ja vormilised parameetrid kirjalikult.

Kujunduse positsiooni muutumist näitab ka see, kuidas lehe välimust muudetakse ja mida toimetajad ajalehe välimusest lugejatele räägivad (või ei räägi). Veel 1990. aastate alguses ei ole lehe välimuse muutmine üldse kõneaine. See tuleb hästi esile, kui võrrelda üleminekut täisformaadist tabloidformaati *Päevalehes* aastal 1992 ja *Eesti Päevalehes* aastal 2000.

1992. a muudab *Päevaleht* formaati päevapealt, lugejale sõnagi seletuseks ütlemata. Formaadi vähendamise põhjus on läbinähtav. *Päevaleht* oli eelmise aasta lõpus lubanud, et ilmub iga päev kaheksaküljelisena, ja formaati poole võrra vähendades suudetakse see lubadus kõigi majanduslike ja tehniliste raskuste kiuste tähttähelt täita. Lehe välimuse jääb põhimõtteliselt samaks – üks topeltveerg lehekülje servast jäetakse ära ja trükikirju vähendatakse.

2000. a valmistub *Eesti Päevaleht* formaadi vähendamiseks mitu kuud, teeb kahe kuu jooksul neli proovitrükki; muudab koos formaadi vähendamisega põhilikult lehe struktuuri ja tüpograafiat; tutvustab, põhjendab ja reklaamib lugejatele uut välimust (vt *Eesti Päevalehes* 18. sept 2000 ilmunud lugusid peatoimetaja Hanno Tombergilt “Eesti Päevaleht muutub moodsamaks”, “Uue aja leht – selgem ja sisukam” ning peakunstnikult Merike Pinnilt “Kasutajasõbralik ja väga moodne” ning tervet tutvustavat lehekülge “EPL”, mis mh selgitab, kuidas lehekülgi lugeda).

Kokkuvõttes näeme, et pärast esimesi üksikuid planeeritud kujundamisepõhimõtete rakendamisi alates 19. sajandi lõpust jätkub kujundamine vernakulaarsel moel veel sada aastat. Selle aja jooksul tehakse vaid mõni väike samm professionaalsema kujunduse poole. Järsk ja kiire üleminek vernakulaarselt ajalehekujunduselt professionaalsele kujundusele tuleb 1990. aastatel, kui seitsme-kaheksa aastaga saab eesti ajalehetoimetustes valitsevaks arusaam, et kujunduse ülesanne on teha ajalehe sisu loetavaks ning selleks on kindlad võtted, mis seostuvad märksõnadega süstemaatiline, funktsionaalne, fokuseeritud. Seega toimub üleminek vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele eesti lehtedes analoogiliselt ja paralleelselt liikumisega modernistliku kujunduse poole.

## 5. Eesti ajalehed ja modernistlik ajalehekujundus

Olulisimad muutused lehtede välimuses toimuvad 20. sajandil, mil ajaleht omandab muudest trükiväljaannetest selgelt eristuva välimuse. Barnhursti ja Nerone'i mudelis on kogu see periood nimetatud modernistliku lehekujunduse ajaks ja angloameerika lehtedes on see kestnud peaaegu kogu 20. sajandi. Modernistliku ajalehe välimust iseloomustavad modernistlikule disainile omased jooned: ratsionaalsus, funktsionaalsus, efektiivsus, asümmeetria ja reeglipärasus, kaunistustest loobumine, teaduslikkusele toetumine disainiotsuste tegemisel (Barnhurst & Nerone 2001: 185 jj). Ajalehe puhul koonduvad kõik need tunnused ühe keske eesmärgi teenistusse: lihtsustada lugeja jaoks keerulist maailma. Selleks kasutatakse korrapäraseid ja lihtsaid leheküljestruktuure, alati nelinurkseid lugusid, reeglipärase suurusega tühja ruumi, unifitseeritud tüpograafiat (kindlad kirjad kindlas suuruses).

Modernistlikule ajalehele ülemineku keskseteks tunnusteks on hierarhiseeritus ja fokuseeritus, kuna nende kahe printsiibi rakendamisega hüljatakse lõplikult eelnev traditsiooniline lähenemine, mis ajalehe korrastamisel seadis keskseks tasakaalustatuse.

Barnhurst ja Nerone toovad välja modernismi neli faasi: protomodernistlik, klassitsistlik, kõrgmodernistlik ja hilismodernistlik. Igas faasis lisanduvad varasemate faaside tunnustele

ued iseloomulikud jooned (vt lk 41). Kogu maailma ajalehtede välimust analüüsid leivad Barnhurst ja Nerone (2001: 266–268), et modernistliku ajalehe kõik faasid esinevad 1990. aastatel maailmas samaaegselt. Nad toovad välja ka regionaalse seose:

- Indias ja Lähis-Idas eelistatakse protomodernistlikku kujundust, mille keskmeks on pealkirjade efektiivistumine;
- Saksa lehtedes eelistatakse klassitsistlikku modernismi koos sellele iseloomuliku unifitseeritud tüpograafiaga;
- Inglismaale, Kanadasse, USA-sse ja maailma suurlinnadesse on koondunud kõrgmodernistliku välimusega lehed, millele on tunnuslik fokuseeritud lehekülgede kasutamine;
- innovatiivsetes 'disainimaades' (nt Jaapan, Itaalia, Brasiilia) ning majanduslikult kiiresti arenevates riikides (nt Põhja-Euroopas) eelistatakse tehnilis-ratsionaalset, disainerite ideedele allutatud hilismodernismi.

Kuidas seostub selle periodiseeringuga eesti lehtede välimuse? Analüüs näitab, et modernistliku kujunduse tulek eesti lehtedesse toimub angloameerika mudelist selgelt erinevalt. Modernistlik mudel tuleb eesti lehtedesse pikkade pausidega, vahepealse tagasipöördumisega modernismieelsete praktikate juurde, modernistlike ja modernismieelsete kujundustendentside üheaegse tugevnemisega.

1910.–1980. aastatel ilmuvad eesti ajalehtedesse ainult üksikud modernistlikud kujundustendentsid. Protomodernistlikud võtted tulevad lehtedesse esmakordselt I maailmasõja ajal, laialdasemalt 1920. aastatel. Eelkõige tähendab see pealkirjade muutmist sisult efektiivsemaks, pealkirju sõnastamist deklaratiivsete lausetena seniste temaatiliste fraaside asemel. Pärast nõukogude võimu kehtestamist sisulist efektiivsust enam eesmärgiks ei seata ja eesti ajalehed mõneti demoderniseeruvad: taas tuleb kasutusele rohkem fraaspealkirju, esmakordselt võetakse kasutusele suurtähelised pealkirjad, mis angloameerika lehtedes seostuvad modernismieelse tüpograafiaga. Nende hulk üha kasvab ja saavutab maksimumi 1980. aastatel (vt joonis 4.17). Samas valitakse nõukogude aja alguses pealkirjadeks varasemast sarnasemad kirjad ja seda tendentsi võib siduda juba modernismi klassitsistliku faasiga. Suundumus pole siiski järjekindel, 1950. aastate teisel poolel võetakse taas kasutusele väga erinevad pealkirja-kirjad, 1970. aastatel jälle vastupidi unifitseeritakse pealkirju (kirju varieeritakse vähem), samuti moderniseerub kirjadevalik, kasutatakse lihtsama disainiga kirju ja rohkem plokk-kirju, lisaks katsetatakse vasakule joondatud pealkirju.

Süsteemaatiline murrang modernismi toimub Eestis alles 1990. aastatel, kui eesti suured päevalehed läbivad seitsme-kaheksa aastaga kõik modernismi faasid Barnhursti ja Nerone'i poolt esitatud järjestuses. Sealjuures toimub üleminek modernismile eeskätt 1990. aastate teisel poolel, 1990. aastate alguse muutustest seostub modernismiga vaid pealkirjade efektiivistamine.

**1. Protomodernistlik faas (= pealkirjade muutumine efektiivsemaks)** ilmneb eesti suurtes päevalehedes 1990.–1991. a. Eeskätt kasvab tüpograafiline efektiivsus, loobutakse suurtähelistest pealkirjadest, tsentreerimise asemel hakatakse pealkirju vasakule joondama. Seejärel muutuvad pealkirjad ka sisult efektiivsemaks, teemat märkivate pealkirjade asemel saavad uudistes valdavaks deklaratiivsed pealkirjad.

Barnhurst ja Nerone on pealkirjade efektiivistumist pidanud ajakirjanduse professionaalseerumisega kaasaskäivaks nähtuseks (2001: 196–199; Barnhurst 1994: 143). Kuna eesti lehtedes muutuvad pealkirjad väga järsult, siis näen siin pigem seost ühiskonna olemuse muutumisega, kiire ja närvilise ajastuga, lehtede muutumisega uudislikumaks. Neid muutusi väljendavad tugevad ja intensiivse(ma)d pealkirjad (tunnuslik on siin just paksude tugevate antiikvakirjade kasutuselevõtt).

2. Klassitsistlik faas (= trükikirjade unifitseerimine) ilmneb 1992.–1997. a ja väljendub nii pealkirjade kui tekstikirjade muutmises. Kujundatud pealkirjad kaovad 1993.–1994. a, mõne aasta jooksul loobutakse ka eri kirjaseeriade (kaldkiri, paks kiri) süsteemitust kasutamisest pealkirjades ja hakatakse kasutama kindlaid kirjasuursusi. Tekstikirja standardiseerimine (sama kiri kindlas suurus ja kindla reavahega) toimub pealkirjadest pisut hiljem, 1995.–1997. a.

3. Kõrgmodernismile tunnuslikud fokuseeritud leheküljed tekivad ja muutuvad eesti suurtes päevalehtedes valdavaks suhteliselt lühikese aja jooksul 1995.–1997. a (eri lehtedes eri ajal).

4. Hilismodernismile (tunnuslik on tehniline ratsionaalsus ja 'disaini diktatuur') lähevad eesti suured päevalehed üle põhiliselt 1997.–1998. a. Siin on pöördepunktiks kujunduslike stiiliraamatute kasutuselevõtmine (*Eesti Päevaleht* võtab stiiliraamatu kasutusele juba 1995. a, aga 'seaduseks' saab see siiski alles mõne aasta pärast).

Eesti päevalehtede liikumine läbi kõigi modernismi faaside vähem kui kümne aastaga võiks seega näidata eesti ühiskonna ja ajakirjanduse kiiret muutumist, Põhja-Euroopale 'järelemuutumist'.

Modernism on Barnhursti ja Nerone'i järgi reaktsioon konfliktile ja korratusele. Modernistliku ajalehe tekkele USA lehtedes eelneb on I maailmasõja eelne ja aegne segaduste-periood. Eestis eelneb modernistliku ajalehe tekkele nõukogude riigi lagunemise ja uue riigi loomise aegne segadus. Võib öelda, et ajalehe välimuse korrastamatus seostub ühiskonna lagunemise korrastamatusega ja korrastatus ühiskonna stabiliseerumisega.

Barnhurst ja Nerone on toonud esile ajakirjanike vastuseisu modernistlikule ajalehele (2001: 250–251). See tendents ilmnis ka Eestis. Kõige tugevamalt olid ajakirjanikud vastu fokuseerimisele ja info visuaalsele järjestamisele. Võõras ja vastumeelne oli lugude kirjutamine kindla mahuga, ühe fookusfoto väljavalimine mitme foto seast, fotode koondamine üksteise kõrvale. Välimuse diktaadile hakati alluma siis, kui teravnes konkurents lehtede vahel (kahjumid üha kasvasid) ja teised meediakanalid hakkasid lehtedelt reklaami ära võtma (vt reklaami statistikat Vihalemm 2004: 41, 362).

## 6. Postmodernistlik ajaleht

2000. aastate alguse eesti päevalehtedes ilmneb tendentse, mida on raske seostada modernistliku ajalehega: fragmenteeritus, sisu mitmekordne kordamine, visuaalse intensiivsuse kasv. Need suundumused on vastuolus modernistliku lehe ideaalidega.

Sellist lehetüüpi peavad Barnhurst ja Nerone omaseks postmodernistlikule ajastule (2001; Nerone & Barnhurst 2001). Nad väldivad postmodernistliku ajalehe mõistet ja räägivad modernismijärgsest ajalehest (*after modernism, beyond modernism*), mida iseloomustab modernismieelsele ajalehele omane neoviktoriaanlik segadus: palju väikesi elemente (lühilood, sildid, viited jne), korratu külluslikkuse mulje, erksad värvid. Nad rõhutavad, et tegemist on ajalehe üleminekuvormiga, aga millele täpselt, seda me veel ei tea. Igatahes mõjutab sellist ajalehte tugevalt internetiväljaannete olemasolu. Esimeseks postmodernse ajastu ajaleheks peavad Barnhurst ja Nerone aga *USA Today*'d, mis alustas ilmumist juba 1982. a (2001: 295–297; 305–308; vt ka Utt & Pasternack 2003).

Eesti lehtede analüüsi põhjal võib öelda, et eesti päevalehed liiguvad 1990. aastatel korraga, paralleelselt nii modernismi poole kui ka modernismist eemale. Seda modernismist eemaldumist nimetan postmodernismiks, sest iseloomulikud jooned on seostatavad just selle terminiga.

Samal ajal ei ole modernistlik ja postmodernistlik kujundus vastandid. Pigem võib öelda, et postmodernistlik kujundus on modernismi teatud ideaalide arendamine äärmusse üle selguse ja funktsionaalsuse piiri. Näiteks esialgu teeb hõredam, 'õhulisem' kujundus ajalehe selgemaks ja funktsionaalsemaks (jooned, mis seostuvad modernismiga): suurem ja hõredam tekstikiri on paremini loetav, suuremad pealkirjad liigendavad lehekülje selgemini osadeks. Edasine hõrenemine ei tee enam lehte selgemaks, vaid segasemaks, sest ta lõhub tervikut (nt tühi ruum keset tekstiplokki).

Sama kehtib ka ajalehe sisu kordamise, visuaalse intensiivsuse kasvu ja info segmenteerimise kohta. Nende tendentside ülevõimendamine hakkab ajalehe modernistlikku välimust lõhkuma ja teeb selle taas eklektilisemaks, korratumaks, dekoreeritumaks.

Mida sellise välimusega ajaleht lugeja jaoks tähendab, on ebaselge. William J. Mitchell (1994) on arvanud, et selline leht fragmenteerib lugeja maailmataju ja tekitab ebakindlust maailma kesksete elementide vaheliste suhete ja piiride määramisel. Jakob Nielsen (1995: 349) on arvanud vastupidi, et erinevate elementide omavaheline ühendamine lubab inimesel näha tervikut integreeritumana ja loob võimaluse maailmataju fragmenteerumise vähendamiseks. Sellele küsimusele on vastust otsitud ka paberajalehtede ja *online*-lehtede loetavuse ja arusaamise võrdlustega, aga ühest vastust pole leitud (vrld nt Tewksbury & Althaus 2000 ning d'Haenens jt 2004).

## Kokkuvõte

Eesti ajalehtede välimuses kahe sajandi jooksul toimunud muutused olen kokku võtnud kahel moel: mahupõhise järske muutusi kirjeldava mudeli abil ja mahust sõltumatute esteetiliste trendide analüüsi abil.

Mahupõhine mudel on meediasotsioloogiline ja selgitab eesti ajalehtede välimusperioodide vaheldumist ja üldistab muutusi ajalehe formaadis, info struktureerimises ja liigendamises. Neid muutusi on põhjustanud muutused ajalehe mahus, majanduslikus konkurentsis, uudiste rollis ja ajakirjanike professionaalses rollis. Mahupõhine mudel sõnastab välimusperioodide vaheldumise ka kvantitatiivselt: uus välimusperiood algab siis, kui ajalehenumbri keskmine maht on viie aasta jooksul muutunud vähemalt 1,5-kordselt.

Lisaks neile toimuvad veel mahust sõltumatud esteetilised muutused: kasvab ajalehtede visuaalsus, teiseneb tüpograafiline stiil, ajalehe välimus muutub vaheldumisi lihtsamaks ja taas kirevamaks. Need esteetilised arengud on põhjustatud kultuurilistest muutustest, aga ka konkurentsi kasvust massimeedias tervikuna. Nõukogude ajal sekkub ajalehe esteetikasse ka riik, esteetilisi valikuid mõjutab ideoloogilise surve tugevnemine või nõrgenemine.

### 13. AJALEHTEDE VÄLIMUSE UNIVERSAALNE KOLME-EPOHHILINE ARENGUMODEL

Integreerides eesti kesksete ajalehtede välimuse muutumise analüüsi tulemused olemasolevate (ajalehevälimuse) periodiseeringutega (Soome ja USA mudelid, meediumi eluringi mudel; vt lk 38–45), näeme, et lehed teevad struktuuraalselt sarnase kolme-epohhilise muutuse (tabel 13.1).

Ajalehtede välimuse esimene epohh on raamatulik. See on lehevälimuse eelajalugu, kuna ajalehtede välimus pole raamatute omast veel selgelt eristunud. Meediumi eluringi mudeli terminoloogiat kasutades on see ajalehtede turuletuleku tsükkel. Siia kuulub eesti lehtede raamatulik periood, Soome lehtede raamatutüpopograafiline ajastu ja USA lehtede trükkali formatsioon. Kujunduslikult on see puhtalt vernakulaarne periood, mil ajalehe välimuse vormivad varasemast meediast pärit traditsioonid.

Teisel epohhil omandab ajalehtede välimus esimesed spetsiifilised jooned: suureneb formaat, aga leheküljed on endiselt lineaarse struktuuriga, liigendatus tugevneb pisut, selleks kasutatakse väikseid üheveerulisi paratekste, visuaale ilmub harva. Meediumi eluringi mudeli terminoloogiat kasutades on see ajalehtede kasvutsükkel. Siia kuulub eesti lehtede lineaarne periood, Soome lehtede korsetiajastu, USA lehtede arengust aga kaks formatsiooni: erakondlik ja viktoriaanlik. Kujunduslikult on see ikka veel vernakulaarne periood, ajalehe välimus kujuneb ilma teadliku planeerimiseta.

Kolmandal epohhil hakatakse kasutama mitmeveerulisi elemente (pealkirju, lugusid, fotosid), igapäevaseid visuaale, ajalehe välimus muutub kontrastsemaks ja funktsionaalsemaks. Liigendamisvõtted muutuvad palju mitmekesisemaks, üheveeruliste paratekstide asemel kasutatakse erineva suuruse ja laiusega paratekste ja visuaalseid elemente, sealjuures osutab elementide suurus info suhtelist tähtsust. Eesti lehtede periodiseeringust kuuluvad siia hierarhilise, ideologiseeritud ja disainitud ajalehe perioodid, Soome liigendusest paraadkülgede ja moodulite ajastud, USA uudiste formatsioonidest modernistlik ajaleht oma nelja faasiga, meediumi eluringi mudelist aga küpsemise, enesekaitse ja adapteerimise/sulandumise/hääbumise tsüklid. Kujunduslikult on see professionaalne periood, kuna ajalehe välimusele seatakse selge eesmärk – sisu esile tuua – ja muutused on üha sihikindlamad ja plaanipärasemad.

Võttes arvesse ka olemasolevaid suhteliselt katkendlikke teadmisi briti, vene ja taani ajalehtede välimuse muutumise kohta (Hutt 1973; Kisselev 1990; Kolstrup 2005), võib suure tõenäosusega oletada, et need kolm arengujärku on universaalsed ja sellises kronoloogilises järjestuses muutub ajalehtede välimus väga erinevates kultuurides. Muutuste tempo varieerub kultuuriti tugevalt, sõltudes regiooni sotsiaalsest, poliitilisest, majanduslikust, tehnoloogilisest situatsioonist ja arengutasemest. Isegi samas piirkonnas võivad samaaegselt kõrvuti eksisteerida ajalehed, mille välimus on erinevates arengujärkudes (nt baltisaksa ja eesti ajalehed 19. sajandi keskel).

Eri riikide esimesed ajalehed on välimuselt väga sarnased hoolimata sellest, kas nad alustavad ilmumist 17. sajandil või 19. sajandil. Esimesed ajalehed Põhja-Ameerikas 1690, Soomes 1771 ja Eestis 1806 on raamatulikult väikse leheküljesuurusega, nelja- või kaheksaküljelised, leheküljel on üks veerg<sup>[1]</sup>, tekst on laotud 12p kirjas, lood on ilma pealkirjadeta, rubriiginimed puuduvad (Mervola 1995: 35jj; Barnhurst & Nerone 2001: 31jj; Morano

[1] Vaid esimeses Ameerika ajalehes *Publick Occurrences, Both Foreign and Domestick* (1690) on kaks veergu, eeskujuks tollased inglise ajalehed, mis olid 1665. a hakanud kasutama suuremat formaati ja kaht veergu leheküljel (Hutt 1973: 15; Morano 2002: 316).

<b>Tabel 13.1.1. Ajalehtede välimuse epohhid ja perioodiseeringud</b>					
Perioodide ajaline ulatus on märgitud erinevalt: Soome ja eesti lehtede puhul on ajaskaala pidev, angloameerika lehtede puhul on ajaliselt esile toodud perioodide tüüp, nende vahele jäävad üleminekuperioodid					
Ajalehe välimuse epohhid	Eesti kesksete ajalehtede välimisperioodid	Soome ajalehtede välimisperioodid (Mervola 1995)	Angloameerika ajalehtede uudiste formatsioonid (Barnhurst & Nerone 2001)	Meediumi eluringi mudeli tsüklid (Lehman-Wilzig & Cohen-Avigdor 2004)	Liigendus lähtudes kujundamise etteplaneeritusest
1. Raamatulik ajaleht	Raamatulik ajaleht 1806 – 1870. aastad	Raamatutüüpograafiline ajastu 1771 – 1850. aastad	Trükkali ajaleht Kese 1750 – 1810. aastatel	1. Turule tuleku tsüklil	Vernakulaarne kujundus
	2. Peegeldav ajaleht	Lineaarne ajaleht 1870.–1910. aastad	Korsetiajastu 1860.–1910. aastad	Erakondlik ajaleht Kese 1830.–1840. aastatel Viktoriaanlik ajaleht Kese 1860.–1880. aastatel	
3. Konstrueeriv ajaleht	Hierarhiline ajaleht 1920.–1930. aastad	Paraadkülgede ajastu 1920.–1960. aastad	Modernistlik ajaleht Alates 1920. aastatest	3. Küpsemine	Professionaalne kujundus
	Ideologiseeritud ajaleht 1940.–1980. aastad			4. Enekekaitse	
	Disainitud ajaleht 1990.–2000. aastad	Moodulite ajastu Alates 1970. aastatest	5. Adapteerimine või sulandumine või haabumine		

2002: 316). Seega on nad kõik väiksed uudisraamatu vihud. Samasugused on ka esimesed saksa, briti, prantsuse ja rootsi ajalehed 17. sajandil ning vene ajalehed 18. sajandil (Hutt 1973: 9jj; Kisselev 1990: 8jj; 18; Mervola 1995: 35–39).

Erinevad on vaid kasutatud trükikirjad: angloameerika, vene ja prantsuse lehed kasutavad antiikvat; saksa, rootsi, Soome ja eesti lehed saksalikku fraktuuri.

Sellest muustrist erinevad esimesed hollandi ajalehed 17. sajandi alguses (kurandid, *Courante*), mis ilmuvad ühe suures formaadis lehena (esimesed numbrid trükitud ainult lehe ühele poolele) ja kaheveerulisena. Mõned autorid peavadki hollandi kurante esimesteks tõelisteks ajalehtedeks maailmas, kuna kurandid olid esimesed, mis kasutasid ajalehespetsiifilisi tüpograafilisi võtteid (nt Morison 1932; Hutt 1973: 9). Amsterdams, mis tollal oli maailmakaubanduse 'süda', ilmus ajalehti mitmes keeles, sageli veel enne, kui neid hakati avaldama eri riikide kaupmeeste kodumaal (nt esimesed inglisekeelsed ajalehed ilmusid Amsterdams 1620–1621, Londonis ilmus esimene ajaleht 1622). Ajalehe välimuse kujunemise seisukohalt on oluline see, et hollandi ajalehestiil ei levinud esmase kujundusstiilina laiemalt – teistes riikides alustasid ajalehed ilmumist ikka raamatulikus kujunduses. Võib oletada, et Amsterdam maailma kaubanduskeskusena lõi kaupmeeste jaoks uude meediumi koos uude välimusega, aga teistes riikides eelistatakse visuaalset sarnasust olemasoleva meediumiga – raamatuga –, et lugejatel oleks uudset meediumi kergem omaks võtta.

