

SAATEKS. PAAR SAMMUKEST TRANSMEEIALISTE SIIRETE UURIMISE TEEL

Eesti Kirjandusmuuseumi aastaraamatu “Paar sammukest” ajaloo saab praeguse seisuga jagada kolme perioodi. Aastatel 1957–1989 ilmus see ebaregulaarselt, 1–7-aastase intervalliga. 1996. aastal ilmunud 13. aastaraamat pani alguse regulaarselt iga-aastasele kajastusele kirjandusmuuseumi teadussaavutustest ja tööst – vahetult enne seda, 1995. aastal oli asutus kinnistatud nime poolest Eesti Kirjandusmuuseumiks ja tunnistatud riiklikuks teadusasutuseks. See periood kestis 2008. aastani, mil ilmus 25. “Paar sammukest”. Alates 22. aastaraamatust võeti vastu uus põhimõte, mille järgi raamat ei ilmunud enam sama kalendriaasta lõpus, vaid järgmisel aastal ning koondas esmajärjekorras Kreutzwaldi päevade teaduslikul konverentsil peetud ettekannete põhjal valminud artikleid. “Paar sammukest” nr 26 jätkas seda traditsiooni, kuid ilmus paraku juba kolmeaastase hilinemisega. Viimane väljaanne jõudis meieni 2013. aastal ja kajastas kirjandusmuuseumi tegemisi 2011. aastast. Ka ilmus see juba ainult digitaalsena. Üldistades võib siinkohal sellise muutuse põhjusena välja tuua teaduse projektipõhise rahastuse mõju teadlaste igapäevatöö korraldusele.

Käesolev, Eesti Kirjandusmuuseumi 29. aastaraamat sisaldab artikleid, mille aluseks olnud ettekanded peeti 57. Kreutzwaldi päevade teaduslikul konverentsil “Transmeedialised siirded” 17.–18. detsembril 2013. aastal. Eri meediaplatvormide kokkupuude sai traditsioonilise kirjandusteadlaste ja folkloristide aastakonverentsi teemaks, kui vastav uurimisvaldkond oli Eesti teadusringkondades juba kanda kinnitanud: nt Peeter Toropi käsitus multi-meedialisusega seotud mõistetest ja uurimissuuna ajaloost ilmus 2008. aastal Keeles ja Kirjanduses ning täiendatult 2011. aastal kogumikus “Humanitaarteaduste metodoloogia. Uusi väljavaateid”. Üheks viimaseks oluliseks täienduseks on peamiselt filmi suubuvaid siirdeid käsitlev väitekirj, Maarja Ojamaa “Kultuurilise autokommunikatsiooni transmeedialine aspekt” (2015).

Multimeedia käsitlused said alguse aga juba 1960. aastatel ning eri teadusharudes ja koolkondades on sellega seotud mõistestik arenenud väga kirevaks. Võib öelda, et kõige laiemaks mõisteks ongi multimeedialisus – konkreetset mõistetakse selle all siiski kahe või enama meediaplatformi koosseksisteerimist ühes tekstis. Multimeedialine tekst on multimodaalne – eri meediumid ühe terviku (esituse, teksti) sees aktiveerivad eri tajukanaleid. Meediauuringutes tehakse vahet trans- ja ristmeedialisusel: kui transmeedialisus on teksti, motiivi, tegelase vm loomulik levik kultuuris ühest meediumist teise, siis ristmeedialisus on sihipärane mitmeplatvormilise toote loomine ja turundamine. Intertekstuaalsuse eeskujul on ülekandeid ühest meediumist teise nimetatud ka intermeedialisuseks, eri koolkondades on sellel mõistel olnud aga väga erinev sisu. Hüpermeedialisus on arvuti vahendatud interaktiivne esitus, mis ühendab vähemalt kaht meediaplatformi. Sellega on seotud hüpermodaalsus – hüperlinkide kaudu tekkiv heliliste, visuaalsete jm assotsiatsioonide süsteem.

