

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

**ÖÖKLUBID SOTSIAALSETE SUHETE  
(TAAS)LOOJANA**

Bakalaureusetöö

Uko Urb

Juhendajad:

Dotsent Triin Vihalemm (*PhD*)

Lektor Margit Keller (*PhD*)

Tartu

2005

# Sisukord

Sisukord .....	1
Sissejuhatus.....	2
1. Empiirilised ja teoreetilised lähtekohad.....	4
1.1 Uuringu objekt .....	4
1.2 Stereotüübid, eneseidentifikatsioon ja sotsiaalne kategoriseerimine.....	8
1.3 Ööklubid noorte elulaadis – varasemad uuringud.....	12
2. Uurimisprobleem ja uurimisküsimused .....	14
3. Metoodika .....	15
4. Tulemused.....	18
4.1 Ööklubid suhete loomise kohana .....	18
4.2 Ööklubi roll sotsiaalsete suhete taasloojana .....	24
4.3 Klubimaailma kirjeldamisel kasutatavad stereotüübid .....	27
4.4 Klubi kui identiteedi looja .....	34
5. Järeldused ja diskussioon.....	41
5.1 Rakenduslikud soovitused .....	47
6. Kokkuvõte.....	49
7. Summary .....	51
Kasutatud kirjandus .....	53

## Sissejuhatus

Käesolevas töös uurin linnakultuuri ühte osa – klubikultuuri, mis tähendab teatud muusika kuulamist ja kindlatest kohtades kooskäimist. Ööklubid on muutunud noortevahelises interaktsioonis oluliseks märgiks ja see, millises klubis keegi käib ja mida ta kuulab, ütleb noorele inimesele teise noore kohta päris palju – ööklubid edastavad tähendusi.

Uuringu (teooriast ja seminaritööst väljakasvanud) eelduseks on, et klubielistuste ja tarbimisharjumuste kujunemisel mängib olulist rolli selle küllastajaskond. Uuringu eesmärgiks on leida, kui võrd tugevad märgid on ööklubid (noorte) linnakultuuris – teiste inimeste olemuse ja elustiili tõlgenduses ning eneserepresentatsioonis. Põhiküsimused on:

1. Kuidas kasutatakse klubistereotüüpe teiste (käitumise) tõlgendamisel?
2. Kuidas kasutatakse klubisid kui märke eneserepresentatsioonis?

Läbi kolmeteistkümne süvaintervjuu võib öelda, et vastanute arvates erinevad klubid kontingendi ja küllastajate käitumismaneeride poolest, uute tutvuste loomine on teatud asutustes enam levinud ja klubi võib pidada mitmel juhul tugevaks vahendiks enese identifitseerimisel. Stereotüüpide kasutamine on laialt levinud ja aitab inimesel ennast teistest eristada.

Esimeses peatükis annan ülevaate teoreetilisest materjalist mis selle töö raames keskendub eneseidentifikatsioonile, sotsiaalsele kategoriseerimisele, stereotüüpidele. Varem tehtud empiirilistest uuringutest Eestis, klubidest ja nende küllastajaskonnast. Eraldi tähelepanu pööran ka mõistetele, nagu: subkultuur, ööklubi, suhete loomine.

Teises peatükis tutvustan meetodikat, mida kasutasin töö koostamisel ning toon välja uurimisprobleemid ning uurimisküsimused.

Kolmandas peatükis keskendun kogutud andmete analüüsile.

Neljäs osa tööst koosneb arutlusest eelmises osas toodu põhjal. Läbi diskussiooni loon tugevama seose teoriaga ning püstitan võimalikke uurimisküsimusi ja –ülesandeid tulevikuks.

Kokkuvõttesse kuulub ülevaade töö tulemustest, kriitika ja edasised soovitusel antud valdkonna uurimiseks. Lisaks annan soovitusi tulemuste rakendamiseks ööklubide tegevuses.

Töö lõppeb kokkuvõttega inglise keeles.

Sooviksin siinkohal avaldada tänu oma juhendajatele, Triin Vihalemmale ja Margit Kellerile, kes on asjalike kommentaaridega toetanud töö valmimist ning retsensendile, Esta Kaalule. Minu tänusõnad kuuluvad ka kõigile uurimuses osalenud tudengitele, kelle mõtetele ja kogemustele see bakalaureusetöö toetub.

# 1. Empiirilised ja teoreetilised lähtekohad

## 1.1 Uuringu objekt

Antud töös vaatlen ööklubina meelelahutusasutust, kuhu pääsemiseks tuleb reeglina lunastada pilet, mille eest on võimalik kuulata muusikat erinevate Dj-de esituses. Ööklubid on avatud öösiti (tavaliselt umbes 21.00 – 5.00) ning tavaliselt nädala esimesel poolel suletud. Ööklubid ei sea otseseid piiranguid klientuurile (peale vanusepiirangu, mis tavaliselt on 18 eluaastat).

Suurem osa Eesti klubimaastikust on Tallinnas. Kindlasti on siin peamiseks põhjusteks suurim inimeste hulk (k.a. paljud turistid) ühes linnas, mis tähendab, et siin on ka ärilised võimalused laiemad. Ööklubide hulka Eestis on raske kindlaks määrata, näiteks neti.ee infoportaal toob neid välja (asutuse nime tagant leiab sõna ööklubi) 39, Eniro.ee infoportaal esitab 58 nimetust, millest Tallinnas asub 28, Delfi.ee portaal esitab 58 nimetust, millest Tallinnas on 27, Turismiweb.ee omakorda 48, millest Tallinnas asuvaid ei ole võimalik eraldi tuvastada. Antud arvudest võib järeldada, et suurem osa klubidest asub Tallinnas. Üldarvu on raske teada saada, kuna ilmselgelt puudub ühene alus, mille põhjal määrata ööklubi. Näiteks, osas portaalidest oli nende alla arvestatud ka paljud suuremad hotellid, kus tõesti võib olla öösel lahti olev meelelahutusasutus.

Kuna oma töös keskendun valdavalt Tallinnale ja Tartule, siis järgnevalt lühiülevaade nende linnade klubimaastikust. Tallinnas on erinevaid ööklubisid kõige rohkem, lai on ka muusikavalik, mida seal mängitakse. Suurimate klubidena võib Tallinnas välja tuua Hollywoodi, kus mängitakse valdavalt raadiost kuuluvat tantsumuusikat (sealhulgas *hip-hop*'i, *house* i), Terrariumi, mis keskendub samuti raadiomuusikale ja lisaks ka 90ndate muusikale (raadiomuusika all mõistan lugusid, mis moodustavad valdava osa näiteks jaamade Sky Plus, Uno ja Energy FM, repertuaaris).

Hollywoodile ja Terrariumile sarnaneb ka Parlament. Eraldi väärib välja toomist kindlasti Bonbon, mida peetakse tihti eliidi kooskäimise kohaks. Sealt võib leida tuntuid inimesi ja kalleid peopileteid. Mõningal määral sarnaneb Bonbonile Privé, kus on eriti range “näokontroll” (sisse saavad inimesed, keda ukse peal olev isik arvab sinna sobivat) ning hästi arendatud *community* külg (klubi liikmepääsete omajatele palju soodustusi). Sarnaselt Privéle, rõhub ka klubi Moskva väikestele ruumidele ja

seetõttu paratamatult valitud seltskonnale. Moskva plussiks on veel vaade Tallinna Vabaduse Väljakule. Viimatimainitud klubide muusikavalik on väga lai, ulatudes *house*´ist *drum and bass*´ini. Viimase kolme klubi puhul ei mängi muusikavalikus olulist rolli raadios mängitav tantsumuusika.

Tallinnas on oma koha leidnud ka arvukad geiklubid, mis rõhuvad eelarvamustevabale õhkkonnale. Nende hulka võib lugeda Angeli, Nightmani ja Chillouti. Esile väärivad toomist veel klubid, kus eelnevatest erinevalt leiab eest ka *rock*muusikat, mis tingib mõningal määral erineva külastajaskonna – Von Krahl, Levist Väljas ja Rock Cafe.

Tartus on klubide eristamine kõige lihtsam muusika põhjal, mida seal mängitakse. Selle järgi saab eraldi välja tuua klubid Tallinn ja Galerii, kus leidub *drum and bass*´i, *electro* ja *breakbeat*´i pidusid ühes *house*´iga. Neist erinevad Atlantis, Pattaya, XS, kust leidub valdavalt populaarseid raadiohitte.

Kindlasti ei ole see nimekiri lõplik ja ammendav. Selle eesmärgiks on mingisuguse pildi loomine inimesele, kes klubimaailmaga kursis ei ole.

Erinevate muusikastiilidega käivad kaasas subkultuurid. Oma töös käsitlen ma subkultuuri kui: “...üldise kultuuri variatsiooni, mis võimaldab ühiskonna alagrupi liikmetel elada ühiskonnas domineeriva grupi liikmetest erinevates tingimustes” (Hess *et al* 2000: 46). Subkultuurid tekivad olukorras, kus ühiskonna liikmete võimalused kultuuri tarbida on erinevad. Mida keerulisem ja mitmekülgsem on ühiskond, seda tõenäolisem on subkultuuride esinemine (Hess *et al* 2000). Autorid väidavad, et subkultuur võimaldab luua solidaarsustunnet grupi sees ning kaitsta seda võõraste sissetungi eest: “Ühiskonna alagrupid kaitsevad end ühiskonna mõjude eest grupile piire luues ja neid tugevdades. Selline on ka spetsiaalsete keelte, žargoonide funktsioon.”( Hess *et al* 2000: 47). Üheks solidaarsustunde tekkimise aluseks võib olla ka ühine muusikamaitse. Seda, et muusika seob, võib järeldada ka Allaste (2005) klubikultuuri alasest uurimustööst, kus intervjueeritavad eristasid ennast selgelt teistsugust muusikat kuulavatest inimestest. Allaste sõnul on klubikultuuri puhul: “...muusikaline maitse määravaimaks karakteristikuks inimeste hindamisel. Muusikaline maitse on peamine kriteerium, mille järgi klubilised ja reivilised ennast ja teisi hindavad.” (Allaste 2005). Kuulatava muusikaga käivad kaasas klubid, kus soovitavat muusikat valdavalt mängitakse. Nii muusika kui klubid loovad põhja, mille alusel ennast teistest eristada. Seetõttu keskendub teoreetiline osa ka stereotüüpidele, enese identifitseerimisele ja sotsiaalsele kategoriseerimisele.

Aluse klubisid eristada annab ka kaasaegne turundus, mis vaatleb inimesi heterogeensete gruppidega. Selleks, et olla edukas, tuleb keskenduda mingile konkreetsele segmendile, mitte püüda müüa ennast igale inimesele. Suunates oma pingutused homogeensele grupile on võimalused edu saavutada suuremad. Siit võibki järeldada, et samamoodi eksisteerib erinevaid klubisid, mis on suunatud teatud maitse ja muusikaeelistusega indiviididele. Üheks võimaluseks inimesi homogeensesse gruppi sorteerida on kasutada elustiili (mida inimesed väärtustavad ja hindavad oma elus), mis annab võimaluse eristuda teistest meelelahutusasutustest (Vyncke 2002). Klubid peavad siinkohal valikuid tegema alates sisekujundusest ja lõpetades muusikaga. Klubi peab suutma sel juhul olla osa sihtgrupi elustiilist.

Allaste eristab oma uurimistöös alternatiivse muusikaga klubisid ning "diskoklubisid" (kus mängitakse ka alternatiivmuusika kommertslikku varianti), esimeses neist käivad tõsised muusikahuvilised ning asjatundjad ja teises pigem tavalised inimesed, kellele nn "alternatiivmuusika kuulajad" vastanduvad (Allaste 2005). Aastal 2005 on selliste võrdluste tegemine raskendatud. Möödunud seitsme aasta jooksul on tolaegne alternatiivmuusika jõudnud mingil viisil paljude klubide muusikalisse menüüsse. Heaks näiteks on Decolte (mis Allaste töös paigutub diskoklubide hulka), kus esinevad sarnaselt alternatiivsema suunitlusega klubidele (nagu näiteks Privé) suured tähed alternatiivmuusika vallas. Selle põhjuseid võib otsida alternatiivmuusika laialdasest levikust noorte hulgas. Viimaste aastatega on üha rohkem inimesi hakanud hindama näiteks *drum and bass* 1. See on ka põhjuseks, miks paljud suured klubid (Decolte, Terrarium) on võtnud selle oma muusikavalikusse.

Selles mõttes võib pidada tõseks Allaste (2005) ennustust alternatiivsema klubikultuuri ja massiklubide sulandumisest. "Enamuse küsitletute arvates on viimasel aastal tunda liikumise aktiivsuse ja kvaliteedi langust. Kuigi 1995. aastal oli laine, mil paljud tulid uue asjaga kaasa, oli Eno sõnul tegemist alguses teadmatusega, pärast esimest eufooriat selekteerus välja kindel publik, kes selliseid üritusi külastasid. Tema arvates olid need kõik alternatiivse hoiakuga noored. Viimasel aastal on aga selliste ürituste populaarsus tõusnud ka *mainstream*'i seas, kes nüüd külastavad selliseid üritusi mitte teadmatusest, nagu 1995. aastal, vaid sellepärast, et see on muutunud trendiks, moeasjaks." (Allaste 2005)

Kindlasti ei tähenda see "diskoklubide" muutumist alternatiivmuusikaga klubideks. Pigem loob see olukorra, kus mingil õhtul mängitava muusika alusel on raske eristada ühte klubi teisest. Mingisuguse aluse pakub pigem alternatiivse

muusika ja raadiost tuleva populaarse muusika osakaal muusikalises repertuaaris. Selles suhtes võib näha selgeid erinevusi nõ *mainstream* klubide ja alternatiivsema muusikaga klubide vahel. Kindlasti on suures plaanis erinev ka seltskond, kes seal käib.

Oma seltskonna eristamine, kas mineviku diskodest või praegustest kommertslikest diskoklubidest, toimub eelkõige erineva seksuaalkäitumise järgi. Enamus intervjueeritavatest rõhutab, et mujal käiakse “lantimas” ja ennast näitamas, mis olevat peamine põhjus välja tulemiseks. (Allaste 2005)

Allaste järgi võib jaotada klubid seega kaheks: muusikale ja suhete loomisele orienteerituteks. Ühte minnakse midagi kuulama ja tuttavatega juttu rääkima ning teise uusi tutvusi looma ning nõ “lantima”. Esimest neist kirjeldab ta oma artiklis (Allaste 2001) järgmiselt: “Klubikultuur on maitsekultuur. Ühise muusika armastus loob pinna suhtluse tekkimiseks ja toob kokku sarnased inimesed, kes tihti jagavad samu seisukohti ka riietuse, meigi, soengute, tantsimise ja käitumise suhtes. Või õigem oleks vist öelda, et muusika järgi ühendunud seltskond loob ühistööna trende eelpool mainitud näitajate järgimiseks, võtab ühtse seisukoha ka imagot ja suhtlemist puudutavates küsimustes ja loob normid, nende järgimiseks.”.

Seda, kui võrd tänapäeval on võimalik nii kindlalt eristada klubisid diskoklubidest, on raske öelda. Kahese eristuse asemel pakuksin välja mitmetasandilisema eristuse: muusikale, suhete loomisele ja mõlemale neist orienteerunud klubid. Allaste poolt välja toodud muusikale orienteeritud klubisid, kus tähtsaim on muusika kuulamine ja sõpradega suhtlemine, on kahtlemata praegugi (nt Võitlev Sõna), samuti leiab *mainstream* klubisid, kus paljud on keskendunud “lantimisele” (nt Hollywood). Lisaks neile on meelelahutuskohti, kus esinevad mõlemad elemendid lahjendatud kujul. On inimesi, kes tulid muusika pärast, kuid samas ei välista uue tutvuse sõlmimist. Sellise näitena sobib klubi Tallinn, mida külastav seltskond on suhteliselt kirju.

Erinev muusikamaitse ja klubi, kus tihti viibitakse, pakub noortele võimaluse eneseesitluseks ja teiste käitumise tõlgendamiseks. Klubimaailma põhjal on tekkinud ka suur hulk stereotüüpe, mis võimaldavad maailma inimese ümber kategoriseerida ja raamistada.