Kujunduse arengu teine epohh on vaadeldud kolmes riigis<sup>[2]</sup> struktuuralselt sarnane, aga teostusvõtetest erinev. Ühised tunnused on suur formaat ja visuaalne ühetaolisus, tugevate rõhutuste puudumine. Tegelikult esitatakse lugejatele väheli-

[2] Teiste riikide puhul nende perioodide kohta analüütilised käsitlused puuduvad.

gendatud faktidehulgana, milles lugeja ise peab faktidevahelised seosed leidma ja järeldused tegema. Sel epohhil saab ajakirjanduse ülesandeks peegeldada tegelikkust kogu selle mitmekülgsuses. Ajalehed eemalduvad raamatulikust fiktsioonilisusest ja keskenduvad üha rohkem faktilisusele. Samas on see ikka vernakulaarne ajajärk – ajalehed esitavad kokkukulvava materjali seniseid raamatulikke kujundustraditsioone adapteerides, kohandades ja edasi arendades, aga nad ei tööta aktiivselt ja sihipäraselt sisu ja vormi loomisel. Ajakirjanikud küll valivad infot, aga nad ei lähe toimetusest välja, et seda hankida, ega toimeta saadud infot lähtudes teatud kindlastest sisulistest kriteeriumitest. Info paigutatakse lehte, distantseerudes lugejast ning lähtudes senisest verbaalsest ja väheliigendatud trükitraditsioonist koos üksikute ajalehelike täiendustega, mis kujunevad katsetades aastakümnete jooksul. Seega võib öelda, et teise epohhi ajaleht on maailma peegeldav.

Koos ajalehtede sisu mitmekülgsemaks muutumisega 'iseseisvub' ajalehtede välimuse, omandab spetsiifilisi jooni, aga need on eri kultuurides tüpograafiliselt ja ajakirjanduslikult erinevad. Erinevused väljenduvad eelkõige liigendatuses ja tüpograafilistes võtetes. Näiteks hakkavad angloameerika ajalehed liigendamiseks kasutama tiiteltähti, suurtähelisi antiikvas rubriiginimesid ja uudistes suurtähelisi antiikvas pealkirju (Hutt 1973: 15jj). Eesti lehed liigendamiseks tiiteltähti ei kasuta, uudiste algus markeeritakse sõrendatud ja/või paksus kirjas märksõnaga. Kasutatakse rubriiginimesid, aga need laotakse paksus (väiketähelises) fraktuuris. Pealkirju kasutavad eesti lehed väga vähe ja mitte uudistes. Soome lehtede tüpograafia on sel ajajärgul eesti lehtedega sarnane, kuid pealkirjade osakaal on suurem kui eesti lehtedes (vrld joonis 4.14 ja Mervola 1995: 381–382, 426). Seega liigendavad eri riikide ajalehed erinevaid leheosi, angloameerika lehed eelkõige uudiseid, eesti lehed kogu sisu ühtlaselt, ilma mõnd temaatilist osa eelistamata.

Ka kolmanda epohhi arengud on eri riikide ajalehtedes struktuuraalselt sarnased ja kultuuriliselt-ajakirjanduslikult erinevad. Keskne tunnus, mis eristab selle epohhi ajalehed eelnevast, on erineva visuaalse tugevusega infoesitlusvõtete kõrvutikasutamine (erineva suuruse ja laiusega verbaalid ja visuaalid). See näitab, et tegelikkust peetakse lugeja jaoks liiga keerukaks, et esitada seda ajalehes ühetaolise väheliigendatud tekstimassina. Ajalehed hakkavad lugejale maailma seletama ja ajalehe välimuses väljendub see info hierarhiseerimises. Ajakirjanikud hakkavad järjest enam lugeja eest mõtlema ja konstrueerima tegelikkust nii, et see oleks lugejale kergemini arusaadav. Nad otsivad ja valivad fakte, korrastavad neid ja lõpuks seavad faktid olulisuse järgi hierarhiatesse. Nii võib kolmanda epohhi ajalehte nimetada konstrueerivaks ajaleheks.

Teisest küljest on lisaks hierarhilisusele selle epohhi keskne tunnus visuaalide igapäevane ja järjest arvukam kasutamine. Mõlemad tunnused näitavad ajalehtede pöördumist üha laiema lugejaskonna poole, kutsudes välimuse (ja ka sisu) abil ajalehte lugema neid, kellele eelneva, peamiselt verbaalse ja väheliigendatud sisuga ajalehe vastuvõtmine oli liiga pingutav ja keeruline. Seega on ajalehe välimuse kolmas epohh tunnuslik massiajakirjandusele.

Välimuse – visuaalne, süstemaatiline, standardiseeritud, harmooniliselt esteetiline – saab ajalehes üha tähtsamaks ja teatud mõttes võib selles näha tagasipöördumist faktilisusest fiktsionaalsuse poole – tegelikkusest valitakse sellised faktid, mis sobivad etteplaneeritud välimustrisse.

Kolmandal epohhil on eri riikide lehtedes on tegelikkuse konstrueerimise põhimõtted ja võtted erinevad, nt nõukogude ajaleht seab keskmesse ühe partei ideoloogia, lääne ajalehed keskenduvad uudistele. Muidugi lähtuvad lääne lehedki uudiste valikul teatud ideoloogiast, aga ajalehe välimuse seisukohast teeb nõukogude ja lääne lehed erinevaks just sündmuste-keskus või ideoloogiakeskus.

Ajalehtede tüpograafia muutub erineval moel. Angloameerika lehed hakkavad loobuma suurtähestest pealkirjadest, antiikva asemele tulevad plokk-kirjas pealkirjad. Eesti ajalehtede pealkirjad on seevastu tüpograafiliselt kirevad, fraktuuri asendavad algul antiikvas ja plokk-kirjas pealkirjad, nõukogude ajal võetakse kasutusele suurtähelised pealkirjad. Soome lehtede tüpograafia on selle epohhi alguses eesti lehtedega suhteliselt sarnane (loobutakse fraktuurist, kirjakasutus on kirev), aga muutused toimuvad ajaliselt varem kui eesti lehtedes. Selge erinevus tuleb kahe riigi ajalehtede tüpograafiasse pärast 1940. aastat: eesti lehtede pealkirjad muutuvad järsult laiemaks, kasutusele võetakse järjest rohkem suurtähelisi pealkirju.

Ajakirjanduslikud erinevused väljenduvad kolmandas epohhis taas eelkõige uudiste serverimises ja lehenumbri ülesehituses. Angloameerika lehtedes on uudised ajalehes esiplaanil, nende loetavamaks tegemiseks kasutatakse lihtsama disainiga kirju, vähem ja kõnekeelsemaid alapealkirju, järjest rohkem fotosid. Nõukogude võimu kehtestamisega hakkab eesti lehtede välimust otseselt ja tugevalt mõjutama ka riigivõim. Ajaleht on eelkõige propagandist, uudised tõugatakse tagaplaanile, tehakse visuaalselt vähemärgatavaks, kuulutuste ja reklaami hulka vähendatakse järsult.

Tänapäevaste ajalehtede välimuse põhjal saab väita, et viimastel aastakümnetel on globaliseerumine maailma ajalehtede välimust kultuuriliselt ja ajakirjanduslikult sarnastanud. Enamasti on nähtud selles ajalehtede välimuse amerikaniseerumist (nt Barnhurst & Nerone 2001: 274jj; Nerone & Barnhurst 2001). Font Bureau' 2005. a uuringu põhjal saab üldistada, põhjapoolkera ajalehed kasutavad antiikvas pealkirju, Lõuna-Ameerika ajalehed kasutavad rohkem plokk-kirjas pealkirju ja algatavad uusi trende ajalehetüüpograafias<sup>[3]</sup> (Parker 2006). Kogu maailma ajalehti võrreldes võib näha esikülgede struktuurilist sarnastumist (vt <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/>, kuhu pannakse iga päev üles rohkem kui 80 riigi ajalehtede värsked esiküljed, nt 14. aprillil 2010 – 853 esikülge). Selgelt erinev on aga eri maade ajalehtede liigendatuse ja visuaalsuse määr (vrld nt saksa lehti ladina-ameerika lehtedega). Samuti erinevad liigendamiseks kasutatavad võtted. Näiteks Suurbritannias kasutavad vahepealkirju ainult massilehed (*The Sun*, *The Mirror*), aga mitte kvaliteetlehed; Põhjamaades kasutavad vahepealkirju nii massi- kui kvaliteetlehed.

Seega globaalses perspektiivis näitab ajalehtede välimuse kolme-epohhiline genees ajalehtede emantsipeerumist raamatutest ja kirjandusest ning arengut ajakirjanduse poole ehk fiktsioonist fakti poole ning seejärel tagasipöördumist fiktsiooni suunas. Seejuures on eri riikides ajalehtede välimuse arengu üldsuund sama, aga ajalehe tekkeaeg, muutuste tempo (eri epohhide algus ja kestus) ning konkreetsed karakteristikud erinevad, sõltudes konkreetse ühiskonna kultuurilisest eripärast.

[3] Valimiks on 145 ajalehe sama päeva esiküljed internetiküljelt [www.newseum.org](http://www.newseum.org).



# KOKKUVÕTE

Käesoleva väitekirja eesmärk on kirjeldada ja analüüsida eesti ajalehtede välimuse muutumist 1806–2005, periodiseerida eesti ajalehtede välimus ning leida, millised on ajalehe välimuse muutumise põhjused. Vaatluse all on ühiskondlikud, majanduslikud, tehnoloogilised, kultuurilised ja ajakirjanduslikud mõjurid. Nende alusel sõnastan teoreetilise mudeli eesti ajalehtede välimuse muutumise kirjeldamiseks ja seletamiseks. Võrreldes eesti ajalehtede välimuse periodiseeringut teiste maade andmetega, sõnastan ajalehtede välimuse muutumise universaalse mudeli.

Uurimuse materjaliks on kesksed eestikeelsed üldajalehed aastatel 1806–2005. Kuni 1875. aastani on uuritud kõiki ilmunud eestikeelseid ajalehti, edasi on analüüsiks valitud kolm ajalehte, eelistades keskseid, tüüpilisi ja järjepidevalt ilmunud lehti. Lehti on analüüsitud viieaastase intervalliga (0 ja 5-ga lõppevad aastad). Et tuua esile järske muutusi ajalehtede välimuses pärast nõukogude võimu kehtestamist 1940. a suvel, on 1940. a kohta koostatud kaks valimit: esimese ja teise poolaasta valim.

Töö meetoditena on empiiriliste andmete kogumiseks ja analüüsiks kasutatud peamiselt kontentanalüüsi, uurides kujunduselementide esinemissagedust, nende mahtu ja jaotumist kategooriateks. Kontentanalüüsi valim on koostatud proportsionaalse esindatuse põhimõttel, kasutades konstrueeritud nädalaid ja kuid, et saavutada aasta, kuude ja nädalate lõikes tasakaalustatud valim. Välimuse nende komponentide jaoks, mille analüüsiks kvantitatiivne meetod ei sobi, on rakendatud kvalitatiivset sisuanalüüsi. Lisaks on andmete tõlgendamisel toetunud struktureerimata ekspertintervjuudele, ajakirjanike trükis ilmunud mälestustele ja omaenda töökogemustele ajalehe kujundamisel.

Ajalehe välimuse muutuste täpne kvantitatiivne analüüsimine võimaldab detailselt eritleda muutumise põhjusi. Lisaks on metodoloogiliselt oluline uuendus mõningate kontentanalüüsi mõõtühikute väljatöötamine, eelkõige ajalehe multimodaalsuse määra mõõtmiseks. See mõõdik võimaldab teha suure üldistusastmega võrdlusi eri riikide ajalehtede välimuse vahel.

Teoreetiliselt on ajalehe välimuse muutusi tõlgendatud meediasotsioloogiliselt, toetudes kontseptsioonile ajalehe välimuse seostest ühiskonna muutumisega (LeMahieu 1988; Barnhurst & Nerone 2001; Ekecrantz & Olsson 1994; Becker, Ekecrantz & Olsson 2000), ajakirjanduse ajaloole ja kaasaegsele ajalehekujunduse teooriale, mida esitavad lehekujundusõpikud ja mis on loodud lähtudes erinevatest info vastuvõtu uuringutest (tüpograafia, lehekülje struktuuri, fotode, värvi, teabegraafika mõju ajalehe lugemisele ja info meeldejätmisele).

**Eesti ajalehtede välimusperioodid.** Analüüs näitab, et eesti kesksete ajalehtede välimus jaguneb 1805–2006 viide suurde perioodi, mis erinevad üksteisest info struktureerimismooduse, liigendatuse määra ja lehekülgede suuruse (formaadi) poolest. Mõned perioodid liigenduvad alaperioodideks ehk faasideks.

**1.** Raamatulik ajaleht (1806. a kuni 1870. aastateni). Sel perioodil sarnaneb ajalehtede välimus tollal Eestis ilmunud raamtutele ja muudele perioodilistele trükistele. Ajalehed on väikses formaadis (A4 ja väiksemad), ühe-kaheveerulised, lineaarse küljendusega. Paratekste (rubriiginimesid, pealkirju) kasutatakse vähe, need on vähemärgatavad. Perioodi jooksul toimuvad väikesed muutused, ajalehtede välimus omandab vähehaaval esimesed ajalehespetsiifilised jooned. Periood jaguneb kahte faasi.

**1.1.** 19. saj esimesel veerandil ilmuvad esimesed eestikeelsed lehed on justkui aastaraamatu vihud: oktaavformaadis (väiksemad kui A5) ja üheveerulised, numbri struktuur juhuslik, liigendamiseks üksikud sõrendatud kirjas paratekstitid.

**1.2.** 1850. aastate lõpul ilmumist alustavad ajalehed on suuremas formaadis, järjekindlama struktuuriga ja visuaalselt pisut tugevama liigendatusega. Lehed on kvartformaadis (väiksemad kui A4) ja kaheveerulised. Kasutatakse üksikuid visuaale (eelkõige tiitlipilte). Välja on kujunenud mõned ajalehespetsiifilised jooned (rubriigistatud sisu, paksus kirjas laotud kohanimed uudiste alguses), aga neid pole piisavalt palju, et ajaleht eristuks välimuselt selgesti raamatutest-ajakirjadest.

**2.** Lineaarne ajaleht (1870.–1910. aastad). 1870.–1880. aastatel omandavad ajalehed selgelt erineva välimuse võrreldes teiste massimeediumitega. Ajalehtede formaat kasvab üle kahe korra (A3 ja suurem), koos sellega suureneb veergude arv leheküljel viieni. Hoolimata formaadi suurenemisest on lehekülje struktuur endiselt lineaarne (ajaleht täidetakse veerg veeru järel üheveeruliste elementidega) ja infot visuaalselt võrdsustav (ilma rõhutusteta). Kasutusele võetakse esimene lehekülje lineaarset struktuuri liigendav võte – joonealune, mis jagab ajalehe sisult ja vormilt kaheks osaks, eristades ajalehespetsiifilise materjali joone peale, kultuuri jm joone alla. Sel perioodil kasvab lugude arv ja rubriikide arv. Lood lühenevad, kuna ajalehes ilmub rohkem uudiseid. Loobutakse tiitlipiltide kasutamisest, muid visuaale ilmub harva ja juhuslikult.

20. saj alguses hakatakse ajalehes tugevamalt esitama uudiseid: neid hakatakse pealkirjastama, I maailmasõja ajal tuuakse nad lehenumbri algusse. Üksikutel juhtudel hakkab lehtede välimus muutuma visuaalselt kontrastsemaks ja infot hierarhiseerivaks: kasutusele tulevad üksikud suuremad mitmeveerulised elemendid, järjekindlamalt ilmub visuaale. Uudsete tendentside sissetoomist õhutab I maailmasõda oma erakordsete uudistega. Teisalt sõjaaegne ühiskondlikult ja majanduslikult ebastabiilne olukord takistab uute infoesitusmooduste laialdasemat levikut.

**3.** Hierarhiline ajaleht (1920.–1930. aastad). 1920. aastatel muutub ajalehe välimus väga järsult. Kõige olulisem on senise infot võrdsustava välimuse asendamine hierarhiseeriva ja kontrastsema välimusega, mis näitab lugejale info suhtelist tähtsust. Selleks võetakse kasutusele erineva visuaalse tugevusega elemendid (eelkõige erineva suuruse ja laiusega pealkirjad). Koos tugevamate, mitmeveeruliste elementide kasutamisega muutub lehekülje struktuur lineaarsest mittelineaarseks, ruumiliseks. Keskne küljendamismoodus on modulaarne (mitmeveerulised elemendid pannakse üksteise kõrvale ja alla), aga endiselt kasutatakse ka lineaarset küljendamist. Seega on leheküljed hübriidse struktuuriga.

Et teha ajaleht lugejale atraktiivsemaks ja kergemini kasutatavaks, muudetakse ka ajalehe struktuuri. Rubriikide asemel hakkavad lehe sisu korrastama eelkõige pealkirjad, mis esitlevad infot individuaalsete faktidena senise ühetaolise massi asemel. Pealkirjade sõnastus muutub konkreetsemaks ja aktiivsemaks. 1920. aastate teisel poolel hakatakse igapäevaselt kasutama visuaale (fotosid ja joonistusi).

**4.** Ideologiseeritud ajaleht (1940 – 1980. aastad). Pärast nõukogude võimu kehtestamist muutub eesti ajalehtede välimus järsult lihtsamaks ja vähemliigendatuks. Nii ajalehe sisu kui vorm allutatakse rangetele ideoloogilistele ettekirjutustele. Ajalehenumbri järjestus pole enam uudistekeskne, vaid ideoloogiliselt määratletud, väheneb temaatiline mitmekesisus. Kuulutuste ja reklaami osakaalu vähendatakse järsult, nad paigutatakse lehenumbri lõppu.

Ideologiseeritud ajalehe periood jaguneb kolme faasi, mis erinevad üksteisest liigendatuse, kujunduse kontrastsuse ja vaheldusrikkuse ning visuaalsuse määra poolest.

**4.1.** 1940.–1950. aastate eesti lehtede välimus on lihtne, range, vähekontrastne ja vähevisuaalne. Lugusid ilmub varasemast vähem ja nad on pikemad, fotosid ilmub vähem ja nad on suuremad. Tekstikirja suurus väheneb, vähem kasutatakse ala- ja vahepealkirju. Leheküljed on lihtsama ja selgema kujundusega, lisaks hübriidsele struktuurile on mõned leheküljed läbinisti modulaarse struktuuriga.

**4.2.** 1950. aastate lõpus hakkab lehtede sisu ja lehenumbri struktuur muutuma ideoloogiliselt vabamaks. Ka lehtede välimus muutub liigendatumaks, kirevamaks, visuaalsemaks ja kontrastsemaks. Lood lühenevad, silte ja vahepealkirju kasutatakse rohkem, suureneb tüpograafiline variatiivsus, visuaalide hulk ja maht kasvavad järsult. Nelinurksete lugude asemel hakkab ilmuma ebakorrapärase kujuga lugusid, koos sellega muutub lehekülgede struktuur, kasutusele tuleb puslestruktuur, milles elemendid paigutatakse 'põimides'. Märkamatu kaovad kasutuselt hübriidsed leheküljestruktuurid.

**4.3.** 1970. aastate alguses hakkab lehenumbrite struktuur muutuma ideoloogiliselt rangemaks. Samal ajal muutub ka lehtede välimus lihtsamaks, vähemliigendatuks ja süstemaatiliseks. Lood pikenevad, vahepealkirjade kasutamine väheneb. Tüpograafiline variatiivsus väheneb, pealkirja-kirjade kasutus muutub süstemaatiliseks. Kasutatakse lihtsamaid pealkirja-kirju, (ehis)kirjad muutuvad muljelt käsitöönduslikust tüpograafiliseks. Visuaal ilmub vähem ja nad on suuremad. Tekstiplokid muutuvad taas nelinurkseks, leheküljed on peamiselt modulaarse struktuuriga.

**5.** Disainitud ajaleht (1990. aastad – 2005). 1990. aastatel muutub eesti ajalehtede välimus järsult liigendatumaks, visuaalsemaks, värvilisemaks ja süstemaatiliseks. Periood jaguneb kahte faasi.

**5.1.** 1990. aastate esimene pool on eklektiline üleminekuaj, mille muutused seostuvad vabanemisega senisest ideoloogilisest planeeritusest. Kasvab ajalehtede temaatiline mitmekesisus, lehenumber struktureeritakse monotemaatiliste lehekülgedena, esiplaanile tõstetakse uudised. Lood pikenevad ja nende liigendatus kasvab järsult. Fotod suurenevad ja lehe visuaalsus tõuseb. Igapäevaselt võetakse kasutusele uudseid kujunduselemente: (sise-)poliitiline karikatuur, koomiksid, visuaalne teabegraafika, täisvärv. Samas on lehtede välimus eklektiline, sest tüpograafilised parameetrid (eelkõige teksti- ja pealkirja-kirjade suurus) varieeruvad varasemast rohkem ning uudsed kujunduselemendid on kohmaka välimusega.

**5.2.** 1990. aastate teisel poolel muudetakse ajalehtede välimus korrapäraseks ja süsteemseks. Tüpograafia standardiseeritakse (kindlad teksti- ja pealkirja-kirjad kindlates suurustes, sildid ühes stiilis). Lehekülgede kujundamisel võetakse kasutusele fokuseeritud struktuur, mis annab lugejale lehekülje kindla alguspunkti ja järjestab info visuaalselt. Selle muutuse elluviimisega tekib disainitud ajaleht, mille puhul ajalehe sisu loomisel lähtutakse vormilistest nõudmistest. Ka selles faasis suureneb visuaalsus veelgi, üha rohkem kasutatakse veerust kitsamaid fotosid ja visuaalset teabegraafikat, paratekste, täisvärvi.

Pärast 2000. a muutub ajalehtede välimus üha kirevamaks ja variatiivsemaks. Fokuseeritud hierarhiat lamendatakse info atomiseerimisega: kasutatakse veelgi rohkem paratekste, väikesi fotosid, värvilisi piselemente. Selgeid modulaarseid hierarhiaid muudab segasemaks põhitekstide 'tükeldamine' paratekstide, visuaalide ja tühja ruumiga.

Ajalehtede välimuse mõjurite analüüs näitab, et esimeste eesti ajalehtede välimus kasvab välja tollaste raamatute välimusest. Edaspidi mõjutavad ajalehtede välimust paljud erinevad mõjurid, millest olulisemad saab grupeerida kolmeks: ühiskondlike (sh majanduslike ja tehnoloogiliste) olude muutumine, mida peegeldab lehtede mahu muutumine (v.a nõukogude ühiskonnas); kultuurilised muutused (visuaalse kultuuri tõus, visuaalse esteetika muutumine); ajakirjanduslikud muutused (sh ajakirjanduslik ideoloogia, ajakirjanike roll, oman-disuhted, konkurents).

Need mõjurid grupeeruvad omavahel kahel viisil: teatud mõjurid on korrelatsioonil ajalehtede välimusperioodide vahetumise ja lehenumbri mahu kasvuga, teised tegurid aga korreleeruvad esteetiliste muutustega ajalehtedes. Seega on ajalehe välimuse muutumise põhjused integreeritud kahte mudelisse.

**Välimusperioodide vahetumise põhjused ja mahupõhine mudel.** Eesti ajalehtede välimusperioodide algused on selges korrelatsioonis eesti ühiskonna järskude muutustega. Enne uue välimusperioodi algust ajalehtede lehenumbri keskmise maht kasvab või kahaneb järsult (maht muutub vähemalt 1,5-kordselt viie aasta jooksul). Oluline on, et lehenumbri maht ei ole eraldiseisev mehhaaniline parameeter, vaid peegeldab ühiskondlikke muutusi, teisendades ühiskonna kvalitatiivsed muutused kvantitatiivsele skaalale.

Lisaks kaasneb uue perioodi algusega alati kolm muudatust ajakirjanduslikes praktikates. Toimub muutus majanduslikus konkurentsisis. Ajakirjanduse ja ideoloogia muutumise tõttu muutub uudiste roll ajalehes. Muutub ajakirjanike professionaalne roll ja uueneb ajakirjanikkond.

Seega toimuvad ajalehe välimuse järsud muutused nelja teguri koosmõjus. Välimuse muutumisele eelnevad järsud ühiskondlikud muutused, mis suurendavad või vähendavad hüppeliselt (1) ajalehtede lehenumbri mahtu, mis omakorda mõjutab ka lehtede välimust. Muutus (2) majanduslikus konkurentsisis ja (3) uudiste kui ajalehe ühe keskse tekstirühma rollis sunnib lehe välimust muutma. Muutused (4) ajakirjaniku professionaalses rollis võimaldavad välimuse muutused ellu viia.

