

**Katrin Aava
Ülle Salumäe**

MEEDIA JA MÕJUTAMINE

ÕPIK GÜMNAASIUMILE





Indrek Aava „Konksu otsas”

Õlimaal, 39 x 53,8 cm, 2013

Indrek Aava (sündinud 1977. aastal Tallinnas) hakkas maalikunstiga tegelema 2004. aastal Soomes Järvenpää kutsekoolis, kus ta õppis reklaamigraafikuks. Indrek saab inspiratsiooni metafüüsilisest kunstist, sünteetilisest kubismist ja sürrealismist. Tema töid võib leida nii Eestis kui ka mujal maailmas: Soome, Rootsi, Hiina, Venemaa ja Itaalia erakogudes.

Retsenseerinud Kersti Lepajõe, Terje Varul

Kujundanud ja küljendanud Kersti Ehala

Keeleliselt toimetanud Siiri Soidro

ISBN 978-9985-9415-5-3

© KÜNNIMEES, 2013

Eessõna

Suhtluses vahetame erinevaid sõnumeid, edastame päevauudiseid, kujundame seisukohti, võrdleme oma seisukohti teistega, vaidleme ja mõjutame. Selliseks diskussiooni areeniks, uudiste esitamise ja ideede kokkusaamise kohaks on meedia. Meedial on oluline roll meie identiteedi, maailmapildi ja sotsiaalsetest protsessidest arusaamise kujundajana. Käesoleva õpiku eesmärk on kirjeldada, kuidas meedia peegeldab ja kuidas ta loob ühiskondlikke suhteid.

Õpiku kaanepildiks olev maal „Konksu otsas” tuletab meelde, kui kerge on sattuda meedia konksu otsa: punane ahvatlev infoõun tekitab uudishimu ning kutsub lugema. Ilma kriitikata pakutu suhtes võtame omaks uskumused, mis loomulikustatakse meedias, laseme kujundada oma suhtumist nii endasse, teistesse inimestesse kui ka ühiskonda. Meedia loob tarbimissoove, õhutab edevust ja kutsub ostma. Ta võib ärritada ja ahvatleda meid ebaõiglaselt otsustama. Meedia võib tekitada hirmu ja viha ning panna meid uskuma, et keegi teine on jätkuvalt meie probleemides süüdi.

Oleme ise meedia sisu eest igapäevaselt vastutavad. Me ei ole üksnes info kasutajad, vaid ka selle loojad: kas kirjutame vihkamiskõnesid kommentaarides ja klikime uudishimust staaride elu kajastavaid uudiseid või teadlikult ei levita sotsiaalvõrgustikes sõnumeid, mis kahjustavad kellegi au ja vääriskust. Ainult meelelahutusele klikkides hakatakse just neid uudiseid kohe juurde tootma, nii olen hommikuse klikkimisega tellinud õhtused uudised.

Analüüsides meedia toimimist, sisu ja keelekasutust kriitiliselt, näeme mõjutamise varjatud mehhanisme ning see aitab mõista meediatarbimise ohtusid. Õpiku autorite eesmärk on suurendada teadlikkust, kuidas meediakäitumisega muuta maailma iga päev paremaks kohaks, kus infot oleks rohkem ja müra vähem, et valiksime eetilised meediakanalid, levitaksime vastutustundlikult sõnumeid suhtlusvõrgustikes.

Vaba meedia toetab sõnavabaduse ideed viisil, kuidas inimväärikus on hoiatud ja kaitstud, ta on demokraatliku ühiskonna alustala. Kuid vaba meedia võib olla ka edevuse ja kadeduse laot, ärapanijate õlletuba ja avaliku hukkamise võllamägi. See, milliseks kujuneb meie igapäevane meedia, sõltub meist, meedia kasutajatest.

Täname kõiki abilisi, nõuandjaid, inspireerijaid ja oma toetavaid pere liikmeid!

