



ELU ESIKÜLJEL
Eesti ajalehed 1821-2021
NÄITUS TÕ raamatukogus
13.10.2021 - 13.02.2022

postimees

Alates
13.10
näituste
saalis

LIFE ON THE FRONT PAGE
Estonian newspapers 1821-2021
Exhibition at UT Library
13.10.2021 - 13.02.2022



Pilk ajalehemeediumi elukäigule esikülgede kaudu

Roosmarii Kurvits
ajakirjanduse ajaloo uurija

Tartu Ülikooli raamatukogus oli 12. oktoobrist 2021 kuni 13. veebruarini 2022 avatud näitus „Elu esiküljel“. Näitus koondas 231 esikülge 77 ajalehest, mis olid ilmunud aastatel 1821 kuni 2020 Eestis, Venemaal, USA-s, Rootsis ja Austraalias. Esikülgede näitusel oli topeltfookus. Ühest küljest peegeldas see eesti ajalehenduse muutumist kogu selle ilmumisaja jooksul. Teisest küljest andis see sissevaate ajalukku, kuna valitud esiküljed näitasid märgilisi ajaloo-sündmusi ja ajastuomaseid tüüphetki, pakkusid vaheldusrikkust nii temaatiliselt kui geograafiliselt.

Esikülg on ajalehe kõige tähtsam külg, mis avab lugejale lehenumברי. See, mis on toodud esiküljele, on ajalehe fookuses. Nii võib tõlgendada esikülge ajalehe kvintessentsina, mis n-ö räägib kogu ajalehe eest, ja esiküljenäitust ülevaatenäitena ajalehe kui meediumi arengukäigust Eestis.

Esiküljele on paigutatud erinevaid tekste: juhtkirjad, uudised, intervjuud, ilukirjandus jm. Neid tekste on erinevalt pealkirjastatud. Esiküljele on pandud fotosid, plakateid ja muud visuaalset materjali. Sinna on pandud kuulutusi ja reklaami. Eri aegadel on esiküljel olnud erinevad komponendid erisugustes kooslustes, aja jooksul on nende komponentide kasutus muutunud. Teisisõnu, esikülgi on komponeeritud mitmel viisil ja neid on esitatud mustvalgelt või värviliselt. Sealjuures on eri komponendid muutunud osalt oma trajektoore mööda.

Siinses artiklis uurin esikülje muutumist ning analüüsin selle kaudu ajalehemeediumi tekkimist ja

arengut Eestis. Selleks vaatlen esikülgede muutumist kronoloogiliselt, alustades kujundusest ja jätkates komponentidega ehk tekstide, kuulutuste, reklaami ja piltidega.

Kujundus

Esimesed eestikeelsed ajalehed sarnanesid välimuselt õpetlikele rahvaraamatutele: väike taskuraamatuformaad, üks või kaks veergu leheküljel, esiküljeloo alguses pisike pealkiri.

Ainuomase „ajaleheliku“ välimuse omandasid esiküljed 1870.–1880. aastatel, kui lehtede formaat kasvas raamatust palju suuremaks (alguses A3 ja edasi A2 formaadini) ja lood küljendati mitmesse veergu (esialgu 3 veergu, lehekülje suuruse kasvades 4 ja 5 veergu). Esikülg jagati nüüd horisontaalse joonega pooleks, ülaosas juhtkirjad-artiklid, alaosas (joonealuses) ilukirjandus ja muu „pehme“ materjal. Lood ja pealkirjad olid üheveerulised ning jooksid üksteise järel veerust veergu. Pilte avaldati haruharva.

Selline ühtlaselt hall lineaarsus hakkas vaikselt murenema 20. sajandi alguses, kui esiküljele ilmusid esimesed mitmeveerulised ja visuaalselt tugevamad elemendid, nimelt üksikud reklaamid ja topeltveerulised pealkirjad.

Muutused said tõelise hoo sisse siiski alles 1920. aastate alguses, pärast sõdade-revolutsioonide aja lõppu. Esiküljel olid nüüd uudised ja



Näitus „Elu esiküljel“ Tartu Ülikooli raamatukogu näituste saalis.

reklaamid ning kümnendi keskel kujunes välja uut tüüpi esikülg, mille kujundus suunas lugejat. Selle võtmeelemendiks olid pealkirjad, mis oma erineva suuruse ja laiusega markeerisid lugude tähtsust: tähtsamatel lugudel olid suuremad ja laiemad pealkirjad, samuti arvukalt alapealkirju. Pealkirjad olid eri kirjades. Lugusid liigendasid ohtrast vahepealkirjad ning sõrendatud ja paksus kirjas esile tõstetud. 1920. aastate teisel poolel said esiküljel igapäevaseks ka fotod. Sellega oli välja kujunenud modernne esikülg, mis andis lugejale olulistest sündmustest kiire ülevaate, ta ei pidanud lugusid enam algusest lõpuni läbi lugema.

Nõukogude aeg ei toonud esikülje ülesehitamisele midagi põhimõtteliselt uut, küll aga mitmeid loobumisi. Esiküljelt kadus reklaam. Pealkirjade suuruse

määras nüüd lugude ideoloogiline tähtsus, mitte sündmuste uudisväärtuslikkus. Loobuti fraktuurkirja kasutamisest. Loobuti paljude eri kirjade kasutamisest pealkirjades ja piirduti üksikute ühetaoliste kirjadega. Loobuti alapealkirjadest ja lugude ohtrast liigendamisest. Kokkuvõttes muutusid esiküljed vähem informatiivseks ja kujunduslikult tuimemaks.¹

Nõukogulik esikülg hakkas lagunema perestroika ajal 1980. aastate lõpus ning 1990. aastate teisel poolel kujunes välja uut tüüpi esikülg, mille põhitunnusteks oli fokuseeritus ja voolujoonelisus. Nüüd kujundati üks lugu teistest selgelt tugevama fookusloona: suur pealkiri, suur foto, kõige pikem tekst, lisaks ala- ja vahepealkirjad, teabegraafika, infokast, lisa-lugu. Kogu esikülg standardiseeriti proportsionaalseks ja sujuvaks: kindlad teksti- ja

¹ Nõukogude aja sees oli ideoloogiliselt rangemaid ja vabamaid aegu ning see mõjutas ka esikülgede kujundust. Näiteks vabamatel kuuekümnendatel muutusid esiküljed elavamaks ja variatiivsemaks nii kirjakaasutuse kui lugude-fotode paigutuselt.



pealkirjade kirjad kindlas suuruses, muutumatu suurusega vahed elementide vahel jne, samuti vähendati leheküljesuurust umbes poole võrra (u A2 > A3). Selline esikülg oli tõhus ja harmooniline – see haaras lugeja pilgu fookuslooga, juhtis sujuvalt edasi teiste lugude juurde, andis pealkirjade-fotode-teabegraafikaga kiire ülevaate lugude sisust.