Välimusperioodide vahetumised järgnevad suurtele ühiskondlikele muutustele umbes viieaastase nihkega, v.a 1940. a pärast nõukogude võimu kehtestamist. Siis algab üleminek uudele välimusele kohe ja juba poole aasta pärast on ajalehtede välimus varasemast täiesti erinev. Seega peegeldab ka ajalehtede välimuse muutumine, et 1940. a polnud tegemist ühiskondliku arenguga, vaid senise arengu vägivaldse katkestamisega.

**Mahust sõltumatud muutused ajalehe välimuses.** Ühiskondlikest muutustest ja ajalehe mahust sõltumatult muutub ajalehe välimuse esteetiline pool: ajalehe visuaalsus, tüpograafiline stiil ning välimuse lihtsus/kirevus. Esteetilised muutused ei ole ka omavahel korrelatsioonis, vaid toimuvad eri aegadel.

Ajalehe visuaalsus on kasvanud kolme järsu hüppega: 1920. aastate teisel poolel, 1950. aastate teisel poolel ja alates 1990. aastate esimesest poolest. Hüpete vaheajal püsib visuaalsus aastakümneid muutumatult samal tasemel.

Ajalehtede tüpograafiline stiil on muutunud järsult kahel korral: 1930. aastate teisel poolel ja 1970. aastatel. Mõlemad muutustelained seostuvad trükikirjade lihtsustumise ja moderniseerumisega.

Kolmas muutuste rida toob esile lehtede välimuse muutumise kirevamaks või lihtsamaks. Seda muljet määrab eelkõige kujunduselementide valik ning muutused ei ole ühesuunalised, vaid alates 1920. aastatest on toimunud pidev edasi-tagasi liikumine lihtsuse–kirevuse skaalal.

Need esteetilised muutused on eesti lehtedes suhteliselt sõltumatud majandussituatsioonist ja ühiskonnas valitsevast ideoloogiast, nad toimuvad nii demokraatlikus vabaturumajanduslikus ühiskonnas kui totalitaarses/autoritaarses plaanimajanduslikus ühiskonnas. Esteetilised muutused on peamiselt tingitud laiematest kultuurilistest muutustest maailmas ja Eestis. Visuaalsuse kasvu on eesti lehtedes mõjutanud lisaks ka meediumitevaheline konkurents. Totalitaarses ühiskonnas lisandub kultuurilistele mõjuritele ideoloogilise surve ja kontrolli tugevnemine-nõrgenemine, mis piirab ajakirjanike esteetilisi ja visuaalseid valikuid.

Oluline on rõhutada, et eesti kesksete lehtede välimuse analüüs ei kinnita ajalehtede välimuse tehnoloogilist determineeritust. Ajalehtede välimusemurrangud ja esteetilised muutused ei ole põhjustatud tehnoloogilistest muudatustest. Tehnoloogilised uuendused annavad välimuse muutmiseks võimaluse. Lehtede välimuse hakkab muutuma siis, kui sotsiaalsed tegurid seda nõuavad.

**Modernistlik ajaleht ja üleminek vernakulaarselt professionaalsele kujundusele.** Olulisimad muutused lehtede välimuses toimuvad 20. sajandil, mil ajaleht omandab muudest trükiväljaannetest selgelt eristuva välimuse. Barnhurst ja Nerone (2001) on kogu seda perioodi nimetatud modernistliku lehekujunduse ajastuks, mil ajalehe välimuse muudetakse järjest efektiivsemaks, et lihtsustada lugeja jaoks keerulist maailma. Selleks kasutatakse korrapäraseid ja lihtsaid leheküljestruktuure, nelinurkseid lugusid, reeglipärase suurusega tühja ruumi, unifitseeritud tüpograafiat. Modernistliku ajalehe kesksed tunnused on hierarhiseeritus ja fokuseeritus, nende kahe printsiibi rakendamisega hüljatakse lõplikult eelnev traditsiooniline lähenemine, mis ajalehe korrastamisel seadis keskseks tasakaalustatuse. Barnhurst ja Nerone toovad välja neli modernismi faasi, mis angloameerika lehtedes kestsid peaaegu kogu 20. sajandi.

Eesti lehevälimuse analüüs näitab, et modernistliku kujundus on eesti lehtedesse tulnud angloameerika mudelist selgelt erinevalt – pikkade pausidega, vahepealse tagasipöördumisega modernismieelsete praktikate juurde, modernistlike ja modernismieelsete kujundustendentside üheaegse tugevnemisega. 1910.–1980. aastatel ilmuvad eesti lehtedesse ainult üksikud modernistlikud kujundustendentsid. Süstemaatiline murrang modernismi toimub eesti lehtedes alles 1990. aastatel, kui eesti suured päevalehed läbivad seitsme-kaheksa aastaga kõik modernismi faasid Barnhursti ja Nerone'i poolt osutatud järjestuses. Sealjuures liiguvad eesti kesksed lehed alates 1990. aastatest ka modernismist eemale, postmodernse fragmenteerituse ja kireva külluslikkuse suunas.

Ajalehtede välimuse moderniseerumisega seostub ka üleminek vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele kujundusele. Vernakulaarne kujundus on traditsioonidele toetudes kujunenud, ilma planeeritud eesmärkideta kujundus. Professionaalses faasis seatakse aga kujundusele konkreetsed eesmärgid, kujundusvõtete teadliku valikuga püütakse ajalehe sisu lugejale vormiliselt kergemini vastuvõetavaks teha. Nii on professionaalse kujunduse eesmärgid sarnased modernistliku ajalehekujunduse lihtsuse ja efektiivsusega.

Ka ajalisel üleminek vernakulaarselt kujunduselt professionaalsele kujundusele paralleelne ajalehe välimuse moderniseerumisega. See algab 1920. aastate alguses ja lõpeb 1990. aastate teisel poolel. Siiski on kuni 1990. aastate keskpaigani eesti ajalehtede kujundamine peamiselt vernakulaarne, traditsioonidele tuginev. 1990. aastate teisel poolel minnakse kiiresti üle professionaalsele kujundusele. Ajalehe etteplaneeritud vormist saab lehe kese, efektiivse välimuse nõudmistest lähtuvalt 'toodetakse' ka ajalehe sisu sellisena, et vorm saaks seda võimalikult hästi esile tuua.

**Eesti ajalehtede välimuse muutumine rahvusvahelises võrdluses ja ajalehtede välimuse universaalne arengumudel.** Eesti ajalehtede välimust mõjutanud tegurid on põhimõtteliselt samad, mida on esile toodud angloameerika ajalehtede puhul: stiililised (disainiideede) muutused ja ajakirjandusliku ideoloogia muutumine (laiem kultuuriline nihe viktoriaanluselt modernismile, uudiste esitamise ideoloogia muutumine, ajakirjanike professionaliseerumine); taustateguritena lehtede konkurents ning tehnoloogiline areng (Barnhurst & Nerone 1991; 2001). Kuna eesti ajalehed on ilmunud nii demokraatlikus ja totalitaarses/autoritaarses ühiskonnas, siis võimaldab eesti ainese detailne kvantitatiivne analüüs eritleda üksikute tegurite mõju täpsemalt.

Olen eristanud ühiskondlike ja kultuuriliste mõjurite tulemusi. Analüüs näitab, et ühiskondlikud, majanduslikud, ajakirjanduslikud tegurid avaldavad mõju ajalehe välimuse efektiivsusele ja struktuurile. Kultuurilised ja stiililised muutused aga tingivad ajalehtede välimuses esteetilisi muutusi. Totalitaarses/autoritaarses ühiskonnas lisandub veel üks tegur: riiklikud ideoloogilised nõudmised mõjutavad otseselt ajalehe välimuse struktuuri ja

efektiivsust ning piiravad ka esteetilisi valikuid. Samas ei suuda totalitaarne/autoritaarne ühiskond täielikult tühistada ajalehe välimuse tavapärase tegurite mõju.

Eesti kesksete ajalehtede välimuse võrdlemine Soome ja angloameerika lehtede välimuse periodiseeringutega näitab, et eri riikide lehed teevad struktuuralselt läbi sarnased muutused. Toetudes ka olemasolevatele katkendlikele andmetele teiste riikide ajalehtede kohta, saab sõnastada ajalehtede välimuse universaalse kolme-epohhilise arengumudeli: raamatulik, peegeldav ja konstrueeriv ajaleht.

Esimeses epohhis sarnaneb ajaleht raamatule.

Teises epohhis suureneb formaat ja liigendusvõtted tugevnevad pisut, liigendamiseks kasutatakse väikseid paratekste. Selle epohhi ajaleht on maailma peegeldav – ajakirjanikud koondavad ajalehte kokku kättesaadud materjali seda sihipäraselt otsimata, toimetamata ja kujundamata.

Kolmandas epohhis omandab ajaleht muudest trükistest selgelt eristuva välimuse. Selles kasutatakse kujundusvõtteid, mis infot visuaalselt hierarhiseerivad: mitmeveerulisi elemente, visuaale, kontrastsemat ja funktsionaalsemat välimust. Selle epohhi ajaleht on tegelikkust konstrueeriv – et keerukat maailma lugeja jaoks lihtsustada, hakkavad ajakirjanikud tegelikkust konstrueerima nii, et see oleks lugejatele kergemini arusaadav.

Eri riikide esimesed ajalehed on välimusest väga sarnased hoolimata sellest, mis sajandil ja mis maailmaosas nad ilmumist alustavad. Kujunduse arengu teine ja kolmas epohh on eri riikide lehtedes struktuuralselt sarnased (kasvab liigendus ja visuaalsus, välimus muutub hierarhiliseks), aga kultuuriliselt-ajakirjanduslikult erinevad (nt erinevad liigendatuse ja visuaalsuse määra, kasutatavad liigendusvõtted ja tüpograafia).

## KIRJANDUS

- 350 aastat 1981 = (1981). *350 aastat trükindust Eestis*. Tartu: Eesti NSV Riiklike Kirjastuste, Polügraafia ja Raamatukaubanduse Komitee; Tartu Riiklik Ülikool.
- Aarelaid, Aili; Jansen, Ea (1982). *Rahva kultuurielust minevikus ja tänapäeval*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Abel, Scott (2006). Estonian Journalists' Attitudes towards their Work. – [cinefogo.cuni.cz/getfile.php?&id\\_file=74](http://cinefogo.cuni.cz/getfile.php?&id_file=74) (vaadatud 14. okt 2010).
- Aesma, Madis (2005). Nõukogude tsensuurisüsteemi loomine ja organisatsiooniline väljakujunemine Eesti NSV-s 1940–41 ja 1944–53. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Albers, Reinhard; Janisch, Hans-Peter (2004). Beyond 25 moments. German-speaking countries. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 93: 23.
- Anderson, Patricia J. (1990). "A Revolution in Popular Art": Pictorial Magazines and the Making of a Mass Culture in England, 1832–1860. – *Journal of Newspaper and Periodical History*. Vol 6(1): 16–27.
- Anderson, Benedict (1991). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London, New York: Verso.
- Annus, Endel; Loogväli, Tiina (2002). *Eestikeelne ajakirjandus 1766–1940. I. A–N; II. O–Ü*. Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus.
- Annus, Epp; Epner, Luule; Järv, Ants; Olesk, Sirje; Süvalep, Ele; Velsker, Mart (2001). *Eesti kirjanduslugu*. Tallinn: Koolibri.
- Ant, Jüri (koost) (1998). *Kaks algust. Eesti Vabariik – 1920. ja 1990. aastad*. Tallinn: Eesti Riigiarhiiv.
- Arnold, Edmund C. (1956). *Functional Newspaper Design*. New York, Evanston, London: Harper & Row, Publishers.
- Aru, Krista (1997a). Eesti ajakirjanduselu ümberkorraldamise katsed XIX sajandi lõpul. – *Keel ja Kirjandus*. 2: 95–105.
- Aru, Krista (1997). Jaan Tõnisson tahtis *Postimeest* ja sai *Postimehe*. – *Akadeemia*. 2: 227–244.
- Aru, Krista (2002). Eesti ajakirjandus aastatel 1766–1940. – Annus, Endel; Loogväli, Tiina (toim). *Eestikeelne ajakirjandus 1766–1940. I. A–N*. Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus. 20–51.
- Aru, Krista (2008). *Üks kirm, kolm mõõdet. Peatükke eesti toimetajakesksest ajakirjandusest: K. A. Hermann, J. Tõnisson, K. Toom*. Tartu: EKM Teaduskirjastus.
- Arukaevu, Jaanus (1997). Ado Grenzsteini tagasitulek: Essee. – *Akadeemia*. 12: 2467–2514.
- Auman, Ann (1995). Seeing the big picture: The integrated editor of the 1990s. – *Newspaper Research Journal*. Vol 16(1): 35–47.
- Avistu, Anneli (2000). Ajaleheturunduse algusaegadelt. – *Peatükke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus. 43–66.
- Balcytiene, Aukse (2009). Market-led Reforms as Incentives for Media Change, Development and Diversification in the Baltic States. A Small Country Approach. – *The International Communication Gazette*. Vol 71(1–2): 39–49.
- Barnhurst, Kevin G. (1994). *Seeing the Newspaper*. New York: St. Martin's Press.
- Barnhurst, Kevin G.; Nerone, John C. (1991). Design Trends in U.S. Front Pages, 1885–1985. – *Journalism Quarterly*. Vol 68(4): 796–804.
- Barnhurst, Kevin G.; Wartella, Ellen (1991). Newspapers and Citizenship: Young Adults' Subjective Experience of Newspapers. – *Critical Studies in Mass Communication*. Vol 8(2): 195–209.

- Barnhurst, Kevin G.; Mutz, Diana (1997). American Journalism and the Decline in Event-Centered Reporting. – *Journal of Communication*. Vol 47(4): 27–53.
- Barnhurst, Kevin G.; Nerone, John C. (1999). The President is Dead: American News Photography & the New Long Journalism. – Brennen, Bonnie; Hardt, Hanno (toim). *Pictures in the Public Sphere*. Urbana: University of Illinois Press. 60–92.
- Barnhurst, Kevin G.; Nerone, John (2000). Civic Picturing vs. Realist Photojournalism. The Regime of Illustrated News, 1856–1901. – *Design Issues*. Vol 16(1): 59–79.
- Barnhurst, Kevin G.; Nerone, John (2001). *The Form of News: A History*. New York, London: The Guilford Press.
- Barthes, Roland (1995 [1967]). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
- Bartram, Alan (2004). *Bauhaus, modernism and the illustrated book*. New Haven: Yale University Press.
- Baskette, Floyd K.; Sissors, Jack Z. (1977). *The Art of Editing*. New York: Macmillan Publishing Co.
- Bateman, John; Delin, Judy; Henschel, Renate (2002). Multimodality and empiricism: methodological issues in the study of multimodal meaning-making. – <http://www.fb10.uni-bremen.de/anglistik/langpro/projects/gem/downloads/bateman-delin-henschel-Salzburg.pdf> (vaadatud 15. apr 2010)
- Bateman, John; Delin, Judy; Henschel, Renate (2004). Multimodality and empiricism. Preparing for a corpus-based approach to the study of multimodal meaning-making. – Ventola, Eija; Charles, Cassily; Kaltenbacher, Martin (toim). *Perspectives on multimodality*. Amsterdam: John Benjamins. 65–87.
- Becker, Karin (2000a). The changing picture of/on the newspaper page. – Becker, Karin; Ekecrantz, Jan; Olsson, Tom (toim). *Picturing politics. Visual and textual formations of modernity in the Swedish press*. Stockholm: Stockholm Universitet, JMK. 132–145.
- Becker, Karin (2000b). Visualizing events on the front page. – Becker, Karin; Ekecrantz, Jan; Olsson, Tom (toim). *Picturing politics. Visual and textual formations of modernity in the Swedish press*. Stockholm: Stockholm Universitet, JMK. 146–173.
- Becker, Karin (2004). Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication. – *Nordicom Review*. Vol 25(1-2): 149–157.
- Becker, Karin; Ekecrantz, Jan; Olsson, Tom (toim) (2000). *Picturing politics. Visual and textual formations of modernity in the Swedish press*. Stockholm: Stockholm Universitet, JMK.
- Bell, Allan; Garrett, Peter (1998) (toim). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Bell, Philip (2001). Content Analysis of Visual Images. – van Leeuwen, Theo; Jewitt, Carey (toim). *Handbook of Visual Analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. 10–34.
- Berelson, Bernard (1954). Content Analysis. – Lindzey, G. (toim). *Handbook of Social Psychology. Volume 1: Theory and Method*. Addison-Wesley Publishing Company Inc. 488–522.
- Berte, Katrien; De Bens, Els (2008). Newspapers go for advertising! Challenges and opportunities in a changing media environment. – *Journalism Studies*. Vol 9(5): 692–703.
- Blackwell, Lewis; Carson, David (1995). *The End of Print. The Graphic Design of David Carson*. San Francisco: Chronicle Books.
- Bliss, Douglas Percy (1928). *A History of Wood-Engraving*. London, Toronto: J. M. Dent & Sons Ltd.; New York: E. P. Dutton & Co.
- Bohle, Robert (1986). Readers tell us about color. Poynter Institute study answers and raises questions about color use. – *Design: The Journal of the Society of Newspaper Design*. No 21: 8–15.
- Bohle, Robert H.; Garcia, Mario R. (1987). Reader Response to Color Halftones And Spot Color in Newspaper Design. – *Journalism Quarterly*. 64(4): 731–739.
- Bolšakov, Karl (1930). *Käsiraamat kirjaladujaile. I. Käsiladu*. Tallinn: Eesti Trükitööliste Liidu Kirjastus.



- Bondebjerg, Ib (1996). Visual Media in Culture. A Historical Look at the Present. – *Nordicom Review*. Vol 17(1): 1–13.
- Boström, Svenåke (2001). Turning into tabloids. – *Design: The Quarterly Journal of The Society for News Design*. No 79: 32–33.
- Boström, Svenåke (2004). Newspapers have to be open to trying new tricks. – *SND Update*. April: 13.
- Boström, Svenåke (2005). It's a small world after all. – *Design: The Quarterly Journal of The Society for News Design*. No 94: 20–25.
- Boyce, George; Curran, James; Wingate, Pauline (toim) (1978). *Newspaper History from the seventeenth century to the present day*. London: Constable; Beverly Hills
- Bringhurst, Robert (2004). *The Elements of Typographic Style. version 3.0*. Point Roberts & Vancouver: Hartley & Marks.
- Brumberger, Eva R. (2003a). The Rhetoric of Typography: The Persona of Typeface and Text. – *Technical Communication*. Vol 50(2): 206–223.
- Brumberger, Eva R. (2003b). The Rhetoric of Typography: The Awareness and Impact of Typeface Appropriateness. – *Technical Communication*. Vol 50(2): 224–231.
- Brumberger, Eva R. (2004). The Rhetoric of Typography: Effects on Reading Time, Reading Comprehension, and Perception of Ethos. – *Technical Communication*. Vol 51(1): 13–24.
- Bucher, Hans-Jürgen; Schumacher, Peter (2006). The relevance of attention for selecting news content. An eye-tracking study on attention patterns in the reception of print and online media. – *Communications: The European Journal of Communication Research*. Vol 31(3): 347–368.
- Cameron, Glen T.; Ju-Pak, Kuen-Hee; Kim, Bong-Hyun (1996). Advertorials in Magazines: Current Use and Compliance with Industry Guidelines. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 73(3): 722–733.
- Carr, Graham (1988). Design as content: foreign influences and the identity of English-Canadian intellectual magazines, 1919–39. – *The American Review of Canadian Studies*. Vol XVIII(2): 181–193.
- Carvalho, Anabela (2008). Media(ted) Discourse and Society. Rethinking the framework of Critical Discourse Analysis. – *Journalism Studies*. Vol 9(2): 161–177.
- Chalaby, Jean K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention. A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s–1920s. – *European Journal of Communication*. Vol 11(3): 303–326.
- Chandler, Daniel (1995). Technological or Media Determinism. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/decdet/decdet.html> (vaadatud 27. aprill 2010)
- Chappell, Warren; Bringhurst, Robert (1999). *A Short History of the Printed Word*. Second Edition, Revised and Updated. Point Roberts & Vancouver: Hartley & Marks Publishers.
- Chong, Dennis; Druckman, James N. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environment. – *Journal of Communication*. Vol 57(1): 99–118.
- Chu, Sauman; Paul, Nora; Ruel, Laura (2009). Using eye tracking technology to examine the effectiveness of design elements on news websites. – *Information Design Journal*. Vol 17(1): 31–43.
- Click, J. W.; Stempel, Guido H. III (1974). Reader response to modern and traditional front page make-up. – *American Newspaper Publishers Association News Research Bulletin*. June.
- Click, J. W.; Stempel, Guido H. III (1976). Reader Response to Front Pages with Four-Color Halftones. – *Journalism Quarterly*. Vol 53(4): 736–738.
- Colilli, Paul (2007). Paratextology. – *Semiotica*. Vol 166(1–4): 445–451.
- Cooke, Lynne (2003). Information Acceleration and Visual Trends in Print, Television, and Web News Sources. – *Technical Communication Quarterly*. Vol 12(2): 155–181.
- Cooke, Lynne (2005). A visual convergence of print, television, and the internet: charting 40 years of design change in news presentation. – *New Media and Society*. Vol 7(1): 22–46.

- Covert, Douglas C. (1987). Color Preference Conflicts in Visual Compositions. – *Newspaper Research Journal*. Vol 9(1): 49–59.
- Danilo, Eduardo (2007). Who Killed The Newspaper? – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 103: 30–37.
- David, Prabu (1992). Accuracy of Visual Perception of Quantitative Graphics: An Exploratory Study. – *Journalism Quarterly*. Vol 69(2): 273–292.
- d'Haenens, Leen; Jankowski, Nicholas W.; Heuvelman, Ard (2004). News in online and print newspapers: differences in reader consumption and recall. – *New Media & Society*. Vol 6(3): 363–382.
- Dianina, Katia (2003). The Feuilleton: An Everyday Guide to Public Culture in the Age of the Great Reforms. – *Slavic and East European Journal*. Vol 47(2): 187–210.
- Djupsund, Göran; Carlson, Tom (1998). Trivial Stories and Fancy Pictures? Tabloidization Tendencies in Finnish and Swedish Regional and National Newspapers 1982–1997. – *Nordicom Review*. Vol 19(1): 101–113.
- Dodd, Robin (2006). *From Gutenberg to OpenType. An illustrated history of type from the earliest letterforms to the latest digital fonts*. Cambridge: Ilex.
- Doran, Amanda-Jane (1991). The Development of the Full-Page Wood Engraving in *Punch*. – *Journal of Newspaper and Periodical History*. Vol 7(2): 48–63.
- Dorsey, Steve (2002). Marathon-man. The story behind the long-awaited 2002 Mario Garcia/Wall Street Journal redesign. – *Design: Society for News Design's Quarterly Journal*. No 83: 38–42.
- Dovifat, Emil; Wilke, Jürgen (1976). *Zeitungslehre*. Sechste, neubearbeitete Auflage. 2 Bde. Berlin, New York: Walter de Gruyter & Co.
- Dowling, Peter (1995). Destined Not to Survive: The Illustrated Newspapers of Colonial Australia. – *Studies in Newspaper and Periodical History*. 1995 Annual: 85–98.
- Dowling, Peter (1999). Truth versus Art in Nineteenth-Century Graphic Journalism: the colonial Australian case. – *Media History*. Vol 5(2): 109–125.
- Eesmaa, Eve (2008). *Triikk on tore. Kõrgtrükitehnika: Graafika ja rakenduskunstimid*. Tartu: Tartu Kõrgem Kunstikool.
- Eesti 1960 = (1960). *Eesti NSV kunstiline foto 1959*. Tallinn: Eesti NSV Ajakirjanike Liit.
- Ehrenberg, Andrew S. C. (1977). Rudiments of Numeracy. – *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*. Vol 140(3): 277–297.
- Einmann, Maret (2010). Eesti ajakirjanike rollikäsituse muutumine 1988–2009. Magistritöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Ekecrantz, Jan (1997). Journalism's 'discursive events' and sociopolitical change in Sweden 1925–87. – *Media, Culture & Society*. Vol 19(3): 393–412.
- Ekecrantz, Jan (2005). News Paradigms, Political Power and Cultural Contexts in 20th Century Sweden. – Høyer, Svennik; Pöttker, Horst (toim). *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Göteborg: Nordicom. 93–104.
- Ekecrantz, Jan; Olsson, Tom (1994). *Det redigerade samhället*. Stockholm: Carlssons.
- Elman, Julie (2007). The four tops. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 103: 10–19.
- Endre, Sirje (1968). Ajalehe kujundamise probleeme. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. – *Journal of Communication*. Vol 43(4): 51–58.
- Erm, Voldemar (1976). Otto Wilhelm Masing illustraatorina. – *Töid kunstiteaduse ja -kriitika alalt. I*. Tallinn: Kunst. 133–141.