Eetilisi meediavalikuid soovides

Katrin Aava Ülle Salumäe

Sisukord

1. TEKST SUHTLUSVAHENDINA 6

- 1.1. Tekst ja selle tunnused. Tekstide liigitamine. Tekst ja kontekst 6
- 1.2. Teksti sidusus. Eri tekstide vastuvõtu iseärasusi 13
- 1.3. Keeleliselt konstrueeritud maailmapilt 15
- 1.4. Tekstide ideoloogilisus. Diskursus ideoloogiate väljendajana 19

2. MEEDIA TEKST 25

- 2.1. Meediakanalid 26
- 2.2. Meediažanrid 31
- 2.3. Uudiste diskursuse kord 39
- 2.4. Arutlev demokraatia 47

3. MEEDIA LOOMULIKUSTAB MAAILMA 57

- 3.1. Loomulikustamine filmitööstuses 58
- 3.2. Loomulikustamine elustiiliajakirjades 64
- 3.3. Ökotarbimise diskursus 69

4. MEEDIAS OSALEJATE ROLLID 72

- 4.1. Modaalsus rolli kujundajana 73
- 4.2. Ajastule omaste rollide loomulikustamine meedias 76
- 4.3. Reaalsuse konstrueerimine ja osalejate rollid tõsielusaadetes 79
- 4.4. Rollid sotsiaalmeedias 82

5. ARGUMENTEERIMISE STRATEEGIAD 88

- 5.1. Fakti- ja tunde põhised argumendid 90
- 5.2. Argumenteerimine diskussioonisaates 94
- 5.3. Mõjutamine reklaamis 100

6. SÕNAVARA JA LAUSETASANDI DISKURSUSEANALÜÜS 104

- 6.1. Sõnavara analüüs 104
- 6.2. Lausetasandi diskursuseanalüüs 112

7. NARRATIIV SÜNDMUSE RAAMISTAJANA 126

- 7.1. Narratiiv raamistab uskumused mõtestatud sõnumiks 127
- 7.2. Narratiivi struktuur 132
- 7.3. Sõjadiskursuse konstrueerimine meedias 142
 - Õpikus kasutatud pildimaterjal 146

1. TEKST SUHTLUSVAHENDINA

Inimsuhtluse eesmärk on edasi anda tähendust omavaid sõnumeid. Sõnumite edasiandmiseks vajame väljendusvahendeid. Selleks on inimesed kasutanud märke, sümboleid, pilte, helisid ja loonud keeli. Nende abil edastatud sõnumeid kutsutakse tekstideks. Tekstid ümbritsevad meid kõikjal, nad on meie elu osa. Tekstidega tekib suhe: me võtame neid vastu (loeme, kuulame, vaatame), kujundame nende kohta oma arvamuse (tõlgendame, analüüsime, tarbime) ja loome nende põhjal uusi tekste (suhtleme). Seega võib teksti käsitleda kui inimsuhtluse põhiüksust.

1.1. TEKST JA SELLE TUNNUSED.

TEKSTIDE LIIGITAMINE. TEKST JA KONTEKST

Teksti määratletakse kui kasutuses olevat keelt, mille ülesanne on vahendada sõnumit. Tavatähenduses on tekst kõneldud või kirjutatud keeleline sõnum: suuline dialoog, luuletus, reisijutt, juhtkiri, avaldus. Sageli peetakse tekstist rääkides silmas vaid selle kõige kitsamat tähendust: inimese kirjutatud monoloogi, mille sisu ja vormi kujundavad sõnad, fraasid ja laused. Natuke laiemas tähenduses mõeldakse teksti kui mis tahes kirjalikust informatsioonist. Tekstina saab võtta ka suulist dialoogi, mis on kõige üldisem ja laiaulatuslikum keelekasutuse vorm.

Kõige laiemas tähenduses peetakse tekstiks mis tahes vormi ja pikkusega sõnumit, millel on vastuvõtja jaoks tähendus. Ka liiklusmärk, reklaam, grafiti, ausammas ja teleprogramm on selles mõttes tekstid.

Seega kasutatakse tekstide loomiseks lisaks inimkeelele ka teisi märgisüsteeme: heli, pilti, sümboleid, ruumilisi kujundeid ja nende kõikvõimalikke kombinatsioone. Sellisel juhul on tegu kultuuritektiga.