Peamiselt ongi multi- ja transmeedialisuse uuringutega Eestis tegelenud semiootikud, kuid ka kirjandusteadlastel ja folkloristidel tuleb üha enam arvestada olukorraga, kus kultuuritekstide levikus ei mängi rolli enam ainult tekst, heli, liikuv ja liikumatu pilt, vaid ka digitaalse meedia võimalused. Konverentsi ette valmistades palusime esineda soovijatel käsitleda tekstide/ motiivide liikumist algsetest folkloori- või kirjandusžanridest teistesse meediumidesse, nagu näiteks teater, film, televisioon, internet, kujutav kunst ja muusika, aga ka tagasi tekstikesksesse vormi ja suulisse pärimusse. KonverentsiettekanDED näitasid, et enim kokkupuutepunkte on olnud kirjanduse ja filmi uurijatel: EKLA kultuuri- ja kirjandusteooria töörühm on selles vallas aastate jooksul olulist tööd teinud. Film on meedium, millel on praegu ilmselt kõige suurem kandepind: mitmesugused veebipõhised rakendused jäävad suuremalt jaolt noorema publiku huviorbiiti, raamatulugemine on ilmuvate teoste mitmekesisusest hoolimata siiski populaarsust kaotamas. Populaarse filmi või saate kaudu on tekstil potentsiaal jõuda väga suure hulga vastuvõtjateni, peamiselt TV vahendusel on levinud tekstid, mille ühine tundmine määrab inimeste kogukondlikku kuuluvust.

2013. aasta paistis Eestis silma populaarsete folklooriaineliste telesarjadega, mis ajendas uurijaid üles kutsuma ka seda nähtust lähemalt valgustama. Nii palusime Kreutzwaldi päevadel esineda kirjanik Indrek Hargla, telesarja “Süvavahva” stsenaariumi autoril. Ettekandes “Kirjanik kui kratt” kõneles Indrek Hargla oma loomingu põhisuundadest ja selle seostest eri žanride ning rahvaluulega – ka viimasest võib kirjanik krattina varandust kokku kanda, et sellest vormida kirjanduslikku omailma. Teadusliku sissejuhatuse konverentsiteemasse tegi Tallinna Ülikooli Balti

Meedia- ja Filmikooli direktor Katrin Saks, kes tõi filminäiteid transmeedia-
lisest siirdetööst. Näitematerjali hulka kuulusid nii kirjandusteoste ainetel
valminud linateosed alates Arvo Kruusemendi “Kevadest” kuni filmikolledži
tudengite kursusetöödeni Tammsaare ja Tuglase ainetel kui mitmesugused
ristmeedialised projektid, näiteks telefonirakendused, mis jagavad huvilis-
tele infot Margus Karu “Nullpunkti” või Indrek Hargla apteeker Melchiori
lugude tegevuspaikade kohta.

Transmeedia-uuringutes on rõhutatud, et kuigi tänapäeva tehnilised võima-
lused muudavad meediumidevahelised siirded eriti silmatorkavaks, on tege-
likult tegemist kultuurile läbi aegade olemusliku nähtusega – inimkultuur
esitab igal ajastul varem tuntud lugusid uutes kommunikatsioonikeeltes,
astudes nii dialoogi isendaga. Käesoleva kogumiku käsitlused algavad
ajast, mil ajakirjanduslik tekst oli Eestis veel noor meedium. **Katre Kikas**
kirjutab artiklis “Rahvajutust ajalugu otsimas. Muinasjutt
Rahurikkujast, Siniussist ja Truuvaarist 1890. aasta
ajakirjanduses” ajalookirjutuse, ajakirjanduse ja folkloori vahekor-
dadest. Esimese massimeediakanalina tekitas ajakirjandus 19. sajandil
läbimurde, mis on võrreldav meie ajastu digitaalse pöördega. Suulist päri-
must aga, mille funktsioon ja olemus oli kirjaoskuse levides oluliselt muu-
tunud, peeti siis ajalooteaduse jaoks usaldusväärseks allikaks, “eesti rahva
ajaraamatuks”. Laialdast diskussiooni tekitanud jutt, mis pidi tõestama
esimeste Vene vürstide eesti päritolu, liigitus 20. sajandi folkloristikate-
aduse seisukohalt ilmselt pseudofolkloori või ebaautentse materjali hulka
ning ei väärinud seega toona lähemat käsitlust, praegu näeme selles 19.
sajandi lõpu dialoogis noore rahvuskultuuri eneseotsinguid tolle ajahetke
meedia moodsate võimaluste kaudu. 2013. aastal sai see aga jätku ka hü-
permeedias – Eesti Ekspressi kommentaariumis.