1990. aastate teisel poolel tekkis selle esikülje kõrvale ka kollase kujundusega esikülg: suurte agressiivsete ja emotsionaalsete pealkirjadega, suurte värviliste fotodega, lugude teksti oli vähe või üldse mitte. Esikülje eesmärgiks ei olnud informeerimine, vaid tähelepanu haaramine ja lehenumbri sisekülgedel oleva reklaamimine. Nii sarnanes kollane esikülg oma põhiideelt ajakirja kaanele.

Aastatuhande vahetuse paiku tekkis kolmaski esiküljetüüp – plakat. Siingi oli algatajaks kollane leht (Õhtuleht). Põhimõtteliselt ongi see kollase

esikülje äärmusvariant, kus esiküljel on ülisuur foto ja ülisuur sõna või fraas. Taolisel esiküljel on kõige olulisem foto. See peab tabama õiget emotsiooni, see peab lugejaid ühendama. Plakat-esikülje hakkasid kasutama ka teised väljaanded ja praegu on see tüüplahendus just suursündmuste puhul (nt Eesti sportlaste tiitlivõidud). Eriti erilisel juhul võetakse appi ka ajalehe tagakülg, mis vormitakse esiküljega üheks tervikuks. Nii on plakat veelgi suurem ja võimsam.

Teisalt, 1990. aastatest alates tungis esiküljele järjest rohkem reklaami. 2010. aastatel saab juba tavaliseks, et suured päevalehed müüvad esiküljed peaaegu tervenisti reklaamijaile, nii et toimetusele jääb vaid kitsas ruum lehe päismiku kohal või all. Esiküljele ei mahu enam lugusid ega voolujoonelist fokuseerimist, seal on vaid üks-kaks olulist lugu eriti filtreeritud kujul: suurtäheline silt-pealkiri pluss üks-kaks kokkuvõtlikku lauset alapealkirjana ning väike foto või muu visuaal.

Tekstid: sisu, žanrid ja pealkirjad

Esimesed eestikeelsed ajalehed sarnanesid raamatutele ja esikülje sisu ei erinenud teiste lehekülgede sisust, vaid sõltus sellest, kui kaugel oli trükijärg – tsenseeritud ja trükikojas laotud lugudest läks käiku just nii pikk jupp, kui lehenumbri ära mahtus. Järgmises numbris jätkati sealt, kus eelmine number pooleli oli jäänud. Nii sattus esiküljele populaarteaduslikke ja õpetlikke lugusid, põnevaid ja õpetlikke uudiseid (nt loodusõnnetused, tulekahjud), aga ka kuulutusi. Nii pikemate lugude kui uudiste puhul oli keskne kriteerium nende õpetlikkus.

Esialgu pealkirjastati vaid pikemaid mitteuudislikke lugusid – valgustuslikke artikleid, ilukirjanduspalu – ja tavaliselt raamatuliku tiitel-pealkirjaga, olgu selleks temaatiline märksõna, pikemat selgitust pakkuv fraas või pöördumine („Piknewardad.“, „Mõnni sõnna laste wannemattele“). Uudised ilmusid ilma pealkirjadeta, nende algusse laoti sõrendatud kirjas kohanimi (nt „Tartust“).

Ajalehespetsiifiline temaatika ja žanristik kujunes välja 1870. aastatel koos suurema esiküljega, mis jagati joonega pooleks. Joonepealseid lugusid nimetati juba 1880. aastatel juhtkirjadeks, aga sisutl olid need õpetlikud ja ülevaatlilikud artiklid kõikvõimalikel teemadel alates põlluharimisest, talu majandamisest, seltsielust ning lõpetades populaarteaduse ja oluliste välispoliitiliste sündmustega. Eesti talupojale analüüsiti riikidevahelisi konflikte (Euroopas, Afganistanis jm), Prantsuse presidendivalimisi, Bismarcki kõnet Riigipäevas jne. Samas vormis anti ülevaade ka rahvuslikest sündmustest, olgu selleks siis esimene üldlaulupidu 1869. aastal või Eesti Rahva Muuseumi asutamine pool sajandit hiljem. Kõigest kirjutati pikalt ja laialt, juhtkirjad jätkusid sageli läbi mitme lehenumbri. Esikülje alumine pool, joonealune, sisaldas ennekoike järjeromaane. Sealt sai lugeda ajaloost, rüütlistest ja armastusest, indiaanlastest, aga samuti kaasaegsetest teemadest. Suur osa tollasest ilukirjandusest (nii tõlked kui algupärandid) avaldatigi

esimalt joonealustes. Järjeromaan oli nii oluline osa ajalehe identiteedist, et uue aasta tellimisreklaamis kuulutasid ajalehed, milliseid (tõlke)romaane nad järgmisel aastal avaldada kavatsevad.

Nii olid esiküljel kõrvuti tollase ajalehe põhifunktsioonid: õpetamine-valgustamine ja meelelahutus. See oli kooskõlas ka lehtede ilmumissagedusega üks kord nädalas. Päevauudised toodi esiküljele ainult erakordsetel juhtudel, mille seas esikohal olid tähtsad surmad, kus kadunukesteks Vene keiser, Eesti rahvuslikud suurkujud (nt C. R. Jakobson 1882. a, J. Hurt 1907. a) ja Euroopa kultuuri-tegelased (nt L. Tolstoi 1910. a). Ka pandi esiküljele keiserlikud „Kõigekõrgemad manifestid“, milles Vene riigi valitseja teatas oma alamatele perekondlikest sündmustest oma lähemate sugulaste seas ning kuulutas sõdu, seadusi ja amnestiat.

Esimeste ajalehtede esiküljeautorid olid muidugi lehetoimetajad ise. Autorkond laienes, kui sinna ilmusid juhtkirjad ja järjeromaanid. Juhtkirju kirjutasi toimetajad, toimetuseliikmed ja kaasautorid, keda lehes tähistati tavaliselt üksnes nimetähtedega (nt lk oli Jüri Tilk). Seevastu joonealuste järjejuttude autorite ja tõlkijate nimed anti ka lugejale teada ja seda kohe joonealuse alguses, pealkirja all (nt „Pruusias. Ernst Ecksteini romaan Rooma wabariigi wiimsest aastasajast. Ümberpannud M. Pödder.“ Postimees, 8. mai 1897).

Õpetlik-ilukirjanduslik esikülg hakkas murenema 20. sajandi alguses, kui algas päevalehtede ajastu ja esiküljele tungisid üksikud olulised sündmused ning mitte enam pikkade juhtkirjadena. Karakterseteks näideteks on Lev Tolstoi surm 1910. aastal või Estonia uue hoone avamine 1913. aastal, millele moodsamad lehed pühendasid terved esiküljed, koondades sinna eri žanrides infot. Juhtkiri oli lühike ja kompaktne, lisaks kasutati lühiuudiseid ja reportaaži, Estonia puhul ka arvustusi; kõik lood olid pealkirjastatud.