IGAL TEKSTIL ON TÄHENDUS JA VORM

Teksti vorm on teksti väljanägemine ja see sõltub teksti loojast (autorist), kes püüab teatud eesmärgil konkreetses olukorras oma sõnumit eri vahenditega väljendada. Teksti vorm võib hõlbustada tekstist arusaamist (lugemist, kuulamist, vaatamist) või vastupidi. Seetõttu on teksti tajutav vorm väga mitmekesine. Kõige lühemad tekstid on ühesõnalised hüüatused *Hei!, Stopp!, Appi!*. Pikimad tekstid kujutavad endast terveid raamatuid, filme, teleseriaale.

Teksti tähendus kujuneb vastuvõtu käigus. Paljude võimalike tähenduste hulgast teeb teksti vastuvõtja (indiviid või sihtrühm, kellele on sõnum suunatud) valiku sõltvalt oma vanusest, soost, haridusest, grupi kuulumisest jne.

Näiteks on kõrvaloleva grafiti autor püüdnud värvi, joone, sümbolite ja sõnalise teksti kombinatsiooniga edasi anda mingit sõnumit. Vastuvõtja, kes ei tunne seda subkultuuri ega valda inglise keelt, võib teksti tõlgendada kui „Ära parem siia tule!“. Inglise keelt oskav inimene võib grafitit tõlgendada aga kui kirjeldust hetkest, millal narkootikum viib selle kasutaja teise ilma. Vastuvõtjale, kes on tuttav grafiti subkultuuriga, võib tähendus olla hoopis midagi muud.

Teksti vastuvõtt ehk retseptsioon on seega individuaalne. Teksti mõistmine sõltub sellest, kuivõrd põhjalikult tunnevad autor ja vastuvõtja märgisüsteemi, milles tekst on loodud, ja kui õnnestunult on valitud suhtluskanal. Retseptsiooni erinevuste selgitamiseks tehakse küsitlusi, kuidas võtavad üht ja sama teksti vastu eri haridustaseme, eri põlvkondade ja erinevate huvide ning kultuuritaustaga inimesed.

TEKSTI FUNKTSIOONID

Igal tekstil on vähemalt kolm eesmärki:

- anda edasi informatsiooni (tähistusfunktsioon);
- väljendada identiteeti ja kujundada suhteid (suhtlusfunktsioon);
- anda sõnumile kindel vorm (tekstifunktsioon).



GRAFITI KUI TEKST



Tekstid on mitmfunktsionaalsed, neil on alati mitu tähendust. Tähendused on ühiskonnas kokkuleppelised. Koopamaalingud Lascaux's Prantsusmaal on kaitsealused imetlusobjektid. Suhtumine moodsasse tänavakunsti on teistsugune

Tähistusfunktsiooni all mõtleme teksti võimet nimetada ja kirjeldada erinevaid asju, nähtusi, sündmusi, anda edasi mõtteid ja tundeid, kujutada ette olukordi, avada nähtuste põhjuslikke seoseid. Sellel tasandil tekste uurides saab analüüsida, kelle vaatepunktist sündmusi kirjeldatakse, kes teksti osalistest on aktiivses või passiivses rollis, kuidas osalisi tekstis nimetatakse.

Suhtlusfunktsiooni all mõistame teksti võimet väljendada autori identiteeti ja suhteid teksti vastuvõtjaga. Näiteks, kui autor valib oma sõnumi edastamiseks grafiti, siis väljendub selles tema kuulumine teatud subkultuuri (ühiskonna mingile rühmale eriomasesse kultuuri, mis erineb selles ühiskonnas üldiselt valitsevast kultuurist). Et grafiti on enamasti hoone omanikuga kooskõlastamata ja muudab ehitise väljanägemist, siis peetakse seda üldiselt ebasoovitavaks.

Väljendudes grafiti kaudu, kujundab teksti autor oma suhted ühiskonnaga vastandumise ja mässulisuse võtmes. Sama sõnumi väljendamine haiku vormis annaks tunnistust hoopis teistsugusest identiteedist ja kujundaks vastuvõtjaga teistsuguseid suhteid.