## 1.2 Stereotüübid, eneseidentifikatsioon ja sotsiaalne kategoriseerimine

Stereotüüpi mõistetakse tänapäeval kui hinnangut, mis põhineb ükskõik millisel grupikuuluvusel (Jandt 2001). Mõistena on ta käibel olnud juba üle 80-ne aasta, esimesena mainis seda ajakirjanik W. Lippmann aastal 1922. Tõllal oli selle tähendus oluliselt kitsam, viidates pigem etnilisele grupikuuluvusele (Jandt 2001).

R. Dyer kirjeldab oma raamatus "A Matter of Images"(1993) stereotüüpide kolme funktsiooni järgmiselt:

1. *Korrastamise protsess*. Stereotüübid korrastavad meie reaalsuse kergesti arusaadavasse vormi, mis on ühiskonna mõistmise seisukohalt väga oluline. Hoolimata sellest, et stereotüübid ei pruugi alati paika pidada, ei tähenda see, et nad oleksid valed. Näiteks sattudes esimest korda mõnda tundmatusse ööklubisse võib kiiresti teha muusika, inimeste käitumise ja riietuse põhjal järeldusi, kas tulnud isikul võib seal lõbus olla või mitte.
2. *Viitamine*. Kuna stereotüüpide puhul on tegemist lihtsustustega, toimivad nad viidetena tähendusele. Kuigi stereotüüp ise ei pruugi olla väga informatiivne, võib teabe hulk, millele ta viitab, luua meile korraliku detailse pildi. Näiteks püüdes seletada sõpradele oma viimast klubikogemust, võib stereotüüpe kasutades anda väheste sõnadega ülevaate sealsest küllastajaskonnast ja muusikast.
3. *Maailmale vihjamine*. Stereotüübid pärinevad reaalsest maailmast ning on sotsiaalselt konstrueeritud. Kõige tihedamini kasutavad neid inimesed vihjates indiviididele, keda nad ei tea. Üheks nende ülesandeks võib pidada ka võimuhete naturaliseerimist, nad kannavad endast domineerivat ideoloogiat. Näiteks sageli stereotüüpiseeritakse naisi allaheitlikena meeste suhtes, millega sisuliselt ka legitimeeritakse nende alam positsioon. Klubis võivad näiteks tihedad klubiküllastajad suhtuda eelarvamusega inimesesse, keda ei ole seal kunagi enne nähtud ning kelle riietus on teistest arvestatavalt erinev (Dyer, Lacey 1998, kaudu).

Kui kanda need samad punktid üle klubimaailma, siis võib stereotüüpe pidada lihtsaks viisiks, kuidas sorteerida enda jaoks inimesi, teha järeldusi ja panna paika

oma käitumine. Stereotüpiseerimine võimaldab lihtsustatud korras orienteeruda kirjus klubimaailmas.

Stereotüübid ei pruugi alati sisaldada endas negatiivset hinnangut. Mitmed inimesed kasutavad positiivseid stereotüüpe, mis võivad baseeruda näiteks professionaalsel grupikuuluvusel, näiteks peetakse arste intelligentseteks ja tarkadeks (Jandt 2001: 73). Seega võib stereotüpiseerimine olla ka tõukavaks jõuks kellegagi kontakti loomisel. Inimene tundub väliste märkide järgi meeldiv, mis lisab julgust suhtlemiseks. Teisest küljest võivad stereotüübid osutada jällegi pidurdavaks faktoriks ja luua põhjendamatuid eelarvamusi.

Jandt (2001) toob välja neli põhjust, miks stereotüübid on kahjulikud.

1. Stereotüübid panevad meid uskuma, et laialt levinud arvamus on tõsi ning nende laialdane kasutamine ainult tugevdab seda arvamust.
2. Stereotüüpne lähenemine mingile grupile tähendab seda, et kõigile liikmetele lähenetakse sarnase eelarvamusega. Näiteks kui gruppi tajutakse ebaausana, ei tähenda see veel, et iga liiga selles oleks petis või ebausaldusväärne.
3. Stereotüüpne lähenemine kellelegi võib esile tuua ka vastava käitumise. Psühholoogid Steele ja Aronson (1995) tõestasid oma uuringuga, et negatiivne stereotüüpne lähenemine kellelegi võib viia inimese segadusse ja muuta tema käitumist.
4. Stereotüübid mõjutavad kellegi käitumise tõlgendamist. Näiteks nähes mõnd meie arvates ebaausa grupi liiget võtmas autost kotti, võime pidada seda varguseks.

Kaljulaid (2003) toob oma bakalaureuse töös välja Lehtoni (1998) mõtted, mis seovad stereotüübi enese ja teiste identiteedi tunnetamisega. Enese kohta käivaid stereotüüpe võib nimetada autostereotüüpideks, mis muuhulgas hõlmab mingi grupi liikmeks olemist ning avalikku enesekuvandit, teiste inimeste kohta käivaid stereotüüpe nimetab ta heterostereotüüpideks. Lehtoni (1998) järgi on Kaljulaid (2003) sõnul stereotüübid väga visad muutuma, kuna inimene on vastuvõtlikum pigem informatsioonile, mis tema arvamusi ja veendumusi kinnitavad. Lisaks peaks inimene heterostereotüüpide ümber kujundamise korral ümber vaatama ka autostereotüübid. Inimesel on teistest kindel ettekujutus ning selle muutmine ei ole

niivõrd soovitud, kuna teadmist teistest on vaja teadmaks, kes ma ise olen (Verbunt, Kaljulaid 2003, kaudu).

Antud kirjanduse põhjal võib järeldada, et stereotüübid ei pruugi olla valed, kuid võivad ometigi omada kahjulikku efekti, kuna panevad meid uskuma, et laialt levinud arvamus vastab tegelikkusele. Stereotüübid seovad mõnes mõttes meie silmad, laskmata vaadata teist indiviidi lihtsalt isikuna ja omistades talle omadusi, mis ei pruugi paika pidada. Ühest küljest tuuakse stereotüüpse lähenemisega esile ka stereotüüpne käitumine, mis ainult kinnitab eelnevaid oletusi ning seeläbi ka stereotüüpi ja tunnustab sellist käitumist. Teisalt on neist loobumine jälle raskendatud, kuna nad aitavad inimesel mõtestada lahti ümbritsevat maailma, asetada sinna ennast ja teisi. Suurte muutuste sisse viimine tähendaks ka enese võimalikku ümber hindamist.

Selles valguses võib stereotüüpe pidada ka üheks eneseidentifikatsiooni vahendiks, mis aitab indiviidil ennast positsioneerida keskkonnas. Sarnaseid võimalusi pakub ka sotsiaalne kategoriseerimine, mida võib Tajfeli ja Turneri (2004) järgi vaadelda kui tunnetuslikku vahendit, mis jaotab, klassifitseerib ja korrastab sotsiaalset keskkonda ja seeläbi võimaldab indiviididel ette võtta sotsiaalseid tegevusi. Indiviidid mitte lihtsalt ei süstematiseeri sotsiaalset maailma, nad võimaldavad ühes sellega endale ka süsteemi enese võrdlemiseks, nad loovad ja defineerivad indiviidi koha ühiskonnas. Sotsiaalsed grupid pakuvad selles mõttes liikmetele sotsiaalses vallas eneseidentifikatsiooni. Need identifikatsioonid on suurel määral võrdlevad, nad defineerivad indiviidi sarnasena millelegi või erinevana millestki, paremana või halvemana kui mõne teise grupi liikmed. Individuaalne enesepilt tuleneb sotsiaalsetest kategooriatest, kuhu ta tunneb ennast kuuluvat.

Klubid pakuvad selleks oma kirju seltskonnaga suurepärasest võimalust. Ühes klubide ja muusikaga käib kaasas kindel seltskond (sageli stereotüüpne lähenemine). Erinevad klubikülastajad tunnevad seotust sarnase muusika ja klubieelistusega inimestega. See tugev side saab tekkida tänu võimalusele vastandada ennast ja "meie" gruppi asjakohasele välisgrupile, milleks antud juhul võib pidada teistsuguse repertuaariga klubi ja sealseid külastajaid.

Seega ongi Tajfeli ja Turneri põhiliseks hüpoteesiks järgnev: surve hinnata oma gruppi positiivselt läbi sise-välisgrupi võrdluse, viib sotsiaalsete gruppide poolsele püüdele eristada ennast üksteisest (Tajfel & Turner 2004).

Sarnaseid põhimõtteid toob välja ka Kjeldgaard (2003), kes tegeles noorte ja nende elustiilide uurimisega. Enese kirjeldamisel kasutatakse sageli võrdlusgruppe. Räägitakse neist, kellega ennast ei samastata, selle asemel, et alustada endast. Läbi eristamise saab inimesele selgeks, kes ta on ja kuhu ta kuulub.

Solomoni *et al* (2002) sõnul elavad inimesed keskkonnas, kus situatsioonidele ja objektidele omistatud tähendused sõltuvad erinevate sümbolite interpreteerimisest, seeläbi luuakse jagatud tähendusi. Indiviid mõtestab lahti oma identiteedi ning kordab seda tegevust pidevalt sattudes uutesse olukordadesse ja kohates uusi inimesi. Siin on tähtis roll teistel, indiviidi ümbritsevatel isikutel, kes tema suhtes mingi seisukoha võtavad (Solomon *et al* 2002).

Kjeldgaardi (2003) töö toob hästi esile viisi, kuidas noored liigitavad ennast läbi subkultuuri, kus eriti tähtsad on riietus ja muusika. Selle läbi konstrueerib indiviid oma stiili. Väidan, et üheks võimaluseks seda demonstreerida ja näiteks “meie” grupi tunnustust leida, on käia klubides, kus mängitakse eelistatud muusikat ning kus viibivad sarnase stiiliga inimesed.

Läbi klubi, kus tihti käiakse, identifitseeritakse ennast kui osa sealsest ringkonnast. Turneri poolt on välja pakutud “psühholoogilise grupi” olemasolu, mida ta defineerib järgmiselt: “Hulk inimesi, kes jagavad sarnast sotsiaalset identiteeti või defineerivad ennast sarnasesse sotsiaalsesse kategooriasse kuuluvana” (Turner, Ashforth & Mael 2004, kaudu). Psühholoogilise grupi liige ei pea olema seotud teiste grupi liikmetega ning ei pea tingimata sarnaselt käituma, olema teiste liikmete poolt hinnatud või aktsepteeritud. See on lihtsalt tema tunnetus. Indiviid usub grupi psühholoogilist reaalsust olenemata tema suhetest teiste grupiliikmetega (Turner, Ashforth & Mael 2004, kaudu). Lähtuvalt teooriast, käsitlen oma uuringus ööklubi koos sinna juurde kuuluvate inimestega kui psühholoogilist gruppi. Sidudes ennast läbi tiheda külastamise mõne ööklubiga, paigutatakse ennast ühtlasi ka vastavasse sotsiaalsesse kategooriasse, mis toob endaga kaasa ka vastandumise teatud teiste kategooriatega, et säilitada positiivne enesepilt.

See kõik ei tähenda aga, et indiviid peaks ennast kindlasti identifitseerima ainult läbi ühe klubi. “Indiviididel esineb mitmeid, lõdvalt seotud identiteete ja loomulikke konflikte nende nõudmiste vahel ei lahendata tavaliselt kognitiivne identiteetide lõimimine, vaid nende korrastamine, eraldamine ja puhverdamine. Selline identiteetide eraldamine loob võimaluse topeltstandarditeks, ilmseks silmakirjalikkuseks ning selektiivseks unustamiseks.” (Ashforth & Mael 2004).

Näiteks ei ole midagi harukordset selles, kui mingi konkreetse muusikastiili ja klubi austaja läheb uute tuttavatega klubisse, millele tema “meie” grupp ennast vastandab. Sellised käitumisviisid vaikitakse maha või ei võeta seda sõprade ringis lihtsalt tõsiselt. Samas teisi klubisid külastades tuntakse ennast siiski vabalt ning lastakse mõningatest põhimõtetest ja käitumismustritest lahti. Eeldan, et ühel inimesel võib olla mitu muusika ja klubiga seotud “mina”, mis võimaldavad tal edukalt sulanduda erinevatesse seltskondadesse.

### **1.3 Ööklubid noorte elulaadis – varasemad uuringud**

Uuringu “Mina. Maailm. Meedia” (2004) andmetel, käib Eesti täiskasvanud elanikest klubides, diskodel ja reividel sageli, regulaarselt 10%, mõnikord, vahetevahel 16% ja väga harva 20%. 15-19 aastaste seas on sagedasi külastajaid 36% ja 20-29 aastaste seas 19%. Klubides käimine iseloomustab erinevaid elulaadi tüüpe (Nigul 2004): “mitmekülgselt aktiivne-”, “hasartne-meelelahutuslik-” ja “uue meedia, seltsielu keskne elulaad”. Nende kolme hulka loeti kuuluvaks veidi alla kolmandiku elanikkonnast ning valdavalt on nendeks noored inimesed, 20-29 aastased. Mitmekülgselt aktiivsele elulaadile on omane optimistlik eluhoiak ja usk, et elu läheb paremaks, olulisimaks väärtusorientatsiooniks on enesekehtestamine ning isiksuslik ning sotsiaalne tasakaal. Samuti on nad keskmisest eestlasest jõukamad. Hasartne, meelelahutuslik elulaad kuulub inimeste juurde, kes armastavad pidusid ja seltskonda, olulisteks väärtusorientatsioonideks on enesekehtestamine, materiaalne kindlustatus ja heaolu. Sarnaselt eelmisele grupile, usuvad ka nemad, et elu läheb paremaks (umbes pooled sinna gruppi kuuluvatest inimestest). Ka sellel tüübil on sissetulekud keskmisest kõrgemad. Viimane klubidega tihedamalt seotud elulaadi tüüp oli uue meedia, seltsielu keskne. Seda võib pidada kõige kaasaegsemaks elulaadiks, tähtsal kohal on seltsielu ja meelelahutus klubide ja pidude näol. Sarnaselt eelmistele iseloomustab ka antud tüüpi pigem optimistlik eluhoiak ja suhteliselt suurem jõukus (Nigul 2004).

Selle põhjal võib öelda, et klubides käimine kuulub eelkõige positiivse ellusuhtumisega ja keskmisest jõukamate inimeste elulaadi juurde. Valdavateks väärtusorientatsioonideks on enesekehtestamine ja mingil määral ka materiaalne kindlustatus ja heaolu ning isiksuslik ja sotsiaalne tasakaal (Nigul 2004).

Minu ja Maarika Kirikmäe tehtud seminaritöös (2005) tuli esile, et klubi valikul on olulisteks kriteeriumiteks muusika kõrval klientuur (eelkõige mingi klubi välistamisel). Klubieelistust võib pidada näitajaks, mille põhjal võib inimese kohta teha teatavaid järeldusi. Stereotüüpide kasutamine klubimaailmast rääkimisel oli levinud nii intervjueritute kui ka nende tuttavate hulgas. Kui palusime respondentidel grupeerida erinevaid klubisid, mis ei valmistanud ühelegi inimesele suuremaid raskusi. See räägib selgelt, et klubidel on küllastajate silmis mingi kindel imago, millest lähtutakse, kui on vaja võtta seisukoht antud meelelahutusasutuse suhtes. Kusjuures takistuseks ei ole siinkohal asjaolu, et konkreetses klubis ei olda kunagi käinud.

Minu ja Maarika Kirikmäe (2005) seminaritöös jäid mitmed küsimused lahtiseks. Meie arvates tuleks selle töö põhjal tulevikus pöörata tähelepanu ööklubi rollile sotsiaalsete suhete mõjutajana, stereotüüpidele, mis klubidega kaasa käivad ning sõprade mõjule klubivalikul. Nendest ideedest olen lähtunud oma uurimistöo uurimisprobleemi ja uurimisküsimuste püstitamisel. Eelkõige keskendun kahele esimesele mõttele, mis puudutasid ööklubi rolli sotsiaalsete suhete mõjutajana ja stereotüüpidele, mis seoses klubimaailmaga esile kerkivad.

## 2. Uurimisprobleem ja uurimisküsimused

Käesolevas töös keskendun ööklubide rollile noorte jaoks sotsiaalsete suhete (taas)loojana ning sellele, kuidas võib ööklubisid pidada noorte eneseidentifitseerimise vahenditeks.