Senise esiküljetraditsiooni purustas lõplikult I maailmasõja puhkemine, mis tõi kõigi suuremate ajalehtede esiküljele sõjasõnumid ja tähtsamate

teadete pealkirjastamise. Juhtkiri tõrjuti esialgu esikülje lõppu, varsti teisele küljele, kuhu viidi ka joonealune järjejutt. Kui sõjad ja revolutsioonid mööda said, siis õpetust ja kirjandust enam esiküljele tagasi ei toodud ning 1920. aastate alguses kujunes välja uus uudistekeskne esikülg. Kümneni alguses täideti esikülg peamiselt lühiuudistega, järk-järgult lood pikenesid ja nende arv vähenes. Teemaatiliste tiitel-pealkirjade asemel kasutati järjest rohkem deklaratiivseid lauseid, mis töid loost välja kõige olulisema (nt mitte „Tallinna-Haapsalu rahukogus”, vaid „Allaperdi protsess lükati rahukogus nädalaks edasi”). Ja muutus ka autorkond. Esikülge hakkas valitsema uudiseid toov reporter, aga lugeja jaoks jäi ta ikka anonüümseks.

Uudiste temaatika oli alguses riigikeskne ja kuiv. Põhiosas anti edasi riigi loomise ja ülesehitamisega seotud infot ministeeriumide ja asutuste tegevusest, majandusest, seadustest ja lepingutest ning kajastati välispoliitilisi uudiseid Euroopast. Kümneni keskel hakkas esiküljele tungima kergemaid ja vähemtähtsaid teemasid eesotsas õnnetuste ja kuritöödega, aga ka uudiseid spordist, kultuurist, kohalikust argielust.

Tugevalt mõjutas esiküljetemaatikat kollase nädalalehe Esmaspäev ilmuma hakkamine 1922. aasta augustis. Oluliste (paljude elu mõjutavate) uudiste asemel seadis Esmaspäev fookusse inimläheduse, põnevuse, sensatsioonilisuse. Leht sai kiiresti populaarseks ja ka teised lehed muutsid oma temaatikat ja stiili kergemaks ja meelelahutuslikumaks. Nii olid kõigi eesti lehtede esiküljed kümneni lõpus märksa elusamad, aga ka kõmulisemad ja negatiivsemad.

Muudatuse tõi esikülgede temaatikasse vaikiv ajastu. Siseministri sundmäärusega (detsembris 1934) kehtestati, et ajakirjandus peab olema „oma sisult, toonilt ja väljendusviisilt [---] rahva elu üleshitav ja kasvatav”, positiivne („võimalikult jaatavas

vormis”), aitama kaasa „kodurahule ja ühistahte saavutamisele rahva keskel” ega tohi kirjutada „kodaniku intiimellu puutuvaist asjust”.² See ja samal aastal asutatud propagandatalituse tegevus muutis ajalehtede esiküljed tunduvalt siivsamaks ja vaoshoitumaks. Õnnetuste ja kuritööde asemel jõudis esikülgedele järjest rohkem rahvastervikluse edendamist mitmesuguses vormis: pikkade ülevaadetena rahvuslikest kongressidest, aktustest ja muudest üritustest; plakatlike pidupäevakülgedena, millel juhtkirjad ja tervitused riigijuhtidelt; aga ka näiteks Esmaspäeva organiseeritud lugejapäevadeks, milles rahvuslikud kampaaniad (nimede eestistamine, raamatuaasta) serveeriti meelelahutuslikus soustis. Samal ajal suurenes esiküljel ka välispoliitiliste uudiste osakaal ja siin oli põhjuseks teravnev välispoliitiline olukord Euroopas jm maailmas.

Radikaalse muutuse sellesse süsteemi tõi nõukogude võimu kehtestamine Eestis 1940. aastal. Nõukogude ajakirjanduse põhirollid võtab kokku Lenini paljukorratud idee 1901. aastast, et ajaleht peab olema kollektiivne propagandist, agitaator ja organisaator.³ Informeerimisest ei olnud juttugi ja seega oli varasemast kardinaalselt erinev ka nõukogude esikülg. See pidi innustama ja eeskujuna näitama. Nii kadusid esiküljelt negatiivsed uudised Nõukogudemaalt ja välisuudised, selle asemele tuli tööpropaganda mitmesugustes žanrides: lühiuudised ja epistolaarsed aruanded Stalinile tööplaanide täitmisest, portreed ja olukirjeldused eeskujulikest töolistest ja põlduritest, olukirjeldused vabrikutest ja põllult, innustavad hüüdlauseid (à la „Koristame saagid kadudeta!”). Ja kõige selle ees taas juhtkirjad, mis kajastasid kompartei ja valitsuse ametlikke seisukohti ja suuniseid.

Teine oluline esiküljevaldkond oli riiklik kroonika ehk Nõukogude riigijuhtide ja kommunistliku partei tegevus. Seda talletati ametliku infona mitmesuguses vormis: lühiuudistena vormistatud teated,

2 [845. Siseministri sundmäärus nr 19](#). Riigi Teataja 21.12.1934, lk 1830, 1831.

3 В. И. Ленин. С чего начать? Искра No 4 1901, с. 3.

- 1 Raamatulik esikülg. Marahwa Näddala-Leht 12. jaanuar 1821.
- 2 Õpetlik esikülg joonealusega. Eesti Postimees 2. september 1881.
- 3 Uudislik hierarhiline esikülg. Waba Maa 29. juuni 1933.
- 4 Propagandistlik esikülg. Rahva Hääl 15. oktoober 1972.
- 5 Fokuseeritud miniajaleht-esikülg. Postimees 23. september 2008.
- 6 Plakat-esikülg reklaamidega. Öhtuleht 17. aprill 2019.



2



3



ametlikud dokumendid (määrused, otsused jm), ülipikad ülevaated parteikongressidest ja pleenumitest, lühemad ülevaated vähemtähtsatest koosolekutest, parteijuhtide kõned, mida liigendasid fraasid „(Kiiduavaldused).“, „(Kestvad tormilised kiiduavaldused).“ jms.

Vastavalt ametlikele nõudmistele oli riiklik kroonika lehes esmatähtis ja lükkas vajadusel esiküljelt (ja mõnikord ka kogu lehest) välja kõik muu. Kõige suuremas mahus avaldas ametlikku infot Rahva Hääl kui kõige tähtsam eestikeelne leht, väiksemas mahus kohalikud ja temaatilised ajalehed. Nii täitsid nõukogude ajalehed ka seda rolli, mis oli Liivi- ja Eestimaa kubermangude ametlikel teadetelehtedel 19. sajandil.

Alates 1960. aastatest ilmus kahe kohustusliku valdkonna kõrvale ka inimlähedasemaid ja kergemaid teemasid (nt loodus, lapsed, perekond). Tollal nimetati seda publitsistikaks, tänapäeval võiks ehk öelda *lühiessee* või *mõtisklus*. Näiteks Tartu

päevaleht Edasi avaldas reedesel esiküljel juhtkirja asemel rubriiki „Lugejaga vestleb“ (1967–1978), kus ajakirjanikud ja lehe kaasautorid arutlesid endale südamelähedastel teemadel.