Tekstifunktsiooni all mõistetakse teksti võimet kujundada viisi, kuidas sõnumit edasi anda. Teksti vormi ja stiili valikul lähtub autor sellest, kus teksti kasutatakse (ajalehes, raadios, sõprade suhtluses), kes teksti kasutab (kirjanik, diskor, poliitik) ja milleks teksti kasutatakse (tahetakse midagi teada saada, tahetakse kedagi midagi tegema panna või tahetakse kellelegi midagi selgitada). Keeleliste valikutega loob autor teatud tunnustega ja teatud tähendustega teksti, **see hakkab oma vormiga mõjutama järgmisi autoreid, kes tahavad luua sarnase eesmärgiga tekste samas suhtluskanalis.**

Igapäevases suhtlemises keskenduvad suhtlejad tihti vaid teksti tähistusfunktsioonile. Tegelikult ei ole võimalik luua teksti, mis informatsiooni edastades ei kujundaks samal ajal ka inimsuhteid, osapoolte identiteeti ja üldist ettekujutust sellest, milline peab olema teksti vorm ja stiil, mida konkreetse sõnumi edastamiseks kasutatakse.

TEKSTIDE LIIGITAMINE

Tekste võib mitut moodi liigitada. Ei ole olemas ühte ja kindlat liigitusalust. Näiteks võib tekste liigitada lähtuvalt sellest, kuidas nad täidavad tähistusfunktsiooni: kas nad kirjeldavad, jutustavad või argumenteerivad? Sellist jaotust nimetatakse **tekstitüüpideks**. Samuti võib tekste liigitada lähtuvalt sellest, kuidas nad täidavad tekstifunktsiooni, st milline on nende vorm. Sellist jaotust nimetatakse **tekstiliikideks**.

TEKSTITÜÜBID

Tekstide jaotamine tüüpidesse lähtub keele tähistusfunktsioonist ja põhineb inimese vajadusel kasutada keelt eri eesmärkidel. Keelelised põhitegevused on kirjeldamine, jutustamine ja arvamuse väljendamine ning sellele vastavalt **räägitaksegi kolmest tekstitüübist**:

- kirjeldav ehk deskriptiivne;
- jutustav ehk narratiivne;
- põhjendav ehk argumenteeriv.

Tekstitüübid on universaalsed, nad on kultuurist ja harjumustest sõltumatud, nad lähtuvad sellest, millist tüüpi informatsiooni on inimkeel võimeline vahendama. Tüüpilised kirjeldavad tekstid on näiteks õpikutekstid, reisijuhid, ülevaated. Elulood ja ajaloolised ülevaated on enamasti jutustavad tekstitüübid. Meedia kasutab uudistes ja aramuslugudes enamasti narratiivi (alguses jutustatakse, mida on keegi teinud, ja siis antakse hinnang). Argumenteerivad tekstid on teaduslikud uurimused, esseed, arvustused, dialoogid. Enamasti sisaldavad reaalsed tekstid mitme tekstitüübi omadusi.

TEKSTILIIGID EHK ŽANRID

Tekstiliik on aja jooksul välja kujunenud kultuuripõhine keelekasutuse viis ehk teatud olukorras omaks võetud keeletarvitus, mis üha uutes tekstides korduvana kinnistub žanrina.

Tekstiliigid on kokkuleppelised, sest neid luuakse, kasutatakse ja mõistetakse kindlas ühiskondlikus ning kultuurilises kontekstis. Me teame, et ajaleheuudist ei kirjutata nagu referaati ja teadusartiklit nagu romaani. Ühte liiki kuuluvatel tekstidel on ühised eesmärgid ja need on suunatud kindlale rühmale.

ŽANRID

ARGIKEEL	ILUKIRJANDUSKEEL	TARBEKEEL
kasutatakse igapäevases suhtluses	romaan novell jutustus luuletus	ajakirjanduskeel ametikeel teaduskeel
	uudis reportaaž intervjuu juhtkiri arvamus retsensioon artikkel	protokoll ametikiri volikiri avaldus CV referaat teadusartikkel

Joonis 1. Tekstiliik ehk žanr on keelekasutusviis. Tavaliselt liigitatakse tekste nende kasutusvaldkonna järgi.