Uuringu (teooriast ja seminaritööst väljakasvanud) eelduseks on, et klubielistuste ja tarbimisharjumuste kujunemisel mängib olulist rolli selle küllastajaskond. Uuringu eesmärgiks on leida, kuidas tugevad märgid on ööklubid (noorte) linnakultuuris – teiste inimeste olemuse ja elustiili tõlgenduses ning eneserepresentatsioonis. Põhiküsimused on:

1. Kuidas kasutatakse klubi stereotüüpe teiste (käitumise) tõlgendamisel?
2. Kuidas kasutatakse klubi kui märki eneserepresentatsioonis?

Töös on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

1. Kuidas on olulised on klubid suhete loomise kohana?
2. Milline on klubi roll sotsiaalsete suhete taasloojana?
3. Kuidas kasutatakse klubimaailma kirjeldamisel ning sellest rääkimisel stereotüüpe? Millised on enim levinud stereotüübid?
4. Kuidas võib klubi pidada klubiküllastaja identiteedi loojaks?

Uurimisprobleemis kirjeldatud välja toodud sotsiaalsete suhete all mõistan ma inimestevahelisi suhteid.

Suhete loomine tähendab selle töö kontekstis kontakti loomist teise inimesega, mis kestab rohkem kui ühe õhtu.

Viimases uurimisküsimuses mõistan klubiküllastaja identiteedi loomise all käitumist, kus indiviid eristab ennast teistest inimestest klubimaailma põhjal loodud raamistikku kasutades. Siinkohal mängivad suurt rolli enese vastandamine asjakohastele “teistele” ning stereotüüpiseerimine, mis kõik aitavad ennast sotsiaalses reaalsuses positsioneerida.

### 3. Metoodika

Materjali kogumiseks kasutan semi-struktureeritud intervjuusid, mis on süvaintervjuu üks vorme. See meetod jätab indiviidil vastamiseks rohkem ruumi kui näiteks standardiseeritud küsitlus. Seeläbi on võimalik koguda vahetumat teavet inimese suhtumise, motivatsiooni ja arusaamade kohta (Kiddler & Judd 1986). Samad autorid (1986) toovad välja antud meetodi sobivuse uute uurimisvaldkondade avastamisel, milleks klubimaailma kahtlemata võib pidada. Semi-struktureeritud intervjuu sobib keskendumaks respondendi kogemusele, seades siiski mingisuguse fookuse, mis ei lase teemal laiali valguda.

Otsustasin kirjeldatud meetodi kasuks, kuna tähtis on inimeste võimalikult vaba vastamine ja oma arvamuse ja eelneva kogemuse välja toomine. Liiga kindlate raamide seadmine intervjuueeritavatele võib jätta mind ilma olulisest infost, mis võib aidata avada uurimisprobleemide tagamaid. Samuti on tegemist suhteliselt intiimse teemaga ja ma vajasin inimeste harjumustest ja tõekspidamistest kohati detailset kirjeldust. Parima tulemuse saavutamiseks valisin intervjuueerimise kohaks respondentile sobiva paiga ja aja.

Süvaintervjuu küsimused olid jaotatud sisuliselt viide alagruppi:

- Esimene ja teine blokk sisaldasid “soojendavaid” küsimusi, mille eesmärgiks oli saada respondent rääkima ning võimaluse korral täiendada vastustega järgnevaid küsimusi.
- Kolmas osa keskendus valdavalt suhete loomisele klubis.
- Neljas osa keskendus välimusele ja sellele, mida inimene klubist otsib.
- Viies blokk pöörab tähelepanu klubis eelkõige vanemate tuttavate-sõpradega suhtlemisele.
- Viimane osa küsimustikust võtab vaatluse alla stereotüübid klubimaailmas.

Intervjuu küsimuste korrigeerimiseks viisin läbi prooviintervjuu. Selle tulemusel parandasin küsimustikku, kaotades kolm küsimust ning lisades ühe.

Andmete kogumiseks intervjuueerisin 13-t noort inimest (tudengit) vanuses 20-23, kellest 5 olid mehed ja 8 naised. Respondentide valimisel lähtusin nõudest, et ta pidi viimase kuue kuu jooksul olnud vähemalt kuus korda ööklubis käinud. Vastajaid leidsin tutvuste kaudu. Samas tuleb ära märkida, et kõik küsimustikule vastanud ei ole



omavahel tuttavad e tegemist ei ole nõ koos pidutsemas käiva seltskonnaga. Samas ühendab respondente huvi alternatiivse muusika vastu, mis tähendab, et sageli raadios mängitavad palad ei kuulu nende eelistuste hulka.

Intervjueeritavatest parema pildi andmiseks koostas järgneva tabeli. Kõik nimed on asendatud pseudonüümidega.

### **Respondentide andmed**

<b>Nimi</b>	<b>Sugu</b>	<b>Vanus</b>	<b>Tegevus, eriala</b>	<b>Intervjuu pikkus</b>	<b>Intervjueerimise koht</b>
Anneli	N	21	Tudeng, majandus	40 min	Respondendi kodu
Anna	N	22	Tudeng, geenitehnoloogia	35 min	Kohvik "Maailm"
Mati	M	21	Tudeng, ajakirjandus ja suhtekorraldus	32 min	Toomemägi
Siiri	N	21	Tudeng, ajakirjandus ja suhtekorraldus	22 min	Toomemägi
Kristi	N	21	Tudeng, reklaam ja meedia	25 min	Respondendi kodu
Uku	M	22	Tudeng, ajakirjandus ja suhtekorraldus	53 min	Pubi "Zum Zum"
Saara	N	20	Tudeng, ajakirjandus ja suhtekorraldus	45 min	Respondendi kodu
Mailiis	N	21	Tudeng, rahvusvahelised suhted/Euroopa õpingud	22 min	Tartu Ülikooli peamaja (Ülikooli 18)

Mari	N	22	Tudeng, psühholoogia	32 min	Kohvik “Suudlevad Tudengid”
Voldemar	M	23	Tudeng, stomatoloogia	24 min	Intervjueeri- ja kodu
Susanna	N	20	Tudeng, küljendus ja trükiste kujundus	40 min	Respondendi kodu
Erki	M	21	Tudeng, ajakirjandus ja suhtekorraldus	33 min	Toomemägi
Tanel	M	23	Tudeng, geenitehnoloogia	38 min	Intervjueeri- ja kodu

Tehtud kvalitatiivsete intervjuude puhul kasutasin horisontaalanalüüsi ja keskendusin kõigile alaprobleemidele eraldi, vaadates paralleelselt erinevate respondentide vastuseid mind huvitavatele küsimustele.

Kodeerimise aluseks võtsin järgneva:

- Inimese klubi käitumine suhete loomisel e kas ta loob seal uusi tutvusi ja kohtub vanade tuttavate-sõpradega. Kui ta seda teeb, siis miks, mis räägib selle poolt ja vastu?
- Kui kõrgelt hindab respondent klubi käimist, kaua võtab aega riietumine, kui oluline on, kellega koos sinna minnakse, kuhu minnakse?
- Kas klubi eelistuse puhul teeb vastaja järeldusi enda ja teiste inimese kohta. Kui, siis mille põhjal see toimub ja millisel määral see käitumist mõjutab?
- Milliseid stereotüüpe seoses klubimaailmaga välja tuuakse, kas nende kasutamist omistatakse vaid teistele või ka endale. Millel välja toodud stereotüübid põhinevad?
- Kas klubi eelistuse ja klubi käitumise põhjal vastandatakse ennast mõnele teisele inimeste grupile ja kui, siis millisel määral?

## 4. Tulemused

Kaldkirjas esitatud tekst tähistab klubikülastajate tsitaate ning paksus kirjas olevad sõnad, on minu rõhuasetus analüüsi alateemaga sobivate fraaside selgemaks eristamiseks.

### 4.1 Ööklubid suhete loomise kohana

Intervjueeritavate arvamused jagunesid kahte leeri, ühed arvasid, et ööklubi on ja peakski olema uute tutvuste loomise koht ning teine grupp ei pidanud seda klubi juures nii tähtsaks. Võimalust, et mõni uus tuttav leitakse ei välistanud ükski vastanu, isegi, kui selle eesmärgiga otseselt klubisse ei minda, tundub suur osa inimestest alati tutvumiseks valmis olevat.

Mõne tutvuse on loonud 13-st vastanud inimestest 10 ning 11 teab kedagi teist, kes on seda teinud. 10 inimest arvas, et tutvuste loomine klubis on nende sõprusringkonnas aktsepteeritud tegevus. Seega võib öelda, et vastanutest valdav enamus on ise tutvusi loonud, teab teisi seda teinud olevat ning on arvamusel, et selline käitumine on sõprade hulgas normaalne.

Järgnevalt keskendun detailidele, mis intervjuudest välja tulid – sellele, mida vastanud pidasid tutvumise seisukohalt oluliseks.

Suhtlemine ööklubis on pealiskaudne, mistõttu sinna endale kaaslast otsima minna ei ole mõtet või siis ei maksa sellest midagi erilist oodata. Sageli on inimesed öistes meelelahutusasutustes alkoholi mõju all ning ei suuda rääkida kõige adekvaatsemat juttu. See aga ei tähenda, et klubis loodud tutvused leiaksid välist hukkamõistu teiste inimeste silmis. Kui sellise tutvuse väärtuses kaheldakse, siis tehakse seda pigem sisimas.

*Kahjuks kindlasti see, et see tundub **hästi pealiskaudne**, et **kõik olid nii purjus ja rääkisid mingit plärajuttu** või siis mees-naine suhtluses, et mees tahtis külge lüüa või mida iganes, selline **hästi labane mõõde on alati selle klubis tutvumise juures**, et tuli mingi tüüp, hakkas külge lööma või siis vastupidi, tuli mingi eit ja vajus kaela ...*

(Mati)

See on **pealiskaudselt** ju, et keegi ei soosi seda, klubitutvus, see ei ole ju mingi tutvus, aga ma usun, et kui ma **tooksin seltskonda mingi inimese**, kelle kohta ma ütlen, et ma **sain temaga kokku seal ja seal klubis**, siis keegi ei paneks pahaks, et see on igati normaalne koht, kus inimestega kokku saada, et see on sama hea kui ükskõik mis muu, **ainult et sisimas mõeldakse, et see pealiskaudsus, et see ei ole ikka see päris tutvus ja päris sõprus**, mis sealt klubist tuleb.

(Uku)

Teisest küljest võib seda sama pealiskaudsust ka klubis tutvuse loomise juures nii miinuseks kui ka plussiks pidada. Vahel inimene otsibki vabadust ja kerget jututeemat suhtlusest.

Selles mõttes, et **mõnikord on vaja sellist vaba olemist, sellise kerge jutuga ja klubis on väga hea seda joont ajada** ja mis veel võiks kasuks olla klubis tutvuse loomisel ... aaa, võib-olla see, et sa leiad inimestega kergesti ühiseid teemasid, muusika näol näiteks, tuttavate näol.

(Anna)

Tähtsaks peeti ka kohta ning tingimusi, mida see ette seab. Positiivsemana vaadati väiksemaid kohti, kus on rahvas tihedamini koos. See tekitab enam intiimsemat tunnet, mis aitab teise inimese tundmaõppimisele kaasa. Mida suurem meelelahutusasutus, seda raskem on suhelda ning ka inimesed käituvad kohati teisiti. Kasuks tuleb ka vaiksem muusika, mis võimaldab partnerit kuulata. Suuremates klubides on distants inimeste vahel nii füüsiliselt kui ka psüühiliselt suurem. Anna kirjeldab sellises kohas pidutsevaid inimesi kui palju klaasistunumaid ja kinnisemaid. Tähtis on, kuidas sa välja näed (“...minnakse kõpskingadega”), mitte niivõrd mugavus, mis kahtlemata jätab pitseri ka suhtlemisele. Inimesed on enam endasse sulgunud.

Näiteks sellistes klubides, kus on **vaikse muusikaga kohad**, kus saab vestelda ja võib-olla **väiksemad klubid** tekitavad natuke **rohkem intiimsemat tunnet**, kus inimesed on natuke rohkem koos üksteisega, et see ka võib-olla natuke sidustab seda suhtlemist.

*Noh, minu mingid klubiajad jäävad sinna Wimbledoniga aega ja sellest on hästi positiivsed mälestused ja Võitlev Sõna minu arust ka ajab suht taolist joont ... ja ma olen mujal Euroopas ka märganud sellist trendi, et sihukesed alternatiivmuusika kohad on väikesed, võib-olla see on selle soundiga ka seotud kuidagi, aga see tundub üldine tendents olema ... ja siis on **glamuursed stiilikohad, kuhu minnakse kõpskingadega** ja mis on sellised **suured ja klaasist** ning seal on ka **inimesed palju rohkem klaasistunud ja kinnisemad**.*

(Anna)

Siin tasub tähele panna, milliseid kujukaid metafoore kasutatakse suhete loomist piiravate tegurite kirjeldamisel. Sõna klaas seostub näiteks külmusega, kõpskingad edevusega, välimuse tähtsustamisega. Soosivaks ei saa lugeda glamuursed õhkkonda, mis tihtipeale muudab inimeste käitumist.

Klubis ei pruugi uus tuttav olla sugugi kõigile oma sõpradele võõras. Esineb ka olukordi, kus uus side tekib läbi endise tuttava. Sellega jääb ära võimalik probleem jutu alustamisel ning ühine tuttav töötab puhvri ning liitjana. Edaspidi on sel juhul palju lihtsam neil inimestel teineteisega kontakti luua.

*No **näen mõnda enda sõpra** ja tema on **koos enda sõbraga, keda ma ei tunne**, aga samas ta on hästi sotsiaalne inimene ja kes tahab väga suhelda ja siis me **satume näiteks kolmekesi jutuhoogu**, siis see inimene nagu jääb meelde ja **sa tunnend ta järgmine kord ära ja ütled tere, et üks nii need tutvused tulevadki** ja üks seda on ka, et keegi tuleb nagu juttu rääkima, aga siis ma lähen nagu ära, mulle nagu väga ei meeldi see, aga on ka olnud väikesed erijuhud.*

(Anneli)

Tutvuse sobitamisel võib vastuste põhjal oluliseks pidada ka seda, et tuntaks sarnasust kaaspidusejatega. Inimesed, kes klubis viibivad, on tihti mingil määral sarnaste vaadetega ning seetõttu on ka ühise keele leidmine lihtsam. Eelistatud on klubi, kus tihti käiakse ning sarnaste inimeste kohtamine on tõenäolisem. Sattudes teistsuguse subkultuuri esindajate kooskäimise kohta, ei tunta ennast enam kindlalt ja ühiseid teemasid, millest rääkida, jääb oluliselt vähemaks, seetõttu kahaneb ka võimalus, et minnakse kellegagi kontakti otsima või vastatakse kontakti otsimisele positiivselt.

*Jah, et see on samamoodi, et kui ma läheks Atlantisesse, siis kõik **need inimesed** ja **nende kultuurikeskkond** on mulle **täiesti vastuvõetamatu ja võõras**, et ma **ei oska nendega millestki rääkida**, kui ma tuttavaks saan, aga klubi Tallinnas on rohkem **kindla peale välja minek**, et kui ma peaks seal kellegagi suhtlema, kokku saama, rääkima.*

(Siiri)

*Klubi on halb, sellepärast, et seal ei saa inimestega rääkida, et see on halb eeldus suhete-tutvuste loomiseks ... klubi on hea, et ta **ühildab kahte inimest**, kes tähistavad sarnaselt oma vaba õhtut, et **näitab mingil määral seda mõtteviisi sarnasust**, et mida ma teeks täna õhtul, et läheks sinna...*

(Uku)

Lisaks pidas üks vastanu klubis võõraste inimestega rääkimise juures positiivseks küljeks keskkonna suhtelist turvalisust. Võrreldes pubide või baaridega on turvameeste osakaal teenindavas personalis suurem.

*No kasuks on selles suhtes, et kui sa oled klubis, mis sulle meeldib ja see inimene on ka seal, siis mingid maitset on sarnased teil ja muidugi õhkkond on vabam, et siin ei ole nii raske inimesel, kes on rohkem häbelikum, aga samas ei tea iial kes ta võib olla, mingi võõras ... aga samas, **kui on sihuke crowded koht, siis ei ole kunagi seda ohtu, et midagi võiks juhtuda.***

(Kristi)

Ära märgiti ka kontakti lõpetamise lihtsus, mis mingis muus keskkonnas oleks võib-olla keerulisem. Klubis seltskonna vahetamine on lihtsam ja üldiselt ei panda seda ka pahaks. Tavaliselt ei istuta ühe koha peal ning ringiliikumine on täiesti normaalne.