Koos esikülje nõukogustamisega muutusid ka pealkirjad. Informatiivsete-deklaratiivsete pealkirjade asemel said taas valdavaks tiitel-pealkirjad, mis võinuksid pealkirjastada kümneid erinevaid lugusid („Üleskutse“, „Õppetöö eesrindlane“, „Tutvumine vabariigiga“). Juhtkirju pealkirjastati sageli üleskutsetega („Kindlustagem sügiskünni sajaprotsendiline teostamine“). Nii andis pealkirjade lugemine esiküljest üksnes ähmase temaatilise ettekujutuse. Suured sündmused olid peidus näiteks esikülje alanurgas pisikese formaalse pealkirja taga (nt „TASSI teadaanne“ Rahva Hääles 15. oktoobril 1972 teatas suurima ohvrite arvuga lennuõnnetusest maailmas).

Nõukogude võim tõi pöörde ka esikülje autorikonnas. Toimetuse liikmed tõrjuti tagaplaanile, esiplaanil oli nüüd üleliiduline infoagentuur TASS

Rahva HÄÄL

NLKP KESKKOMITEE HUÜDLAUSED
Suure Sotsialistliku Oktoobri-revolutsiooni 55. aastapäevaks

TUTVUMINE VABARIIGIGA
Iraani äähh Mohammed Reza Pahlavi ja lähinna Farah Pahlavi Eesti NSV-s
TALLINNA

KÜLASKAJA MAALE

25 AASTAT PEDAGOOGILIST INSTITUUTI

KUNSTIPIDUSTUSTE PÄEVIK

KASHASTANI ROHKE VILI

TAISI TEABANNE

PARASOLIMPIA PRONKS VAATAB LONDONI POOLE

ETREVÖTTAD SAADAVAD TÖÖTAJAJÄÄNDUSELE

Parasoolimängud

Parasoolimängud

Parasoolimängud

5

Postimees.ee uurt, kuidas on olukord riigieelarvega

Postimees 16.65

Avalikkust šokeeriv luureskandaal

Reiljant professori kilasid

Pilmaskandaal

Etrevöttad saadavad

Parasoolimängud

Parasoolimängud

Parasoolimängud

6

VICTOR CRONE: meie euroloo refrään peaks olema nagu plahvatus!

Tartu uues koolis saaks lapsed endale õpetajaid valida

Õhtuleht

„Imedest, mille tuli hävitas, on inimkond nüüd ilma.“

Tulest laastatud Jumalaema kirikut ei saa mingi hinna eest taastada

Selle nädala ennustatavad jackpot'id

vikinglotto 9 100 000 €

Bingo lotto 230 000 €

OLIMPIALOTTO 51 000 000 €

(ja tema kohalik haru ETA) oma materjalidega. Selle kaudu rääkisid esiküljel anonüümsed nõukogude reporterid, Nõukogude Liidu kollektiivsed juhtorganid ning partei- ja valitsusjuhid. Taas esiküljele tulnud juhtkirjad olid nimetud, autoriteks toimetuse juhtivad liikmed. Aja jooksul toimetuse ajakirjanike osakaal esiküljel siiski kasvas, nende kirjutada olid olukirjeldused, portreed „tööeesrindlastest“ jms. Täiesti uute tegelastena ilmusid esiküljele kohalikud kirjasatjad töölikorrespondendid ehk rabkorrid ja selkorrid (vn рабочий корреспондент ja сельский корреспондент), kes kirjutasid lühiuudiseid „töövõitudest“. Kirjasatjaid esitleti algusest peale nimeliselt, mõnikord veel ka „tiitliga“ (nt „Peeter Sakk, Rajangu valla Ühendatud Jõu kolhoosi esimees“ Talurahvaleht 29. märts 1949).

1980. aastate lõpus lagunes koos nõukogude võimuga ka nõukogulik esikülge. Eesti ühiskonna ülikiire muutumine paiskus esikülgedele kohati kakofoonilise žanrilise seguna: sise- ja välispoliitilised

uudised, kommentaarid, intervjuud, erakondade deklaratsioonid, reportaažid, seaduseelnõud ja seadused, üleskutsed, karikatuurid jne. Temaatikas oli esiplaanil mõistagi sisepoliitika. Uudiste pealkirjad muutusid taas pikemaks ja informatiivsemaks.

Pärast Eesti iseseisvumist ja rahareformi 1992. aastal tulid stabiilsemad ajad ja esiküljest kujunes jälle olulisemate päevasündmuste areen, keskeks žanriks sai taas uudis ja põhiautoriks reporter. Kõige rohkem kirjutati poliitikast ja majandusest, aga ka spordist, kultuurist, kuritegudest. Kommentaarid viidi lehe sisse, eraldi arvamusküljele; esiküljele toodi ilmataade (visuaalselt väga moodne asi – arvutil tehtud!). Põhimõtteliselt oli areng samasugune nagu 70 aastat varem. Erinev oli aga see, et reporter ei olnud enam anonüümne infovahendaja, vaid nimeõiguslik autor – teda esitleti täisnimega ja hakati järjest rohkem esile tõstma: ta nimi toodi loo lõpust loo algusse, pikemate lugude puhul esitleti teda väikse fotoga.

Paari aastaga kasvasid lehtede mahud üle kahe korra ja siis sai esiküljest ühtlasi ka lehenumbri reklaamkülg, mis andis ülevaate numbri sisust. Katsetati erinevaid mooduseid: väiksed lugude reklaamid päismiku kohal; lehe sisukord, mis loetles olulisi pealkirju-teemasid; lugude jupitamine (algused esiküljel, järjed sisekülgedel).

Täies ilus arenes selline topeltfunktsiooniga esikülg välja uue sajandi algul, kui suured päevalehed tihendasid sinna mahuka lehenumbri põhisisu. Esikülg oli nüüd justkui miniajaleht (nt Postimees 23. september 2008). Külje keskmes oli tähtsaima päevasündmuse kokkuvõtte, selle kõrval paarilauseliste kokkuvõtetena teised olulisemad sündmused eri valdkondadest (välismaa, majandus, kultuur, sport; mõnikord oli esitletud lugusid kolm, teinekord isegi kümme). Külje teises servas toodi välja juhtkirja ja paari arvamuse loo tuumideed. Lõpuks veel piltimateade, päeva tsitaat ja ohtralt pisifotosid liigenduseks-pilgutõmbajaks. Esikülg oli temaatiliselt mitmekülgne ja žanriliselt äärmuseni fokuseeritud: siin olid ainult teritatud tipud. Selline esikülg ei olnud enam reporterite teha, nüüd sai esiküljeautoriks anonüümne toimetaja.

Kokkuvõttes on näha, kuidas kümnekonna aastaga jäi esiküljel (põhi)teksti üha vähemaks: terviklugusid asendasid lugude algused, siis terviklugude lühemad referaadid, seejärel paarilause lised sisukokkuvõtted. Kuna samal ajal vähendasid suured päevalehed leheküljesuurust poole võrra, jäi esikülg infolt märksa hõredamaks.