Teksti vormilise ülesehituse määrab see, mis on tema eesmärk, kellele on tekst suunatud ja millises kontekstis see esineb. **Seetõttu on huvi keskmesse tõusnud keelekasutuse ja ühiskonna seosed:** kuidas keelekasutus ning võimusuhted ja ideoloogiad üksteist mõjutavad?

KONTEKST



KONTEKSTIST VÄLJAS

Kontekst on taust, milles tekst või tekstid esinevad. Tausta moodustavad teised tekstid ja suhtlusolukord, milles tekste kasutatakse. Tekstid omandavad lugejale (kuulajale, vaatajale) konkreetse tähenduse üksnes kontekstis. Kontekst mõjutab nii teksti autori kui ka vastuvõtja valikuid, nii käitumist kui ka keelekasutust. Käitume, riietume ja räägime vastavalt keskkonnale, kus viibime. Muudame keelekasutust vastavalt suhtlusolukorrale: suhtlusvõrgustikes kasutame endast rääkides üht ning eksamitöös teistsugust keelt. Nii määrabki teksti sisulise ülesehitusviisi just see, millises kontekstis see esineb ja kellele see on suunatud. Üks ja sama tekst võib eri kontekstides omandada üsna erineva tähenduse.

Tekstide mõju analüüsimisel ei saa seega lähtuda ainult tekstist enesest. Silmas tuleb pidada, kuidas on mingi tekst teatud ajahetkel suutnud edasi anda oma ajastu inimeste arusaamu, veendumusi, ootusi, eesmärgipüstusi. Tekstide analüüsimisel arvestatakse, et vastuvõtja (adressaat) on see, kes oma ootustega kujundab tekstide sisu ja annab neile tähenduse. Teksti edu kommunikatsioonis ei sõltu ainult sellest, kas sõnumi edastaja on koostanud teksti oma eesmärgist lähtuvalt, vaid ka sellest, kas ta suudab veenda auditooriumi.

Harjutused

1. Vaata kaht alltoodud fotot. Kirjuta neile allkiri. Kirjelda, millise artikli võiks nende kahe foto juurde kirjutada ja millises meedias kanalis võiks see ilmuda.



2. Analüüsi samu fotosid järgmisel leheküljel ja kirjelda, millise tähenduse annab kontekst. Milliseid tundeid need fotod nüüd tekitavad? Kirjuta ka nendele fotodele allkiri, vali neist üks ja kirjuta selle kohta lühike meediakajastus, nagu oleks tegu Eesti Ekspressi rubriigi Flash fotoga.



3. Pildista avalikust ruumist üht reklaami, grafitit või mõnd muud teksti ja palu eri vanuses inimestel avada selle tähendus. Võrdle saadud vastuseid.

1.2. TEKSTI SIDUSUS, ERI TEKSTIDE VASTUVÕTU ISEÄRASUSI

Tekstiliigid kasutavad erinevaid väljendusvahendeid: kirjutatud tekstil, kuuldetekstil ja audiovisuaalsel tekstil on erinevad esitusviisid. Olenemata tekstiliigist on autori eesmärk luua tekst, mis oleks vastuvõtjale mõistetav ehk sidus. Teksti sidusus sõltub kahest olulisest tunnusest: koherentsusest ja kohesioonist.

Koherentsus iseloomustab teksti tähenduslikku terviklikkust ehk seda, kas teksti osad on sisuliselt ja loogiliselt seostatud. Koherentne tekst on selline, mida lugedes saab vastuvõtja aru, mida autor on öelda tahtnud. Koherentsus sünnib teksti looja ja vastuvõtja koostöös ning eeldab jagatud teadmisi maailmast, tekstidest ja keelekasutuse tavade-st. Kui autori ja lugejate taustteadmised on väga erinevad, siis kaob teksti koherentsus. Näiteks kui õpiku autor ei arvesta õpilaste teadmiste tasemega ja kirjutab samamoodi nagu oma teadlastest kolleegidele, siis ei ole tema kirjutatud tekst koherentne, sest selle osad ei moodusta adressaatide jaoks tähenduslikku tervikut.