Anneli Saro märgib, et on artiklis “Film kirjanduse interpre-
teerija, populariseerija ja kanoniseerijana” vaikimisi läh-
tunud küll eeldusest, et trükisõna ja kirjandus on filmiga võrreldes midagi
esmast ning ühtlasi väljasuremisohus olevat või vähemalt populariseerimist
vajavat, kuid kultuuripraktikas see nii olla ei pruugi. Ka Eestis leidub
juhtumeid, kus filmistsenaarium ise või selle põhjal kirjutatud kirjandus-
teos on lugejate ette jõudnud. Artikkel keskendub siiski problemaatikale,
kuidas filmikunst on mõjutanud eestlaste arusaama kirjandusteostest,
mida on filmide algallikatena kasutatud. Analüüsides lähemalt filmide
“Nukitsamees”, “Naksitrallid”, “Viimne reliikvia”, “Nimed marmortahvilil”
ja “Kevade” fenomeni, näitab autor, kuidas mõjutab filmi kui meediumi
väljendusvahendite eripära algteose interpretatsiooni ning missugune
on uue kunstiteose, filmikeeles edastatud sõnumi mõju publikule või kui-
das muutub selle positsioon kultuuriprotsessis. Moodsam tehnoloogiline

meedium muudab filmi atraktiivseks kirjanduse populariseerijaks, mida pedagoogikas üha enam ära kasutatakse; esituste järjepidevus ning filmivaatamise sotsiaalne situatsioon teeb kultusfilmidest eri põlvkondade ja maitse-eelistuste lõimija ning kultuurilise järjepidevuse hoidja; film oma suhtelises lõplikkuses on aga ka kirjandusteose ühe tõlgenduse kinnistaja ja retseptsiooni unifikseerija – populaarne film võib kirjandusteosest kehtestada kaanoni, mis avaldab tugevat mõju ka hilisematele tõlgendustele teatris jm kunstiliikides.

Marju Kõivupuu artikliga “Süvavahva” mütoloogiline maailm – Indrek Hargla mängud pärimuse ja fantaasiaga” jõuame analüüsimaterjalini, mille puhul film (telesari) on publiku ette jõudnud varem ja samasisuline kirjandusteos hiljem – meelelahutusäri traditsioone järgides on telesari ja raamat loodud ristmeedia põhimõttel teineteist täiendama. Artikkel ei analüüsi nende meediumide erinevust, vaid vaatleb teoses leiduvaid usundilisi motiive, toob neile paralleele eesti rahvausundist ning püüab vastata küsimustele, mis “Süvavahvas” on pärit n-ö ehtsast eesti folkloorist ning missuguste motiivide allikaks on pigem muude rahvaste usunditest nüüdiskultuuri meelelahutusäri teenistusse võetud arsenal. Eri rollides tegelaskujude, kasutatud kohanimed, maailiste esemete ning tegevustikus viidatud uskumuste ja tavade analüüs näitab, et alusmaterjali iseloomustab pigem rahvusvaheliskus, uuema ja vanema põimumine. Tänapäeva Eesti külaühiskonda asetatult, viidetega meie ajaloolle alates orjaajast ja lõpetades II maailmasõjaga, tekitab “Süvavahva” aga publikus kõrgendatud huvi nii eesti rahvausundi kui usundilise pärimuse, mütoloogia ja maagia vastu laiemalt, olles seega samaaegselt nii pärimuse vahendajaks kui selle (taas)loojaks. Artiklis viidatakse ka teose kajastustele hüpermeedia vallas – mõnedes raamatublogides, mis on 2016. aasta seisuga isegi pisut täiendust saanud. Huvitav on asjaolu, et selle meediumi metatekstide loojatest väidab suurem osa, et on vaid raamatut lugenud ning telesarja vaadanud ei ole.