*Kasuks võib rääkida see, et see on hästi lihtne võimalus, et ei ole mingit kindlat kohta, kus sa pead istuma, et **kui inimene ei meeldi, siis on võimalik hästi ruttu ära minna** ja mingit vabandust leida, mis on nagu üsna süütu, et ma lähen*

*tantsima või oma sõprade juurde, aga kahjuks räägib see pinnapealne suhtlemine ja samas see, et sa ei või kunagi teada, kelle otsa sa satud.*

(Mari)

Samas mitte kõik respondendid ei hinnanud klubis tutvumist, heaks näiteks on Kristi, kes suhtus sellesse isegi kerge põlgusega. Võõraste inimestega rääkimine on mõttekas vaid juhul, kui eesmärgiks on leida kaaslane. Suhtlemiseks on eelistatud tuttavad inimesed.

*...et Enter kui teda võib klubiks nimetada, et tollel ajal ta oli, et seal jah, et ma üldiselt nagu klubis ei sobita tutvusi, **ikka on keegi nagu tuttava-tuttav** ja nii, aga võõraga nii ei hakka, **kui ma just ei otsi omale mingit hullu kaaslast.***

*Näiteks nagu Annaliisa, kes tutvubki võõraste inimestega ja Merit samamoodi näiteks, aga no oleneb inimesest, et kes kuidas, mina näiteks ei pea seda vajalikuks. **Mul ei ole vajadust mingite suvalistega või no võõraste inimestega hakata juttu rääkima.***

(Kristi)

Respondentide arvamused läksid lahku ka küsimuses, kas ööklubides sobitavad tutvusi pigem mehed või naised ning mis laadi suhteid sealt otsitakse. Leidus neid, kes arvasid, et pigem on aktiivsemaks pooleks naised kui neid, kes pidasid mehi tegusamateks.

***Ma arvan, et naised teevad seda rohkem, sest naised on vabamad suhtlejad kui mehed, pigem.***

(Anna)

***... eriti mehed, et mehed lähevad tihtipeale selle mõttega klubisse, et seal on ju nüikunii palju tibusid...***

(Uku)

Viimast väidet pidas samas üks vastanu stereotüüpseks arvamuseks meeste kohta, et tegelikult sõlmivad tutvusi mehed ja naised võrdselt. Nii naised kui mehed otsivad omale klubidest tutvusi ja tihtipeale ka sarnaste eesmärkidega.

*Ma ei tea ... ma arvan, et pigem mehed, aga samas ei saa nii öelda ka, **see on mingi stereotüüpne arvamus, et mehed tahavad leida ainult mingi booty ja siis kütta natuke üks õhtu ja siis jätta sinna paika, samas naised teevad samamoodi tänapäeval**, et ei saa öelda...*

(Kristi)

Mitme respondendi arvates erineb ka tutvuste laad, mida sealt otsitakse. Naised ja mehed loovad tutvusi erinevate eesmärkidega. Meeste jaoks on eelkõige oluline väljavaade seksuaalvahekorraks. Otsitakse üheks õhtuks naist, kellega öö veeta. Naised on pigem huvitatud millestki kauemkestvamast. Lisaks öisele seltskonnale loodetakse inimest ka hiljem näha.

Siinkohal tuleb rõhutada seksistlike stereotüüpide suhtelist tugevust naiste ja meeste käitumise tõlgendusraamina. Eriti meeste puhul kasutati väga sarnast lähenemismurka, mis kujutas nende eesmärke lühiajalisena ja omakasupüüdlikena. Samas esines ka erandeid ja neil juhtudel oli tegemist üldistele käitumismallidele vastandumisega (naised käituvad sama isekalt kui mehed).

***Seksi ikka**, mis ma ikka keerutama hakkam, seksi muidugi.*

*Ei, **naised tahavad leida lähedat meest, aga mehed tahavad leida seksi**, et rõhu vahe on lihtsalt, et naised tahavad ka seksi ja mehed lähedat naist, aga kumba nad eelkõige leida püüavad, vat selles on küsimus.*

(Uku)

*Ma ei tea tõesti ... tõesti ei tea ... sest ma olen viimasel ajal nii kummalisi asju pealt kuulnud või näinud, kus sa jälle mõtled, et aaaah, ma ei oleks üldse nii arvanud, jälle nagu liikkab ümber mingid arvamus, et **naised lähevad ka, et kuule, mis tööd sa teed ja kui rikas sa oled ja siis ma ei viitsi sinuga rääkida ...** et ma ei oska tõesti arvata. Võib-olla on see, et **mehed ja naised lähevad võrdselt otsima mingisuguseid tutvusi, aga võib-olla on erinevad eesmärgid nagu pikemas perspektiivis**, et naised ikka hellitavad lootust, et nad leiavad sealt mingi elu armastuse jne, aga mehed võib-olla mõtlevad vähem selle peale, et lihtsalt niisama...*

(Saara)



Ööklubides tutvuste loomine on respondentide arvates üldiselt aktsepteeritud tegevus ning suurem osa on ka ise omale mõne tuttava leidnud. Kuivõrd meeleldi seda tehakse sõltub sageli ümbritsevast keskkonnast, mis peaks seda soodustama. Kontakti otsivad klubides nii mehed kui naised, mingil määrale erinevad siiski eesmärgid, miks nad kellegagi suhtlema lähevad. Samas alati leidub erandeid.

## 4.2 Ööklubi roll sotsiaalsete suhete taasloojana

Minu ja Kirikmäe seminaritöös kirjutasime klubist kui kohast, kus nähakse vanu tuttavaid, keda muidu eriti ei kohta. Seda toodi välja ka põhjusena, miks üldse klubisse minnakse (Kirikmäe & Urb 2005). Käesolevas töös pööran sellele rohkem tähelepanu ning intervjuude põhjal võib öelda, et klubi on koht, kus vanu sõpru-tuttavaid näha. Sealne õhkkond on tutvuste värskendamiseks sobiv ja vanad suhted soojenevad kiiresti ülesse. Mõne inimese jaoks eksisteerivad inimesed, keda nad ainult klubis näevadki. Igasugune suhtlemine piirdub ainult klubiringkonnaga. Väljaspool seda kokku ei saada ja läbi ei käida.

*Ooo, on jah, et siis on muidugi see **vennastumine põhjas**, saja peal, et ohh, issand, sind pole aasta aega näinud, **et ongi mingi paar inimest, keda ma ainult klubis Tallinn näengi**, et kes ei õpi Tartus, on mingist teisest linnast ja siis tulevadki siia peole ja siis oh seda rõõmu ja pidu.*

(Mati)

*Palju, või no mitte nii palju vanu tuttavaid, vaid inimesi, keda ma olen **ainult klubis näinud** ja ma **muul ajal ei suhtlegi nendega kui ainult konkreetses klubis**, need on täpselt need klubituttavad, kelle hulgas on paar tuttavat, kellega ma saan klubis kokku ja räägingi pikemalt.*

(Saara)

Maarika jaoks pakuvad nad vaheldust inimestest, kellega sa pidevalt koos oled. Neid ei näe eriti tihti ning seetõttu ei ole neil võimalust sind tüütama hakata, nagu näiteks inimesed, kellega sa igapäevaselt kokku puutud. See võib ka olla üheks põhjuseks, miks oodatakse klubiõhtut.

*Jaa ... on olnud, et **ma mõtlen, et lähen täna klubisse ja ma näen seda inimest, et mul on juba hea meel, et saan temaga juttu rääkida**, et on küll nii, mingis mõttes on see ka **väga hea vaheldus mingile argipäeva seltskonnale**, kellega sa iga päev ninapidi koos oled ja õhtuni koos oled, sest **inimestest ju ka väsid**.*

(Saara)

Loodetud kohtumised olid mitme inimese puhul ka üheks ajendiks, miks klubisse minnakse. Teades vanade tuttavate harjumusi, on neid sealt keskkonnast lihtne üles leida. Klubid võivad olla ka tutvusringkonna tekkimise kohaks ning jäänud peale seda nõ keskpunktiks, kus kohtuda.

*Sest alati juhtub nii, et ... et kõik **mu tutvusringkond ongi nende klubide ümber koondunud** kuidagi, et nagu **algusest peale**, et tahes-tahtmata on nad seal...*

(Kristi)

Ühe põhjusena toodi välja ka elukoha muutmine, mis jättis paljud sõbrad teise linna. Sinna aeg-ajalt tagasi sattudes on just klubi see koht, kus uuesti kohtutakse. See punkt võib oluliseks kujuneda just tudengite puhul, kes sageli lähevad ülikooli kodulinnast eemale.

*No näiteks, et sellega ongi nii, et kui ma käin Tallinnas üle kolme nädala või kuu, siis **klubi ongi üks suhtlemise kohti, kus ma neid inimesi näen, keda ma ei ole kaua näinud**, et see on suhteliselt tähtis koht, kus ma näen oma tutvusringkonda kuuluvaid inimesi.*

(Siiri)

Osa vastanutest väitsid, et nad pööravad klubikeskkonnas oma vanadele tuttavatele-sõpradele, keda ei ole kaua näinud, rohkem tähelepanu kui näiteks tänaval kohtudes. Üheks tavaliseks põhjuseks oli asjaolu, et muul ajal on inimestel kiire ning kindlasti ollakse klubis oluliselt vabamas meeleolus. Klubid toovad inimeste mälus esile mälestused varasematest kohtumistest sarnases keskkonnas ja seda eriti nende puhul, keda ühendavaks lüliks olid just need öised meelelahutusasutused.

*Jaa-jaa ... ma enamasti olen need suhted vanade tuttavatega saanud nii kaugele just, et ükskõik, kas siis tüdrukutega või lihtsalt sõpradega kooliajast, et ma olen nende **tähelepanu võitnud just sellistes situatsioonides** kunagi varem, et võib-olla kokku me saime seetõttu, et me oleme samas klassis, aga see ei tähenda, et me suurteks sõpsideks saime, et just sellised olukorrad, **õhtused väljaskäimised, seltskonnas viibimised, et see on see, kus ma olen neile meelde jäänud** ja see on see, mis nüüd võib-olla ka mulle meelde tuleb, et kuidas sai ükskord selle ja selle tüdrukuga tantsitud ja siis oli hästi lõbus eksju, et jah, **ma pööran neile oluliselt rohkem tähelepanu kui kuskil tänava peal, sest tänaval on mul tihtipeale kuskile kiire** ja ma ei helista neile ja me ei saa kokku.*

(Uku)

Ööklubisid võib iseloomustada ka emotsionaalselt laetud õhkkonnaga. Seda võib põhjustada nii muusika, teised inimesed kui ka alkohol. Sel hetkel on inimene palju vastuvõtlikum, mis loob hea pinnase vana tuttava kohtamiseks. Siinkohal jääb sageli ära vaoshoitud käitumine, mida võib esineda tänaval kohtudes. Ööklubid kannavad endas vähem pingeid, mis inimesi muul ajal ahistavad. Vabadus koos nõrgemate piirangutega on see, mida sealt otsitakse ja seda leides, on ka suhtlemine lihtsam.

*No esiteks on juba see, et kui sa näed vanu tuttavaid, keda sa ei ole ammu näinud ja kõik on peo meeleolus, siis on loomulikult mingi aaaaa, sihuke **emotsionaalsem üksteise tervitamine**, aga üldiselt ja, ma ütleks küll, et kui ta tuleks mulle tänaval vastu, see vana tuttav, siis tõenäoliselt me **vahetaks niimoodi vaoshoitult tere** ja kuidas sul on läinud ja nii edasi, jaa nii edasi, **nagu ikka tänaval, et ma ei hüppaks kaela ja ei karjuks üksteisele jeee, rokime. See keskkond on lihtsalt selline relaxed ja mingitest piirangutest vab...***

(Saara)

Samas ei saa seda mingiks reegliks pidada. Leidus respondente, kelle jaoks klubi ei olnud peamiseks kohaks, kus ammuste tuttavatega kontakti loodi, pigem eelistati selleks tänavat. Sellised inimesed olid antud uuringu raames siiski vähemuses. Klubide õhkkond ja tüdimus argipäevast tunduvad kaasa aitavat vanade suhete taastamisele ning ainult klubil põhinevate kontaktide loomisele.

### 4.3 Klubimaailma kirjeldamisel kasutatavad stereotüübid

Stereotüüpe, mis respondentidel meelde tuli, oli väga mitmeid. Osad neist kordusid mitme inimese juures, kuid esines ka unikaalseid. Järgnevalt püüan ära tuua erinevate inimeste mõtteid stereotüüpidest ja sellest, mille põhjal nad tekivad. Stereotüüpiseerimise aluseks on valdavalt suhtumine peosse, klubisse, muusikasse ning suhtumine vastassoosse ja suhteloomisse. Tunnusteks, mille järgi inimesi stereotüüpidesse lahterdatakse on riietus ja käitumine.

On inimesed, kelle jaoks pidu ja koht, kus see toimub, ei ole niivõrd olulised. Nad hindavad eelkõige muusikat ja oskavad selles orienteeruda. Sellise tüübi jaoks läheb korda see, mida klubis mängitakse. Kus kohas või millistes tingimustes see toimub ei ole tähtis. Sellised inimesed tantsivad reeglina üksi ja naudivad ennast helide sees. Kogu tähelepanu on koondunud muusikale ja tantsupartner mõjuks pigem segavalt. Suhtlemine ja suhete loomine ei ole taolise inimese puhul tähtis.

*Siis vanast ajast tulevad veel meelde, et stereotüüp on sihuke **tõsine muusikanautleja, keda ei koti, kas siin on mehi või naisi, kas õhk on suitsust paks või kas ta sai alkoholi või mis kellast see klubiasi pihta hakkab ja ära lõppeb**, ta tuli et A: **kuulata seda muusikat**, et mingi tema lemmik dj mängib ja B: **tantsida, tantsida, tantsida, üksi, üksi tantsida**, see ongi just see väga oluline asi, et ta võib äärmisel juhul, kui ta käest küsida, nõustuda ka kellegagi koos tantsima, aga ta on tulnud sinna sellepärast, et talle meeldib see muusika ja ta tahab tantsida, see et klassiõdede puhul mul oli nii palju näiteid sellest.*

(Uku)

Samuti leiab pidulisi, kes on tihedad klubiküllastajad ning tunnevad ennast vabalt ja mõnusalt ning pidulisi, kes ilmselgelt satuvad peole harva ning ei tunne ennast niivõrd mugavalt. Esimeste alla käivad “klubimehed” ja “klubitüdrukud”, kelle jaoks klubi on kesksel kohas nende elus. Nad käivad hästi riides ning tunnevad ööklubis ennast täiesti koduselt. See on nende maailm, mille piire ja võimalusi nad väga hästi teavad. Sellised inimesed omavad tohutut tutvusringkonda ning paljud soovivad nendega suhelda ja sarnaneda. Teisest küljest piirduvad paljud nende kontaktid ainult selle sama klubiringkonnaga ja väljaspool, argielus, hoitakse tunduvalt madalamat profiili. Nii “klubimehed” kui ka “klubitüdrukud” on ööklubide jaoks tähtsad

inimesed, kuna määravad oma pideva kohalolekuga ära osa ööklubi näost. Reeglina käivad nad hästi riides ja suudavad ka tantsuplatsil tähelepanu äratada.