Kohesioon iseloomustab teksti grammatilist kokkukuuluvust, kuidas on teksti osad ja keelestruktuurid omavahel seotud ning kas need moodustavad tajutava terviku (sõnad on seotud lauseteks, laused jaotatud lõikudeks, lõigud seotud terviktekstiks). Teksti kohesioon saavutatakse sellega, et kasutatakse keelendeid, mis aitavad selgitada lausetevahelisi seoseid ja liidavad nad sellega terviklikuks tekstiks. Sellised keelendid on näiteks *esiteks*, *teiseks*, *kolmandaks*, *järelikult*, *eelnevast lähtuvalt*, *vaatamata sellele*. Teksti sidususe seisukohalt on oluline ka kompositsioon ning üld- ja alapealkirjad, mis väljendavad tekstiosade üleminekuid.

On olemas ka mittesidusaid tekste (nt heli, mida tajutakse müra-na; tekstid, mis koosnevad seosetutest sõnadest või häälsustest). Esmapilgul mittekohesiooniline ja mittekohherentne tekst võib muu-tuda tähenduslikuks, kui vastuvõtja jõuab järeldusele, et teksti autori taotlus on edastada üllatavat ja normist kõrvalekalduvate elementide-ga sõnumit. Moodne avangardne kirjandus ja kunst ei ole tavainimese jaoks sageli piisavalt sidus, seetõttu on sellel ka vähe hindajaid.

Eri tekstiliigid kasutavad erinevaid väljendusvahendeid: kirjutatud tekstis, kuuldetekstis ja audiovisuaalses tekstis saavutatakse sidusus mõnevõrra erinevate vahenditega.

Kirjutatud teksti väljendusvahendid on sõnad, fraasid ja laused, löigud, grammatika, kirjavahemärgid jne. Kuuldeteksti ja audiovisuaalse tekstiga võrreldes on kirjutatud tekstil nähtav struktuur: ta on üldjuhul paber kandjal või elektrooniline. Kirjutatud teksti lugemist toetavad pealkirjad, näitlikustavad tabelid, joonised, pildid, fotod. Kirjutatud teksti saab korduvalt üle lugeda.

Kuuldeteksti väljendusvahendid on kõne, muusika, helid ja vaikus. Kuuldetekstide (nt raadios esitatud tekstide) eripäraks on asjaolu, et neil puudub sõnumite mõistmiseks vajalik kontekst, mistõttu tuleb kirjeldada ka asju, millest räägitakse, ning inimesi, kes räägivad. Raadiosaadete alguse ja lõpu tähistamiseks kasutatakse teatud helisid, programmilõike piiritleb ka vaikus. Raadios esitatud uudistekstidele kehtib lihtsuse nõue, kuna kuulaja kuuleb ainult häält ja sõnumit esitatakse ainult üks kord.

Audiovisuaalne tekst võimaldab ühendada kirjutatud teksti, heli, pilti ja sümbolaid. Audiovisuaalse teksti (televisiooni saatelõik, film) väljendusvahendid on liikuv pilt, fotod, arvutigraafika, diktortekst, allika kõneldud tekst jt elemendid. Neid kombineerides saab autor kasutada peaaegu piiramatuid vahendeid oma sõnumi edastamiseks. Sellist info edastamise viisi tajuvad inimesed erineva intensiivsusega.

Helitaust ja muusika võimendavad audiovisuaalse teksti mõjukust. Kõigi tekstielementide koosmõju tulemusena võib vastuvõtjal kujuneda hoiak, mida on järgmiste sõnumitega juba raske kõigutada.

Harjutused

1. Vali analüüsimiseks üks ajaleheartikkel ja märgi selles ära keelenäidised, mis aitavad lauseid terviklikus tekstis siduda.
2. Kuula kümme minutit tähelepanelikult kaht erinevat raadiojaama. Missugust keelt saatejuhid kasutasid? Kuidas sõltus keelekasutus siht-rühmast, kellele saade oli orienteeritud?