Mare Kõiva ja **Andres Kuperjanov** vaatlevad artiklis “Transmeedia-protsessid hiinarratiivide näitel” suulises kultuuris sündinud tegelaskujude ning nendega seotud verbaalse ja visuaalse ainese kandumist ühest meediavormist teise. Hiid on folkloorsed tegelased, kes eesti pärimuses on olnud tuntud laiemal või kitsamal alal mitmesuguste muistendite vahendusel. Alates kirjakultuuri ajastust tõuse neist esile Kalevipoeg, kellest sai eepose, rahvusliku tüviteksi kangeline, aga ka Saaremaa päritolu hiid Suur Tõll, eriti pärast Rein Raamatu ja Jüri Arraku joonisfilmi valmimist 1980. aastal. Transmeedia-narratiivi mõistet on siiani kasutatud küll uuemate läbilöögivõimeliste teoste iseloomustamisel, kuid samamoodi on “Kalevipojast” ja teistestki hiiujuttudest alguse saanud

rohkesti tekste ja tekstikorpusi, adaptatsioone, väljundeid teistesse kunstiliikidesse ja esemelisse tarbimiskultuuri võrreldavalt nn frantsiiside, kaubamärk-toodetega: kuulsaid hiidusid kohtab arvutimängudes ja meenetes, matkaradade ja reisiprogrammide tutvustustes, muuseumides, teemaparkides, mitmesuguste asutuste-ettevõtete ja nende toodete nimedes. Nende laialdane levik on seletatav sellega, et sotsiaalne ja kultuuriline tellimus Kalevipoja ja Tõllu järele on olnud olemas: rahvuslikku identiteeti kandvana või konkreetse paikkonna kohaliku identiteedi loojana. Lähemalt analüüsivad autorid kahte Kalevipoja-teemalist reklaamklippi ning Tõllu-teemalist muusikavideot, mida iseloomustab rohke kultuuritsitaatide kasutamine.

Risto Järve artikkel “Tuntud muinasjutud reklaamikunstis” vaatleb suulisest pärimusest (tänapäeval küll kirjasõna vahendusel) eri meediaplatformidel esitatud reklaamidesse jõudnud muinasjutte. Folkloorižanridest on küll vanasõna selle lühikesse vormi valatud õpetlikkuse tõttu nimetatud reklaami loomise jaoks kõige sobivamaks, ent video formaadis telereklaamide allikmaterjaliks on sageli ja edukalt kasutatud ka üldtuntud muinasjutusüžeid. Oma rahvusvahelisuse tõttu kõnetavad need eri maade tarbijaskonda, tuttavate vormelite ja tegevustiku esitamine seoses mingi tootega hõlbustab meeldejäämist, muinasjutu ja reaalsuse opositsiooni sissetoomine köidab tähelepanu. Samuti on loodud muinasjutuainesest inspireeritud hüpermeediareklaame: veebipõhiseid mängu, arvutiekraanil “lehitsetavaid” muinasjuturaamatuid, aga näiteks lastele suunatud toote reklaamikampaania võib sisaldada ka paberväljaande kujul avaldatud kunstmuinasjutte – siirde suund on siis modernsema meediumi poolt traditsioonilisema poole. Visuaalses plaanis toetuvad muinasjutureklaamid sageli kuvandile muinasjutust kui minevikust pärinevast žanrist: reklaamlaused ilmuvad näiteks kalligraafilises käekirjas või arhailistel siltidel. Võimalik, et see rõhutab veelgi muinasjutu ja reaalsuse vastandust ning peab suurendama inimeste rahulolu nüüdisaegse, kõigkõiklikke tehnilisi vahendeid pakkuva tarbimiskultuuriga.