- Errea, Javier (2004). New ads, new ages? – *Design: Society for News Design's Quarterly Journal*. No 91: 38–47.
- Eze Onu, P. (1981). The use and misuse of scarce newsprint: Mortuary advertisements compete for space in African daily newspapers. – *Gazette*. Vol 27(1): 105–121.
- Etusivun 1979 = (1979). *Etusivun Uutiset 1938–1979*. Helsinki: Uusi Suomi.
- Evans, Harold (1973). *Editing and Design. A Five-volume Manual of English, Typography and Layout. Book Five: Newspaper Design*. London: Heinemann.
- Evans, Harold (1978). *Pictures on a Page. Photo-journalism, Graphics and Picture Editing*. London: Heinemann.
- Everett, George (1976). Printing Technology as a Barrier to Multi-Column Headlines, 1850–95. – *Journalism Quarterly*. Vol 53(3): 528–532.
- Fedler, Fred; Counts, Tim; Hightower, Paul (1982). Changes in Wording of Cutlines Fail To Reduce Photographs' Offensiveness. – *Journalism Quarterly*. 59(4): 633–637.
- Felici, James (2003). *The Complete Manual of Typography. A Guide to Setting Perfect Type*. Berkeley: Peachpit Press.
- Finberg, Howard I.; Itule, Bruce D. (1990). *Visual Editing. A Graphic Guide for Journalists*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Forceville, Charles (2006). Lecture 3. From pictorial to multimodal metaphor. – <http://www.chass.utoronto.ca/epc/srb/cyber/cforceville3.pdf> (vaadatud 8. sept 2009)
- Fürsich, Elfriede (2009). In Defence of Textual Analysis. Restoring a challenged method for journalism and media studies. – *Journalism Studies*. Vol 10(2): 238–252.
- Garcia, Mario R. (1987, 1993). *Contemporary Newspaper Design. A Structural Approach*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Garcia, Mario R. (1997). *Newspaperevolutions*. St. Petersburg (Florida): The Poynter Institute for Media Studies.
- Garcia, Mario (1998). Reflections at 50. – *Design: The Quarterly Journal of The Society for News Design*. No 68: 20–23.
- Garcia, Mario (2002). *Pure Design*. St. Petersburg (Florida): Miller Media.
- Garcia, Mario (2007). Mario Garcia's Journal. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 104: 20–27.
- Garcia, Mario; Click, J. W.; Stempel, Guido H. III (1981). Reader Response to Redesign of St. Cloud *Daily Times*. – *Newspaper Research Journal*. Vol 2(2): 36–41.
- Garcia, Mario; Fry, Don (toim) (1986). *Color in American Newspapers*. St. Petersburg (Florida): The Poynter Institute for Media Studies.
- Garcia, Mario R.; Stark, Pegie (1991). *Eyes on the News*. St. Petersburg (Florida): The Poynter Institute for Media Studies.
- Gayibli, Hagani (2002). Foto muutumine kujunduselemendina ajalehes "Postimees" 1993. ja 1998. aastal. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Genette, Gerard (1997). *Paratexts. Thresholds of Interpretation*. – Cambridge, New York, Melbourne: Cambridge University Press.
- Geraci, Philip C. (1984). Comparison of Graphic Design and Illustration Use In Three Washington, D.C., Newspapers. – *Newspaper Research Journal*. Vol 5(2): 29–39.
- Gerbner, George (1964). On Content Analysis and Critical Research in Mass Communication. – Dexter, L. A.; White, D. M. (toim). *People, Society and Mass Communications*. New York: The Free Press. 476–500.
- Gestrich, Andreas (2006). The Public Sphere and the Habermas Debate. – *German History*. Vol 24(3): 413–430.
- Gladney, George Albert (1992). The McPaper Revolution? *USA Today*-style innovation at large U.S. dailies. – *Newspaper Research Journal*. Vol 13(1/2): 54–71.

- Graber, Doris A. (1988). *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. Second Edition. Lanham, New York, London: University Press of America.
- Griffin, Jeffrey L.; Stevenson, Robert L. (1994). The Effectiveness of Locator Maps in Increasing Reader Understanding of the Geography of Foreign News. – *Journalism Quarterly*. Vol 71(4): 937–946.
- Gurevitš 1969 = Гуревич, С. М. (1969). Оформление и выпуск районной газеты. Москва.
- Habermas, Jürgen (2001). *Avalikkuse struktuurimuutus. Uurimused ühest kodanikuühiskonna kategooriast*. Tallinn: Kunst.
- Hain, Jüri (koost ja toim) (1984). *VI Balti plakat*. Tallinn: Eesti NSV Kunstnike Liit, Eesti NSV Kunstifond.
- Hain, Jüri (2006). Sajand eesti puugravüüri (1840.–1940. aastad) klotsidel Eesti Rahvusraamatukogu kollektsioonist. Tallinn: Eesti Rahvusraamatukogu. Kättesaadav digitaalselt <http://www.nlib.ee/html/digi/puugravyyr/puugravyyr.pdf>.
- Hall, Stuart (toim) (1997). *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: towards a general sociolinguistic theory*. London: Edward Arnold.
- Harro, Halliki (1991). Eesti ajakirjanduse ja riigivõimu suhted 1917–1920. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. VII: 3–35.
- Harro, Halliki (1994a). *Ajakirjanduse õiguslik regulatsioon Eestis aastail 1918–1940 ja 1990–1993*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Harro, Halliki (1994b). Ajalehtede tiraažide analüüsi võimalusi. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. IX: 73–84.
- Harro, Halliki (1997). Change of journalistic conventions: whose speech was represented in Estonian newspapers in the 1920s and 1930s? – Koivisto, Juha; Lauk, Epp (toim). *Journalism at the Crossroads. Perspectives on Research*. Tartu: Tartu University Press. 93–107.
- Harro, Halliki (1998). Ajalehe toimetuse struktuur ja töökorraldus. – *Meediaorganisatsioon. I*. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond. 21–52.
- Harro, Halliki (2000). Ajakirjandusžanride areng. – Lauk, Epp (koost). *Peatükke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 79–107.
- Harro, Halliki (2000a). *Changing Journalistic Conventions in the Press. Empirical studies on daily newspapers under different political conditions in 20th century Estonia*. Oslo: University of Oslo.
- Harro, Halliki (2002). Development of Media Regulation in Estonia: 1988–2001. – Vihalemm, Peeter (toim). *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press. 223–240.
- Harro-Loit, Halliki (2005). Historical Development of the News Format in Estonia 1920–1990. – Høyer, Sverre; Pöttker, Horst (toim). *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Göteborg: Nordicom. 185–197.
- Harro-Loit, Halliki (2005a). Estonia. Examining Newspaper Change. – van der Wurff, Richard; Lauf, Edmund (toim). *Print and online newspapers in Europe. A comparative analysis in 16 countries*. Amsterdam: Het Spinhuis. 105–116.
- Harro, Halliki; Somelar, Meelis (1996). Eesti ajaleheturu kujunemise aspekte kahe maailmasõja vahelisel perioodil. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. X: 37–61.
- Harro-Loit, Halliki; Saks, Kertu (2006). The Diminishing Border Between Advertising and Journalism in Estonia. – *Journalism Studies*. Vol 7(2): 312–322.
- Harrower, Tim (1992, 1995, 2002). *The Newspaper Designer's Handbook*. Second, Third and Fifth Editions. Madison, Dubuque: Brown & Benchmark.
- Hartman, John K. (1987). USA Today and Young-Adult Readers: Can a New-Style Newspaper Win Them Back? – *Newspaper Research Journal*. Vol 8(2): 1–14.
- Haskins, Jack B.; Flynn, Lois P. (1974). Effect of Headline Typeface Variation on Reading Interest. – *Journalism Quarterly*. Vol 51(4): 677–682.

- Helemäe, Karl (1980). *Ajasõel*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Helm, Heinrich (1936). *Lühike eesti ajakirjanduse ajalugu*. Tartu: Eesti Kirjanduse Selts.
- Helme, Sirje; Kangilaski, Jaak (1999). *Lühike Eesti kunsti ajalugu*. Tallinn: Kunst.
- Henning, Carl; Ojala, Esko; Pellinen, Jukka (1988). *Sanomalehden ulkoasuopas*. Forssa: Sanoma-lehtien Liitto.
- Hennoste, Tiit (1993). Hüpped modernismi poole: Eesti 20. sajandi kirjandusest Euroopa modernismi taustal. 3. loeng. – *Vikerkaar*. 12: 69–74.
- Hennoste, Tiit (2001a, 2008). *Uudise käsiraamat. Kuidas otsida, kirjutada, toimetada ja serveerida ajaleheuudist*. Esimene trükk.; Teine, kohendatud trükk. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Hennoste, Tiit (2001b). Armastusest abieluni: Eesti ajakirjanduse viimased kümmekond aastat. – *Vikerkaar*. 2–3: 140–153.
- Hennoste, Tiit (2006). Raha nimel, julgelt edasi? Eesti üleriigiline trükiajakirjandus viimasel kahekümnel aastal. – *Vikerkaar*. 7–8: 105–122.
- Hennoste, Tiit (2010). Kommikoer ja pommikoer. Üksteist lugu eesti ajakirjandusest. – *Loomingu Raamatukogu*. 1–2.
- Hester, Joe Bob; Dougall, Elizabeth (2007). The Efficiency of Constructed Week Sampling for Content Analysis of Online News. – *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol 84(4): 811–824.
- Hindrey, Karl August (1931). *Tõnissoni juures (Elukroonika V)*. Tartu: Noor-Eesti Kirjastus.
- History 2008 = (2008). *History of the World in Photographs*. New York: Black Dog & Leventhal Publishers.
- Holmes, Nigel (1984, 1991). *Designer's Guide to Creating Charts and Diagrams*. New York: Watson-Guptill Publications.
- Holmberg, Nils (2004). Eye movement patterns and newspaper design factors. An experimental approach. Master's thesis. – [www.sol.lu.se/humlab/eyetracking/Studentpapers/NilsHolmberg.pdf](http://www.sol.lu.se/humlab/eyetracking/Studentpapers/NilsHolmberg.pdf) (vaadatud 5. juunil 2005).
- Holmqvist, Kenneth; Holsanova, Jana; Barthelson, Maria; Lundqvist, Daniel (2003). Reading or Scanning? A Study of Newspaper and Net Paper Reading. – Hyönä, J.; Radach, R.; Deubel, H. (toim). *The Mind's Eye: Cognitive and Applied Aspects of Eye Movement Research*. Amsterdam: Elsevier Science. 657–670.
- Holmqvist, Kenneth; Wartenberg, Constanze (2005). The role of local design factors for newspaper reading behaviour – an eye-tracking perspective. – *Lund University Cognitive Studies 127.*; kättesaadav ka elektrooniliselt <http://www.lucs.lu.se/LUCS/127/LUCS.127.pdf> (vaadatud 22. jaan 2010).
- Holsanova, Jana; Holmqvist, Kenneth; Rahm, Henrik (2006). Entry points and reading paths on newspaper spreads: comparing semiotic analysis with eye-tracking measurements. – *Visual Communication*. Vol 5(1): 65–93.
- Horn, Robert E. (1998). *Visual Language. Global Communication for the 21st Century*. Bainbridge Island: MacroVU.
- Howard, Robert Glenn (2008). The Vernacular Web of Participatory Media. – *Critical Studies in Media Communication*. Vol 25(5): 490-513.
- Hutt, Allen (1973). *The Changing Newspaper: Typographic Trends in Britain and America 1622–1972*. London: Gordon Fraser.
- Hutt, Allen; James, Bob (1989). *Newspaper Design Today. A Manual for Professionals*. London: Lund Humphries Publishers.
- Huxford, John (2001). Beyond the referential. Uses of visual symbolism in the press. – *Journalism*. Vol 2(1): 45–71.
- Høyer, Svernik (1997). Why study journalistic genres? – Koivisto, Juha; Lauk, Epp (toim). *Journalism at the Crossroads. Perspectives on Research*. Tartu: Tartu University Press. 65–77.

- Høyer, Svennik (1998). Constructing Epochs in the History of the Press. – *Nordicom Review*. Vol 19(2): 3–16.
- Høyer, Svennik; Lauk, Epp; Vihalemm, Peeter (1993). *Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom*. Tartu: Baltic Association for Media Research / Nota Baltica Ltd.
- Høyer, Svennik; Nonseid, John (2005). The Half-hearted Modernisation of Norwegian Journalism 1908–1940. – Høyer, Svennik; Pöttker, Horst (toim). *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Göteborg: Nordicom. 123–139.
- Iedema, Rick (2003). Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice. – *Visual Communication*. Vol 2(1): 29–57.
- Issakov, Sergei (1971). Tsaarivalitsuse tsensuuripoliitikast eesti ajakirjanduse suhtes 19. sajandi teisel poolel. – Peegel, Juhan (koost). *Läbi kahe sajandi*. Tallinn: Eesti Raamat. 108–140.
- Jacobson, Alan (2005). Convert to tab? Fughedabowdit. – [poynter.org/content/content\\_view.asp?id=81608&sid=11](http://poynter.org/content/content_view.asp?id=81608&sid=11) (vaadatud 18. jaan 2010).
- Jansen, Ea (1971). *C. R. Jakobsoni "Sakala"*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Jansen, Ea (1994). Baltisaksa ajakirjanduse areng XVII–XIX sajandil. – Peegel, Juhan; Aru, Krista; Issakov, Sergei; Jansen, Ea; Lauk, Epp (1994). *Eesti ajakirjanduse teed ja ristteed. Eesti ajakirjanduse arengust (XVII sajandist XX sajandini)*. Tartu–Tallinn: Tartu Ülikooli ajakirjandusosakond, Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts. 267–300.
- Jansen, Ea (1996). Eesti ajakirjanduse rahvuslikkusest venestusajal. – *Keel ja Kirjandus*. 6: 385–398.
- Jansen, Ea (2000). Tsaristlik tsensuur ja eesti ajakirjandus venestamisajal (1880.–1890. aastad). – *Tuna*. 2: 42–60.
- Jansen, Ea (2004). *Vaateid eesti rahvusluse sünniaegadesse*. Tartu: Ilmamaa.
- Jansen, Ea (2007). *Eestlane muutub ajas: seisusühiskonnast kodanikuühiskonda*. Tartu: Eesti Ajalooarhiiv.
- Jansen, Ea; Peegel, Juhan (koost) (1979). *C. R. Jakobsoni "Sakala" ja eesti ajakirjanduse teed*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Jansen, Ea; Lauk, Epp (1992). Ajakirjandusajaloo uurimisest meil ja mujal. – *Keel ja Kirjandus*. 12: 734–742.
- Jones, Robert L.; Carter, Roy E. Jr. (1959). Some Procedures for Estimating "News Hole" in Content Analysis. – *Public Opinion Quarterly*. Vol 23(3): 399–403.
- Jõgeda, Tiina (koost) (1999). *Eesti Ekspress. Uue elu sümbol*. Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastuse AS.
- Kaasik, Sigrid (2000). Ringhäälingu algusaastad. – Lauk, Epp (koost). *Peatükke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 127–145.
- Kahu, Meelik (1971). Nädalalehest päevaleheni. – Peegel, Juhan (koost). *Läbi kahe sajandi*. Tallinn: Eesti Raamat. 21–47.
- Kahu, Meelik (1987). Eesti pseudonüümikasutuse algaegadelt. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. V: 121–130.
- Kaltenbacher, Martin (2004). Perspectives on Multimodality. From the early beginnings to the state of the art. – *Information Design Journal + Document Design*. Vol 12(3): 190–207.
- Karell, Marii (2003). Toimetamine Eesti päevalehtedes. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Karjahärm, T.; Sirk, V. (2001). *Vaim ja võim. Eesti haritlaskond 1917–1940*. Tallinn: Argo.
- Kauffmann, Kai; Schütz, Erhard (toim) (2000). *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Berlin: Weidler Buchverlag Berlin.
- Kaunissaar, Külli (koost) (2009). *Eesti perioodika 1941–1944*. Tallinn: Eesti Rahvusraamatukogu.
- Kawanaka, Yasuhiro (1960). An analysis of the Japanese dailies. – *Gazette*. Vol 6(1): 1–8.

- Kelly, James D. (1989). The Data-Ink Ratio and Accuracy of Newspaper Graphs. – *Journalism Quarterly*. Vol 66(3): 632–639.
- Kelly, James D. (1993). The Effects of Display Format and Data Density on Time Spent Reading Statistics in Text, Tables and Graphs. – *Journalism Quarterly*. Vol 70(1): 140–149.
- Kenney, Keith (2009). *Visual Communication Research Design*. New York, London: Routledge.
- Kenney, Keith; Lacy, Stephen (1987). Economic Forces Behind Newspapers' Increasing Use of Color and Graphics. – *Newspaper Research Journal*. Vol 8(3): 33–41.
- Kisselev 1990 = Киселев, Алексей Павлович (1990). *История оформления русской газеты (1702–1917 гг.)*. Москва: Издательство Московского Университета.
- Kits, Malev (koost) (1966). *Meie sõbrad, meie tuttavad*. Tallinn: Eesti Raamat.
- [Kitzberg, August] (1924). *Ühe vana "tuuletallaja" noorpõlve mälestused. I*. Tartu: Noor-Eesti Kirjastus.
- Kivimägi, Silvia (1984). Eestikeelsed päevalehed 1891–1940 (I pool). – *Eesti ajakirjanduse ajaloo*. IV: 48–69.
- Knapper, Chris; Warr, Peter B. (1965). The Effect of Position and Layout on the Readership of News Items. – *Gazette*. Vol 11(4): 323–328.
- Knox, John (2007). Visual-verbal communication on online newspaper home pages. – *Visual Communication*. Vol 6(1): 19–53.
- Knox, John S. (2009). Visual minimalism in hard news: thumbnail faces on the smh online home page. – *Social Semiotics*. Vol 19(2): 165–189.
- Kobre, Kenneth (1991). *Photojournalism. The Professionals' Approach*. Second Edition. Boston & London: Focal Press.
- Kokk, Aavo; Aru, Krista (koost) (2005). *"Päevaleht" ja tema ajastu*. [Tallinn:] Eesti Päevalehe AS.
- Kokk, Aili (1971). Ajalehekujunduse arenguhooni aastatel 1900–1940. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Kolstrup, Søren (2005). Telling the News. Danish Newspapers 1873–1941/2000. – Høyer, Svennik; Pöttker, Horst (toim). *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Göteborg: Nordicom.
- Kong, Kenneth (2006). A taxonomy of the discourse relations between words and visuals. – *Information Design Journal*. Vol 14(3): 207–230.
- Koost, A. (1965). Fotokunst pole eesmärk omaette! – *Noorte Hää*. 21. mai: 3.
- Korv, Neeme (2000). Muutustest ajalehe Postimees toimetuse organisatsioonis aastatel 1998–2000. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Kosonen, Katariina (2008). Making maps and mental images: Finnish press cartography in nation-building, 1899–1942. – *National Identities*. Vol 10(1): 21–47.
- Kostelnick, Charles (1988). A Systematic Approach to Visual Language in Business Communication. – *The Journal of Business Communication*. Vol 25(3): 29–48.
- Kracauer, Siegfried (1952). The Challenge of Qualitative Content Analysis. – *The Public Opinion Quarterly*. 16(4): 631–642.
- Kreepipuu, Tiiu (2007). Ajaloo rakendamine propagandarelvana: kuidas kujundati ajalookäsitlus nõukogude võimu kehtestamisest 21. juunil 1940 Nõukogude Eesti ajakirjanduses aastatel 1945–1960. – *Tuna*. 3: 46–69.
- Kreepipuu, Tiiu (2009). Eesti NSV trükiajakirjanduse parteiline juhtimine. – *Ajalooline Ajakiri*. 1/2 (127/128): 155–178.
- Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo (1996). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London, New York: Routledge.

- Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo (1998). *Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout*. – Bell, Allan; Garrett, Peter (toim). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo (2001). *Multimodal Discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo (2002). Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour. – *Visual Communication*. Vol 1(3): 343–368.
- Krull, Hasso (1996). *Katkestuse kultuur*. [Tallinn:] Vagabund.
- Kurvits, Roosmarii (1995). Ajalehe kujundusstiili võimalused ja piirid (“Äripäeva” näitel). Magistritöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Kurvits, Roosmarii (2006/2007). Eesti ajalehtede välimuse muutumine 1990. aastatel. Sotsialismist modernismi ja natuke postmodernismi ka. – *Akadeemia*. 12: 2579–2618; 1: 44–82, 120, 146, 224.
- Kurvits, Roosmarii (2008). The Visual Form of Estonian Newspapers from 1806 to 1940 and the Appearance Spiral Model. – *Nordicom Review*. Vol 29(2): 335–352.
- Kurvits, Roosmarii; Hennoste, Tiit (1994). *Ajalehe kujundamine*. Tartu: Tartu Ülikool.
- Küpper, Norbert (1990). Recording of Visual Reading Activity. Research into Newspaper Reading Behaviour. – <http://www.editorial-design.com/leseforschung/Eyetrackstudy.pdf> (vaadatud 22. jaan 2010).
- Laaman, Eduard (1920). Eesti ajakirjanduse puudused Euroopaga võrreldes. – *Waba Maa*. 29. jaan: 2.
- Laaniste, Mari (2001). Lühiülevaade eesti koomiksi ajaloost. – *Vikerkaar*. 1: 77–85; 4: 75–85; 7: 83–91.
- Laar, Mart (2006). *Äratajad. Rahvuslik ärkamisaeg Eestis 19. sajandil ja selle kandjad*. Tallinn: Grenader Kirjastus.
- Lacy, Stephen; Robinson, Kay; Riffe, Daniel (1995). Sample Size in Content Analysis of Weekly Newspapers. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 72(2): 336–345.
- Lacy, Stephen; Riffe, Daniel; Stoddard, Staci, Martin, Hugh; Chang, Kuang-Kuo (2001). Sample Size for Newspaper Content Analysis in Multi-Year Studies. – *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol 78(4): 836–845.
- Lain, Laurence B.; Harwood, Philip J. (1992). Mug Shots and Reader Attitudes Toward People in the News. – *Journalism Quarterly*. Vol 69(2): 293–300.
- Lasswell, Harold Dwight; Lerner, Daniel; de Sola Pool, Ithiel (1952). *The Comparative Study of Symbols*. Stanford: Stanford University Press.
- Laugaste, Eduard (1939). *Eesti kirjandus karikatuuris*. Tartu: Akadeemilise Kirjandusühingu Kirjastus.
- Lauk, Epp (1989). Vaba sõna eest! Eesti ajakirjanduse võitlustest 1905. a. – *Fakt. Sõna. Pilt*. XII: 58–75.
- Lauk, Epp (1991). Eesti Vabariigi ajakirjandusest 1920.–1920. aastatel. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. VII: 36–78.
- Lauk, Epp (1995). Eesti ajakirjanike kutsealane organiseerumine. Eesti Ajakirjanikkude Liit (1919–1940) ja selle tegevus. – *Õpetatud Eesti Seltsi Aastaraamat 1988–1993*. Tartu: Õpetatud Eesti Selts. 206–246.
- Lauk, Epp (1996a). Ajakirjanduse ajaloo periodiseerimisest. Eesti ajakirjanduse arenguetaapid (kuni 1944). – *Keel ja Kirjandus*. 11: 765–776.
- Lauk, Epp (1996b). Eesti ajakirjanduse süsteemi kujunemine. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. X: 5–36.
- Lauk, Epp (1996c). Estonian Journalists in Search of New Professional Identity. – *Javnost / The Public* III. 4: 93–106.