*Okei, et on olemas sihuke **klubimees, kes ei puudu üheltki peolt** ja näeb välja tavaliselt sihuke, et tal on triiksärk, kas valge või hele, aga siis tal on kaks nööpi eest lahti või üks ja ta on **väga trend mees** ja **ükski pidu ei möödu selleta, et ta seal oleks, ettekandjad räägivad temaga juttu**, ta viskab mõne nalja, joob ainult kokteile mingisuguses martini klaasis, et õlut ta nagu ei joo, et viinakokteile enamasti ja siis point on veel selles, et ta **ei jää kunagi purju**, ta on alati väga pädev ja tantsib hästi, et see on sihuke ideaalne stereotüüp, et sihuke klubimees ja negatiivne pool selle klubimehe imago juures on see, et ta **käib ainult klubis, et kusagil mujal teda ei ole näha**, et kui ta istub kusagile viie mehega maha, siis ta tahab ära klubisse minna, sest see ei sobi talle, et ma ei tea, kas ta käib kusagil tööl ka või on lihtsalt vanaisa pärandanud talle jahi ja 14 miljonit krooni, aga üleüldiselt teda mujal ei näe.*

*Stereotüüpe on veel selliseid, näiteks tüdrukute puhul on üks vastand klubimehele on **klubitüdruk**, et ongi selline, kellel läks neli tundi aega, enne kui tal olid silmad ära joonistatud ja siis **pani ta selga omale selle täna Montonist ostetud asja** ja läks klubisse ja klubis on ta see tibi, kes **oskab eriti hästi tantsida** ja teab jällegi kõiki ja eriti hästi teab ta seda klubimeest ja need **klubimehed ja klubitüdrukud moodustavad selle pingi, mille poole kõik ülejäänud püüdleavad...***

(Uku)

Saara keskendus klubiküllastajate stereotüpiseerimisel sellele, kui oluliseks keegi klubi peab ja kui tihti ta seal käib. Tema sõnul on osade inimeste päevakavva õhtune klubi loomulikult sisse kirjutatud ja sellest on kujunenud omamoodi rutiin, mis kestab nädalast nädalasse.

*Minu jaoks tulevad need stereotüübid sellest, **kuivõrd oluline on klubi ühe või teise inimese elus**, et on nagu mingid inimesed, **kes ei käi üldse klubides**, siis on mingid inimesed, kes **käivad väga harva** ja ma ei teagi, mis valiku alusel nad lähevad ühte või teise klubisse ja siis on mingid inimesed, **kes käivad aeg-ajalt**, natuke tihedamini kui need väga harva inimesed ja siis selle skaala teises otsas on inimesed, kes **käivad iga nädal vähemalt kaks korda**, et ma ise ka imestan, kelle*

jaoks on **see osa nende rutiinist**, et väga kindel osa, et sama moodi, kui ma joon hommikul kohvi ja õhtul lähen nagu „Creamile“, see on nagu mingi muster, see on nagu kirjutatud päevakavasse.

(Saara)

Eraldi stereotüübina väärrib kirjeldamist isik, kes on tulnud peole kellegi teise eestvedamisel. Suurel määral kattub see tüüp harva klubis käiva inimese tüübiga. Selline inimene ei tunne ennast selgelt mugavalt. Probleem on nii riietes kui ka õhkkonnas, see kõik on tema jaoks võõras. Tavaliselt hakkab ta silma koos mõne oma sõbrannaga (kes on ta klubisse toonud) ja püüab viimase lähedusse hoida. Uku on kirjeldanud teda kui “maatüdrukut”. Sellest võib välja lugeda teatava vastandamise klubile kui linnakultuuri fenomenile. Sõnaga “maa” antakse edasi tema võõristust selle keskkonna suhtes. Ka sõna “nohik”, mida selle sama stereotüübi puhul kasutatakse, viitab sellele, et konkreetne inimene ei ole kõige suurem pidutseja.

**Maatüdruk** on ka ja siis **nohiktüdruk** ütleme, et **sõbranna võttis ta kaasa**, et sõbranna võttis tüdruku kaasa, kuna talle tundus, et tüdruk ei käi kunagi väljas ja siis see tüdruk on leidnud kapist, **sõbranna on aidanud otsida, need klubiriided** ja ta **näeb väga sihuke ... natuke õnnetu välja nendes klubiriides, kuna ta ei tee sihukest asja**, et ta enamjaolt käib tavaliste riietega koos meiesugustega pubis joomas või püssikas ja siis kui ta klubisse satub, siis ta vaatab ringi ja uudistab kõiki jne jne, teda on **kõige kergem saada tantsima ainult juhul, kui tema sõbranna ka tuleb**, et jah, siis on see kõige kergem ja teinekord tema sõbranna just tahabki, et lähme tantsima, selle jaoks, et see tüdruk ka saaks nagu, et sõbranna nagu aitab ... et sihuke stereotüüp.

(Uku)

Inimesi võib jagada ka selle järgi, kuidas nad suhtuvad suhete loomisesse ja vastassoosse. Anna näite järgi võib eristada isikuid, kes on tulnud peole endale kedagi otsima ning seisavad seina ääres ning jälgivad toimuvat ja isikuid, kes on toredad suhtlejad ja pigem räägivad teistega ilma suuremate tagamõteteta.

...siis on sellised **stereotüübid, kes lähevad ainult ühe asja peale välja seal klubis**, et nad paistavad silma sellega, et **seisavad seal seina ääres, jook käes, ja mingi**

*suits hambus ning vaatavad eriti piidleva pilguga rahvasumma poole, otsides midagi. Siis on sellised **hästi stiilsed inimesed** ja **toredad suhtlejad** ja siis on sellised **inimesed, kes käivad ennast ainult näitamas** ja sobivad kokku selle teise tüübiga, mida ma just mainisin, et otsivad just neid...*

(Anna)

Mati tõi esile stereotüübid meeste kohta, ja klubikülastajate kohta üldiselt, mis põhinevad sellel, miks klubisse tullakse ja kuidas suhtutakse vastassugupoolde. Tema sõnul on levinud arvamus, et mehed käivad klubides ainult konkreetse eesmärgiga, milleks on naised ja et tihedatel klubikülastajatel puudub oma isiklik elu, mida püütakse korvata võimalikult sagedase klubis olekuga. Klubidele omistatakse sagedasti ka suur pahelisus, mis väljendub suures alkoholi pruukimises ja narkootikumide tarvitamises.

*No naised võtavad, et **mehed tulevad klubisse mingi konkreetse eesmärgiga**, et nad võtavad, et sa käid klubis ainult sebimas ja nii kui nii selle sama jutuga iga tsiki juures, et see on üks asi ja teine on, et inimesed, kes klubis käivad, et neil **puudub absoluutselt endal eraelu ja vabaaja tegevused**, et mõtlevad, et käivad mingit dj-d kuulamas ja on jube ägedad tegelased, et nad ei suuda ise midagi välja mõelda ja siis hakkavad klubisse kogunema. Kolmas on muidugi see **pahelisus, et narkootikumid ja purju joomine** ja see, on peamised stereotüübid, negatiivse poole pealt ...*

(Mati)

Klubimaailmas on narkootikume tarbivate inimeste kohta hulgaliselt stereotüüpe. Antud uurimuse raames saab võrrelda Mari poolt kirjeldatud “kalbasnikuid” ja “komparteilasi”. Viimane neist on majanduslikult edukam ning võib omada mõjujõudu tuttavate näol, ta on haritum ja vaoshoitum kui “kalbasnik”. Sarnaselt “kalbasnikule” tarbib ka tema keemilisel baasil toodetud narkootikume ning võib kaaspidutsejatele ebaseadlikult muutuda. Ka selle stereotüübi nimi viitab mõnevõrra kõrgemale kihile (“partei”) ning võimalikele tutvustele ja sidemetele. Esimesed kolm tähte “kom” ei viita siinkohal peamiselt kommunismile, vaid tabletkujulisele keemilisele narkootikumile, mida kutsutakse “komm”. Mõningast pilget võib antud väljendist siiski ka nõukogude aja suhtes välja lugeda.

*Komparteilane on ... kalbasnik on tihti venelane ja natuke lärmakam ja vähem haritud, **komparteilane võib olla natuke nagu yuppieslik, sihuke natuke ülbem ja ennast rohkem väärtustav, kalbasnik joob ennast veel peale selle täis ka ja teeb migi rõveduse, komparteilane ei lase seda endaga siiski juhtuda.***

*Kalbasnik läheb turvamehega tülli ja visatakse klubist välja, aga **kui komparteilane läheb turvamehega tülli, siis võib klubi juhtkonnal probleeme tekkida.***

(Mari)

Stereotüüpi “kalbasnik”, kirjeldasid kõik minu ja Maarika Kirikmäe seminaritöö (2005) raames intervjueeritud kui tüüpilist vene narkomaani. “Kalbasnik” eristud nii selle poolest, miks ta klubisse tuli kui ka riietuse kohalt. Klubi on selle inimese jaoks eelkõige koht, kus narkootikumide pruukida ja siis teisi arvestamata tantsida. Riietuse poolest tunneb ta ära valge või neonvärvide järgi, tihtipeale on nad palja ülakehaga. “Kalbasnik” on reeglina vene rahvusest ja selle võrra ka temperamentsem. Sõna “kalbasnik” tuleb vene keele slängist ning tähendab töötama. Tema tegevust kutsutakse “kalbassimiseks”, mis tähendab, et narkootikumid on mõjuma hakanud ning inimene kogeb ebaloosulikke energilisust, mis tingib kiiremad ja kohati halvasti kontrollitud tantsuliigutused, mis hakkavad kaaspidutsejaid häirima.

*... ja siis vene **kalbasnikud**, mingid väga katkised inimesed ja siis inimesed, kes on täpselt sihukese näoga, et mis ma siin teen, nagu esimest korda oleks, et üldiselt on jah see vene kontingent...*

(Merit)

Stereotüüpidesse lahterdatakse inimesi ka riietuse ja käitumise abil. Rõivaste abil võib eristada erineva muusikamaitsega inimesi, kes riietuvad omasugustega sarnaselt ja inimesi, kes soovivad selgelt välja paista, kas siis silmatorkavalt uute ja trendikate riietega või siis riie vähesusega.

*...dändid, siis on mingid **trendi-inimesed** ja kunagi olid mingid **trummi-ja-bassi-inimesed ja hip-hopi-inimesed** /.../ noh see käib ju kõik selle välimuse põhjal ja siis on lihtsalt **raamid ja püssid.***



***Raamid on lihtsalt ilusad, aga püssid on pandavalt ilusad ja siis on sellised machomehed, kuldketidega ja siis on paipoisid ja siis on sellised ära joonud ja ära pidutsenud ja peo nimel elavad inimesed.***

(Anna)

Anna mõtetest tasub siinkohal tasub eraldi välja tuua “raamid” ja “püssid”, kes eristuvad tema sõnul eelkõige käitumise põhjal. Kui “raamid” on lihtsalt ilusad tüdrukud, siis “püssid” on ka head suhtlejad. Nende kahe eristamisele aitavad kaasa mõlema sõna lahti mõtestamine. Sõnaga “raam” viidatakse selgelt kütkestavale alusele või põhjale. Samas kõlab see pisut õõnsalt, rõhudes ainult välisele atraktiivsusele. On küll kest, kuid sisu ei vääri mainimist. “Püss” seevastu viitab löövusele ja aktiivsusele. Sellel tüübil on lisaks välisele löögijõule ka sisemist sära ja kütkestavust. Kui esimene neist kõlbab eelkõige vaadata, siis teine on ka aktiivne suhtleja.

Riietuse põhjal võib Mati sõnul selgust saada inimese subkultuurilisest kuuluvusest.

***No juuksed ütleavad, et kui tal on ikka indie rocki soeng, siis arvad, et vabal ajal teeb ta ... et Pirogovi pargis suitsetab ... ja kuulab indie rocki ja selles mõttes räpparid näeb ka ära, et mingid kottpüksid ja LA nokkmüts peas, et muusika värki sa saad aru, et kes mida kuulab, aga et ma välimuse või riiete pealt kedagi välistaks, et ma temaga ei räägi, seda ei juhtu.***

(Mati)

Merit tõstis esile ka lakk-kingades, lipsu ja vestiga noormehed, kes paistavad üldisest klubipildist väga hästi silma.. Nendeks inimesteks on sageli kontoritöölised, kes tulevad praktiliselt otse töölt ning ei ole jõudnud oma riideid vahetada. Ööklubides ei ole seoses väga suitsuse õhu ning hooletute inimestega, kes võivad viisakaid riideid tahtmatult rikkuda, taoline riietus väga levinud.

***...see eurotrash ... mingid lakk-kingades noorhärрад ja mõnel on lips ees ja vestike.***

(Merit)

Käitumine pakub võimaluse eristada seda, kuivõrd tähtsaks ennast peetakse ning kuidas teistesse suhtutakse.

*Esimene on joker, nagu jokker, see on selline jobu, kes joob ennast hästi täis ja soovib ennast hästi palju näidata...*

(Anna)

“Jokker”-i all mõistab intervjueeritav inimest, kes liialdab alkoholiga ning ei suuda hiljem oma ego enam talitseda. Sellest ka nimi, mis viitab kõige tugevamale kaardile kaardipakis, mis osades kaardimängudes võib asendada ükskõik mis muud kaarti. Rõhutatud omadused on tähtsus ning asendamatus (antud juhul subjekti poolt ette kujutatud).

Anna mõtetega eelpool kirjeldatud stereotüüpi sobib iseloomustama Mati poolt välja toodud kirjeldus kiilakatest liibuva särgiga meesterahvastest, kellest õhkub agressiivsust ning kontakti otsima nendega eriti ei kipu. Klubist võib leida ka sarnaseid naisterahvaid, kes ei ole just kõige sõbralikuma ja mõistvama loomuga ning käituvad kohati vaenulikult. Mingite inimeste jaoks on klubi koht, kus käia ennast kehtestamas ja näitamas oma üleolekut. Antud meelelahutusasutused pakuvad selleks ka head võimalust, kuna inimeste hulk on suur ja alati on võimalik leida keegi, kellele koht kätte näidata.

*Noh, sellist kiilakat, sellised hästi suured mehed, liibuva topiga, kett kaelas, sellised põkid, et nemad tunduvad sellised, et nendega parem ei tahaks suhelda, et tunduvad sellised, leti ääres seisavad, rusikas käsi ja siis on see beibekultuur, et püüavad hästi tähtsad seal klubis olla ja kui sa lähed neile õlaga vastu, siis: “Õu, vaata ette,” et sellised inimesed, kes ei saa aru, et see on ööklubi ja inimesed on purjus ja klubis Tallinn on põrand ka veel kaldu ja kui see on veel rahvast täis ka, et on mingi hull pidu, siis nad ei saa aru, et võta vabalt, et tuleb sinna kehtestama ennast kuidagi – sa vaata kui ilus ma olen, et ma panen su paika ... et need on sellised negatiivsed momendid ma arvan.*

(Mati)

Erinevaid stereotüüpe on välja toonud ka klubi Tallinn oma igapäevases infokirjas (vt. lisast), kus täienduseks tihedale klubikülastajale ja „trummi-ja-bassi-

inimesele“, keda ka juba siin töös on mainitud, tuuakse esile riietuse põhjal eristuvad “moe-inimesed”. Seltskond, kes on ennast võimalikult kirevalt ja huvitavalt katnud. Seda tüüpi nimetasid nemad ise „tutt-pütt harakaks“. Need inimesed tunnevad ennast oma riietuses väga hästi ja klubikeskkonnas võib kindlatel moeüritustel (muudel juhtudel on selliste inimeste osakaal klubipildis suhteliselt tagasihoidlik) neid näha üksteisega konkureerimas (Klubi Tallinna administraator 2005). Nimetus “harakas” viitab siinkohal arvatavasti nende huvile kõige särava ja silmapaistva vastu.

Vahekokkuvõtteks võib öelda, et inimeste stereotüpiseerimisel on levinuimateks alusteks suhtumine peosse, klubisse, muusikasse ning suhtumine vastassoosse ja suhteloomisse. Tunnusteks, mille järgi inimesi stereotüüpidesse lahterdatakse on riietus ja käitumine. Riietuse põhjal tehakse järeldusi, mis muusikat inimene kuulab, kui oluline on tema jaoks klubis käimine, mida ta sealt otsib. Sisuliselt samu järeldusi tehakse ka käitumise põhjal.

#### **4.4 Klubi kui identiteedi looja**

Nii mõnigi vastanutest leidis, et klubi ütleb inimese kohta päris palju ning selle järgi, kus individid käib, võib ka öelda, kellega ta suhtleb, millist muusikat kuulab, kuidas elab. Klubi, millega ennast mõningal määral samastatakse, tekitab võimaluse vastandada ennast mingitele teistele meelelahutusasutustele ning sealsetele inimestele. Seeläbi organiseeritakse maailma enese ümber, pilt inimesest, kui ühiskonna liikmest, saab kindlamad raamid.

Mitmed respondendid tõid välja, et teatud klubide juurde käib suhteliselt kindel seltskond. See sõltub osaliselt ka muusikast, mida seal mängitakse. Sarnase eelistusega individid valivad tihtipeale sama koha. Lisaks pakub see võimalust suhelda sarnase maitsega inimestega ning leida uusi tuttavaid.