Siim Sorokini artikli “Televaatajate ja karakterite intersubjektiivne ja kontekstuaalne lõimumine teleseriaali “Halvale teele” internetiretseptis” analüüsimaterjal viib meid USA televisiooni- ja hüpermeediamaastikule. Vaatluse all on filmimeediumi vahendusel esitatud narratiivi tõlgendusmehhanismid, mis avalduvad telearvustusblogide kommentaariumeis. Analüüsi teoreetilised lähtekohad pärinevad kognitiivse narratoloogia ja meediapsühholoogia vallast. Autori eesmärgiks on arendada välja eksperimentaalne teooria, mis käsitleks vaataja kaasahaaratust narratiivi tegelaskujudest naturaliseerivas, s.o tegelaskuju pärisust aktiivselt konstrueerivas võtmes. Televaatajate blogikommentaariid osutavad fiktsiooni ja reaalsuse vahelise

piiri ähmastumisele – vaataja suhtest tegelaskujudega võib leida paljutki tavapärasest igapäevasuhtlusest äratuntavat. Tegelaskujud on vaataja jaoks samaväärsed pärisinimestega, kuivõrd ka oma lähedastest ei tea me kaugeltki kõike. Me mõistame teisi inimesi lugudest omandatud teadmuse najal ja rakendame seda omakorda ka lugudes elutsevate inimeste mõistmiseks – vaataja kujutlusvõime väljendub narratiivisena. Autor väidab, et televaatajate kokkupuutest narratiiviga ilmneb nende intersubjektiivne lõimumine looliste tegelaskujudega, kes on käsitletavad pikaajaliste tuttavate ja eristatavate teadvustena. Armastatud tegelaskuju “tundmine” asetab täiesti võhivõõrad televaatajad-netikommenteerijad ühisesse kultuuriruumi – blogide kommentaariumidesse. Selles ruumis avaneb neile võimalus terviklikumaks tähendustamiseks kui päriselulises suhtluses – peaaegu kõikvõimas, autorilaadne lähtekoht.

Eri kunstiliikide ja meediumide omavahelised suhted, üksteise väljendusvahendite ja elementide kasutamine ning siirded ühest meediumist teise on tänapäeva humanitaarias üha populaarsem uurimisteema. Kindlasti tingib seda üha uute meediumide lisandumine ning kasutusvõimaluste laienemine



Teleseriaali “Halvale teele” teemalised tooted Aberdeeni kaupluses 2016. aasta jaanuaris. Foto: Mare Kõiva.

seoses tehnoloogia arenguga, samuti meediaproductide ja -tarbimise üldine kasv. Elemendid, mis korduvad ühest tekstist teise, moodustavad intertekstuaalse ja -meedialise võrgu, mis muutub koos ajaga, aga kannab endas ühtlasi nende elementide tekkimise aegse konteksti jälgi. Massimeedia ja üleilmastumine loob eeldused selliste võrkude levimiseks üle keele- ja kultuuripiiride, kuid samuti mängivad nad olulist rolli kultuurikogukondade kujunemisel. Sellised protsessid on aga inimkultuurile omased olnud selle kõigis etappides. Sõnadega väljendatult, piltide või helide keeles, eseme-tena jne ringleb meie maailmu moodustav informatsioon inimeste vahel. Käesoleva kogumiku artiklid heidavad valgust selle ringluse mõnele aspektile – andes loodetavasti inspiratsiooni üha uuteks põnevateks käsitlusteks.

Kanni Labi