- Lauk, Epp (1998). Demokraatia kriis ja ajakirjandusvabaduse piiramine Eesti Vabariigis 1930-ndail aastail. – *Keel ja Kirjandus*. 9: 585–596.
- Lauk, Epp (1999). Eesti ajakirjanduse politiseerumise eelajaloost. – *Keel ja Kirjandus*. 4: 255–262.
- Lauk, Epp (1999a). Practice of Soviet Censorship in the Press. The Case of Estonia. – *Nordicom Information*. Vol 21(3): 27–39.
- Lauk, Epp (koost) (2000). *Peatikke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Lauk, Epp (2005). The Antithesis of the Anglo-American News Paradigm. News Practices in Soviet Journalism. – Høyer, Svennik; Pöttker, Horst (toim). *Diffusion of the News Paradigm 1850–2000*. Göteborg: Nordicom. 169–183.
- Lauk, Epp (2008). How will it all unfold? Media systems and journalism cultures in post-communist countries. – Jakubowicz, Karol; Sükösd, Miklos (toim). *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol, Chicago: Intellect. 193–212.
- Lauk, Epp (2009). Reflections on Changing Patterns of Journalism in the New EU Countries. – *Journalism Studies*. Vol 10(1): 69–84.
- Lauk, Epp (2010). Ajakirjanik ja ajakirjanduskultuur. Käsikirjalised märkmed.
- Lauk, Epp; Harro, Halliki (2003). A Landscape after the Storm: Development of the Estonian Media in the 1990s. – Paletz, D. L.; Jakubowicz, K. (toim). *Business as Usual: Continuity and Change in Central and Eastern European Media*. Cresskill: Hampton Press.
- Lauk, Epp; Pallas, Anu (2008). Early Development of Estonian Journalism as a Profession (from late 19th century to 1940). – *Acta Historica Tallinnensia*. Vol 13(1): 48–67.
- Lauringson, Ester (1996). Eesti linna- ja rajoonilehtede naljanurgad aastail 1953–1955. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. X: 62–83.
- Lauristin, Marju; Vihalemm, Peeter; Uus, Sulev; Peegel, Juhan (1987). *Rajoonileht ja lugeja*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Lauristin, Marju; Vihalemm, Peeter (1990). Estonian Mass Media: Past, Present and Future. – *European Journal of Communication*. Vol 5(4): 489–500.
- Lauristin, Marju; Vihalemm, Peeter (2002). The Transformation of Estonian Society and Media: 1987–2001. – Vihalemm, Peeter (toim). *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press. 17–63.
- Lauristin, Marju; Vihalemm, Peeter (2009). The Political Agenda during Different Periods of Estonian Transformation: External and Internal Factors. – *Journal of Baltic Studies*. Vol 40(1): 1–28.
- Lausvee, Sirje (1973). Pealkirja funktsioonid kodanliku Eesti ajakirjanduses aastail 1918–1927. Kursusetöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Lausvee, Sirje (1975). Eesti ajalehekujunduse arenguhooni aastail 1918–1940. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Leckner, Sara (2007). *Is the medium the message? The impact of digital media on the newspaper concept*. Stockholm: KTH; kättesaadav elektrooniliselt <http://kth.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:12703> (vaadatud 28. jaan 2010).
- Lehman-Wilzig, Sam; Cohen-Avidgor, Nava (2004). The natural life cycle of new media evolution. – *New Media & Society*. Vol 6(6): 707–730.
- LeMahieu, D. L. (1988). *A Culture for Democracy. Mass Communication and the Cultivated Mind in Britain Between the Wars*. Oxford: Oxford University Press.
- Lenin 1901 = Ленин (1901). С чего начать? – *Искра*. № 4.
- Leppänen, Arja; Leppänen, Pertti (1979). Kuvajournalismin kehittyminen Suomen sanomalehtis-tössä. Pro gradu-töö Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksella.

- Lester, Paul (1988). Use of Visual Elements On Newspaper Front Pages. – *Journalism Quarterly*. Vol 65(3): 760–763.
- Levarie, Norma (1968). *The Art & History of Books*. New York: James H. Heineman.
- Levinson, Paul (1999). *Digital McLuhan. A Guide to the Information Millennium*. London, New York: Routledge.
- Liiv, Toomas H. (1994). *Elu ja inimesed*. Tallinn: Päevaleht.
- Lillemäe, Vambola (2008). *Adrasedajana kolmel ajakirjanduspõllul. Meenutusi*. Tallinn: Maalehe Raamat.
- Linnap, Peeter (1993). Klubilisest fotograafiast. – *Teater. Muusika. Kino*. 8: 31–40.
- Linnap, Peeter (2000). Kadreeritud tõde: fotograafia stalinlikus Eestis. – *Kunstiteaduslikke uurimusi*. 10: 219–252.
- Lo, Ven-hwei; Paddon, Anna; Wu, Hsiaomei (2000). Front Pages of Taiwan Daily Newspapers 1952–1996: How Ending Martial Law Influenced Publication Design. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 77(4): 880–897.
- Loodus, Rein (1964). Eesti karikatuuri tekkimine ja areng XIX sajandi teisel poolel ja XX sajandi alguses. – *Fakt. Sõna. Pilt*. I: 3–32.
- Loodus, Rein (1966). *Eesti varasem raamatugraafika (kuni Oktoobrirevolutsioonini)*. Tallinn: Eesti NSV Teaduste Akadeemia Ajaloo Instituut.
- Loodus, Rein (1972). *Otto Krusten*. Tallinn: Kunst.
- Loodus, Rein (1982). *Eesti raamatukunsti teke ja areng*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Lotman, Juri (2006). *Kultuurisemiootika. Tekst – kirjandus – kultuur*. Tallinn: Olion.
- Lowrey, Wilson (2003). Explaining Variability in Newspaper Design: An Examination of the Role of Newsroom Subgroups. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 80(2): 348–367.
- Lumiste, Leho (1977). *Eesti ajakirjanduse ajalugu*. Stockholm: Välis-Eesti & EMP.
- Lundström, Gunilla (2004). *När tidningarna blev moderna: Om svensk journalistik 1898–1969*. Göteborg: Nordicom.
- Lupton, Ellen; Miller, J. Abbott (1996). *Design Writing Research. Writing on Graphic Design*. London: Phaidon.
- Luur, August (1968). Ajalehe kujundamise põhiprintsiibid. – Peegel, Juhan (koost ja toim). *Ajaleht*. Tartu: TRÜ eesti keele kateeder, kirjastus “Perioodika”. 161–189.
- Lõhmus, Ene-Mall (1971). Iseloomustavat J. V. Jannseni ajalehesõnumite stiilist. – *Fakt. Sõna. Pilt*. VI: 18–26.
- Lõhmus, Maarja (2002). *Transformation of Public Text in Totalitarian System: A Socio-Semiotic Study of Soviet Censorship Practices in Estonian Radio in the 1980s*. Annales Universitatis Turkuensis. Humaniora Ser. B: 248. Turku.
- Lõhmus, Maarja (2004). “Esineb ideoloogiliselt ebatäpseid formuleeringuid...” Avalike tekstide kontrolli mudelist totalitaarses süsteemis. – *Akadeemia*. 4: 699–717.
- Machin, David; Niblock, Sarah (2008). Branding newspapers. Visual texts as social practice. – *Journalism Studies*. Vol 9(2): 244–259.
- Maimik, Peeter (1994). Eesti ajakirjandus nõukogude tsensuuri all. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. IX: 85–105.
- Maimik, Peeter (1996). Tõkked ajalehtede-ajakirjade trükkimise teel enne tsensuuri kaotamist Eestis. – *Eesti ajakirjanduse ajaloost*. X: 99–107.
- Martin, Ron (1984). One editor’s view: Serving readers means melding words, graphics. – *Design: The Quarterly Journal of the Society of Newspaper Design*. No 16: 24–25.
- Martinec, Radan; Salway, Andrew (2005). A system for image–text relations in new (and old) media. – *Visual Communication*. Vol 4(3): 337–371.
- Martinec, Radan; van Leeuwen, Theo (2009). *The Language of New Media Design. Theory and Practice*. London & New York: Routledge.

- Marttinen, Eero (toim) (1993). *Sanomia Kainuusta... ja Kainuuseen 1918–1993*. Kajaani: Kainuun Sanomain Kirjapaino Oy.
- Martson, Ilona (2003). *Eesti kirjandus- ja ajakirjandusväli 1988–2001 (I–III)*. 7: 1064–1089, 9: 1361–1388; 11: 1669–1694.
- Masing 1995–1997 = (1995–1997). *Otto Wilhelm Masingu kirjad Johann Heinrich Rosenplänterile 1814–1832*. Kd I–IV. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum.
- Matsulevitš, Tiit (1987). Baltisaksa ajakirjanduse arengust XIX sajandi keskpaigani. – *Eesti ajakirjanduse ajaloo*. V: 89–106.
- Matthes, Jörg (2009). What's in a Frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990–2005. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 86(2): 349–367.
- McLuhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall (1964, 1994, 2003). *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- McManus, John H. (1994). *Market-driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- McMurtrie, Douglas C. (1937). *The Book. The Story of Printing & Bookmaking*. New York: Covici, Friede Publishers.
- Medijainen, Eero (1998). *Maailm prowintsonu peeglis. Rahvusvahelised suhted ja Eesti välispoliitika karikatuuridel 1918–1940*. Võru: Täht.
- Meggs, Philip P.; Purvis, Alston W. (2006). *Meggs' History of Graphic Design*. Fourth Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Meiner, Karl (1932). Ajakirjanduse anonümiteet. – *Õitsituled. Eesti ajakirjanike album*. Koguteos X: 66–70.
- Membership 2009 = (2009). Membership in the Society for News Design. – *Design: The Society for News Design's Biannual Journal*. No 110: 24–25
- Mendelson, Andrew L.; Thorson, Esther (2004). How Verbalizers and Visualizers Process the Newspaper Environment. – *Journal of Communication*. Vol 54(3): 474–491.
- Merbach, Dirk (2003). Die Zeit. The Secret of a Quiet Success Story. – *Design: Society for News Design's Quarterly Journal*. No 88: 10–20.
- Merrill, John C., Fisher, Harold A. (1980). *The World's Great Dailies. Profiles of 50 newspapers*. New York: Hastings House.
- Mervola, Pekka (1995). *Kirja, kirjavampi, sanomalehti. Ulkoasukierre ja suomalaisten sanomalehtien ulkoasu 1771–1994*. Helsinki–Jyväskylä: Suomen Historialinen Seura, Jyväskylän Yliopisto.
- Messaris, Paul (1998). Visual Aspects of Media Literacy. – *Journal of Communication*. Vol 48(1): 70–80.
- Mets, Margus (1990). [pealkirjata.] – *Päevaleht*. 1.veebr: 1.
- Meyer, Eric K. (1997). *Designing Infographics*. Indianapolis: Hayden Books.
- Middlestadt, Susan E.; Barnhurst, Kevin C. (1999). The Influence of Layout on the Perceived Tone of News Articles. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 76(2): 264–276.
- Miller, Voldemar (1972). Eesti raamat ja trükikunst. – *Minevikust tulevikku*. Tallinn: Eesti Raamat. 105–157.
- Miller, Voldemar; Robert, Kyra; Lott, Mare; Loodus, Rein; Reitsak, Georg; Püss, Leida; Tingre, Ivi (1978). *Eesti raamat 1525–1975. Ajalooline ülevaade*. Tallinn: Valgus.
- Mitchell, W. J. Thomas (1994). *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Moen, Daryl R. (1989). *Newspaper Layout and Design. Second edition*. Iowa: Iowa State University Press.

- Monmonier, Mark (1989/1999). *Maps with the News. The Development of American Journalistic Cartography*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Monmonier, Mark; Pippis, Val (1987). Weather Maps and Newspaper Design: Response to *USA Today?* – *Newspaper Research Journal*. Vol 8(4): 31–42.
- Moran, James (1971). *Stanley Morison. His typographic achievements*. New York: Hastings House.
- Morano, Sally I. (2002). Newspaper Design. – Sloan, David W.; Parcell, Lisa Mullikin (toim). *American Journalism. History, Principles, Practices*. Jefferson (North Carolina), London: McFarland & Company, Inc. 316–324.
- Morison, Stanley (1932). *The English Newspaper*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Morison, Stanley (1957). Picture-printing and word-printing. – *Gazette*. Vol 3(1): 101–107.
- Moses, Monica (2003). Where does visual thinking begin? – *Design: Society for News Design's Quarterly Journal*. No 87: 8–18.
- Möistlik, Anu (2007). Võimuhete konstrueerimine nõukogude ajalehediskursuses 1946–1979. Magistritöö. Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Mändmaa, Kristjan (2003). Grand Prix? – *kunst.ee*. 1: xii–xiii.
- Männi, Marian (2008). Ajakirjanikutöö ja selle konteksti kajastusi läbi Tõnis Braksi eluloo 1920.–1930. aastate Eestis. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Nelson, Roy Paul (1991). *Publication Design*. Fifth Edition. Dubuque: Wm. C. Brown Publishers.
- Nerone, John; Barnhurst, Kevin G. (1995). Visual Mapping and Cultural Authority: Design Changes in U.S. Newspapers, 1920–1940. – *Journal of Communication*. Vol 45(2): 9–43.
- Nerone, John; Barnhurst, Kevin G. (2001). Beyond modernism. Digital design, Americanization and the future of newspaper form. – *New Media & Society*. Vol 3(4): 467–482.
- Neurath, Otto (1936). *International Picture Language. The First Rules of ISOTYPE*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.
- Nielsen, Jakob (1995). *Multimedia and Hypertext. The Internet and Beyond*. Boston: AP Professional.
- Nigol, Aita (1968). Eesti ajalehekujunduse ajaloost [1766–1920]. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Nikker, Jaan (1958). Karikatuuri teke ja areng eesti ajakirjanduses (1881–1904). Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Nilsson, Åsa; Severinsson, Ronny; Wadbring, Ingela; Weibull, Lennart (2001). *Trender och traditioner i Svensk morgonpress 1987–1999*. Göteborg: Göteborg Universitet.
- Nordström, Gert Z. (1996). The Dramaturgics of the Newspaper Page. – *Nordicom Review*. Vol 17(1): 35–52.
- Norman, Jim; Coleman, Joe; Finberg, Howard; Gray, David; Williams, Mark A.; Ford Huffman, J.; Petty, Marty; Witt, Leonard (1983). Doing something about weather. – *Design: The Journal of the Society of Newspaper Design*. No 12: 3–13.
- Normet, Mart (2001). Eesti koomiks eesti ajakirjanduses 1990ndatel aastatel. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Nõukogude Eesti perioodilised väljaanded 1940–1960. Koondbibliograafia*. Tallinn: Eesti Raamat 1968.
- Nõukogude Eesti perioodilised väljaanded 1961–1970. Koondnimestik*. Tallinn: Eesti Raamat 1975.

- Nyhetsgrafik 1988 = (1988). *Nyhetsgrafik*. København: NATS.
- Nyre, Lars (2006). Apologetic Media Research. – *Nordicom Review*. Vol 27(1): 97–99.
- Nyre, Lars (2009). Normative Media Research. Moving from the Ivory Tower to the Control Tower. – *Nordicom Review*. Vol 30(2): 3–17.
- NYT 2008 = (2008). *The New York Times. The Complete Front Pages 1851–2008*. New York: Black Dog & Leventhal Publishers.
- O'Donnell, Michael (2009). Design comes to the newsroom. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 108 & 109: 40–49.
- O'Halloran, Kay L. (2008). Systematic functional-multimodal discourse analysis (SF-MDA): constructing ideational meaning using language and visual imagery. – *Visual Communication*. Vol 7(4): 443–475.
- Ogan, Christine; Plymale, Ida; Smith, D. Lynn; Turpin, William H.; Shaw, Donald Lewis (1975). – The Changing Front Page of the *New York Times*, 1900–1970. – *Journalism Quarterly*. Vol 52(2): 340–344.
- Ojand, Ene (1966). *Pealkiri ajalehes*. [Teoreetiline seisukohti pealkirja osast ajalehes: kokkuvõtte diplomitööst]. Tartu Riiklik Ülikool, eesti keele kateeder; Tallinn: Tartu Riiklik Ülikool.
- Osa, Eve (1990). Ka “Õhtuleht” sõltumatu? – *Päevaleht*. 2. märts: 1.
- Orav, Eva (1999). Eesti koomiks läbi aegade. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli eesti kirjanduse õppetoolis. Käsikiri TÜ kirjanduse ja teatriteaduse osakonna raamatukogus.
- Ottosen, Rune; Røssland, Lars Arve; Østbye, Helge (2002). *Norsk pressehistorie*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Paesüld, Agur (2007). Kartograafiliste kujutusviiside võimalikud innovatsioonid ajalehekaartide näitel. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli geograafia instituudis. Käsikiri TÜ geograafia osakonna raamatukogus.
- Paivio, Allan (1991). Dual Coding Theory: Retrospect and Current Status. – *Canadian Journal of Psychology*. Vol 45(3): 255–287.
- Paju, Taivo (1999). Meediafirmad ja meediaturg. – *Meediaorganisatsioon. II*. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond. 5–73.
- Paju, Taivo (2004). 15 aastat Eesti meediaettevõtlust: meediaettevõtete teke ja meediaturu areng 1989–2004. – Vihalemm, Peeter (toim). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 23–47.
- Pallas, Anu (2000a). Ajalehe kirjutajast ajakirjanikuks. Ajakirjanikuameti kujunemisest aastail 1878–1918. – Lauk, Epp (koost). *Peatükke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 146–164.
- Pallas, Anu (2000b). Harrastusest elukutseks: Eesti ajakirjanikkonna kujunemine aastatel 1878–1940. Magistritöö. Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Pallas, Anu (2001). Eesti Vabariigi ajakirjanik 1919–1940. – *Keel ja Kirjandus*. 7: 473–482, 8: 543–553.
- Pallas, Anu; Uus, Sulev (toim) (2004). *Meie jäljed jäävad. Eesti ajakirjanike elulood I*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Pallas, Anu; Tammar Heidi; Uus, Sulev (koost ja toim) (2006). *Teelised helisillal. Ringhäälingurahva lood*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Pallas, Anu; Uus, Sulev (koost ja toim) (2009). *Kuidas vaatad, nõnda näed. Eesti ajakirjanike elulood III*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Palm, August (1971). Eesti satiirajakirjanduse algusest (kuni 1905. a. incl.). – Peegel, Juhan (koost). *Läbi kahe sajandi*. Tallinn: Eesti Raamat. 156–196.
- Parker, Mike (2006). A World of Type. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 98: 34–37.
- Pasternack, Steve; Utt, Sandra H. (1986). Subject Perception of Newspaper Characteristics Based on Front Page Design. – *Newspaper Research Journal*. Vol 8(1): 29–35.

- Pasternack, Steve; Utt, Sandra H. (1990). Reader Use & Understanding of Newspaper Infographics. – *Newspaper Research Journal*. Vol 11(2): 28–41.
- Pedastsaar, Helle-Mai (2002). Konflikti kujutamine ajalehekaartidel: USA ja Afganistan 2001. a. sügisel. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli geograafia instituudis. Käsikiri TÜ geograafia osakonna raamatukogus.
- Peegel, Juhan (1965). *Rotatsioonimasinad mürisevad...* Tallinn: Eesti Raamat.
- Peegel, Juhan (1966). *Eesti ajakirjanduse algus (1766–1857)*. Tallinn: Valgus.
- Peegel, Juhan; Aru, Krista; Issakov, Sergei; Jansen, Ea; Lauk, Epp (1994). *Eesti ajakirjanduse teed ja ristteed. Eesti ajakirjanduse arengust (XVII sajandist XX sajandini)*. Tartu–Tallinn: Tartu Ülikooli ajakirjandusosakond, Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts.
- Peinar, Jüri (1976). Väärtustusprintsiiibi rakendamine ajalehes. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Philo, Greg (2007). Can Discourse Analysis Successfully explain the Content of Media and Journalistic Practice? – *Journalism Studies*. Vol 8(29): 175–196.
- Picard, Robert G. (2008). Shifts in Newspaper Advertising Expenditures and their Implications for the Future of Newspapers. – *Journalism Studies*. Vol 9(5): 704–716.
- Pietilä, Kauko (1980). *Formation of the Newspaper: A Theory*. Acta Universitatis Tampereensis. Series A. Vol 119. Tampere: Tampereen Yliopisto.
- Pile, John F. (1979). *Design. Purpose, Form and Meaning*. Amherst: The University of Massachusetts Press.
- Pinn, Merike (2000). Kasutajasõbralik ja väga moodne. – *Eesti Päevaleht*. 18. sept: 3.
- Pompilio, Natalie (2004). Graphic Evolution. – *American Journalism Review*. Vol 26(2): 9, 19.
- Postimees 1909 = (1909). *Postimees 1857–1907. 50-aastase kestuse mälestuseks*. Tartu: Postimees.
- Prichard, Peter (1987). *The Making of McPaper. The Inside Story of USA Today*. Kansas City: Andrews, McMeel & Parker.
- Promet, Lilli (1965). *Imelik raamat*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Puksoo, Friedrich (1973). *Raamat ja tema sõbrad*. Tallinn: Valgus.
- Pulkkinen, Hannu (2008). *Uutisten arkkitehtuuri. Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto*. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto.
- Pullerits, Priit (1997). *Ajakirjanduse põhižanrid: uudis, olemuslugu, juhtkiri*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Pärl-Lõhmus, Maarja (1997). Sovetlikust postsovetlikuks: Eesti ajakirjanduse muutumisi 1987–1996. – *Akadeemia*. 9: 1795–1817.
- Quinn, Sara (2007). Eyeing the news. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 104: 12–17.
- Quinn, Sara; Stark, Pegie; Edmond, Rick; Moos, Julie (2007). *Eyetracking the News. A Study of Print and Online Reading*. St. Petersburg (Florida): The Poynter Institute for Media Studies.
- Raag, Arno (1971). *Kõuepilvede saatel. Mälestusi [1921–1939]*. Lund: Eesti Kirjanike Kooperatiiv.
- Raag, Arno (1974). *Saatuslikus kolmnurgas: mälestusi 1939–1944*. Lund: Eesti Kirjanike Kooperatiiv.
- Radder, Norman J.; Stempel, John E. (1942). *Newspaper Editing, Make-up and Headlines*. New York, London: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Raeymaeckers, Karin (2004). Newspaper Editors in Search of Young Readers: content and layout strategies to win new readers. – *Journalism Studies*. Vol 5(2): 221–232.
- Raidla, Peeter (2002). *Hans H. Luik – päikesepoisist miljonäriks*. Tallinn: Äripäeva Kirjastus.
- Rajamets, Tarmo (2009). Arvutite kasutuselevõtt Eesti ajalehetoimetustes “Edasi” / “Postimehe” näitel. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis. Käsi-

- kiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Rajandran, Kumaran (2008). The Use of Layout in Malay Language Newspapers' Front Pages. – *Language in India*. Vol 8(7): 1–15.
- Ramaprasad, Jyotika (1991). Informational Graphics in Newspapers. Attention, information retrieval, understanding & recall. – *Newspaper Research Journal*. Vol 12(3): 92–103.
- Randloo, Tiiu (1987). Nomen est omen. Pealkirjad ajalehtedes “Noorte Hää” ja “Rahva Hää”. Funktsioonid ja tüübid. Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli žurnalistika kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Rantanen, Terhi (1990). *Foreign News in Imperial Russia. The Relationship between International and Russian News Agencies, 1856–1914*. Helsinki: Soumalainen Tiedeakademia.
- Raudmäe, Maigi (2005). Kommertsiaalselt orienteeritud suhtekorraldus ja reklaam eesti trükimeedias 1920–1940 (*Päevalehe* ja *Postimehe* põhjal). Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Raudnask, Valve (2004). Tundlik missioon. – Pallas, Anu; Uus, Sulev (toim). *Meie jäljed jäävad. Eesti ajakirjanike elulood. I*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 181–201.
- Raudver, Guido-Roland (koost) (1990). *Lugejaga vestleb: Inimesest, armastusest, isamaast*. – Tallinn: Olion.
- Rebane, Mari (2007). Online-ajakirjanduse areng Eestis. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Rehe, Rolf F. (1985). *Typography and design for newspapers*. Darmstadt: IFRA.
- Rehe, Rolf F. (1997). Die Woche: Leading a graphic revolution in German newspapers. – *Design: Society of Newspaper Design's Quarterly Journal*. No 62: 16–19.
- Rehe, Rolf F. (2006). Scanning type, studying readers. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 101: 52–53.
- Reynolds, Alison (2002). Technical communication or information design? A merging of professions. – *Information Design Journal + Document Design*. Vol 11(2/3): 185–190.
- Riffe, Daniel; Aust, Charles F.; Lacy, Stephen R. (1993). The Effectiveness of Random, Consecutive Day and Constructed Week Sampling in Newspaper Content Analysis. – *Journalism Quarterly*. Vol 70(1): 133–139
- Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; Drager, Michael W. (1996). Sample Size in Content Analysis of Weekly News Magazines. – *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 73(3): 635–644.
- Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; Fico, F. G. (1998). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ritzenberg, Phillip (2001). A little off the sides... then a little more. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 78: 18–19.
- Ritzenberg, Phillip (2004). Moments of missing memory. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 93: 14–16.
- Robert, Kyra (1981). Trükikojad kapitalismi perioodil kuni Suure Sotsialistliku Oktoobrirevolutsioonini. – *350 aastat trükindust Eestis*. Tartu: Eesti NSV Riiklike Kirjastuste, Polügraafia ja Raamatukaubanduse Komitee, Tartu Riiklik Ülikool. 7–9.
- Roolaht, Andrus (1990). *Nii see oli... Kroonika ühest unustuseliiva maetud ajastust*. Tallinn: Perioodika.
- Rooney, Dick (2000). Thirty Years of Competition in the British Tabloid Press. The *Mirror* and the *Sun* 1968–1998. – Sparks, Colin; Tulloch, John (toim). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.