1990. aastatel tekkis ka eripärane kollane esikülg, mida iseloomustas kergem ja eraelulisem temaatika (pisikuriteod, poliitikute-näitlejate-sportlaste eraelu, missid jne). Ka siin oli keskne žanr uudis, sellele lisati suured ekspressiivsed pealkirjad ja fotod. Kümneni lõpus aga kadusid kollaste lehtede esikülgedelt (uudis)lood, neid asendasid eri suuruses looreklaamid, mis koosnesid pealkirjadest ja fotodest.

Ka miniajaleht-esikülg ei jäänud püsima. See kuivas kokku, kui esiküljele tungis järjest rohkem reklaami. Lõpuks on jäänud toimetusele ainult kitsas ruum päismiku kohal või all, kuhu mahub vaid paar-kolm looreklaami (pealkiri-märksõna + kokkuvõtlik lause). Nii on päevasündmuste areenist jäänud alles ainult kitsas vaatepilu, mis laseb piiluda ajalehe sisse. Anonüümne toimetaja kirjutab sinna vaid paar lauset. Uudisesiküljest on saanud reklaamesikülg.

Teisiti arenes esikülg siis, kui kajastati suursündmusi, olgu selleks paavsti visiit, printsess Diana surm, vendade Voitkade areteerimine või terrorirünnak New Yorgis. Sel puhul pühendati esikülg ainult suursündmusele. Esialgu kasutati pikka uudislugu ja lisaks fotot või paari. Varsti täiendati kesket uudislugu eri žanrides lisadega – taustalugu, intervjuu, kronoloogia vm loetelu, teabegraafika. Järsk kardinaalne muutus tuli suursündmuste kajastamisse aga 2000. aastate alguses, kui pilt tõrjus sel puhul teksti esiküljelt välja. Jäi ainult suur foto ja suur pealkiri-märksõna, nagu seni oli olnud kombeks kollases ajakirjanduses. Kõige tähtsam esiküljeautor on nüüd fotograaf.

Kuulutused ja reklaam

Kuulutusi ilmus juba esimestes eesti ajalehtedes 19. sajandi algusest peale, alates sajandi keskpaigast oli nende koht ajalehe viimasel küljel. Esiküljele, päismiku alla jõudsid esimesed kuulutused-reklaamid 1880. aastate lõpul. Alguses olid need lehtede omareklaamid, aga varsti lisandus ka muud: raamatureklaame, surma-, kihla- ja abielukuulutusi. Üsna kohe kehtestasid lehed esikülje-kuulutustele ka topelthinna (mõni isegi neljakordse hinna). Järgnevatel aastakümnetel jäid kuulutused esiküljel siiski suhteliselt haruldaseks: neid ilmus ühekaupa ja harva.

Muutus tuli 1920. aastal koos majandusele paremate aegade. Kuulutused said esiküljel tavaliseks, lisandusid reklaamid. Eelkõige oli esikülg filmi-reklaamide koht, aga siin reklaamiti ka igapäevaseid tarbeasju ja teenuseid: leiba, valmis-

riideid, sigarette, õlut, kosmeetikume, kohvikuid jne. Juba 1920. aastate alguses oli nädalavahetuse mõni esikülj servast servani reklaame täis. Enamasti olid need 1–3-veerulised madalad kastid, aga suurfirmade reklaamid paisusid ka kogu esikülje suuruseks (kommivabrikult Kawe, jahuveskilt Puhk ja Pojad, raadiotehaselt RET).

Klient oli kuningas, kui tal raha oli, siis pakkusid lehed palju vabadust. Pinda sai osta nii esikülje serva, lugude vahele kui keset lugusid. Valida sai reklaami kuju. Lisaks tavapärasele nelinurksetele ilmus veel ristikujulisi (Postimees 23. jaanuar 1930) ja trepp-reklaame, kus omavahel seotud väiksed reklaamikastid läbisid trepina kogu külje tekstiveerge, lõigates tükkideks seal asuvad lood (Waba Maa 18. veebruar 1935). Juba 1920. aastatel jõudis esiküljele „kuulutus tekstis teksti kirjaga“ ehk lühitudisena kujundatud reklaamtekst, mida eristasid toimetuse materjalist ainult spetsiifilised täpilisid jooned reklaamteksti kohal ja all (nt Päewaleht 26. november 1929). Seda nimetati ka *pime-reklaamiks*, tänapäeva mõistes oli see sisuturundus.

Sellele ärilisele pillerkaarile tegi nõukogude võim 1940. aasta suvel kiire lõpu. Reklaam tuli esikülgedele tagasi alles pool sajandit hiljem, kui nõukogude võim lagunes. Otsa tegi lahti Eesti Ekspress, mis avaldas esimese reklaami esiküljel 1989. aasta detsembris ja alates 1992. aasta suvest müüs esikülje täielikult reklaamiks. Suured päevalehed olid konservatiivsemad, esiküljel ilmus üksikuid väikseid reklaamkaste, järjekindlalt lubati reklaam sinna alles 1990. aastate keskel. Nüüd hoidsid toimetused esiküljereklaami rangetes raamides, müües kindlas suuruses reklaamikaste kindlasse asukohta: peamiselt väikesi ruute päismiku kõrvale ja harvem suuremat plokki esikülje alaserva.

Esikülg oli reklaamijaile kõige atraktiivsem (ja kõige kallim) asukoht ning ajapikku müüsid lehed esikülje alaserva üha kõrgemaid reklaamiplokke. 2005. aastal müüdi esmakordse erandina eksklusiivse hinna eest ära terve esikülg. Pärast majanduskriisi, 2010. aastatel sai terve esikülje reklaamiks

müümine päevalehtedes üha tavalisemaks ja on praegu igapäevane rutiin nii Postimehes kui Eesti Päevalehes, üha sagedamini ka suuremates kohalikes lehtedes ja Õhtulehes.

Pildid ja visuaalsus

Esimesed pildid eesti ajakirjanduses olid tiitlipildid Tarto maa rahwa Näddali-Lehhes 1806 ning Perno Postimehhes ja Tallorahwa postimehhes 1857. N-ö päris pildid ilmusid ajalehtede esikülgedele 1860. aastatel seoses keiserlike suursündmustega. Need olid puugravüürid, mille tegemine oli kallis ning seetõttu kasutasid ajalehed neid väga harva. Sellest hoolimata on näha selge erinevus esi- ja siseküljepiltide vahel: esiküljel ilmusid keiserlikke päevasündmusi visualiseerivad pildid, sisekülgedel aga populaarteaduslikud pildid (Tartu vaated, paganate metsik elu kaugetel maadel jms).

1893. aastal ilmusid esikülgedele esimesed fotod, aga nende tehniline kvaliteet oli suhteliselt vilets. Seetõttu eelistasid ajalehed kasutada pigem fotode järgi tehtud (sule)joonistusi, mis tulid trükis paremini välja. Sajandivahetuse paiku hakkasid lehed pilte rohkem avaldama, aga ikka rohkem sise-, mitte esikülgedel.