*Mul on tunne, et klubid **on jagunenud sõprus- ja suhtlusringkondade järgi**, et enamasti, kuna Eesti on nii väike, siis **inimesed, kes kuulavad ühte ja sama muusikat või no isegi võib-olla ei kuula ka, aga on seotud, käivad alati koos, et see näitab, kellega sa suhtled.***

(Mailiis)

Eelkõige käib see väiksemate klubide kohta, millele eriti reklaami ei tehta ning informatsioon liigub suust-suhu. Üheks selliseks kohaks on “Võitlev Sõna”, mis on jäänud suhteliselt kitsa tutvusringkonna ööklubiks. Lisaks on seal ukse peal ka näokontroll ning päris võõrad ja tundmatud ei pruugi üldse sisse saada. Inimesi, kes seal käivad, ühendab muusika ja ühised tuttavad, mis loovad ühtekuuluvustunde.

*...ma austan alternatiivset tantsumuusikat, mitte nüüd trance'i, aga technot, electrot, trummibassi, mida seal Võitlevas Sõnas ikka mängitakse ja üldiselt näod, kes seal käivad, on ka kõik tuttavad, et sellist vahelduvat seltskonda astub sealt suhteliselt harva läbi ...*

(Voldemar)

Mitmed respondendid leidsid, et inimesi võib mingil määral kategoriseerida klubielistuse järgi. Kui tegemist on selgelt erineva muusikalise orientatsiooni ja mastaabiga klubidega, ei ole inimese klubilise kuuluvuse kindlaksmääramine kuigi keeruline.

Selle kohta, et klubid on indiviidide peas selgelt sarnased või erinevad mingite teiste klubidega annab tunnistust ka minu ja Maarika Kirikmäe seminaritöö (2005) raames läbi viidud uuring, kus osavõtjatel paluti klubisid vastavalt oma soovi ja tunde järgi grupeerida. Antud ülesanne ei osutunud kellelegi raskeks ning grupid tekkisid suhteliselt lihtsalt. Selgelt lihtsam on seda teha pealinna klubide põhjal, kuna seal on valik oluliselt suurem. Tartu puhul jääb see kesiseks.

*Et sellest ma saan aru küll, kui mulle öeldakse Privé-inimene ja Terraariumi-inimene, et kui mul on kaks inimest ees, siis ma oskan öelda küll, kumb neist on Privé-inimene ja kumb on Terraariumi-inimene ja ma arvan ka, et minu hinnang ühtiks paljude teiste omadega.*

*Et Tartu põhjal, klubi Tallinna-inimene on raske öelda, sest puudub valikuvõimalus, et Pattaya-inimene ei saa, et ma ei tea ühtegi sellist Pattaya-inimest, aga Tallinna puhul võib küll Privé- ja Moskva inimesed panna ühte gruppi, siis Terraariumi-inimene käiks sinna, kus on Parlament ja siis Von Krahli-inimesed saaks veel liigitada ja rohkem vist ei oska.*

*Võimalik, et üsna paljud saaksid sellest liigitusest aru....*

(Mari)

*No saab eristada küll selliseid inimesi jah, et ma arvan, et **inimene, kes käib juba Terraariumis, see käibki Terraariumis ja Privésse ei lähe, et selles mõttes on nad kaks gruppi.** Et võib öelda, et Terraariumi inimesed on rohkem sellised lihtinimesed, et ... siia lähevad inimesed, kes tahavad lihtsalt pidutseda ja kelle jaoks ei ole oluline, mis pidu on ja kes ei nõua nii palju. Privé inimesed on nõudlikumad.*

*No ma arvan, et on olemas siuke kindel klientuur ... **ma usun, et kui inimesed on üldiselt ühe klubi peale jäänud, siis nad käivadki selles klubis.***

(Susanna)

Klubieelistus näitab mingil määral mõtteviisi ja sellega käib kohati kaasas enese vastandamine mingitele klubidele ning seal käivatele inimestele. Reeglina käiakse ühes või sarnastes klubides ning kõrvalekalded sellest joonest vajavad näiteks sõpradele seletamist. Tutvusringkonnas võib olla klubieelistus väga selgelt välja kujunenud ning küsimust, kuhu klubisse sa lähed, ei teki. Kui minnakse kuhugi mujale, peab selleks hea põhjus olema.

*...et ma ei käi Atlantises ja ma ei käi XS-is, ma käin Tallinnas, **mina olen klubi Tallinna-inimene** kui ma üldse klubiinimene olen, siis klubi Tallinna /.../ Tartus, **kui sa ütled, et sa lähed klubisse, siis kõik teavad, absoluutselt viimseni kõik teavad ja ei hakka üldse küsima** ka ... aa kui sa ütled, et lähed klubisse ja **täpsustad, et Atlantisesse** ja ma ise vaatan ka kusjuures, et kas seal toimub siis mingi **erakordne üritus** või sul on mingisugune **seltskond, kes väga tahab mingisugust ekstreemturismi teha** /.../*

***Kas sa kujutad ette, et keegi ütleks, et ma lähen täna Discoverysse ... surma tahad saada või ... et see tõesti näitab seda mõtteviisi** ja ma saan sellest kategoriseerimisest aru küll, et ma ise teen ka seda, **et see mingil määral ikka iseloomustab seda inimest, et kus ta käib, et see iseloomustab mõnes mõttes tema mõtteviisi ja maailmavaadet ja majanduslikku seisundit ja välimust ja enesekindlust.***

(Uku)

Uku suhtus oma jutus Discoverysse kui millessegi väga ekstreemsesse. Sinna minek võrdub “surma saamisega”. Siinkohal paistab selgelt välja, kuivõrd selgelt eemaldutakse mingitest meelelahutusasutustest. Teise põhjusena võib välja tuua venekeelse seltskonna, kes seal valdavalt viibib. Üleüldse võib tehtud intervjuude põhjal väita, et venekeelsed ööklubid said suhteliselt negatiivse vastuvõtu osaliseks. Suhtumine neisse oli halvustav ja võõristav.

Kohati võibki klubid jagada kahte-kolme rühma, mis üksteisest erinevad ning väga levinud on nendevaheline vastandumine. Näiteks Uku rääkis eelmises tekstis, et tema on klubi Tallinna-inimene ning ei käi Atlantises või XS-is, teravalt vastandas ta ennast valdavalt venekeelsele klubile Discovery. Praktiliselt kogu tema sõprusringkond külastab klubi Tallinnat ja peab seda peaaegu ainuvõimalikuks lähenemiseks, teistesse klubidesse minekut on vaja juba sõpradele põhjendada.

Sarnaselt jaotas klubid Tallinnas Mari, kes eraldas Privé ja Moskva, Terraariumi ja Parlamendi ning Von Krahli ning leidis, et paljud saavad sellest aru.

Illustreerima viimaseid ridu sobib hästi Anna jutt, kes võrdles Uku poolt eraldatud klubi Tallinnat ja Atlantist. Tema jaoks võib selgelt eristada Atlantise ja klubi Tallinna kontingenti ning nende käitumist klubis. See, mis ühes ööklubis on normaalne, ei kuulu kokku teise ööklubiga. Heaks näiteks on siin tutvuste loomine, mis tema jaoks kuulub selgelt kokku Atlantisega.

Enne klubisse minekut mõtles Anna ka selle peale, mis moodi tema sõbrad sellesse suhtuvad, kuna tal oli plaanis minna pidutsemiskohta, mis kuulus sõprade jaoks “nemad” gruppi, kellele vastandutakse.

*Näiteks siis, kui ma Atlantisesse läksin. **Ma mõtlesin, et mu sõbrad kindlasti ei kiida seda heaks**, aga samas ma mõtlesin ka, et ma ei hooli sellest sel hetkel, et neid nii kui nii seal ei ole, samas ma teadsin, et ma ei kohta neid nagunii seal.*

*...see oli väga palju teistmoodi, esiteks oli seal väga halb muusika, palju rohkem inimesi, Atlantise klubi on nagu suuremale sihtgrupile tegelikult ... ja seal oli palju inimesi ja seal oli näha, et **inimesed lähevad välja rohkem ennast näitama ja tutvuseid looma kui klubi Tallinnas**, klubi Tallinnas on nagu rohkem selline sõpradega minemine, et **seal ollakse nagu enda näitamise peale rohkem väljas ja seal oli ka palju kergem tutvuseid leida, et inimesed astusid su juurde palju avatumalt ja hakkasid sinuga palju kergemini juttu rääkima ja ootasid sinult***

*sama ja samuti lantisid palju rohkem, jõid palju rohkem ja vaatasid ringi palju rohkem.*

*Atlantis on nagu McDonald's, et seal saab küll kõhu täis klubist, kuid midagi erilist see ei ole.*

(Anna)

Siit võib järeldada, et mõningate inimeste puhul annab klubieelistus võimaluse ennast oma sõpradega liita. Identifitseerida ennast kui ühe ringkonna liiget, kust lahkumiseks (ka lühiajaliseks) võib vaja minna teiste nõusolekut ning tema jätkuvat lugemist "meie" hulka.

Üks vastanu näiteks ütles, et käib mitmetes eri klubides, kuid ei ütle seda, kui tema käest klubiskäimise kohta küsitakse. See võib jätta muidu vale mulje ning tekitada eelarvamusi.

*...ei no see muidugi **jätab ka mingisuguse mulje** ... et kui mult küsitakse, millistes klubides ma käin, siis **ma ei ütle, et ma käin kindlasti Terraariumis, et ma lihtsalt käin tantsimas väljas, käin lõbutsemas.***

(Susanna)

Ka Mailiisi arvates, võib klubi, kus sa viibid, näidata sind kuuluvana tollesse ringkonda, isegi kui tegelikult ei ole see tema arvates põhjendatud. See toimub automaatselt ning võib teinekord viia valede järeldusteni.

*Sellega on see, et kui sa tead, et mingi **klubi mingit sihtgruppi viljeleb**, siis **automaatselt arvatakse, et sina tahad ka nendega samastuda** või sind peetaksegi selleks ... et umbes Moskva on mingi rikkam, alla keskealine, kolmekümnene umbes, aga samas käivad seal igasugused, et ei saa nii võrrelda.*

(Mailiis)

Intervjuudest tuli veel välja, et vastanud ei pööra alati enne klubisse minekut riietumisele ja enese väljanägemisele palju tähelepanu. Ühtede jaoks on see oluline, samas teised ei tee sellest suuremat numbrit. Siin eristuvad selgelt mehed ja naised. Esimeste jaoks ei ole riietumine asi, mille peale peaks palju aega kulutama. Naiste puhul mängivad rolli erinevad tegurid, alates sellest, millises meeleolus ollakse kuni

selleni, kes parasjagu külas on. Klubikoht, kuhu minnakse võib, kuid ei pruugi tähtsust omada riiete valikul.

*See **oleneb palju ka sellest, kuidas mul päev on läinud**, kui ma olen õhtul selline rahulik, siis ma leian endale ka need riided ruttu. Aga kui päeval on juhtunud juba selliseid ebameeldivad seiku, siis ma olen närviline ja... Et mingi tund aega ma arvan.*

*Ja et klubiti ... et vist ikka on, et **Privé on ju siuke koht tõesti, et kui sa vaatad neid pilte ja inimesi, kes seal käivad, siis nad on kõik ju viimase moe järgi riides ja sa ei saa sinna minna mingisuguse vana väikese pluusiga...***

(Susanna)

*... et tavaliselt ei ole nii, et ma istun mingi kella 9-ni kodus ja siis poole kümneni sätin ning siis lähen otse klubisse vaid **pigem nii nagu eilegi oli, et tulin mingi pool üheks jõudsin Jõgevalt töölt tagasi, siis istusin ja jõin kaks tundi Emajõe ääres mingit kaktusejooki ja siis istusin Illekas, jõin veel õlut ja siis kellelgi tuli veel mõte, et lähme klubisse nüüd ja läksimegi**, et ei võta üldse aega.*

(Erki)

Paljud inimesed, ei taha, et klubi, kus nad tihti käivad, midagi nende kohta räägiks või kui midagi peaks ütleva, siis ainult väga üldist. Soovi, et teised neid klubielistuse järgi identifitseeriks, väga ei esinenud. Tundub, et mõte klubist kui pildi loojast, ei olnud väga soovitud. Pigem eelistatakse mulje endast iseseisvalt kujundada. Võõra inimesega kohtudes on parem, kui klubi ei kommunikeeri eriti midagi.

*Ma ei tahagi, et kommunikeeriks /.../*

*No, et ma olen noor, mulle meeldib pidutseda ja sõpradega väljas käia ... aga **ma***

***ei käi Tallinnas selle pärast, et inimesed, kes teavad, et ma käin Tallinnas, mõtleksid, et ma olen mingisugune stiilne, lahe...***

(Erki)



Samas ei takista see edukalt teisi klassifitseerimast. Sisuliselt ollakse valmis teisi kategoriseerima, kuid enda kohta samadel alustel järelduste tegemist peetakse võimatuks või väga raskeks.

Üks punkt, mille järgi nii ennast kui ka teisi identifitseeritakse, on kahtlemata muusika (võib näidata subkultuurilist kuuluvust). Klubide, kus ise tihti ei käida, kirjeldamisel, tuuakse kindlasti välja halb muusika, mis peaks siis iseloomustama ka sealset külastajat. Juhul kui inimene satub klubisse, millele tema “meie” grupp vastandub, on oluline välja tuua, et seal mängitav ei olnud hea. Seega jääb muusika aluseks, millega enda jaoks tähtsate inimestega veel seotud ollakse. See, kuivõrd inimene saab sõprade hukkamõistu osaliseks, võib sõltuda ka sellest, kui hea vabanduse ta “vale” klubi külastamise põhjusena toob.

*Selles mõttes, et päris ... no kui see on **mingi eriti nõme pidu** ja **eriti nõme klubi**, siis **ilma põhjuseta sinna minna oleks küll mark** jah, aga **kui sul on mingi hea põhjus**, et sa läksid sinna mingi eriti ilusa tüdruku pärast või sa olid kokku leppinud mingi kohtumise või et siis ... no **ma ei usu, et see nii hull probleem on** või **ma ei usu ...** või **no ma olen ka Atlantises käinud**, mingil teispäeval, mingil **kõige hullemal disko õhtul, no lasti mingit raadiomussi** ja kõige parem lugu, **no ma astusin sisse ja mingi ma ei suuda olla siin viite minutit ka kaine peaga...***

(Tanel)

Klubi võib pidada teatud määral vahendiks, läbi mille inimesed ennast identifitseerivad. See loob võimaluse olla koos “meie grupiga”, kuulata head muusikat ning rääkida juttu ühistel teemadel. Selle põhjalt kerkib ka võimalus vastandada ennast teistsugust muusikat ja klubisid eelistavate inimestega. Seda kuivõrd inimese riietus sõltub klubist, kuhu ta läheb, on raske öelda. Siin osutuvad oluliseks mitmed erinevad tegurid.

Soovi, et klubi külastaja kohta midagi kommunikeeriks, esines tagasihoidlikult. Kui ta midagi ütlema peaks, siis ainult väga üldistes kategooriates.

## 5. Järeldused ja diskussioon

**Uute tutvuste tekkimine ööklubides on suhteliselt levinud, kuid seda ei peeta üldiselt esmatähtsaks.**

Suurem osa intervjuudes osalenutest on kokku puutunud tutvuste loomisega ööklubides. Leidus vastanuid, kes lähevad klubisse lausa sellise eesmärgiga kui ka inimesi, kes selle enese jaoks peaaegu et välistavad.

Osa klubide klientuur on suurel määral läbi põimunud, see tähendab, et väga paljud inimesed on üksteisega tuttavad. Selle läbi on üheks loomulikuks tutvumise viisiks see, et mõni tuttav, tutvustab oma sõpra, keda veel ei teata. Seeläbi kandub usaldus tutvustanud inimese vastu mingil määral üle ka tutvustatavale ja suhte loomine on tõenäolisem.

Mitmed isikud leidsid, et klubides tutvumine on suhteliselt mõttetu tegevus. Klubis saadakse kokku pigem oma vanade tuttavate-sõpradega ning uutele ei jää lihtsalt aega.