- Rosenberg, Tiit (1998). Eesti 1919. aasta maareform: võrdlusjooni Ida- ja Kesk-Euroopa maa-dega. – Ant, Jüri (koost). *Kaks algust. Eesti Vabariik – 1920. ja 1990. aastad*. Tallinn: Eesti Riigiarhiiv. 73–79.
- Rusbridger, Alan (2005). Column five. The shape of things to come. – *Guardian*. 12. sept: 1–2.
- Russle, M. (2005). Using eye-tracking data to understand first-impressions of a web site. – *Usability News*, 7.1., kättesaadav elektrooniliselt [http://psychology.wichita.edu/surl/usabilitynews/71/eye\\_tracking.html](http://psychology.wichita.edu/surl/usabilitynews/71/eye_tracking.html).
- Rätsep, Artur (1970). Põhinõudeid ajalehefotole. – Peegel, Juhan (koost ja toim). *Ajaleht*. Teine, pa-randatud ja täiendatud trükk. Tartu: TRÜ eesti keele kateeder, kirjastus “Perioodika”. 253–276.
- Rüga, Melly; Lauk, Epp (2000). Uudisžanri muutumine ajalehes Postimees aastatel 1892–1919. – Lauk, Epp (koost). *Peatükke Eesti ajakirjanduse ajaloost 1900–1940*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 67–78.
- Salcedo, Rodolfo N.; Read, Hadley; Evans, James F.; Kong, Ana C. (1972). A Broader Look at Legibility. – *Journalism Quarterly*. Vol 49(2): 285–289, 295.
- Sakk, Ivar (2004). Eesti stiil – kas vene või saksa? – *kunst.ee*. 3: vi–xi.
- Saks, Kertu (2002). From Soviet to Market-Oriented: Organisational and Product Changes in Estonian Newspapers, 1988–2001. – Vihalemm, Peeter (toim). *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press. 187–206.
- Saldre, Alfred (koost) (1976). *Eesti plakat 1940–1972*. Tallinn: Kunst.
- Scheufele, Dietram A.; Tewksbury, David (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. – *Journal of Communication*. Vol 57(1): 9–20.
- Schiessl, Michael; Duda, Sabrina; Thölke, Andreas; Fischer, Rico (2003). Eye tracking and its application in usability and media research. – <http://eye-square.com/documents/EyeTracking-ResearchApplications.pdf> (vaadatud 22. jaan 2010).
- Schudson, Michael (1978). *Discovering the News: a Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Schönbach, Klaus (2000). Does Tabloidization Make German Local Newspapers Successful? – Sparks, Colin; Tulloch, John (toim). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. 63–74.
- Schoenbach, Klaus; Bergen, Lori (1998). Commentary: Readership research – challenges and chances. – *Newspaper Research Journal*. Vol 19(2): 88–102.
- Schweitzer, John C. (1980). Newspaper Front Pages Revisited: Reader Reactions. – *Newspaper Research Journal*. Vol 2(1): 12–18.
- Schweitzer, John C.; Weaver, David H.; Stone, Gerald C. (1977). Morning-Evening Newspaper Circulation: What Effect Do Appearance and Content Have? – *Journalism Quarterly*. Vol 54(3): 515–522.
- Scott, William A. (1955). Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Scale Coding. – *Public Opinion Quarterly*. Vol 19(3): 321–325.
- Seymour-Ure, Colin (2001). What Future for the British Political Cartoon? – *Journalism Studies*. Vol 2(3): 333–355.
- Sillaste, Aarne (1979). Foto varasemas eesti ajakirjanduses (kuni 1917. aastani). Diplomitöö Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Sillaste, Aarne (1980). “Postimehe” pildipoleelt. Märkmeid eesti ajakirjandusfoto ajaloost. – *Sirp ja Vasar*. 19. det: 4–5.
- Silverstein, Louis (1982/83). The Newspaper Revolution, Phase 2. – *Design: The Journal of The Society of Newspaper Design*. No 10: 10–11.
- Silverstein, Louis (1990). *Newspaper Design For The Times*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Silverstein, Louis (2005). A true classic. Peter Palazzo changed newspapers with his innovative designs. – *Design: The Society for News Design's Quarterly Journal*. No 95: 8–11.



- Siskind, Theresa G. (1979). The effect of newspaper design on reader preferences. – *Journalism Quarterly*. Vol 56(1): 54–61.
- Sissors, Jack Z. (1974). Do youthful, college-educated readers prefer contemporary newspaper design? – *Journalism Quarterly*. Vol 51(2): 307–313.
- Sloan, David W.; Parcell, Lisa Mullikin (toim) (2002). *American Journalism. History, Principles, Practices*. Jefferson (North Carolina), London: McFarland & Company, Inc.
- Smith, Edward J.; Hajash, Donna J. (1988). Informational Graphics in 30 Daily Newspapers. – *Journalism Quarterly*. Vol 65(3): 714–718.
- Smith, John M.; McCombs, Maxwell E. (1971). The Graphics of Prose. – *Journalism Quarterly*. Vol 48(1): 134–136.
- Soosaar, Martti (2003). *Tuntud ja tundmatu Gori*. Tallinn: Eesti Entsüklopeediakirjastus.
- Sovetskaja 1961 = (1961). *Советская печать в документах*. Москва: Государственная издательство политической литературы.
- Stanton, James C. (1986). Newspaper design preferences among students revisited. – *Journalism Quarterly*. Vol 63(3): 633–636.
- Starobogatov, Igor I. (1955). *Rajooniajalehe kujundamine*. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Stickney, Dane (2008). Charticle Fever. – *American Journalism Review*. Vol 30(5): 36–39.
- Stoll, Michael (2002). Only good die young. The German weekly Die Woche closed its doors March 2002. – *Design: Society for News Design's Quarterly Journal*. No 83: 48–49.
- Stone, Gerald C.; Schweitzer, John, C.; Weaver, David H. (1978). Adoption of Modern Newspaper Design. – *Journalism Quarterly*. Vol 55(4): 761–766.
- Stumpe, Kurt (koost) (1961). *Typografie und Gestaltung der Tageszeitungen*. Leipzig: VEB Verlag für Buch- und Bibliothekswesen.
- Stöckl, Hartmut (2005). Typography: body and dress of a text – a signing mode between language and image. – *Visual Communication*. Vol 4(2): 205–214.
- Sõgel, Endel (peatoim) (1965, 1966, 1969, 1981, 1984, 1987, 1991). *Eesti kirjanduse ajalugu viies köites*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Šein, Hagi (2004). Televisioon Eestis 1955–2004. – Vihalemm, Peeter (toim). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 121–208.
- Šein, Hagi (2005). *Suur teleraamat. 50 aastat televisiooni Eestis 1955–2005*. Tallinn: TEA.
- Zetterberg, Seppo (2007). *Viron historia*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Zetterberg, Seppo (2009). *Eesti ajalugu*. Tallinn: Tänapäev.
- T., A. (1920). Igapäevane ringkäik “Waba Maa” hoones. – *Waba Maa*. 4. dets: 3–4.
- Tali, Piret (2010). Eesti ajakirjanike töö iseloomu muutumine (1988–2009). Magistritöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudis. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus. Kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Talve, Ilmar (2004). *Eesti kultuurilugu. Keskaja algusest Eesti iseseisvuseni*. Tartu: Ilmamaa.
- Talvik, Merle (2010). *Ajakirjagraafika 1930. aastate Eestis: Stereotüübid ja ideoloogia*. Tallinna Ülikooli humanitaarteaduste dissertatsioonid 23. Tallinn: Tallinna Ülikool.
- Tamm, Margit (2001). Poliitilise karikatuuri areng eesti ajakirjanduses aastatel 1905–2000. Baka-laureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Tamre, Asta (1989). Ajalehe “Rahva Hääl” lugejaskonna sotsioloogiline uurimus.
- Tankard, James W. Jr. (1987). Quantitative Graphics in Newspapers. – *Journalism Quarterly*. Vol 64(2): 406–415.
- Tankard, James W. Jr. (1989). Effects of Cartoons & Three-Dimensional Graphs on Interest & Information Gain. – *Newspaper Research Journal*. Vol 10(3): 91–103.
- Tarto 1998 = (1998). *Tarto maa rahva Näddali-Leht. Uurimusi ja allikmaterjale*. Tartu: Eesti Ajalooarhiiv, Eesti Kirjandusmuuseum.

- Tassa, Aleksander (1948). *Puulõikekunstist. Materjale ja allikaid eesti puulõikest XIX sajandil*. Tallinn: Ilukirjandus ja Kunst.
- Tayie, Samy Abdul Raouf (1988). Advertising trends in the Egyptian press after the new economic policy. A content analysis of advertisements in newspapers and magazines. – *Gazette*. Vol 41: 19–36.
- Teder, Kaljula (1972). *Eesti fotograafia teerajajaid. Sada aastat (1840–1940) arenguteed*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Tewksbury, David; Althaus, Scott L. (2000). Differences in Knowledge Acquisition Among Readers of the Paper and Online Versions of a National Newspaper. – *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol 77(3): 457–479.
- Tiitus, Romulus (1960). *Gori elust ja tööst*. Tallinn: Eesti NSV Kunst.
- Tijmstra, L. F. (1959). The Challenge of TV to the Press. The Impact of Television on Advertising Revenues and Circulations of Newspapers. – *Gazette*. Vol 5(3): 293–314.
- Titscher, Stefan; Meyer, Michael; Wodak, Ruth; Vetter, Eva (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Tiitus, Romulus (1960). *Gori. Elust ja tööst*. Tallinn: Eesti NSV Kunst.
- Tomberg, Hanno (2000a). Eesti Päevaleht muutub moodsamaks. – *Eesti Päevaleht*. 18. sept: 1.
- Tomberg, Hanno (2000b). Uue aja leht – selgem ja sisukam. – *Eesti Päevaleht*. 18. sept: 3.
- Tommila, Päiviö (1988). *Suomen lehdistön historia*. Vol 1. Kuopio: Kustannuskiila OY.
- Tommila, Päiviö (1992). *Sooma ajakirjanduse algus. Tekkimisest kuni XIX sajandi keskpaigani*. Tartu: Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts.
- Tooming, Peeter (1983). *Foto! Foto? Foto...* Tallinn: Eesti Raamat.
- Tooming, Peeter (1986). *Tähelepanu, pildistan! Eesti foto minevikust 1840–1940*. Tallinn: Kunst.
- Tooming, Peeter (1990). *Hõbedane teekond*. Tallinn: Valgus.
- Torvinen, Taimi (1982). *Ulkomaisen sanomalehdistön historia*. Espoo: Weilin+Göös.
- Treimann, Hans (2005). *Sulerüütline Nikitast Gorbani*. Tallinn: Olion.
- Treumann, Hans (koost) (1946). *Väikemanuaal trükikirjadest*. Tallinn: Tallinna Riiklik Tarbekunsti Instituut.
- Treumann, Hans (1957). *Tiipograafiline materjal*. Tallinn: ENSV Riiklik Kunstiinstituut.
- Treumann, Hans (1977). *Vanemast raamatukultuuriloost*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Tufte, Edward R. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire: Graphics Press.
- Tuglas, Friedebert (1926). *Ado Grenzsteini lahkumine. Päätikid meie ajakirjanduse ja tsensuuri ajaloost*. Tartu: Noor-Eesti Kirjastus.
- Tähismaa, Inno (2003). Online uudised Eesti ajalehtedes. Bakalaureusetöö Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus, kättesaadav ka elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/handle/10062/14983>.
- Underwood, Doug (1995). *When MBA's Rule the News Room*. New York: Columbia University Press.
- Urdike, Daniel Berkeley (1962). *Printing Types. Their History, Forms, and Use. Volumes I–II*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Uribe, Rodrigo; Gunter, Barrie (2004). The Tabloidization of British Tabloids. – *European Journal of Communication*. Vol 19(3): 387–402.
- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (1984). Front Pages of U.S. Daily Newspapers. – *Journalism Quarterly*. Vol 61(4): 879–884.
- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (1985). Use of Graphic Devices in a Competitive Situation: A Case Study of 10 Cities. – *Newspaper Research Journal*. Vol 7(1): 7–16.
- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (1989). How They Look: An Updated Study of American Newspaper Front Pages. – *Journalism Quarterly*. Vol 66(3): 621–627.

- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (1993). Infographics today: Using qualitative devices to display quantitative information. – *Newspaper Research Journal*. Vol 14(3&4): 146–157.
- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (2000). Update on infographics in American newspapers. – *Newspaper Research Journal*. Vol 21(2): 55–66.
- Utt, Sandra H.; Pasternack, Steve (2003). Front Page Design: Some Trends Continue. – *Newspaper Research Journal*. Vol 24(3): 48–61.
- Uus katse 1999 = (1999). Uus katse hinnata Ado Grenzsteini rolli Eesti ajaloos. Ajaloo Instituudis 28. jaanuaril 1999 toimunud seminari ettekanded ja arutelu. – *Tuna*. 2: 111–125.
- Uus, Sulev (1968). Nõukogude ajakirjanduse teooria ja praktika probleeme. – Peegel, Juhan (koost ja toim). *Ajaleht*. Tartu: Tartu Riikliku Ülikooli eesti keele kateeder, kirjastus “Perioodika”. 23–85.
- Uus, Sulev (1984). Mis täna sünnib, on homme lehes. – *Eesti ajakirjanduse ajaloo*. IV: 70–83.
- Uus, Sulev (1985). Uurimistulemuste kasutamisest “Edasi” toimetuse töös. – *Fakt. Sõna. Pilt*. XI: 39–61.
- Uus, Sulev (1998). Toimetuse töökorraldus. Eilsest tänasesse. – *Meediaorganisatsioon. I*. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond. 5–20.
- Uus, Sulev (1999). Üle kivide ja kändude. Punktiirjooni maakonnalehtede erastamise käänulistelt teedelt. – *Meediaorganisatsioon. II*. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond. 75–86.
- Uus, Sulev (2009). Leheneegri leivas. – Pallas, Anu; Uus, Sulev (koost ja toim). *Kuidas vaata, nõnda näed*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 218–260.
- Vaan, Laura (2005). Propagandatalitus Eesti Vabariigis autoritaarsel ajajärgul. Magistritöö Tartu Ülikooli eesti ajaloo õppetoolis. Kättesaadav elektrooniliselt <http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/10062/1208/5/vaan.pdf>.
- Vaarandi, Debora (2006). *Aastad ja päevad. Nooruselugu*. [Tallinn:] Tänapäev.
- Valge, Jaak (1998). Eesti majandus ja majanduspoliitika aastail 1920–1924 – Ant, Jüri (koost). *Kaks algust. Eesti Vabariik – 1920. ja 1990. aastad*. Tallinn: Eesti Riigiarhiiv. 80–94.
- Valmis, Aarne (1990). Pealkiri ajalehes kui üks lugemist mõjutav tegur. Diplomitöö Tartu Ülikooli žurnalistika kateedris. Käsikiri TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi raamatukogus.
- Valtman, Edmund (1977). Eesti karikatuur ja karikaturistid. – *Mana*. 44: 50–72.
- van der Wurff, R.; Lauf, E. (toim) (2005). *Print and Online Newspapers in Europe. A Comparative Analysis in 16 Countries*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- van Leeuwen, Theo (2006). Towards a Semiotics of Typography. – *Information Design Journal + Document Design*. Vol 14(2): 139–155.
- Veergudeta 1957 = (1957). *Ajalehtede ladumise ja küljendamise veergudeta meetod. Krasnodari krai toimetuste ja trükikodade töökogemustest*. Tallinn: Eesti NSV Kultuuriministeeriumi Kirjastuste ja Polügraafiatööstuse Peavalitsus.
- Vengerfeldt, Pille; Runnel, Pille (2004). Uus meedia Eestis. – Vihalemm, Peeter (toim). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 233–256.
- Veskimägi, Kaljo-Olev (1996). *Nõukogude unelaadne elu. Tsensuur Eesti NSV-s ja tema peremehed*. Tallinn: autorikirjastus.
- Vihalemm, Peeter (toim) (2004). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Vihalemm, Peeter; Kõuts, Ragne (2004). Trükisõna ja lugejaskond Eestis 1965–2004. – Vihalemm, Peeter (toim). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 61–90.
- Vihalemm, Peeter; Lauristin, Marju (2004). Eesti ühiskonna ja meedia muutumine 1965–2004. – Vihalemm, Peeter (toim). *Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965–2004*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. 1–22.
- Viks, Johannes (koost) (1935). *Kaitseseisukorra seadus*. Tallinn: autori kirjastus.

- Villard, Oswald Garrison (1944). *The Disappearing Daily. Chapters in American Newspaper Evolution*. New York: Alfred A. Knopf.
- Vinkel, Aarne (1966). *Eesti rahvaraamat. Ülevaade XVIII ja XIX sajandi lugemisvarast*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Visnapuu, Henrik (1995). *Päike ja jõgi. Mälestusi noorusmaalt*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Vooglaid 1972 = Вооглайд, Юло (1972). Методы использованные при последований ауди-торий газеты "Эдази" и деятельности редакций. – *Труды по социологии II*. Тарту. 13–107.
- Vossoughian, Nader (2009). *Otto Neurath. The Language of the Global Polis*. Rotterdam: NAI Publishers.
- Vähkjas, Ülo (koost) (1973). *Kui kõik alles tärkas. Mälestusi ajakirjanduse töomailt 1940–1945*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Vöormann, Mai (1995). Kalle Muuli: Eestis lööb läbi eesti ajakirjandus. – *Pühapäevaleht*. 27 mai: 11.
- Walter, Hannes (1998). Eesti ühiskonna hoiakutest 1920. aastate algul. – Ant, Jüri (koost). *Kaks algust. Eesti Vabariik – 1920. ja 1990. aastad*. Tallinn: Eesti Riigiarhiiv. 9–16.
- Wanta, Wayne; Gao, Dandan (1994). Young Readers and the Newspaper: Information Recall and Perceived Enjoyment, Readability, and Attractiveness. – *Journalism Quarterly*. Vol 71(4): 926–936.
- Wartenberg, Constanze; Holmqvist, Kenneth (2005). Daily newspaper layout – designers' predictions of readers' visual behaviour – a case study. – *Lund University Cognitive Studies 126.*; kättesaadav ka elektrooniliselt <http://www.lu.se/LUCS/126/LUCS.126.pdf> (vaadatud 22. jaan 2010).
- Weaver, David H.; Mullins, L. E. (1975). Content and Format Characteristics of Competing Daily Newspapers. – *Journalism Quarterly*. Vol 52(2): 257–264.
- Welke, Martin (1986). Eine journalistische Pioneerleitung. – *200 Jahre Wolfenbütteler Zeitung*. II–V.
- W[ellner], H[arald] (1923). Ajalehe tehnika – kunst. "Waba Maa" tehniline arenemine. – *Waba Maa juubelilisa*. 5. dets: 5–7.
- Wellner, Harald (1932). *Reporter: ajalehe-kaastöö tehnika*. Tallinn: Waba Maa.
- Westmancoat, K. John (1985). *Newspapers*. London: The British Library.
- Widebrant, Mats (2004). The Ages. Göteborgs-Posten. – *Design: Quarterly Journal of The Society for News Design*. No 93: 24–27.
- Woitk, Evald J. (1959). *Mälestuste tänav*. I. Toronto: Orto.
- Wolf, Rita; Grotta, Gerald L. (1985). Images: A Question of Readership. – *Newspaper Research Journal*. Vol 6(2): 30–36.
- Wolfe, Arnold S.; Swanson, Jeromy; Wrona, Stacy (2008). What the American People Deserve from American Journalism during Wartime. A First Amendment view abetted by semiotic analysis. – *Journalism Studies*. Vol 9(1): 38–56.
- Wozencroft, Jon; Brody, Neville (1988). *The Graphic Language of Neville Brody*. London: Thames & Hudson.
- Örnebring, Henrik (2007). The technologisation of journalism: historical perspectives on news, technology and labour. Paper presented at NordMedia Conference 16–19 Aug 2007, Helsinki, Finland.
- Örnebring, Henrik (2010). Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives. – *Journalism*. Vol 11(1): 57–74.

## **SUMMARY**

### **The Visual Form of Estonian Newspapers from 1806 to 2005**

This is a mediasociological and mediahistorical dissertation focusing on the visual form of Estonian newspapers. The aim of the thesis is to describe, analyse and periodise the transformations of the visual form of Estonian newspapers, and to discover the reasons for the changes. The research period begins with 1806, when the first Estonian language newspaper was published, and extends through to 2005. The research observes social, economic, technological, cultural and journalistic factors. The ultimate purpose is to formulate a theoretical model which describes and explains the visual changes of Estonian newspapers. Comparing Estonian and international data permits to construct a universal model of development in a newspaper visual form.

The collected data concerns core newspapers in Estonia (1806–2005). Although all Estonian newspapers existing between 1806 and 1875 were analysed, thereafter just three central, mainstream and continuously published newspapers were the focus of the study. In order to get a long-term perspective, the data were collected at five year intervals. Every fifth year, samples of a constructed month for the weeklies and a constructed week for the dailies, balanced between the seasons and months, were the basis of the data collection. Exceptionally there were two samples for 1940, to monitor the abrupt changes after the Soviet annexion in the summer of 1940.

The main empirical data collection method was content analysis. The quantity and the size of the elements were analysed, as were the categories of the design elements (e.g. visually different headlining methods). As quantitative methods were unsuitable for some visual elements, a qualitative method was used instead. In addition, the unstructured interviews, published memories of journalists and the author's own experiences were used to understand and interpret the collected data. The exact quantitative analysis of the visual changes in newspapers allowed the author to distinguish the reasons for visual changes in great detail. Methodologically significant innovation is an elaboration of some units of content analysis; primarily the gauges used to measure the visual intensity and fragmentarity of newspapers. These gauges will enable the highly generalised contrastive analyses of newspapers in different epochs as well as in different parts of world.

The changes in the visual form of the newspapers were interpreted mediasociologically, based on the concept that the visual forms of newspapers are dependent on social changes. The studies of D. L. LeMahieu, Kevin G. Barnhurst, John Nerone, Jan Ekecrantz, Karin Becker and Tom Olsson use the same theoretical framework. The theoretical interpretation was also based on the history of print media and the contemporary theory of newspaper design which is embodied in textbooks on newspaper design and created in unison with different studies of information retrieval (i.e. the influence of typography, page structure, photos, colour, infographics onto newspaper reading patterns and information recall).

**The periods of visual form of Estonian newspapers.** Analysis showed that the visual form of Estonian core newspapers between 1806 and 2005, can be divided into five periods. The newspapers of each period have different ways for structuring information, different extent of segmentation and different size of the page. Some periods have subperiods (phases).

**1. Bookish Newspaper** (from 1806 till the 1870s). In this period the visual form of newspaper is similar to that of contemporary books and other periodicals in Estonia. Newspapers have small page sizes (A4 and smaller), one or two columns per page and a linear layout.

There are a few small paratexts (headings, headlines) which are hardly noticeable. During the period few changes take place and the newspapers acquire their first unique visual features.

**1.1.** During the first quarter of the 19th century the first episodic Estonian newspapers looked like issues of a yearbook. They were printed in octavo-format (smaller than A5), with a single column per page. The structure of the newspaper issue was random with sporadically placed paratexts spaced off to mark the headlines and divide the information into sub-divisions.

**1.2.** Newspapers established towards the end of the 1850s had a larger page size with a more stable structure and visually stronger paratexts. These papers were printed in quarto-format (twice the size of octavo but still smaller than A4) and had two columns per page. Some visuals (mostly the title pictures in nameplates) began to appear in newspapers. Some newspaper-specific features have evolved (titled sub-divisions, bold keywords at the beginning of news-stories) but there are too few of them to distinguish clearly the visual form of newspapers from books and magazines.