Tavaliseks said pildid esikülgedel 1920. aastatel. Eialgu oli endiselt rohkem joonistusi (karikatuurid, poliitikute portreed). Fotod olid peamiselt välismaised ning portreteesid välismaiseid poliitikuid. Iseseisvalt, ilma juurdekuuluva loota, ilmusid uudisfotod põnevatest sündmustest ja tegelastest (nt õhulennud, filmitäht suusatamas, maailma kalleim sukk). Kümnendi lõpul said esiküljel tavalisemaks juba Eesti fotod. Need kujutasid eelkõige olulisi riiklikke sündmusi (poliitikute visiidid, paraadid, kultuurisündmused), hiljem üha rohkem ka argiasju (tulekahjud, liiklusõnnetused). Palju kasutati reportaažlikku kollaaži, mille moodustasid üksteise kõrvale kleebitud väiksed eriilmelised fotod (sündmuskoha üldplaan, peategelas(t)e portree(d), tegevusfoto). Sellega koos kasvas fotograafi tähtsus, temast sai reporteri kõrval esikülje teine võtmetegija.

1930. aastatel ilmusid esiküljele ka uut tüüpi joonistused – plakatid, mis esitlesid riiklikke ja rahvuslikke pidustusi ja rituaale (vabariigi aastapäev, võidupüha, rahvuslikud kampaaniad, Eesti Mängud jms). Käiku läks sinimustvalge värvikombinatsioon ja rahvuslikud sümbolid: rahvariides neiu, sõdur, tammevanik, lõke või tõrvik, ratsamees.

Kui 1920.–30. aastatel oli visuaalsus ajalehtede esiküljel järjest kasvanud, siis nõukogude võimu kehtestamisega pildikasutus vähenes. Nõukogude ajalehes pidi keskne olema tekst, foto oli n-ö sissetungija. 1958. aasta 11. veebruaril võttis partei keskkomitee vastu isegi määruse "Mõningate ajalehtede ülemäärase illustreerimise ebaõigest praktikast", kus öeldi otsesõnu: "Selline ebaõige praktika, mis on lääne kodanliku ajakirjanduse kahjuliku mõju tulemus, viib selleni, et üksikud ajalehenumbriid muutuvad real juhtudel sisututeks, apoliitilisteks illustreeritud väljaanneteks, mis annavad järele väikekodanlikule maitsele."⁴ Alles 1960. aastatel sai fotost taas kindel esikülje element.

Nõukogude ajal teisesen ka fotode sisu. Esiküljefotodelt kadusid välissündmused, asemele tuli toimekas tööelu Nõukogudemaaal: töölised ja kolhoosnikud töötamas ja koosolekutel istumas või kätt tõstmas, paraadid, valmivad uusehitised ja algperioodil muidugi suures koguses Stalinit. Kusjuures foto-Stalin ei tegutsenud, ta poseeris liikumatuna suurel retušeeritud paraadportreel (sarnasel moel kujutati valitsejaid ka 19. sajandi ajalehepildidel). 1950. aastate teisel poolel muutus fotovalik varieeruvamaks, lisandusid fotod Nõukogude riigijuhtidest (presiidiumis, paraadil, kohtumas teiste riigijuhtidega), samuti õpilastest-üliõpilastest-teadlastest, kultuuritegelastest, autasustamistest. 1970. aastatel hakati nädalavahetusesti avaldama kunstilisi fotosid (loodusest, ilusatest inimestest, lastest jms). Nii nagu esikülje tekstid, olid ka esikülje fotod alati positiivsed.

Ka Nõukogude ajal tervitati pidustusi-rituaale joonistatud esiküljeplakatiga. Vastavalt ideoloogiale muutus värvivalik ja sümboolika: kohustuslik toon oli nüüd punane, lisaks sirp ja vasar, rahvariides neiu, viljavihud, tööline, algperioodil inkorporeeriti plakatisse sageli ka Stalini foto. Erinevalt varasemast kõik plakatitegelased üha naeratasid. 1960. aastate lõpus hakkasid plakatid lagedamaks muutuma: detailselt välja joonistatud tegelaste asemele tulid suured punase pinnad, viisnurgad, lipud, Lenini bareljeef ja sümboolsed arvud.

1970. aastatel laienes plakatlikkus pidupäevadelt argipäevadele. Positiivseid portreelugusid ja olukirjeldusi hakati kaunistama kompositsioonidega, mille keskmes tubli töölise-kolhoosniku foto järgi joonistatud portree ja taustal detailid, mis viitasid tema tööle. Selline stiliseerimine ja esikülje fookusse tõstmine ülendas konkreetse mehe-naise nõukoguliku tööeesrindlase sümboliks.

Esiküljefotod hakkasid muutuma perestroika ajal. Taas ilmusid sinna olulised päevasündmused, nii välismaised kui kohalikud. Esialgu oli endiselt palju portreefotosid, aga varsti üha enam ka tegevust ja lugude rääkimist. 1990. aastate keskel tuli suurte lehtede esiküljele täisvärv ja fotod muutusid üha värvilisemaks. Kümnendi teisel poolel hakati kasutama rohkem erineva plaaniga ja eri suuruses fotosid. Seni tavapärase keskplaani asemel ilmus järjest rohkem suure plaanis fotosid ja nii töid kesksed fotod pildistatava lugejale lähemale, esitades teda suuremalt ja detailsemalt, astudes pildistatavale ligi tema intiimsesse sfääri. Suureplaaniiliste fotode kasutamisel muutusid esiküljed varasemast intensiivsemaks ja jõulisemaks. Nii anti fotole uus roll: ta polnud mitte teksti täiend, vaid lehekülje keskne element, tähelepanu ärataja, lehekülje „sisseviskaja“. Samal ajal ilmnes ka vastu-pidine trend: esiküljel avaldati standardseid pisi-portreid, mille ülesanne polnud info vahendamine, vaid lugeja tähelepanu suunamine ja lugude personifitseerimine.

4 Советская печать в документах. Москва: Государственное издательство политической литературы 1961, с. 286–287 [autori tõlge].

Kokkuvõttes suurenes 1990. aastatel esikülje visuaalsus tugevalt ja fotost sai esikülje kohustuslik fookuselement. Selle trendi viisid lõpuni plakatlikud fotoesiküljed, mida päevalehed pruukisid esimest korda 2000. aasta paiku väga eriliste suursündmuste tähistamiseks. Sellist esikülge kattis servast servani ülisuur foto, mille peal oli suures kirjas märksõnafraas-pealkiri, (põhi)tekst puudus täiesti. Visuaalil põhinevaid plakatesikülgi olid temaatilised lehed ja nädalalehed (nt Kodumaa, kultuurileht Sirp ja Vasar) kasutanud mõnikord juba Nõukogude ajal, aga nüüd jõudis samsugune plakatlikkus eristel juhtudel (suursündmused, riiklikud-rahvuslikud rituaalid, ajalehtede korraldatud üritused) ka päevalehtedesse ehk ajalehenduse tuuma.