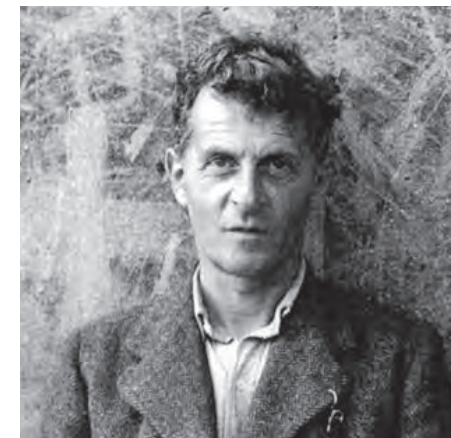
1.3. KEELELISELT KONSTRUEERITUD MAAILMAPILT

Inimesed tajuvad ja kirjeldavad maailma keele vahendusel. Keelekasutusega peegeldame ja samal ajal ka mõtestame, uuendame ja muudame sotsiaalset tegelikkust, nimetame ja liigendame maailma ning anname seda teadmist teistele edasi. Filosoof **Ludwig Wittgensteini** sõnul on meie keele piirid ka maailma piiriks: me saame rääkida ainult nendest asjadest, mille kohta on meil olemas sõnad ja väljendid. Kui sõna ei ole, siis ei saa ega oska me sellest rääkida ega mõelda, seega ei ole ka tähendust. Sõna saab tähenduse teatud ajas ja ruumis suhtlevate inimeste vahel. Sõnad *järeldamine, jätkusuutlik, teadmusühiskond* puudusid eelmisel sajandil eesti keeles, need tekkisid ja võeti käibe, kui oli vaja hakata maailma sellisel viisil liigendama.

Selles õpikus lähtutakse **sotsiaalsest konstruktivismist**. Sotsiaalne konstruktivism on teooria, mille kohaselt teadmised maailmast on ühiskondlikult kujundatud. See tähendab, et teadmine sõltub alati sotsiaalsest taustast. Teadmine on aktiivse loometöö tulemus, see ei ole varem olemasoleva ja valmis reaalsuse avastamine.

Kuigi kogemused, aistingud ja mõtlemine on individuaalsed, teevad inimesed nendest rääkides koostööd. Koostöö tulemusel kujuneb inimesel maailmapilt, mis on kooskõlas tema ajastu teadmiste tasemega. Kunagi usuti, et Maa on lapik. Seejärel usuti, et Maa on kera, mille ümber tiirlevad taevakehad. 16. sajandil sõnastati heliotsentri-line maailmamudel, mille kohaselt tiirleb Maa koos teiste planeetidega ümber Päikese. Kuigi päikesesüsteem on kogu aeg olnud sama, on need erinevad kirjeldused siiski omal viisil õiged: need esindavad eri vaatenurki sõltuvalt kirjeldaja vaatepunktist. Seega sõltub viis, kuidas inimesed maailma kirjeldavad, ajast ja kultuurist.

Teaduslik teadmine on ainult üks võimalik maailma kirjeldamise viis. Meie ajastule on iseloomulik füüsikaline ehk loodusteaduslik maailmapilt. See on ettekujutus, kuidas materiaalne maailm on korraldatud, millised seosed ja seaduspärasused seal kehtivad. Kriteeriumid, millel need ettekujutused põhinevad, muutuvad ajas. Näiteks praegu toimub teaduses väitlus teemal, kas inimtegevus põhjustab kliima soojenemist. Teadlased uurivad ja teevad katseid, et jõuda usaldusväärsete seletusteni.



Ludwig Joseph Johann Wittgenstein (1889–1951) oli Austria päritolu filosoof, kes töötas Inglismaal ning huvitus eriti tähendusest ja keele piiridest. Teda peetakse üheks 20. sajandi tähtsaimaks filosoofiks

Kuid teaduses ei ole olemas kriteeriume, mille abil saaks otsustada, et üks teooria on teisest parem. Iga uus seisukoht peab saama eksperti-de heakskiidu, läbima nii-öelda töökomisjoni. Tänapäeval on selleks doktoritööde kaitsmiskomisjonid ja rahvusvaheliste teadusajakirjade toimetused.