**2.** Linear Newspaper (1870s–1910s). In the 1870s and the 1880s the newspapers acquired their clearly different visual form compared to other mass media. The size of the page more than doubled (A3 and bigger) and the number of columns per page increased from two to four or five. Despite the enlarged page size, all stories were still one column wide and the structure of the page was still linear and equalised information visually. The first device for structuring the page spatially, the *feuilleton*, was introduced. The horizontal line divided the page into two parts. Newspaper-specific material (editorial items, news) was gathered into the upper half of the page, whereas ‘lighter’ stories (serials, book reviews, etc.) were placed in the lower half of the page. The number of stories and sub-divisions increased due to the increase of news and as a consequence stories shortened. The title pictures were abandoned and indeed other visuals were published very rarely and and at random.

At the beginning of the 20th century the news began to be more strongly presented: individual news items got separate headlines. At the beginning of WW1, the news was brought to the the front page. The visual form of newspaper became more of a contrast and hierarchical; sporadic bigger multi-column elements were used, visuals were used more steadily. Innovative tendencies were fuelled by WW1 with its extraordinary news. On the other hand, the socially and economically unstable war time situation impeded the wider spread of innovative information presentation devices.

**3.** Hierarchical Newspaper (1920s–1930s). During the 1920s the visual form of newspapers changed sharply. The most important change was the replacement of previous equalising visual form by hierarchical and higher contrast form to show the relative importance of the information to the reader. For this purpose elements with different visual strengths were used (primarily headlines with different size and width). The stronger multicolumn elements brought about a nonlinear, spatial page structure instead of the previous linear one. The central layout method was modular, but a linear layout was used as well. Thus the page structure was hybrid.

The structure of the newspaper issue changed to make newspapers visually more attractive and legible. The headlines introduced information as individual facts instead of previous sub-division titles which introduced information as a uniform mass. The verbalization of headlines became declarative, more concrete and active. Since the second half of the 1920s, visuals (photos and illustrations) were used on a daily basis.

**4.** Ideologised Newspaper (1940–1980s). After the Soviet annexion in the summer 1940 the visual form of Estonian newspapers abruptly changed and became more simple and

less segmented. The visual form, as well the content, was subjected to rigid ideological pre-descriptions. The sequence of a newspaper issue was no longer news-centered but ideologically determined and the topical diversity decreased. The share of advertising and classifieds was dramatically reduced and those that were published appeared only at the end of the newspaper issue.

The Ideologised Newspaper period consists of three phases which differ from each other in the extent of segmentation, contrast, diversity and visuality.

**4.1.** During the 1940s and the 1950s, the visual form of Soviet Estonian newspapers was clear, strict, with low degrees of contrast and visuality. There were fewer but lengthier stories and fewer but larger photos. The size of the text type was smaller and sub-headlines and text-breakers were used less. The page design was simpler and clearer and in addition to the hybrid structure some pages had a wholly modular structure.

**4.2.** At the end of the 1950s, the content of newspapers and the structure of newspaper issue begin to change and became ideologically more free. The visual form of newspapers also changed and became more segmented, varied, more visual and with more contrast. Stories became shorter, labels and text-breakers were used more often, typographic variations increased, and the quantity and volume of visuals increased sharply. Irregular text-blocks appeared instead of modular (rectangular) text-blocks and the page structures changed (puzzle structure instead of modular). Hybrid page structures almost unnoticeably disappeared from newspapers.

**4.3.** At the beginning of the 1970s, the structure of newspaper issue again began to change and became ideologically more rigid and at the same time more systematic and consistent. The visual form of newspapers became simpler, less segmented and more systematic. The stories became lengthier and the use of text-breakers decreased. Typographic diversity decreased and headline typography became more systematic. Simpler display typefaces were used, the style of decorative display typefaces changed from handcraft to industrial. There were once again fewer but larger visuals. Text-blocks became rectangular and pages were mainly structured in a modular manner.

**5. Designed Newspaper (1990s–2005).** In the 1990s the visual form of Estonian newspapers changed rapidly and became more segmented, more visual, colourful and systematic. The period consisted of two phases.

**5.1.** The first half of the 1990s was transitional phase of growth and eclecticism. Topical diversity increased, newspaper issues were structured by monothematic pages and the news were brought on the forefront of the newspaper. Stories became lengthier and their segmentation increased sharply. Photos became larger and visuality increased. Novel design elements were introduced: a daily political cartoon, comics, visual information graphics and full colour. At the same time the visual form of newspapers was eclectic because typography was much more varied than previously (primarily the sizes of the typefaces varied greatly) and novel design elements looked clumsy.

**5.2.** In the second half of the 1990s, the visual form of the newspapers was changed to more orderly and systematic. Typography became standardised (certain text types and display types were used only in fixed sizes, all headings and labels were designed in the same style). The novel focused page structure was introduced, which gave reader a definite 'starting point' for reading the page and ranked information visually. The introduction of this change created the designed newspaper. The content of the newspaper became form-driven and was created by taking into consideration the demands of visual form (i.e. planning stories with a visual packaging in mind). During this phase, visuality also increased with the use of thumbnail photos, visual infographics, paratexts and full colour also increased.

After 2000, the visual form of Estonian newspapers became once again more diverse and varied. The focused hierarchy was flattened by atomization of information: the use of ever more paratexts, thumbnail photos and colourful small elements. Clear modular hierarchies became messier and more complex by 'chopping' the bodytext with paratexts, visuals and white space.

The analysis of the influences on the visual form showed that the first Estonian newspapers evolve from contemporary books. Thereafter the changes in the visual form of newspapers were caused by several different factors. The most important factors can be divided into three groups: (1) social changes (including economic and technological conditions) which were reflected in the sharp change of the average volume of the newspaper issue (except in Soviet society); (2) cultural changes (the rise of the visual culture, changes of the visual aesthetics); (3) journalistic changes (including journalistic ideology, the role of journalists, ownership of newspapers and competition).

These factors affiliate with each other in two ways. First, some factors were correlated with the transition from one visual period to the other and with the change of the average volume of the newspaper issue. Secondly, some factors were correlated to the aesthetic changes in newspapers. Therefore the factors of change were integrated into two models.

**The reasons for the alternation of periods and the volume-based model of visual transformation of Estonian newspapers.** The onset of each visual period of Estonian newspapers was correlated to the rapid changes of Estonian society. The onset of a new visual period was preceded by a rapid increase or decrease of the average volume of a newspaper issue, i.e. the volume changes at least 1.5 times within five years. The volume of newspaper was not a separate mechanical parameter but reflects the social changes by converting qualitative social changes onto a quantitative scale.

Three changes of journalistic practices were always present at the onset of the each period. The economic competitive situation changes. The role of the news as a core text-type changes because of journalistic and ideological changes. The professional role of journalists changes and journalistic staff regenerates rapidly.

Thus the rapid changes of visual form of newspaper come about as a consequence of four factors. The essential changes of the visual form are preceded by rapid social changes which sharply increase or decrease (1) the volume of newspaper issue. Changes (2) in competitive situation and (3) in the role of the news force to change the visual form. Changes (4) in the professional role of journalists enable to carry on the visual changes. The onset of each visual period follows great social changes with approximately a five-year shift. An exceptional year was 1940 with the Soviet annexion. Then the transformation to the novel visual form began immediately after the annexion and within half a year the visual form of newspapers was completely different. Hence the visual form of newspapers indicates that in the summer of 1940 there was a violent interruption of Estonian social development.

**The changes which do not depend on the newspaper volume.** The analysis showed that aesthetics of newspapers transform relatively independently of social changes and the volume of newspapers, neither were different aesthetic changes correlated to each other. The aesthetic changes of newspaper appearance were described on three scales: visuality, typographic style and simplicity/diversity.

The degree of visuality of newspapers has developed in three 'leaps': in the second half of the 1920s, in the second half of the 1950s, and since the first half of the 1990s. In between the 'leaps', visuality has been unchangeable at the same level for decades.



The typographic style of newspapers has changed sharply on two occasions, in the second half of the 1930s and during the 1970s. Both transformation waves were connected with the simplification and modernisation of typefaces.

The third line of changes accentuated the changes on the scale of simplicity and diversity. This scale was defined mostly by the choice of design elements. Changes were not one-way, but since the 1920s there has been permanent back and forth movement on the scale of simplicity to diversity.

These aesthetic transformations were relatively independent from economics and dominant ideology in society, as they occurred in a democratic market-economy society as well as in a totalitarian/authoritarian planned-economy society. The aesthetic transformations were mostly caused by broader cultural drifts in Estonia, as they were elsewhere in the world. The growth of visuality was additionally influenced by the competition with other news media (radio, TV, the Internet). In a totalitarian/authoritarian society the cultural factors were supplemented by ideological pressure and control which raises or lowers the limits of the aesthetic and visual choices of journalists.

It is necessary to emphasise that the analysis of core Estonian newspapers does not confirm the concept of the technological determination of the visual form. The technological evolution did not cause either the breaks in the visual form or the aesthetic changes. Technological innovations do not force changes of the visual form of newspapers but they do enable the changes. The visual form of newspapers begins to transform only if social factors demand the changes.

**Modernist newspaper and transition from vernacular to professional design.** The most significant changes in the form of newspapers take place in the 20th century, when the newspaper acquired its unique visual form which clearly differs from other publications. Kevin G. Barnhurst and John Nerone (2001) have referred to this stage as the epoch of the modernist newspaper, when the visual form of newspapers was changed more and more efficiently in order to simplify and clarify the complexity of the world for readers. For this purpose, orderly and simple page structures, rectangular stories, regular white space and unified typography were used. The core features of the modernist newspaper were hierarchy and focus. The previous traditional design which arranged the information in a balanced way was abandoned conclusively with the introduction of these principles. The modernist newspaper evolution was divided into four phases which have lasted in Anglo-american newspapers throughout most of the 20th century.

The analysis of the visual form of Estonian newspapers showed that the modernist design was incorporated into Estonian newspapers in a different way from American newspapers. In Estonian newspapers, the arrival of the modernist design was interrupted by long breaks, at intervals returning to pre-modernist practices, and the simultaneous strengthening of modernist and pre-modernist design tendencies. During the period from the 1910s to the 1980s only a few modernist design practices were introduced. The systematic upheaval into modernism only occurred during the 1990s when the largest Estonian dailies all underwent the modernist phases in the same sequence, as Barnhurst and Nerone indicate occurred for American newspapers. However, during the 1990s the largest Estonian dailies also moved onwards from modernism towards postmodernist fragmentation and varied plentifulness.

Modernisation of the visual form of newspapers was connected with the transition from vernacular design to professional design. Vernacular design evolved in an evolutionary process of trial and error, without either conscious thought or formal planning. Professional design has clear explicit aims and a conscious choice of design practices was used to help

the reader to adopt more easily to the content of newspaper. Thus the aims of professional design were similar to the simplicity and efficiency of modernist design.

The transition from vernacular to professional design was chronologically parallel with the modernisation of the visual form of the newspaper beginning at the start of the 1920s and ending in the second half of the 1990s. However, until the middle of the 1990s the design of Estonian newspapers was mostly vernacular, relying on traditions. In the second half of the 1990s the rapid transition to professional design occurred. Whereas beforehand the planned visual form became the core of the newspaper, the content of newspaper was now 'produced' according to the requirements of an efficient visual form.

**International comparisons and universal model of development of the newspaper visual form.** The factors that influence the visual form of Estonian newspapers were principally the same as in Anglo-american newspapers: stylistic changes (i.e design ideas), changes of journalistic ideology (broader cultural drift from Victorian style to modernism, changes in the presentation of the news, professionalisation of journalists); and journalistic competition and technological evolution as background factors.

At the same time the Estonian body of material was more complex than in America. Estonian newspapers have been published under both democratic and totalitarian authorities and in market economy conditions and planned economy conditions. In addition, the current detailed quantitative analysis allows the author to distinguish more precisely the influence of individual factors. The main distinction was between social and cultural factors. Social, economic and journalistic factors influenced the efficiency of the visual form and the structure of information. Cultural and stylistic factors caused the aesthetic changes of visual form of newspapers. In the totalitarian/authoritarian society, the ideological standards (requirements, claims) directly influenced both parts of the visual form: the structure and efficiency of visual form as well as aesthetic choices. At the same time this society was unable to cancel the influence of conventional factors on the visual form of newspapers.

The comparison of changes in Estonian, Finnish and Anglo-american newspapers and also with fragmentary data from other countries shows that newspapers in different countries underwent the same three-stage structural evolution. This allows the author to construct universal three-stage model of the development of newspaper form: bookish, mirror and constructed newspaper.

At the first stage the newspaper looked like a book.

At the second stage, the page size enlarged and segmentation devices became visually stronger and minute size paratexts were used for segmentation. The newspaper of this stage reflected the world – journalists assembled the received materials in the newspaper without premeditated search, editing and design.

At the third stage, the newspaper acquired its unique visual form which clearly differs from other publications. Multicolumn elements and visuals were used on a daily basis, and the visual form of newspaper became more of a contrast and functional. Design devices were used orderly to signal the importance of individual items. The newspaper of this stage constructs the reality – journalists simplify and explain the world in order to help the reader to navigate the complicated world more efficiently.

Analysis shows that the visual form of the first newspapers in different countries was very similar despite their creation time and place. The second and the third stages of evolution were structurally similar in different countries (the extent of segmentation and visuality grew, the visual form became hierarchical) but were culturally and journalistically different (e.g. the extent of visuality and segmentation, segmentation devices and typography were different according to the countries of publication).

# LISA I.

## Kontentanalüüsi kodeerimisjuhend

### I. Analüüsiühikud

Peamiselt olen kasutanud nn suuri analüüsiühikuid: kujunduslikke tervikelemente ja nende mahu mõõtmist. Peamised analüüsiühikud, mida liigendan kategooriateks, on lugu, pealkiri, foto, silt, joonistus, ja teabegraafika. Peamised analüüsiühikud, mille mahtu mõõdan, on ajaleht, reklaam, toimetuse materjal, lugu ja foto.

### 2. Analüüsiühikud ja -kategooriad

#### 2.1. Ajaleht

Valimi moodustamisel tekitab küsimusi esmapilgul lihtne küsimus, mis on ajalehenumber. Eelkõige on probleem ajalehtede lisades, mida ilmub palju 19. sajandi lõpus ja 21. sajandi alguses. Kas lisad on ajalehe osa ja kuuluvad valimisse? Lähtun kahest põhimõttest.

- Lisad on ajalehe lahutamatu osa ja kuuluvad valimisse siis, kui nad jõuavad kõigi lugejateni. Näiteks 1900. a saavad *Postimehe* eralisa ainult lehe tellijad, mitte üksiknumbrite ostjad, ja seega ta minu valimisse ei kuulu. 2005. a saavad *Postimehe* lisalehte "Tartu Postimees" ainult Lõuna-Eesti maakondade lugejad ja seega ta minu valimisse ei kuulu. 1925.–1940. a kuulub valimisse *Päewalehe* nalja- ja pilkelisa "Kratt", mis ilmub esmaspäevases või pühapäevases numbris lk 3–4 ja on kujundatud nii, et selle saab välja lõigata, ajakirjaks voltida ja kõita.

Firmade, mittetulundusühingute, erakondade jms (reklaam)lehed, mis ei kuulu konkreetse väljaande juurde, vaid lisatakse *insertina* mitme väljaande vahele, valimisse ei kuulu.

Ajalehe lisad, mille eest tuleb eraldi juurde maksta, valimisse ei kuulu. Nt 1910. a *Postimehe* tiraaž on 10 000 eksemplari ringis, *Postimehe* tasulise kaasande *Sädemed* tiraaž 260 eksemplari (Annus & Loogväli 2002: II 636), *Sädemed* valimisse ei kuulu.

- Kõigi lugejateni jõudva lisa kujundust analüüsin siis, kui see lisa on ajaleht. Kui tegemist on ajakirjaga, siis arvan ta valimisse ainult lehe üldmahu arvutamisel, aga mitte välimuse analüüsimisel. Näiteks *Postimehe* lisa "Arter" on 2000. aastal ajaleht ja kuulub valimisse nii lehe mahu arvutamisel kui välimuse analüüsimisel; 2005. aastal on "Arter" ajakiri ja kuulub valimisse lehe mahu arvutamisel, aga mitte välimuse analüüsimisel.

#### Analüüsikategooriad

- Ajalehe formaat (kõrgus x laius = lehekülje trükipinna suurus (cm<sup>2</sup>)). Mõõdetud on ajalehe trükipinna suurus, st formaat ilma veeristeta (tühja ruumita lehekülje servades). Enamik ajalehti on köidetud ja lõigatud ning nende täpset formaati pole võimalik kindlaks teha.

- Ajalehenumbri keskmine maht (cm<sup>2</sup>) = ajalehe trükipinna suurus x lehekülgede arv.

- Toimetuse materjali maht (cm<sup>2</sup>). Selle leidmiseks on ajalehenumbri mahust lahutatud reklaami maht (mis tavaliselt on väiksem kui toimetuse materjali maht).

- Veergude arv leheküljel. Loetud on standardveergude (kõige enam kasutatava laiusega veergude) arv toimetuse materjalis.

- Veerulaius (cm). Mõõdetud on standardveergude (kõige enam kasutatava laiusega veergude) laius toimetuse materjalis.



## 2.2. Reklaam ja kuulutused

Reklaam ja kuulutused on tekstid, mille avaldamise eest ajalehes on eeldatavasti makstud. Nende info on ühepoolne (tavaliselt kiitev). Kuulutuste hulka on arvestatud erakuulutused (ost, müük, surmakuulutused jm) ning kultuurikuulutused (teatri-, kontsertide-, kinokuulutused).

Enamasti aitab reklaami ja kuulutusi ära tunda ka toimetuse materjalist erinev kujundus. Probleme tekitavad 1920.–1940. aastatel ilmunud reklaamtekstid, mida toimetuse materjalidest eristab tavaliselt ainult tugevamate ja ornamenteeritumate horisontaaljoonte kasutamine reklaamteksti all (mõnes lehes ka kohal; vt lisanäide 1).

Reklaami hulka on arvestatud ka omareklaam, s.o oma lehe, oma kontserni teiste väljaannete või ettevõtete (nt raamatukauplus) reklaam. Kuigi selle reklaami eest ei ole ilmselt makstud, kujundatakse ja paigutatakse see sarnaselt muude reklaamidega. Nt “Uuendage aegsasti “Päevalehe” tellimisi 1. juulist 1940. a.” (*Päevaleht* 1940); “Tellige ja levitage “Noorte Häält””; “Eeskujuliku noore päev algab “Noorte Häälega”!” (*Noorte Hääle* 1940). Paar omareklaami on näha lisanäites 1.

### Analüüsikategooriad

- Reklaami maht (kõrgus x laius, sellest arvutatud maht (cm<sup>2</sup>)). Kui reklaam täidab terve külje, siis ei ole mahtu mõõtes sellest välja arvestatud leheküljepäiseid.

- Reklaami asukoht

1. Reklaamikülj – sisaldab ainult reklaami ja/või kuulutusi. Reklaamikülgede hulka on arvestatud ka need esiküljed, kus lisaks reklaamile on ainult lehe päismik.
2. Segakülj – sisaldab nii toimetuse materjali kui reklaami.
3. ‘Vaba’ külj – ilma reklaamita lehekülj, sisaldab ainult toimetuse materjali.

Edasine lehe välimuse uurimine põhineb toimetuse materjali analüüsimisel. Seega ei ole lugude hulka arvestatud reklaamtekste, fotode hulka fotosid reklaamides, siltide hulka rubriiginimesid kuulutustes ja reklaamides (nt “Ost”, “Müük”, “Leitud”, “Teater”, “Kino”, “Kontsert”).

## 2.3. Lugu

Lood on terviklikud tekstid ajalehes, sh ka luuletused, järjeromaanid, novellid jm ilukirjanduslikud tekstid. Lugude hulka ei kuulu anekdoodid, horoskoobid, kiriklikud teated, sündinute, abiellunute, surnute nimekirjad, tele- ja raadiokavad, rahakursside jm tabelid (kui nad ei asu (kommenteerivas) tekstis), eelteated koosolekute, teatrietenduste, kontsertide jms toimumise kohta.

Loo ülempiiriks on üks lehenumber, st järjejutu või artikliseeria iga alaosa (mis ilmub eraldi lehenumbris) on loetud omaette looks. Kui lugu on ‘hüppav’ (st ta jaotub samas lehenumbris mitmele leheküljele), siis on erinevatel lehekülgedel asuvad loo osad loetud üheks looks.

Loo alampiiriks on üks lõik, st samas lõigus ilmuvad lühiuudised on arvestatud üheks looks (vt lisanäide 2). Näiteks *Eesti Postimehe* rubriigis “Wäljamaalt // Hiina sõjast” algab lõik nii: “\* – Hiina segaduste üle toob “Wene tel. selts” muu seas veel järgmised traadisõnumid: /.../” ja järgneb seitse sõnumit, mis on üksteisest eraldatud mõttekriipsudega (28. sept 1900: 3). Kuna kõik need sõnumid on ühes lõigus, on nad arvestatud üheks looks.

Kui lühiuudised ilmuvad eraldi lõikudes, siis on nad loetud kõik eraldi lugudeks (ilma peal kirjata; nt *Postimees* 11. mai 1900: 2). Näiteks on tavaline, et Buuri sõja uudised on koondatud rubriigi “Poliitika ringwaatus ja wäljamaa sõnumid” algusse, esimese lõigu alguses on paksus kirjas märksõna “Lõuna-Ahwrika sõjast” ja seejärel järgnevad eraldi lõikudes üksikud sõnumid, mis algavad ilma igasuguse spetsiaalse rõhutusega. Seejärel järgnevad sõnumid teistest riikidest, kus võidakse kasutada sama süsteemi (nt “Prantsusemaalt” ja seejärel kaks sõnumit).

<p>...mitte vähem pole.</p> <p>● — * Kuritööd. Teliskivi uul. Dudinski maja ühest korterist varastati 60 rbl. eest riideid ja 15 rbl. sularaaha ära. „R. 3.“</p> <p>● * Paidest. Esimene reisijate-rong läks 25. sept. Paidest Paide-Halliku haru-raudteel ära, millega sõitmine siin on alanud. Teeharu on umbes 10 wersta pikk, nagu „Rev. Beob.“ loeme. — Paide linnale on kõnetraadi-luba tulnud, teatab seesama leht.</p> <p>● * Amblast. Landraat parun Karl Maydell, Kuru mõisa pärisheerra, on 21. sept. 67 aasta wanaduses nim. mõisas ära surunud.</p> <p>● * Jurjewist. Dr. R. A. Hermann'i terwise seisukord on viimasel ajal</p>	<p>är ju w ne ja see ni tu „õ dit ne we we sa we 62 on</p>
---	--

## Lisanäide 2. Rõhutatud algusega lood

**Eesti Postimees 28. sept 1900: 3** (fragment originaalsuuruses). Selles leheküljeosas on näha nelja loo algused (tähistatud punase täpiga) rubriigis "Uuemad sõnumid // Üleüldised teated".

Üks lõik ja seega üks lugu on "Paidest. Esimene reisijate-rong läks 25. skp. Paidest Paide-Halliku haru-raudteel ära, millega sõitmine siin on alanud. Teeharu on umbes 10 wersta pikk, nagu "Rev. Beob." loeme. — Paide linnale on kõnetraadi-luba tulnud, teatab seesama leht."

Tärnid tähistavad lugude autorit (kõik neli lugu on sama autori refereeritud-kirjutatud). Mõttekriips esimese loo alguses asendab kohanime "Tallinn", mis on kirjas eelmisel ajaleheleheküljel ja iga uue Tallinna-loo alguses seda ei korrata.

1930. aastate lõpus ilmub palju lühiuudiste koondeid, kus mitmeveerulise pealkirja all on esitatud kuni kümmekond sarnase teemaga lühiuudist (enamasti telegrammid infoagentuuridelt), igaüks algab sõrendatud sündmuskoha, kuupäeva ja infoagentuuri nimega, osal on ka omaette väike pealkiri, osa algab ainult esiletõstetud algusega. Kõik need on loetud eraldi lugudeks (vt lisanäide 3).