On inimesi, kellel puudubki otsene vajadus oma tutvusringkonda suurendada, kuna see on juba praegugi üle jõu käival suur. Teisest küljest ei usuta jällegi klubis loodud tutvuse kestvusesse. Tegemist on ikkagi väga pealiskaudse toimetusega, millele ei maksa oma aega raisata, kuna suure tõenäosusega ei too see midagi tagasi.

Klubides tutvust luues tundub mitmeid kummitavat pealiskaudsus. Seelses keskkonnas on raske tõsist juttu rääkida ning reeglina on tarbitud ka alkoholi. Puuduvad tihtipeale ka kohad, kus seda teha, vali muusika ja sagimine ei lase luua korralikku kontakti. Kuid miks siis ikkagi seda tehakse? Miks nähakse vaeva ja suheldakse tundmatute inimestega selleks ebamugavas keskkonnas?

Esiteks tuleb muidugi välja tuua klubikeskkonna turvalisuse, reeglina on igas klubis hulk turvamehi, kes hoolitsevad selle eest, et keegi kellelegi liiga ei tee. Teiseks kodune tunne ja teatud kuuluvuse tundmine (juhul kui tegemist on klubiga, kus tihtipeale viibitakse). Siinkohal tasub meenutada eespool Turneri poolt kirjeldatud psühholoogilist gruppi, mis võib moodustuda ka ühes ööklubis. Peale selle tõid mitmed respondendid välja sarnases kohas pidutsevate inimese võimaliku sarnasuse nende enesega. Lisaks kohale, aitab inimese üle klubis otsustada ka tema riietus ja käitumismaneer. Juhul, kui tema välimus ja käitumine ei tekita suuri eelarvamusi ning

ta tundub kuuluvat sarnaselt klubikülastajaga kohalikku klubiringkonda, ei ole ebameeldiv, talle veidi oma aega pühendada. Kui inimene identifitseerib ennast klubimaailmas läbi ühe konkreetse klubi, võtab ta arvatavasti palju paremini vastu kontaktipüüdeid sarnasesse sotsiaalsesse kategooriasse kuuluvalt inimeselt.

Kui püüda praegust olukorda võrrelda Allaste (2005) poolt välja pakutuga, et on nõ diskoklubid ja tõsisemad klubid, siis pean nentima, et päris nii lihtsalt enam meie klubimaastikku jagada ei saa. Kindlasti leidub mõlema kohta häid näiteid, kuid valdavalt on klubides pidutsev rahvamass väga kirju ja sama kirjud on ka nende põhjused, miks nad sinna tulid kui ka eesmärgid, mida nad loodavad sealt saada. Siin on kahtlemata üheks põhjuseks asjaolu, et klubide muusikaline repertuaar muutub aina varieeruvamaks ja varasemalt valitud seltskonnale korda läinud muusikastiilid saavad rohkem tuntuks. Heaks näiteks on muusikastiil *drum and bass*, mis aastatel 1997-1998 kuulus kitsa hulga inimeste muusikalisse eelistusse ning kuulata oli seda võimalik ainult konkreetsetel pidudel, mis toimusid erinevates, tavaliselt mitte klubina töötavates, hoonetes. Tänapäeval kasutavad *drum and bass*'i elemente paljud telereklaamid, seda leiab tihti raadiost ning ühtlasi paljudest klubidest. Suhteliselt sarnane on ka olnud *hip-hop*'i käekäik Eestis.

Tulles uuesti tagasi Allaste (2005) jaotuse juurde diskoklubid *versus* tõsisemad klubid, siis sotsiaalse käitumise mõttes on olukord teatud mõttes jäänud samaks. Kui võtta näiteks klubi Võitlev Sõna ja Atlantis, siis võib eelnevatele sõnavõttudele toetudes (kaasa arvatud minu isiklik arvamus) väita, et üks neist kuulub diskoklubide valdkonda ja teine siis teist laadi klubide valdkonda. Nagu ka Anna väitis, toimub Atlantises suhtlemist palju rohkem, oluliselt suurem hulk inimesi on tulnud välja, et kellegagi kohtuda. Samas Võitlevas Sõnas käib suhteliselt kindel seltskond, kes tulevad sinna pigem suhtlema tuttavate ja sõpradega ning muusikat kuulama.

Võimalikes tulevastes uuringutes võiks tähelepanu pöörata sellele, kuidas võrd sügavaks/pealiskaudseks kujunevad klubis loodud tutvused. Kas ja kuidas erinevad erisugustes klubides loodud tutvused oma eesmärkide poolest?

**Lisaks uute suhete loomisele taastatakse ööklubides ka endiseid. Tihtipeale on see koht, kus kohtutakse oma ammuse tuttava, vana klassivenna või teise linna maha jäänud sõbraga.**

Mitmed vastanud väitsid, et näiteks tänaval ei ole sageli aega tuttavale inimesele piisavalt tähelepanu pöörata. Kuna aga aega käiakse nii mõnigi kord maha võtmas

klubides, leiab seal alati hetke. Kui siia lisada veel veidi ülevam meeleolu (tihtipeale alkoholist tulenevalt) ja hea tuju, ei maksa imestada, et pikad vaheajad suhtlemises saavad kiiresti ületatud.

See võib ühtlasi olla ka üheks põhjuseks, miks üldse klubisse minnakse. Soov näha seal vanu tuttavaid saab tihtipeale täidetud ilma, et selleks tuleks ise vaeva näha. Kui muidu võib-olla veidi tagasihoidlikul eestlasel on raske helistada inimesele, keda ei ole pikalt näinud ja kutsuda ta välja, siis klubis toimub see kohtumine ilma piinliku helistamiseta. Samuti on keeruline kodulinna sõites kõigi sõprade organiseerimine ühte kindlasse kohta. Teades aga nende muusika- ja klubielistusi, ei ole raske vähemalt osa neist üles leida.

Edasistes uuringutes võiks keskenduda Saara poolt mainitud “klubituttavatele”, inimestele, kellega kohtutakse ainult ööklubides. Kas erineva klubi- ja muusikaeelistusega inimestel tekib neid erineval hulgal ning kas see võib juhtuda igas ööklubis?

**Informandid kirjeldasid sageli klubimaailma stereotüüpide abil ja teadsid ka teisi neid kasutavat. Selle põhjal võib öelda, et vähemalt vaadeldud grupi sees, on stereotüüpide kasutamine suhteliselt levinud.**

Inimeste kategoriseerimiseks kasutatakse suhtumist peosse, klubisse, muusikasse ning vastassoosse ja suhteloomisse. Tunnusteks, mille järgi inimesi stereotüüpidesse lahterdatakse on riietus ja käitumine.

Kasutatud stereotüüpe võib lahterdada erinevatel alustel. Esiteks selle põhjal, kui tihti inimene klubis käib. Skaala ühes otsas on väga tihe klubikülastaja, kes jõuab oma lemmikmeelelahutusasutusse kolm-neli korda nädalas. Skaala teises otsas aga inimene, kes praktiliselt kunagi ei satu klubisse. Kui see juhtub, siis on ta seal suhteliselt eksinud olemisega ning ei tunne ennast kuigi hästi.

Teise kategooria aluseks võtsin suhtumise suhete loomisesse. Siin võib skaala ühte otsa paigutada inimese, kes ainult selle mõttega lähebki klubisse ning teise otsa isiku, kelle jaoks uue tutvuse sobitamine ei ole oluline.

Kolmandaks kategooriaks on suhtumine vastassugupoolde. Vastandada saab inimesi, kes lähevad suhtlema eesmärgiga saada omale kaaslane üheks õhtuks või ööks ning neid, kes otsivad omale pikemaajalist suhet/sõprust. Siinkohal tuli

respondentide jutust välja erinevus meeste ja naiste vahel. Informandid lahterdavad mehi valdavalt lühiajaliste eesmärkidega inimeste hulka ja naisi pikemaajaliste hulka.

Esile võib tõsta ka suhtumist teise inimesse kui isiksusse. Saara tõi näiteks naisterahvad, keda huvitab eelkõige mehe rahakott ja materiaalne seis. Kindlasti leiab ka sellisele tüübile vastanduvaid indiviide, kelle jaoks raha ei ole esmatähtis.

Neljandaks võimaluseks inimesi stereotüpiseerida, on nende muusikaline eelistus ja klubi, kus nad käivad, kuna neid kahte seotakse sageli kokku. Skaala ühte otsa võib paigutada alternatiivse muusikaeelistusega inimese, kes ei kuule oma lemmikmuusikat päevastest raadioprogrammidest vaid väiksemates klubides, mis on keskendunud just sellisele stiilile. Sellega käib kaasas ka kindel seltskond, kes seda kuulab ja kellega seal lävitakse. Neile vastanduvad nõ massiklubid ja sealne muusika, mis pärineb suuresti tuntud raadiolugudel. Sageli on nad ka oluliselt suuremad kui eelpool nimetatud ööklubid ning inimesed ei pruugi teineteist nii hästi tunda.

Viiendaks tooksin välja riietuse. Siin võib koostada kaks skaalat, millest üks sisaldab endas riiete uudsust, trendikust ja teisel pool vanemat tegumoodi. Teine skaala põhineb sellel, kui võrd paljastavad ja väljakutsuvad on inimese kehakatted.

Kuuendaks keskendun käitumisele. Skaala erinevatesse otsadesse võib paigutada tagasihoidliku klubikülastaja, kes ei püüa millegagi tähelepanu saada ja tema vastu ennast täis isiku (sageli on tarbitud palju alkoholi), kes tahab ennast näidata. Mõnikord käib sellega kaasas ka agressiivsus.

Eraldi tuleb välja tuua ka inimeste seos narkootikumidega. Mitmed stereotüübid nagu “kalbasnik” ja “komparteilane” olid tihedalt seotud meelemürkide kasutamisega. Nende eristumine on ka täiesti loomulik, kuna nad paistavad üldiselt klubikülastajate hulgast suurema aktiivsusega silma. Antud uurimuse raames seoti narkomaane ainult vene rahvusega

Stereotüpiseerimine aitab lihtsalt orienteeruda väga kirju inimmassiga klubides, valida isikuid, kellega maksab rääkida või indiviide, kellest tasub pigem eemale hoida. Enese vastandamine mingitele kindlatele tüüpidele muudab jälle tugevamaks „mina” tunnet ja seob isiku temaga sarnast vaadet jagavate tuttavatega, moodustades “meie”. Stereotüüpe kasutatakse minu arvates ka sellel lihtsal põhjusel, et see võimaldab klubis toimunut näiteks inimesele, kes seal ei viibinud, suhteliselt kergesti edasi anda ja kirjeldada. Läbi selle kaob vajadus seletada näiteks, millise noormehega klubikülastajal tüli tekkis või kes tuli temaga juttu rääkima. Minu isiklikus

tutvusringkonnas tunduvad stereotüübid olema suhteliselt ühtsed, kõik mõistavad, mida keegi millegi all mõtleb. Isegi kui tekib mõni uus, võetakse see kiiresti vastu ja kõigi kõnekeelde. Tihtipeale ei tekigi mitte uusi stereotüpiseeritavaid kategooriaid, vaid eelmised nimetatakse ümber, kuna üks sõna on liialt kulunud.

Mõned vastajad leidsid, et stereotüpiseerimine on vägivaldne ja ebaõiglane sihtpunktide suhtes. Usun, et nii mõnigi tore inimene jääb seltskonnast välja selle tõttu, et teda peetakse ekslikult kuuluvaks mõnda sotsiaalsesse kategooriasse, mis ei ole “meie” grupi poolt aktsepteeritud. Uued, veidi kahtlased inimesed jäetakse välja ka sellel põhjusel, et tutvusringkonnad on kohati väga laiad ja nõ uut verd ei otsita.

Oma intervjuudes palusin inimestel kasutada ka autostereotüpiseerimist, mille käigus inimesed jagunesid laias laastus pooleks. Ühed olid nõus ennast kuhugi paigutama, läbi kellegi teise silmade ja nentisid, et see on täiesti võimalik. Teised ei pidanud seda võimalikuks, kuna nad on liiga tavalised või ei kuulu mitte ühegi teadaoleva stereotüübi alla.

Suhteliselt palju stereotüpiseeritakse ka klubisid, teinekord isegi kohti, kus ise ei olda käinud. Siinkohal on oma mõju arvatavasti kuulnud juttudel, meedial ja sõprade keskel välja kujunenud eelarvamustel.

Teooria osas toodud Dyer'i (1993) väidetest esimese kolmega, võib antud uurimuse raames nõustuda. Stereotüübid toimivad maailma korrastajatena ning asetavad reaalsuse kergesti mõistetavasse vormi. Viitavad tähendustele, näiteks öeldes “jõmm“ ei ole vaja täiendavalt seda inimest enam kirjeldama hakata. Samuti kasutatakse stereotüüpe valdavalt inimeste kohta, keda isiklikult ei tunta.

Edasisteks uuringuteks samas vallas soovitaksin keskenduda rohkem ka raadiomusikat eelistavatele noortele. Uurida, millised on nende seas levinud stereotüübid ning kuivõrd tähtis on indiviidi jaoks klubi, kus ta sageli viibib?

Samuti võiks kasutada intervjuueeritute teksti uurimiseks vertikaalanalüüsi ning püüda luua klubiküllastajate tüpoloogiat. See eeldab kindlasti oluliselt mahukat uurimistööd kui käesolev.

**Mitmed uurimuses osalenud leidsid, et klubide järgi saab teatud määral inimesi kategoriseerida, et klubielistuse põhjal saab inimese kohta mingi pildi. Kahtlemata kasutatakse siinkohal enda ja teiste identifitseerimiseks stereotüüpe ja “meie” ning “nemad” grupi vastandamist. Läbi stereotüüpide saab üldine pilt moonutatud, kuid samas selgem ja lihtsam.**

Kindlasti ei taha ma väita, et mõni indiviid kasutaks oma maailmapildi paika panemisel ja korrastamisel ainult klubimaailmal baseeruvat vaatepunkti. Pigem mängib see enese ja teiste identifitseerimisel noorte jaoks arvestatavat rolli, mida tuleks tähele panna.

Suurem osa respondentidest ei pööranud intervjuude põhjal oma klubiriietusele väga palju tähelepanu. Vähemalt ei erinenud see klubi. Kindlasti võib siin ühe põhjusena välja tuua selle, et mitmed inimesed käivad valdavalt ühes ja samas klubis või siis sarnastest meelelahutusasutustes, mis ei tekitagi vajadust oma garderoobi igal klubiõhtul üle vaadata.

Tütarlaste seas, kellest võiks oodata, et väljanägemine on väga oluline, leidis suure erinevusega seisukohti. Oli inimesi, kes nägid tõsist vaeva oma riietusega ja väljanägemisega ja neid, kes teinekord kulutavad selleks aega minimaalselt ja sõltuvalt tujust. Mingit tohutut välimuse esile tõstmist ette ei tulnud.

Ühe võimalusena pakuksin välja mõtte, et nende seltskond ja klubiringkond aktsepteerib neid sellisena, nagu nad parasjagu on. Klubides, kus nad käivad, ei oodatagi väga üles löödud neiusid. Siinkohal võib kindlasti välja tuua erinevuse klubide vahel – intervjuudest näiteks tuli välja, et Atlantises Tartus on standardiks palju napim rietus ja väljapaistvam välimus kui näiteks klubis Tallinn. Võimalik, et tütarlapsed, kes ise seda klubi ei hinda, just nimelt ei käitu tolele asutusele sarnaselt. Oma intervjuus tõi Mirjam välja Privé, kus käivad inimesed pööravad välimusele palju tähelepanu ning soovides seal seltskonda sulanduda, olla üks nende seast, tuleb ka endal palju vaeva näha ja oma garderoobi hoolega sorteerida.

Siin tasub kindlasti vahet teha Privé ja Atlantise “üleslöömise” vahel. Privé puhul on olulisem sarnaneda sealse edukate ja tuntud inimeste seltskonnaga, Atlantise puhul ma intervjuudes sellist suhtumist ei kohanud. Põhjusena, miks respondendid ei pidanud riietumist ja “üleslöömist” niivõrd tähtsaks, võib tuua ka nende keskmisest kõrgema harituse ja soovimatuse labase “lantiva” seltskonnaga samastuda ning tütarlaste puhul soovi, mitte olla see silmatorkavalt rietatud “landitav”. Võimalik, et siinkohal on tegemist ka linnadevahelise erinevusega. Tartus on arvatavasti tudengite osakaal klubiküllastajate hulgas palju suurem ja ei vaadata niivõrd kriitilise pilguga teistele inimestele.