Järeldused

Eelnev analüüs näitab, kuidas esikülje erinevad komponendid on muutunud eri taktis.

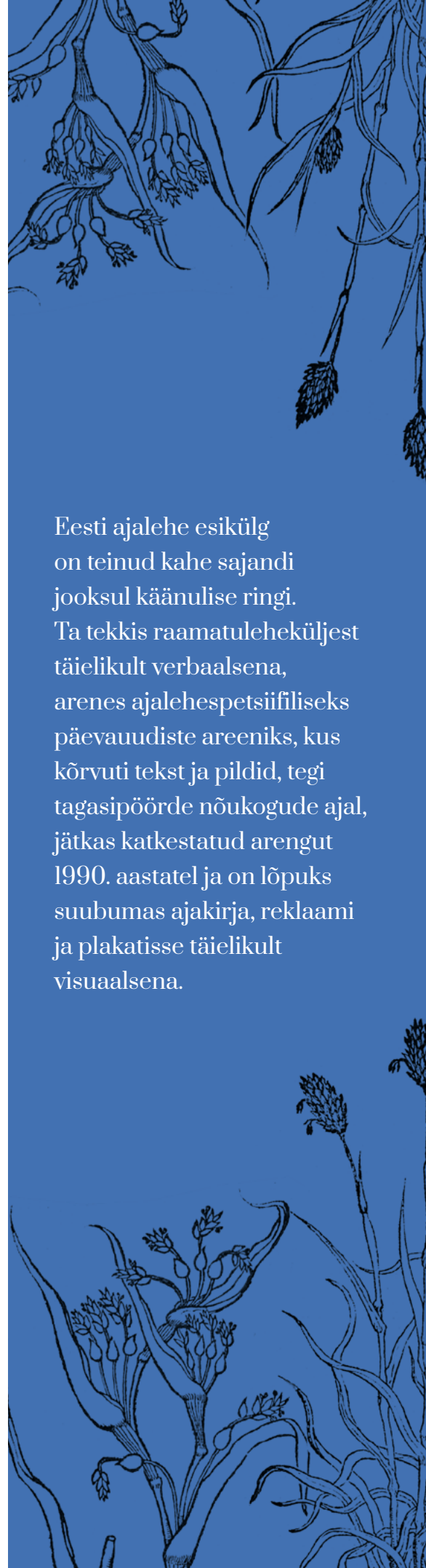
Esikülje kujundus on olemuslikult muutunud neljal korral: esmalt 1870.–80. aastatel, kui raamatuliku formaadi asemel võeti kasutusele ajalehelik formaat (võtmeelementideks suur mitmeveeruline lehekülj joonealusega ja lineaarne küljendus); siis 1920. aastatel, kui kujunduse abil hakati esiküljel infot hierarhiseerima (võtmelementideks eri suuruses pealkirjad ja fotod); seejärel 1990. aastatel, kui esiküljel hakati infot fokuseerima (võtmeelementideks suur foto); ning lõpuks 2000. aastatel, kui kasutusele võeti plakat-esikülj (võtmeelementideks fotolisus ja põhiteksti puudumine).

Kui jätta kõrvale viimane muutus, siis saab üldistada, et kujundus muutub siis, kui ajalehtede maht on järsult kasvanud (vähemalt 1,5 korda viie aasta jooksul).⁵ Lehe maht ei ole siin eraldiseisev mehaaniline parameeter, vaid peegeldab mõõdetaval moel ühiskonna järsku muutumist.

Esikülje sisu (temaatika, žanristik, pealkirjastamine, autorkond) on muutunud koos riigikorraga. Teemaatika alusel (ja võttes arvesse ka reklaami olemasolu) saab eristada nelja ajastut: tsaariaegset õpetlikku ja kirjanduslikku-meelelahutuslikku esikülge, vabariigiaegset uudislikku ja merkantiilset esikülge, nõukogudeaegset töö-propagandistlikku ja riikliku kroonikaga esikülge ning uue aja uudislikku ja merkantiilset esikülge.

5 Vt pikemalt: Roosmarii Kurvits. [Eesti ajalehtede välimus 1806–2005](#). Tartu : Tartu Ülikooli kirjastus, 2010, lk 355–359.

Eesti ajalehe esikülj on teinud kahe sajandi jooksul käänulise ringi. Ta tekkis raamatuleheküljest täielikult verbaalsena, arenes ajalehespetsiifiliseks päevauudiste areeniks, kus kõrvuti tekst ja pildid, tegi tagasipöörde nõukogude ajal, jätkas katkestatud arengut 1990. aastatel ja on lõpuks suubumas ajakirja, reklaami ja plakatisse täielikult visuaalsena.



Žanrilises arengus järgnes algsele ebamäärasusele ülevaatlike artiklite (juhtkirjade) ja ilukirjanduse aeg. Selle vahetas 1910.–20. aastatel välja ajakirjanduslike žanride aeg: esiküljel ilmusid eelkõige uudised, aga ka reportaažid ja intervjuud. Sellele järgnes nõukogudeaegne ajakirjanduslike žanride taandumine ja ideoloogiat esiplaanile seadev moonumine ning uute žanride tulek (uut tüüpi juhtkiri, olukirjeldus, kõned, hüüdlused). Sellele järgnes taas ajakirjanduslike žanride kasutuselevõtt ja lõpuks (põhi)teksti kadumine esiküljelt.

Pealkirjade muutumine on olnud pendeldamine kahe trendi vahel: ühel pool tiitel-pealkirjad ehk ilma verbita märksõnad või -fraasid, teisel pool informatiivsed-deklaratiivsed pealkirjad, mis toovad lugudest välja selle kõige tähtsama info. Alustati tiitel-pealkirjadega, seejärel arenesid 1920. aastatel välja deklaratiivsed pealkirjad, nõukogude ajal pöörduti taas tiitel-pealkirjade poole ja selle järel taas deklaratiivsete pealkirjade poole.

Autorkonna järgi saab eristada viit perioodi: esmalt õpetajate-toimetajate ja kirjanike ajastu, teiseks nimetute reporterite ajastu, kolmandaks nõukogulik kollektiivse propagandisti ajastu, neljandaks reporterite ajastu ning viimaks toimetajate ja fotograafide ajastu.

Kuulutuste-reklaamide avaldamine esiküljel on liikunud teises rütmis. Siin näeb rahulikku tõusulainet alates 1880. aastate lõpust kuni 1920. aastate alguseni, siis kiiret kasvu kuni esikülje täieliku ülevõtmiseni osades lehenumbrites ja seejärel 1940. aastal järsku reklaamist loobumist ideoloogilistel põhjustel. Nõukogude võimu lagunedes algas reklaami taastulek, siis tõus ja praegu valitseb reklaam suuremates lehtedes esikülge täielikult.

Küll aga on erinev esiküljereklaamide korraldamine enne ja pärast nõukogudeaegset katkestust: varasemat suurt vabadust ja variatiivsust on asendanud talitsetud süstemaatilisus (ranged reeglid reklaamide asukohale ja suurusele).