## Analüüsikategooriad

- Lugude arv.
- Lugude maht (veerulaius x veerupikkus, sellest arvatud maht (cm<sup>2</sup>)). Loo maht on mõõdetud koos vahepealkirjadega ja teistsuguses kirjas laotud looalgusega.
- Põhitekstilise materjali maht (cm<sup>2</sup>). Selle leidmiseks on liidetud lugude mahule muude väikses kirjas elementide maht (nt anekdoodid, raadio-telekavad, tabelid jm väikses kirjas materjal teabegraafikas, impressum jms).
- Liigendatud lugude arv.
  1. Liigendamata lugu. Loo liigendamiseks ei ole loetud lõiguvahede suurendamist, paksu või kaldkirja kasutamist mõne põhitekstiosa ladumiseks.
  2. Liigendatud lugu – loos on kasutatud vahepealkirju (eraldi lõiku laotud fraas või lause), tärne või tiiteltähti.
- Lisatekstide alaliigid. Lisatekst on omaette tekst, mis on kujunduslike vahenditega ühendatud mõne teise looga.
  1. Infokast – eraldi tekstiplokina vormistatud loetelu.
  2. Tsitaat – juuresolevast põhitekstist võetud lause, mis on laotud suuremas kirjas.

**Soomest saabunud telegrammid teatavad:****Mitu Wene diviisi rünnatul Laadogast tirdes****N. Liidu allveepaat hukkunud Soome miiniväljal****Venelaste rünnaku eesmärgiks – murda endale tee Mannerheimi liini taha**

● Helsingi, 28. 1. (ETA) (DNB) Sõja saabunud teadete järele on venelased alustanud ofensíivi Laadoga järvest kirde pool. Kuna Karjala maakitsusel kes-  
 tet hävitusvõime külvata üle Soome positsioonid ja kõvendatud lennukite tegevus loob  
 seal kinni Soome väeüksused, olevat venelased Loimola ja Kitälä frontid (Laadogast  
 kirdepool, „Pvl.“ toim.) rakendanud tegevusse mõningad diviisid, et teha  
 endile teed Mannerheimi liini taha.

● Helsingi, 28. 1. (ETA) (DNB) Soome tänases sõjateadaandes üteldakse järg-  
 mist: Karjala maakitsusel ei ole midagi uut. N. Liidu rünnakud Laadoga järvest  
 kirde pool olid 27. jaanuaril nõrgemad kui eelmisel päeval. Aittojõe sekto-  
 ris oli mõlemal poolel elav patrullide ja kahurväe tegevus. Iomantsi suunas löödi  
 tagasi N. Liidu väikeste üksuste rünnakud.

Merefrontid olid meie rannapatareid aktiivsed ja toetasid meresõdurite üksuste  
 abil maafronti tiibu.

N. Liidu lennutegevus piirdus 27. jaanuaril lendudega Põhja-Soome kohal. Seeju-  
 re pommitati väiksemate üksuste poolt Savukoskit, Kuhmot, Sotkamot ja Lieksat.  
 Kaks N. Liidu lennukit tulistati alla.

**● N. Liidu sõjateade**

Moskva, 28. 1. (ETA) (TASS)  
 Leningradi sõjaväeringkonna teada-  
 ande: 27. jaanuaril luureaktiivse N.  
 Liidu õhujõud sooritasid luurelende.

● Helsingi, 28. 1. (ETA) (DNB) Soome sõjateadaanne 26. jaanuari kohta: Kar-  
 jala maakitsusel oli võrdlemisi rahulik.  
 Soome kahurvägi sundis mõned venelaste  
 patareid vaikima. Laadoga järvest kirde  
 pool löödi tagasi N. Liidu vägede rünnakud.  
 Soome väeüksused said saagiks arvu-  
 kalt automaatrelvi.

Üks N. Liidu allveepaat on hukkunud  
 Soome ühes miiniväljal.

Rannapatareid toetasid maafrontid tiibadel  
 edukalt maavägede tegevust. Põhja-Soome  
 pommitas venelane Ivalot, Savukoskit,  
 Kuusamot ja Valtimot. Kolm N. Liidu len-  
 nukit tulistati alla.

**● Soome mobiilseeris 44-aastased**

Helsingi, 28. 1. (ETA) (DNB) Müü-  
 riletteodega on 2. veebruariks kutsutud sõ-  
 javäeteenistusse 1896. aasta-  
 kõik (maakaitse esimene aste). Seega on  
 nüüd aktiivses väeteenistuses 21 aastakäi-  
 ku. Väekohuslike palutakse kaasa tuua  
 varustusemehed, nagu jalanõusid ja suusa-  
 varustust.

**● Rootsi talupoegade esindajad Soomes**

Helsingi, 28. 1. (ETA) (DNB) Soome talu-  
 poegade liidu kutsel saabusid siia Rootsi talu-  
 poegade liidu esindajad. Minister Heikkinen  
 ütles rootslastele nende külastuse eest ja rõhutas, et  
 Soome teritab oma raskel tundidel eriti Rootsi  
 abi ja Rootsi vabatahtlikke.

**● Osa Hollandi sõja-  
laevastikust Belgiale?**

Amsterdam, 28. 1. (ETA) (DNB) Belgia leht  
 „Soir“ avaldab teate, milles tähendatakse, et Belgia  
 laevastik ei ole küllaldane, et täielikult kaitsa  
 oma rannikut. Seepärast olevat Hollandi valitsus  
 teinud oma valmisolekust anda Belgia kättesa-  
 tusse osa Hollandi laevastikust. Holan-  
 landi telegraafagentuur konstateerib selle kohta, et  
 sel ulal peetakse küll nõu koostöö võimaluse kohta  
 Belgia ja Hollandi vahel, kuid et Brüsselis lehe tea-



**Soome rinnetelt.** Vasakul – kohalejäänud Rootsi vabatahtlike  
 kaks vahiposti akusti Soomes. Paremal –  
 soomlaste kergekahurväe patari teel rindele. Kahurid on asetatud saanidele.  
 All pildil: N. Liidu 19. rügemendi mitling rindel –  
 pärast seda, kui rügemendile annetati „Punase Lipu“  
 orden.

**Lisanäide 3. Lühiuudiste kogum, fotokollaaž, eri kirjarassid**

**Päevaleht 29. jaan 1940: 1** (fragment). Selles leheküljeosas on lühiuudiste kogum, kus Talvesõja-teemalised uudised on koondatud 3-veerulise pealkirja alla. Iga loo algus on joonisel näidatud punase täpiga. Siin on:

- seitse lugu, neist üks liigendatud (vahepealkirjaga);
- üks 3-veeruline pealkiri; neli 1-veerulist pealkirja, kaks rõhutatud looalgust;
- üks fraktuuri-pealkiri; neli plokk-kirjas pealkirja;
- üks lisapealkirjakomplekt (ülapealkiri + kaks alapealkirja);
- kolm fotot (kaks 2-veerulist ja üks pooleveeruline), mis on koondatud kollaažiks;
- kokku koondatud fotoalkirjad.

• Tekstikirja rass. Mõõdetud on eri kirjarassides lugude maht (cm<sup>2</sup>).

1. Fraktuuri laotud lugu. Fraktuuriid on kitsad kandilised kirjad (vt lisanäited 2 ja 3).
2. Plokk-kirjas laotud lugu. Plokk-kirjad on ilma seriifideta ja ühtlase tähejoonte paksusega kirjad.
3. Antiikvas laotud lugu. Antiikvaid on seriifidega ja varieeruva tähejoonte paksusega kirjad.

• Tekstikirja tihedus. Mõõdetud on põhiteksti ridade arv 10 veerusentimeetritel.

Fraktuuri-  
pealkiri

Plokk-kirjas  
alapealkiri

Antiikvas  
põhitekst

## 2.4. Pealkiri

Pealkiri on eraldi ritta (lõiku) laotud sõna, fraas, lauseosa või lause, mis esitleb juurdekuuluvat teksti või fotot. Pealkirjade hulka kuuluvad ka esiküljepealkirjad, mis reklaamivad lugusid, mis ilmuvad ajalehe sisekülgedel. Pealkirjade hulka ei kuulu teabegraafika ja joonistuste pealkirjad.

### Analüüsikategooriad

• Loo pealkirjastamise moodus.

1. Pealkirjata lugu – loo alguses pole mingit vormilist eristust. Eelmisest loost eraldab pealkirjata lugu tärn, joon vms.
2. Rõhutatud algusega lugu algab paksus ja/või sõrendatud kirjas märksõna(fraasi)ga, mis märgib sündmuskohta (nt “**Kuramaalt**. Õppetajate puudus lähäb sääl /.../”) või sõnastab lühidalt loo teema (nt “– Ö n n e t o s u r m . Pühapääwa homiko /.../”; näited *Perno Postimehest* 10. jaan 1875: 11). Rõhutatud algus võib olla ka ainult tärn, mumm või mõttekriips (vt lisanäide 2).
3. Püsipealkirjaga või rubriiginimega lugu. Püsipealkiri või rubriiginimi on mitmes lehenumbri samasugusena korduv märksõna või fraas (nt “Homne ilm”; järjeloo pealkiri). Kui rubriiginimi märgistab mitmeloolist pealkirjastamata lugudega rubriiki (nt 19. saj ja 20. saj alguse sõnumiterubriigid), siis on rubriigi esimene lugu loetud rubriiginimega looks, järgmised lood pealkirjata lugude hulka.
4. Üheveerulise pealkirjaga lugu.
5. Kaheveerulise pealkirjaga lugu. Pealkirja laiuse määramisel on lähtemõõtühikuks standardne veerulaius, st topeltlaiale veerule küljendatud loo pealkiri on kaheveeruline pealkiri.
6. Kolmeveerulise pealkirjaga lugu.
7. Neljaveerulise pealkirjaga lugu.
8. Viieveerulise pealkirjaga lugu.
9. Kuueveerulise pealkirjaga lugu.
10. Seitsmeveerulise pealkirjaga lugu.
11. Kaheksaveerulise pealkirjaga lugu.

• Pealkirja-kirja rass. Pealkirja-kirja määramisel on lähtunud põhipealkirja kirjast, lisapealkirjade kirja pole eraldi uuritud.

1. Fraktuuris pealkiri. Fraktuurid on kitsad kandilised kirjad.
2. Plokk-kirjas pealkiri. Plokk-kirjad on ilma seriifideta ja ühtlase tähejoonte paksusega kirjad.
3. Antiikvas pealkiri. Antiikvad on seriifidega ja varieeruva tähejoonte paksusega kirjad.
4. Muus kirjas pealkiri. Siia kuuluvad kõik ülejäänud kirjad: kalligraafilised kirjad, hübriidsed kirjad ehk bastardid (fraktuuri ja plokk-kirja hübriidid; plokk-kirja ja antiikva hübriidid), kaunistatud ehk ehiskirjad, käsitsi kirjutatud kirjad.

• Pealkirja tähelisus. Tähelisuse määramisel on lähtunud põhipealkirja kirjast.

1. Suurtäheline ehk versaalis pealkiri.
2. Väiketäheline pealkiri. Siia hulka on arvatud pealkirjad, millest osa (mõni sõna) on suurtähelisena laotud.

## 2.5. Lisapealkirjad

Lisapealkirjad on ala- ja tilapealkirjad. Alapealkiri on loo pealkirja alla väiksemas kirjas laotud lühike tekst. Ülapealkiri on loo pealkirja kohale laotud lühike fraas või lause (vt lisanäide 3).

Lisapealkirjaks on loetud ka teistsuguses kirjas tekst, mis jätkab (põhi)pealkirja. Nt “Eesti keelest ja kirjast, // ehk: Mõni sõna – ff kriitika pääle, wastastiku arwamiste seletuseks Nr. 4. E. P.” (*Eesti Postimees* 21. mai 1875)

Lisapealkirjade hulka ei ole arvestatud pealkirja all või kohal ilmuvaid autorinimesid.



Alapealkirjade hulka ei ole arvestatud täpsustusi, mis täiendavad järjelugude püsipealkirju ja teateid teksti järgnevuse kohta (nt “Samara pegel. // (Mis Nr. 40 polele jäi).”).

### **Analüüsikategooriad**

- Lisapealkirjade hulk
  1. Ilma lisapealkirjata pealkiri.
  2. Ala- või ülapealkirjaga pealkiri.
- Lisapealkirjade arv ühe pealkirja juures.

## **2.6. Sildid**

Sildid on püsivalt kasutatavad sõnad või fraasid või pildid, mis esitlevad lugu, lugudegrupp või lehekülge. Siia kuuluvad:

- rubriiginimed (sh pisiinforubriikide nimed, nt “Rahakursid.”, “Kirjawastused.”, “Tänane raadio”); ajutised rubriiginimed, nt “Riigikogu walimised.”, “Rewolutsion Portugalis.”);
- artikliseeriade nimed;
- autorivinjetid;
- püsipealkirjad – pealkirjad, mis ilmuvad vähemalt kolme numbris muutumatuna (nt järjelugude pealkirjad, artikliseeriade nimed);
- leheküljenimed lehekülje päises (nt “Sport”, “Reklaam”).

Siltide hulka ei ole arvatud

- ajalehe nimi esiküljel päismikus ega teiste lehekülgede päistes;
- kuulutuste ja reklaamide liigendamiseks kasutatud sildid (nt “Ost”, “Müük”, “Tööpakkumised”, “Kontsert”, “Kino”)

### **Analüüsikategooria**

- Siltide arv.

## **2.7. Fotod**

Fotod on defineeritud uuringus kahel moel: fotode arvu ja suuruse uurimiseks kitsamalt ning fotograafilise materjali osakaalu uurimiseks laiemalt.

- Fotode arvu ja suuruse uurimise puhul on fotod fotografeeritud ja rastermeetodil edastatud kujutised, mis on iseseisvad infoandjad või täiendavad loo põhiteksti. Mõnest teisest väljaandest mahapildistatud teabegraafika ei ole foto, vaid teabegraafika. Mahapildistatud maalid ja graafika kuuluvad joonistuste alla (vt lisanäide 1).

- Fotolise materjali osakaalu uurimiseks ajalehes on mõõdetud lisaks eelnevale ka teistesse elementidesse kuuluvate fotode suurus, st teabegraafikas ja rubriiginimedes olevad fotod ning autorifotod.

### **Analüüsikategooriad**

- Fotode arv. Fotokollaažides, mis koondavad üksteise kõrvale (ja mõnikord ka peale) mitu fotot, on iga foto loetud omaette fotoks (vt lisanäide 3).
- Fotolise materjali maht (kõrgus x laius, sellest arvatud maht (cm<sup>2</sup>)). Selle leidmiseks on liidetud (iseseisvate) fotode mahule teiste elementide sees asuvate fotode maht (nt fotod teabegraafikas, pealkirjades, rubriiginimedes, autorifotod).
- Kollaažides fotod.
  1. Üksikfoto.
  2. Kollaažis foto – foto, mis on teise foto peal või kõrval ilma eraldava tühja ruumita.

- Fotode suurus (kõrgus x laius, sellest arvatud maht (cm<sup>2</sup>)).
- Fotode laius (veergudes). Laiuse määramisel on lähtemõõtühikuks põhiteksti standardne veerulaius, arvesse on võetud foto paigutust leheküljel. Kui foto on tavapärasest tekstiveerust kitsam, aga foto kõrval olevat tühja ruumi pole millegagi täidetud, siis on tegemist täisveerulise fotoga. (nt üheveeruline foto). Kui foto laius ja paigutus kaldub kõrvale ajalehes tavapärasest veergudesüsteemist ja veerust kitsama foto kõrval on põhitekst, pealkiri, teine foto, siis on foto mittetäisveeruline (nt veerust kitsam foto, poolteiseveeruline foto; vt lisanäide 3).
  1. Veerust kitsam foto.
  2. Üheveeruline foto
  3. Poolteiseveeruline foto
  4. Kaheveeruline foto.
  5. 2,5veeruline foto.
  6. Kolmeveeruline foto.
  7. Neljaveeruline foto.
  8. Viieveeruline foto.
  9. Kuueveeruline foto.
- Fotode kuju
  1. Nelinurkne.
  2. Ovaalne või ümar.
  3. Siluett-foto – foto, mille taust on kas osaliselt või täielikult ära lõigatud.
  4. Muu kujuga foto – siia kuuluvad nt kolmnurksed, viisnurksed jne fotod; fotod, mille nurgad on ümaraks või sakiliseks lõigatud.
- Fotode allkirjastatus
  1. Allkirjaga või selgitusega foto – foto, mille all, kõrval või kohal on verbaalne selgitus.
  2. Foto, millel on allkiri olemas, aga see ei asu foto all, vaid juurdekuuluva loo lõpus või on paigutatud mõne teise foto allkirjaga kokku (vt lisanäide 3).
  3. Allkirjata või selgituseta foto – allkiri puudub, fotole võib olla viidatud põhitekstis.

## 2.8. Joonistused

Joonistused on defineeritud uuringus kahel moel: joonistuste arvu ja suuruse uurimiseks kitsamalt ning joonistatud materjali osakaalu uurimiseks laiemalt.

- Joonistuste arvu uurimise puhul on loendatud joonistatud kujutisi, mis on iseseisvad infoandjad või täiendavad loo põhiteksti. Siia kuuluvad puugravüürid, realistlikud joonistused, karikatuurid, šaržid, maalid, graafika jne. Kui joonistust on täiendatud selgitustega, siis on tegemist teabegraafikaga.

- Joonistatud materjali mahu osakaalu uurimiseks ajalehes on lisaks eelnevale mõõdetud ka rubriiginimedes ja pealkirjades kasutatud joonistuste ning pildilise teabegraafika (kaardid, skeemid, plaanid, diagrammid, piktograafiline teabegraafika) maht. Kui joonistus ümbritseb sõnu rubriiginimes või on sõnadega põimitud, siis on mõõdetud kogu rubriiginimi.

### Analüüsikategooriad

- Joonistuste arv.
- Joonistatud materjali maht (kõrgus x laius, sellest arvatud maht (cm<sup>2</sup>)). Mõõdetud on kõik joonistatud elemendid, s.o lisaks iseseisvate joonistustele ka teiste elementide sees asuvate joonistused (nt joonistused siltides, sh lehe päismikus) ja visuaalne teabegraafika (nt kaardid, plaanid, diagrammid, joonised, maleseisud).

- Joonistuste alaliigid.
- 1. Uudisjoonisustus – foto järgi tehtud realistlik joonisustus (portree, sündmusjoonisustus).
- 2. Karikatuur või šarž.
- 3. Koomiks.
- 4. Muu: maal, graafika, plakat, moejoonisustus jne.

## 2.9. Visuaalid

Visuaalid on joonistused ja fotod.

### Analüüsikategooria

- Visuaalse materjali maht (cm<sup>2</sup>) = fotolise materjali maht + joonistatud materjali maht.

## 2.10. Teabegraafika

Teabegraafika on element, mis lisaks sõnadele annab infot elementide paigutuse ja visuaalide abil.

### Analüüsikategooriad

- Teabegraafika arv. Mítmeosalistes teabegraafikates on iga alaosa loetud omaette teabegraafikaks (nt igapäevane ilmateade, mis koosneb mitmest osast: Eesti ilmakaart, nelja päeva ilmaennustus, maailma linnade õhutemperatuuri tabel).
- Teabegraafika alaliigid.
- 1. Tabel – verbaalsete andmete veerustatud loetelu.
- 2. Kaart, skeem või plaan.
- 3. Joon-diagramm.
- 4. Tulp-diagramm.
- 5. Kook-diagramm.
- 6. Joonis vm piktograafiline teabegraafika, mille keskne info on pildiline (nt piktogrammidega esitatud nelja päeva ilmaennustus).
- 7. Male- või kabeseis.
- 8. Muu (nt visuaalne mõistatus, mis põhineb joonte paigutusel).

## 2.11. Värv

Värvikasutuse puhul on uuritud mitme värviga trükitud lehekülgi.

### Analüüsikategooria

- Värvikasutus.
- 1. Ühe värviga trükitud lehekülg.
- 2. Lisavärviga (s.o kahe värviga) trükitud lehekülg.
- 3. Täisvärv (s.o nelja värviga) trükitud lehekülg.

## LISA 2. Lühendid ja tingmärgid

- p – punkt, tüpograafiline mõõtühik (~0,35–0,38 mm); nt 10/11p kiri – trükikiri, mille suurus on 10p, reakõrgus (kirja suurus + reavahe suurus) on 11p
- vcm – veerusentimeeter (lugude pikkuse mõõtühik, mõõdab kindla laiusega veeru pikkust)
- \* – andmed ei ole statistiliselt usaldusväärsed, kuna valim või mõni valimi alaosa on liiga väike
- .. – andmed puuduvad
- / – üks kaldkriips märgib reavahetust pealkirjades
- // – kaks kaldkriipsu märgib lõiguvahetust ja tüpograafilist muutust (nt eraldab üksteisest pealkirja ja põhiteksti; [põhi]pealkirja ja alapealkirja(d); need alapealkirjad, mis on üksteisest erineva kujundusega)

## Tsiteerimispõhimõtted

Tsitaadid ajalehtedest on avaldatud algses ortograafias ja kujunduses nii palju kui võimalik (sh sõrendatud kirja ja paksu kirja kasutamise). Siiski on kolm järjekindlat erinevust:

- pikk s on asendatud tavalisega;
- pealkirjade ja rubriiginimedele lõpust on ära jäetud punkt (19. sajandi ja 20. sajandi alguse lehtedes);
- võrdusmärk (=), mis ühendab sõnaosi ja poolitab sõnu, on asendatud sidekriipsuga (nt *Marahwa Näddala=Lehhe* asemel *Marahwa Näddala-Leht*).

Lehtede ilmumiskuupäevad on antud vana kalendri järgi kuni 31. jaanuarini 1918.

Kõik ajalehenäited on esitatud 2-kordselt vähendatuna, kui pole märgitud teisiti.

Kõik võõrkeelsed tsitaadid on autori tõlgitud.

# ELULOOKIRJELDUS

## Roosmarii Kurvits

Kodakondsus: Eesti  
Sündinud: 4. augustil 1969  
Abielus, üks laps  
Aadress: Tartu Ülikool, Ülikooli 18, Tartu 50090  
e-mail: roosmarii.kurvits@ut.ee

### Haridus

1987 Põlva Keskkool  
1992 Tartu Ülikool, ajakirjanduse eriala, diplom kiitusega  
1995 Tartu Ülikool, *magister artium* (ajakirjandus)  
2004–2010 Tartu Ülikool, doktoriõpe (ajakirjandus)

### Teenistuskäik

1991–1992 Tartu Ülikooli ajakirjanduse ajaloo labori laborant, nooremteadur  
1993–1995 Tartu Ülikooli žurnalistikaosakonna lektor  
Alates 1995 vabakutseline kujundaja-küljendaja, kujunduskonsultant, õppejõud

# CURRICULUM VITAE

## Roosmarii Kurvits

Citizenship: Estonian  
Date of birth: August 4, 1969  
Married, one child  
Address: University of Tartu, Ülikooli 18, Tartu 50090  
e-mail: roosmarii.kurvits@ut.ee

### Education

1987 Põlva Secondary School  
1992 University of Tartu, Journalism, *cum laude*  
1995 University of Tartu, *magister artium* (Journalism)  
2004–2010 University of Tartu, *PhD* student (Journalism)

### Teenistuskäik

1991–1992 assistant, junior research fellow at the Laboratory of Estonian Journalism History, University of Tartu  
1993–1995 lecturer at the Department of Journalism, University of Tartu  
From 1995 free-lance designer, design consultant, lecturer

# DISSERTATIONES DE MEDIIS ET COMMUNICATIONIBUS UNIVERSITATIS TARTUENSIS

1. **Epp Lauk.** Historical and sociological perspectives on the development of Estonian journalism. Tartu, 1997, 184 p.
2. **Triin Vihalemm.** Formation of collective identity among Russophone population of Estonia. Tartu, 1999, 217 p.
3. **Margit Keller.** Representations of consumer culture in Post-Soviet Estonia. Tartu, 2004, 209 p.
4. **Pille Pruulmann-Vengerfeldt.** Information technology users and uses within the different layers of the information environment in Estonia. Tartu, 2006, 213 p.
5. **Anu Masso.** Constitution of personal social space in A transition society. Tartu, 2008, 212 p.
6. **Kristina Reinsalu.** The implementation of Internet democracy in Estonian local governments. Tartu, 2008, 176 p.
7. **Andra Siibak.** Self-presentation of the “Digital Generation” in Estonia. Tartu, 2009, 257 p.
8. **Pille Runnel.** The Transformation of the Internet Usage Practices in Estonia. Tartu, 2009, 223 p.
9. **Tõnu Tender.** Mitmekeelsus Eestis Euroopa Liidu mitmekeelsuse ideaali taustal. Tartu, 2010, 253 lk.