Ashforti ja Maeli (2004) poolt kirjeldatud identiteetide paljususe võimalusest tulenevalt võib oletada, et erinevates klubides ollakse erinev inimene ja teistsuguse

käitumisega. See ei tekita probleemi või vähemalt on seda võimalik sobitada oma eelnevate käitumismustritega. See, kui inimene ennast ühe klubi põhjal isegi mingitesse raamidesse paneb, ei tähenda, et ta ei võiks minna teistsugusesse meelelahutusasutusesse lõbutsema. Siin peab muidugi arvestama võimalusega, et inivid saab “meie grupi” hukkamõistu osaliseks. Näitena võib meenutada Mirjami sõnu, kes inimestele, kes teda nii hästi ei tunne, ei ütle eriarvamuste vältimiseks, kus ta täpselt käib. Olen ise tähele pannud, et mitmed tuttavad iseloomustavad ennast läbi klubi, mis on meie mõlema poolt aktsepteeritud ja kuulub “meie” grupi kooskäimise kohtade hulka. Samas võiks teda kohata väga erinevates asutustes, kaasaarvatud kohtades, millele “meie” grupis vastandutakse.

Antud valdkonna edasisel uurimisel võiks enam keskenduda *mainstream* klubidele, kelle klientuur antud uuringust välja jäi. Huvitav oleks kõrvutada nende arvamust alternatiivsema muusikaeelistusega inimeste omadega. Kuivõrd nemad vastandavad ennast teistsuguse klubi- ja muusikaeelistusega inimestele ning kas nende käitumine suhete loomisel klubis on erinev? Rohkem tähelepanu väärib ka sõprade arvamuse mõju klubivalikul. Kas erinevate eelistustega noored näevad seda sarnaselt?

Uurida võiks ka põhjuseid, miks inimesed klubisse lähevad. Kui suureks motivaatoriks on lisaks muusikale ja seltskonnale näiteks erinevad soodustused klubis ja tasuta pääsmed, mida näiteks klubi Tallinn saadab *mailinglist*-i kaudu?

Kokkuvõtteks võibki öelda, et klubi on nii mõnelegi midagi rohkemat kui lihtsalt lõbustusasutus. Selle põhjal sünnivad paljud auto- ja heterostereotüübid, mis aitavad meil ennast ja teisi identifitseerida. Isegi kui enese klubielistusele omistatakse mingisugune paika panev roll, ei tähenda see, et ei käidaks mingil juhul teist laadi ööklubides. Kohati seda lihtsalt varjatakse.

## **5.1 Rakenduslikud soovitused**

Klubi on antud töö põhjal oluliseks kohaks, kus suhelda ja uusi tutvusi luua. Seetõttu võiks iga klubiomanik mõtelda, kas tema asutuses on kahel inimesel võimalik normaalselt suhelda. See tähendab: on võimalus rääkida normaalse häälega, mida tavaliselt segab igale poole kostuv vali muusika. On olemas tantsusaalist eraldi ruumid, kuhu on võimalik melu ja tunglemise juurest eralduda. Klubis on piisavalt nähtavaid turvamehi ning inimene tunneb ennast julgelt.



Kohati võib hästi mõjuda ka karm “uksepoliitika”, mida tähendab, et mitte igati ei saa klubisse. Sellega tagatakse lisaks teatavale saladuslikkusele ka klubilistele korralikud kaaskülastajad. Uksel praagitakse välja tugevas alkoholijoobes olevad isikud. Samamoodi jäävad välja ilmselgelt agressiivsed ja tüli tekitavad inimesed.

Klubidel oleks kasulik keskenduda kindlatele muusikastiilidele, kuna see loob klubikülastajas kindlama tunde. Ta teab, mis teda klubis ees ootab ning võib eeldada, et suurem osa küllastajatest on sarnase maitsega. Mängides erinevatel päevadel vaheldumisi vähetuntud alternatiivmuusikat ja raadiost tuttavat muusikat, tekitab see segadust. Seeläbi on raske ennast mingi kindla meelelahutusasutusega siduda, sest inimene ei tea, keda ta seal kohata võib ja milline on selle õhtu repertuaar.

Samas tuleks tähele panna, et seoses muusikavalikuga, tekib võimalikel klubikülastajatel ööklubist mingisugune pilt. Tekivad stereotüüpsed eelarvamused selle koha suhtes, mis võivad nii kutsuda sinna minema kui ka jahutada uudishimu. Välja kujunenud ettekujutust klubist ei ole kerge muuta ning ümberkorraldused selles asutuses ei pruugi kiiresti tulemusi tuua. Pigem on oht, et senine klientuur kaotab koha vastu huvi.

Ööklubid võiksid pakkuda tihedatele klubikülastajatele (“klubimeestele”, “klubitüdrukutele”) soodustusi, kujundades seega seda seltskonda, keda inimesed sageli tähele panevad. Need tihedad klubikülastajad on ka üheks teguriks, mille põhjal tekib klubi imago. Valides klubi jaoks oluliste kriteeriumite alusel välja teatud pidulised, õnnestub nad ehk läbi soodustuste kindlamalt klubi külge siduda. Võimalik, et seeläbi tõuseb ka sagedaste klubikülastajate arvamus ööklubist ning nende poolt edastatav informatsioon on positiivsemat laadi.

Antud uurimustöö raames saadud kirjeldused narkootikume tarvitanud inimestest olid negatiivset laadi. Ööklubi personal peaks suutma hoolt kanda selle eest, et klubis ei hakkaks silma “komparteilasi” ja “kalbasnikuid”. Nad häirivad klubikülastajaid ning võivad nii mõnegi jaoks peo rikkuda. Mitmed intervjuueeritavad tõid oma vastustes välja selle, et mingi peo kirjeldamisel teistele, on üheks oluliseks näitajaks “kalbasnikukte” hulk. Mida vähem neid oli, seda positiivsem.

## 6. Kokkuvõte

Oma bakalaureuse töös uurin noorte klubikäitumist. Täpsemalt seda, kas klubides luuakse uusi tutvusi või taastatakse vanu, kuid kasutatakse klubimaailma põhjal loodud stereotüüpe ning kas läbi klubide toimub eneseidentifikatsioon.

Töö empiiriline osa keskendub Eesti klubimaastikule ja kahele varem sarnast teemat puudutanud uurimistöele (Allaste 2005, Kirikmäe & Urb 2005). Teoreetilise osa tähtsaimateks lahtiseletatavateks mõisteteks on antud töö raames “stereotüüp”, “sotsiaalne kategoriseerimine” ning “identiteet”.

Uurimismeetodiks valisin süvaintervjuu, kuna selle abil on kõige kergem käsitleda inimese jaoks isiklike küsimusi. Projekti käigus kohtusin kolmeteistkümne inimesega, kelle jutu põhjal on töö koostatud.

Uurimisprobleemiks seadsin ööklubidele rolli noorte jaoks sotsiaalsete suhete (taas)loojana ning sellele, kuidas võib ööklubisid pidada noorte eneseidentifitseerimise vahenditeks. Probleemipüstituse aluseks on seminaritööst (Kirikmäe & Urb 2005) kerkinud ideed antud teemavaldkonna edasiseks uurimiseks. Teema avamiseks keskendusin järgmistele valdkondadele: kui olulised on klubid suhete (taas)loomise kohana, kuidas palju kasutatakse klubimaailma kirjeldamisel stereotüüpe ning millist rolli mängib klubi noore eneseidentifikatsioonis.

Uuringu põhjal tehtud järeldused on uurimisküsimuste kaupa järgmised: klubid on paljude noorte jaoks suhete loomise kohtadeks. 13-st respondendist 10 väitis olevat ise leidnud, 11 teadis kedagi, kes on leidnud, omale klubist uue tutvuse. Samas ei ole see suuremale osale vastanuist otseseks eesmärgiks, miks klubisse minnakse. Olulisemal kohal on olemasolevad sõbrad ja tuttavad.

Klubis on selleks tegevuseks nii soodustavaid (turvaline keskkond, kerge kontakti lõpetamine, võimalikud sarnased huvid) kui takistavaid (kõva muusika, inimesed liigse alkoholi mõju all, pealiskaudne suhtlemine) tegureid. Klubis loodud suhted on üldiselt kõigi vastanute arvates nende sõprade poolt aktsepteeritud.

Valdav osa vastanutest nentis, et klubi on kohaks, kus kohtutakse vanade sõprade-tuttavatega, keda ei ole pikalt näinud. Selle tingib ühine muusika või klubielistus, mis võimaldab sarnase maitsega inimestel aeg-ajalt juhuslikult kohtuda. Klubikeskkonda peeti üldiselt kokku saamiseks paremaks kohaks kui tänavat, kuna seal on meeleolu tavaliselt ülevam ja suhtlemine kergem.

Stereotüüpide kasutamine on intervjueritud inimeste hulgas väga levinud. Neid kasutatakse ise ja märgatakse ka teiste puhul. Inimeste kategoriseerimiseks kasutatakse suhtumist peosse, klubisse, muusikasse ning vastassoosse ja suhteloomisse. Tunnusteks, mille järgi inimesi stereotüüpidesse lahterdatakse on riietus ja käitumine. Lisaks inimestele lähenetakse läbi stereotüüpide ka klubidele.

Enese ja teiste identifitseerimiseks kasutatakse palju stereotüüpe, mis toetavad ka “meie”- ja “nemad” gruppide tekkimist. Läbi selle vastandamise määratletakse enda positsioon ühiskonnas. Klubieelistuse järgi võib osade respondentide arvates teha inimese kohta teatud järeldusi. See on ka üheks põhjuseks, miks ei käida sageli enda muusika- ja klubieelistusest välja jäävates ööklubides või kui käiakse, siis sellest väga ei räägita. Oluline on säilitada “meie” grupi positiivne suhtumine, mida taoline käitumine võib rikkuda.

Antud töö keskendus alternatiivse muusikaeelistusega noortele. Tulevikus tuleks antud valdkonnast parema pildi saamiseks, keskenduda kindlasti rohkem nõ *mainstream* klubide klientuurile, mis hetkel kõrvale jäi. Suurendada võiks ka uuringute mahtu, kuna nii väikese valimiga tööd ei anna piisavat alust laiemateks üldistusteks.

Rakendusliku külje pealt, soovitan antud uurimuse põhjal klubiomanikel üle vaadata oma asutuse ruumijaotus ning alused, mille baasil lastakse inimesi klubisse. Tähelepanu tasuks pöörata ka muusikavalikule ning nädala kavale.

Mina näen oma bakalaureusetööd antud valdkonnas pigem kompava uuringuna, mis peaks andma aluse edasisteks töödeks. Valdkond on lai, huvitav ning materjalirohke ja seda on siiani väga tagasihoidlikus mahus uuritud.

## **7. Summary**

The title of my research paper is “Night clubs as (re)creators of social relationships”. Whilst nightclubs have gained popularity amongst youth, studying this field helps to understand their way of thinking and acting.

My work concentrates on creating and recreating acquaintances in the nightclub, on what kind of stereotypes people use to describe clubs and on how much people identify themselves through the nightclubs.

My research relies on earlier studies conducted by Allaste (2005), Nigul (2004), myself and Kirikmäe (2005). The most important theoretical concepts are “stereotypes”, “identity” and “social categorising” which are all expounded in the first part of my work.

The method I chose to gather information with is semi-structured interview. This method did not set too clear boundaries for people I interviewed, so they had a chance to express their experience, opinions and thoughts more freely. I interviewed 13 young people (aged 20-23), 5 male and 8 female. All of them had visited a night club more than six times during the past six months. They favoured mainly alternative music and were college students.

I found out following: nightclubs are a common place to meet new people. Respondents considered it to be convenient because of the security, you are free to end any contacts with strangers and people visiting the same club have usually something in common. There are also some negative aspects in creating new acquaintances like the loud music, befuddled customers and the superficiality of the contact. 10 out of 13 respondents had made an acquaintance (which lasted longer than one night) and 11 out of 13 knew someone who had made an acquaintance in a night club.

Most people I interviewed said that clubs are a common place to meet old friends one has not seen for a long time. They also paid more attention to them than they would have in the street. In clubs individuals have more time, they are usually in good mood and more open minded. All that helps to overcome the distance time may have created.

Stereotypes are very popular tools describing the world of nightclubs. People were categorised on the basis of their attitude towards the event, club, music, opposite

sex and creating an acquaintance. In addition, respondents used stereotypes to describe nightclubs as well.

These stereotypes are also used to identify a person's position in the society. The preference of the club (and music style) helps to establish in- and out-groups. People identify themselves through opposing to the out-group, letting others know what they are not. It is very important that the in-group has a positive attitude towards the individual.

The given thesis focuses mainly on people favouring the alternative music, future works should pay more attention to individuals favouring the popular music played in radio. How much they like meeting new people in clubs, do they identify themselves through nightclubs and what kind of stereotypes are far-spread.

My work is just exploring the field of nightclubs. This research area should be given more attention in the future, because it has a significant part in young people's lives.

## Kasutatud kirjandus

1. Allaste A. (2001). Alternatiivne noorsookultuur – võitjate või kaotajate kultuur? Rmt.: Leeni Hansson (toim.). Mitte ainult võitjatest. Tallinn: Teaduste Akadeemia Kirjastus, 142-154.
2. Allaste A. Reivikultuur Eestis. (1998).  
<http://sinine.ehi.ee/ehi/oppetool/lopetajad/allaste/index.html>. Mai 2005.
3. Ashforth B. E. & F. Mael. (2004). Social Identity Theory and the Organization. In M. J. Hatch & M. Schultz. A Reader. USA: Oxford University Press, 134-160.
4. Jandt F. E. (2001). Intercultural Communication. An Introduction. Third Edition. California: Sage Publications Thousand Oaks.
5. Kaljulaid I. (2003). Eestlaste ja leedulaste stereotüüpsed ettekujutused iseendast ja üksteisest. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
6. Kasiinod ja Ööklubid. [http://www.neti.ee/cgi-bin/teema/MEELELAHUTUS\\_JA\\_HOBID/Toitlustus\\_ja\\_Ajaviide/Kasiinod\\_ja\\_klubid/](http://www.neti.ee/cgi-bin/teema/MEELELAHUTUS_JA_HOBID/Toitlustus_ja_Ajaviide/Kasiinod_ja_klubid/). Mai 2005.
7. Kiddler L. H. & C. M. Judd. (1986). Research Methods In Social Relations. Fifth Edition. New York: Saunders College Publishing.
8. Kirikmäe M. & U. Urb. (2005). Ööklubide imagot mõjutavad tegurid. Ööklubi kui enesemääratlusvahend ja sotsiaalsete suhete kujundaja. Käsikirjaline seminaritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
9. Kjeldgaard D. (2003). Youth Identities In The Global Cultural Economy. European Journal Of Studies, 6, 3, 285-304.
10. Klubi Tallinna administraator. (2005). Autori meilivahetus. Tartu, 29. aprill.
11. Lacey N. (1998). Image And representation. Key Concepts In Media Studies. USA: St. Martin's Press, Inc.
12. Nigul A. (2004). Elulaad Eestis. Rmt.: V. Kalmus & M. Lauristin & P. Pruulmann-Vengerfeldt (toim.). Eesti elavik 21. sajandi algul. Ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 83-95.

13. Semjonova R. (2003). Stereotüüpsed hoiakud arvutite ja interneti suhtes info kihistumise kontekstis. Käsikirjaline bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
14. Tajfel H. & J. Turner. (2004). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In M. J. Hatch & M. Schultz. A Reader. USA: Oxford University Press, 56-63.
15. Vyncke P. (2002). Lifestyle Segmentation. European Journal Of Communication, 17, 4, 445-463.
16. Ööklubid.  
<http://www.eniro.ee/eniro/eniro.php?lang=et&tab=firma&kw=&adv=on&rub=on&parentid=W200A&sort=3&rec=58&list=on&pm=1&offset=0>  
Mai 2005.
17. Ööklubid. <http://ajaviide.delfi.ee/places/meelelahutus/ooklubid/?path=p-27&placeCategoryID=27>. Mai 2005.
18. Ööklubid. <http://www.turismiweb.ee/ee/category/?ID=153>. Mai 2005.