Kuulutuste-reklaamide ilmumine esiküljele on seotud majanduslike oludega laiemas ja kitsamas mõttes. Esikülge müüakse reklaamijatele neil perioodidel, kui lehed kuuluvad eraomanikele (st mitte nõukogude ajal). Kuulutused jõudsid esiküljele esmakordselt siis, kui ajalehed hakkasid 1880. aastatel omavahel konkureerima ja tekkis ajakirjandusturg. Viimasel aastakümnel, võideldes majandusraskustega (konkureerimine *online*- ja sotsiaalmeediaga, majanduskriis, koroonakriis) müüb järjest enam ajalehti järjest sagedamini terve esikülje reklaamiks.

Esikülje visuaalsus on kasvanud hüppeliselt kolmel korral ja siin taga võib näha konkureerimist teiste uudismeediumitega.⁶ Esimesi üksikuid pilte ilmus esiküljel 1890. aastatel, aga igapäevaseks said need 1920. aastate lõpul raadio tuleku järel.⁷ Pärast vahepealset visuaalsuse taandumist said fotod esiküljel taas igapäevaseks 1950. aastate teisel poolel – 1960. aastate alguses televisiooni tuleku järel.⁸ Fotod said esikülje kõige tähtsamaks elemendiks 1990. aastate teisel poolel ja tõrjusid üksikutel juhtudel esiküljelt teksti välja 2000. aastate alguses, pärast *online*-meedia tekkimist.⁹

6 Vt pikemalt: Roosmari Kurvits. Eesti ajalehtede visuaalsus läbi kahe sajandi ja selle muutumise põhjused. Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi aastaraamat 2014. Tartu : Eesti Akadeemiline Ajakirjanduse Selts, 2015, lk 42–53.

7 OÜ Raadio Ringhääling alustas regulaarseid saateid 18. detsembril 1926.

8 Tallinna Televisioonistuudio (hilisem ETV) alustas tegevust 19. juulil 1955.

9 Eesti Ekspress, Eesti Päevaleht, Äripäev ja Postimees hakkasid oma lugusid internetis avaldama 1995. a sügisel. Esimesed uudisteportaalid Mega ja Delfi alustasid 1999. a sügisel.

Kokkuvõttes näeme esikülje (ja kogu ajalehe) muutumises spiraali. Eesti ajaleht sai 19. sajandi algul alguse raamatust. Ta sarnanes õpetliku rahvaraamatuga sisult, leheküljesuuruselt, kujunduselt ja autorkonnalt.

Ajaleht kujunes iseseisva, raamatust ja ajakirjast selgelt eristuva meediumina välja 1870.–80. aastatel, kui tekkis ajalehtede omavaheline konkurents. Siis omandas ajaleht eripärase sisu, millest fookusse (ehk esiküljele) tõsteti õpetlikkus ja kirjanduslikkus-meelelahutuslikkus. Siis omandas ajaleht eripärase välimuse: suur lehekülg, mitmeveeruline ladu, joonealuse kasutamine.

Ajaleht saavutas küpsuse 1920.–30. aastatel uudisajakirjandusena. Esiküljest sai päevauudiste areen ja reporterite pärusmaa. Välja kujunesid ajakirjanduslikud žanrid: uudis, reportaaž, intervjuu, deklaratiivne pealkiri. Keskne oli informatsiooniline efektiivsus: kõige olulisem info toodi välja suuremas kirjas (pealkirjades) ja pandi uudistes kõige algusse, hierarhiline kujundus ja fotod suunasid lugejat (näidates lugude tähtsushierariat) ja aitasid tal infost kiiremini ülevaadet saada. Selline esikülg ei eeldanud mitte üksnes lugemist, seda tuli ka vaadata. Oluline on, et samal ajal lubati esiküljele ka kuulutused ja reklaam.

Nõukogude ajal toimus esikülje mõnes komponendis kannapööre ja liiguti tagasi tsaariaegsete praktikate poole. Esikülje keskmesse seati õpetlikkus, innustamine ja eeskuju andmine. Informatsiooniline efektiivsus vähenes: pealkirjad muutusid ebamääraseks, žanrid moonduksid, kujundus tõstis esile ideoloogiliselt olulisi tekste, mitte olulisi sündmusi, esialgu vähenes ka fotode kasutamine. Esiküljelt kadus reklaam. Autorkonnas domineeris toimetuseväline seltskond (kirjasaatjad, TASS, ETA).

1980. aastate lõpus hakkas nõukogulik ajaleht lagunema ja pöörduti tagasi uudisliku esikülje juurde. Esmased muutused olid samasugused nagu 70 aastat varem: esikülg kujundati taas olulisemate päevauudiste areeniks, tagasi toodi uudislikud žanrid ja reklaamid. Sellele järgnes pildiline plahvatus: pildikasutus kasvas järsult, fotod muutusid vormilt mitmekesisemaks (suuremad ja erinevama suurusega fotod, eri plaanides fotod, täisvärvis fotod) ning fotost sai esikülje tähtsaim element. Uuel sajandil on teksti jäänud esiküljel üha vähemaks. Ühelt poolt võttis ruumi ära järjest suuremate reklaamide lubamine esiküljele, teisest küljest viiakse visualiseerumistrend üksikutel (sagenevatel) juhtudel lõpuni: foto tõrjub teksti esiküljelt välja ja võtab külje täielikult üle.

Nii näeme, kuidas viimastel kümnenditel on ajalehe esiküljel hakatud loobuma meediumiomasest uudislikkusest ja matkima teisi meediume. Uusima aja ajalehe esikülg näeb välja nagu ajakirja kaas, fotoplaat või välireklaam. Seal ei ole enam (põhi)teksti ega lugemisvõimalust, on tähelepanu püüdmise, vaatamisvõimalus ja suunamine sisekülgedele.

Seega on eesti ajalehe esikülg teinud kahe sajandi jooksul käämulise ringi. Ta tekkis raamatuleheküljest täielikult verbaalsena, arenes ajalehespetsiifiliseks päevauudiste areeniks, kus kõrvuti tekst ja pildid, tegi tagasipöördet nõukogude ajal, jätkas katkestatud arengut 1990. aastatel ja on lõpuks suubumas ajakirja, reklaami ja plakatisse täielikult visuaalsena.

PS. Eesti esikülgedele kontrastiks võib vaadata kaht kogumikku, kus näitavad oma esikülgi „maailma tähtsaim ajaleht“ New York Times ja Põhjamaade suurim ajaleht Helsingin Sanomat.¹⁰ Võrdluses stabiilsete klassikutega tuleb hästi esile Eestile iseloomulik katkestuste kultuur.

10 The New York Times : The Complete Front Pages 1851–2018. New York : Black Dog & Leventhal Publishers, 2018 ; Eetusivun uutisia : Helsingin Sanomat : uutissivuja ja valokuvia 125 vuoden ajalta. Helsinki : HS-kirjat, 2014.