Kui uus teadmine on aktsepteeritud, siis võetakse see kasutusele. Sellisel moel teadmised **institutsionaliseeruvad** ehk muutuvad amet-likuks. Seejärel hakatakse neid kajastama meedias, asutakse õpetama koolides ja ülikoolides. Koos uute teadmistega (uskumuste ja ette-kujutustega reaalsusest) luuakse nende kirjeldamiseks ka uued sõnad ja mõisted. Järelikult on teadmised, millega maailma kirjeldatakse, kokkuleppelised, tõe kriteeriumid aga sotsiaalsed (inimestevahelised): inimesed eri institutsioonides otsustavad, millised teadmised saavad eluõiguse. Seega teadmine, mida peetakse tõeks, ei ole absoluutne vaid ühiskondlik kokkulepe.

VAATEPUNKT

Keel on vahend, mis võimaldab maailma mitmeti kirjeldada. Keelekasutus on alati **valik** paljudest võimalustest. On suur erinevus, kas nimetada kellegi käitumist *eksimiseks* või *petmiseks*. Teksti koos-taja valikud loovad tähendusi ja kujundavad ettekujutust nähtusest. Nähtusel on enamasti mitu tahku, neid on võimalik rõhutada või hoo-piski maha vaadata. On väga suur erinevus, millised nähtuse tahud fookusesse võetakse, milliste epiteetidega (olulist esiletõstev omadus-sõna) ennast ja teisi kirjeldatakse ja kuidas teevad seda teised meist rääkides. Seega võib öelda, et teksti koostaja esitab oma sõnumi alati mingist vaatepunktist.

Näiteks eurooplase vaatepunktist *avastas* Kolumbus Ameerika ja Ameerika on *Uus Maailm*. Seal enne elanud inimese vaatepunk-tist, keda eksituse tõttu hakati indiaanlaseks kutsuma, see nii ei ole. Eurooplased andsid enda jaoks avastatud maailmajaole oma kogemu-sest tuleneva nime. Samamoodi võib Eestit olenevalt vaatepunktist kirjeldada *läbipaistva ja korralikult makse maksva riigina, eeskujulikult eduka majanduspoliitikaga riigina* või hoopis *kõige suurema narko-surmadega riigina Euroopas*.

Vaatepunkti valimine tähendab tahes-tahmata objektiivse kirjeldu-se võimatust, sest igast vaatepunktist paistab kirjeldatav isemoodi. Ühiskonnal pole objektiivset olemust, **tähendused sünnivad tõlgen-dustes**.



Oleneb, millisest vaatepunktist vaadata. Kas Eesti on kaunis ja puhta loodusega maa, modernne ja kiiresti arenev elukeskkond või kõrge HIV levikuga kihistunud ühiskond?

Tõlgendused võivad olla erinevad sõltuvalt inimese kogemusest ja väärtushinnangutest. Tekstidele antavaid tähendusi mõjutab ka emot-sionaalne seisund, hiljutised üleelamised, soovid ja ootused. Nii on inimene tekste tõlgendades **kallutatud**: ta otsib tähendust, mis kinni-taks tema vaateid ja oleks kooskõlas tema meeleoluga.

TÄHENDUSED ON SOTSIAALSELT KONSTRUEERITUD

Tekstil on mitu potentsiaalselt võimalikku tähendust, mis väljendu-vad erinevates tõlgendustes. See, kellele tekst on suunatud (auditoo-rium), võib teksti vastu võttes lugeda ridade vahelt ja anda autori tea-tele hoopis teise tähenduse. Luues ja tähendusi vastu võttes võrdlevad inimesed oma tõlgendusi teiste omadega ja kui nad kogevad, et jäävad vähemusse, korrigeerivad oma vaateid. Sel moel kujuneb ühiskondli-kult jagatud ettekujutus maailma asjadest, mida tekstides kajastatakse. Teiste sõnadega, reaalsus tekib inimestevahelises suhtluses ning maa-ilm on just selline, nagu me seda keeleliselt nimetame. Nii loob iga kultuur ja ühiskond oma maailmapildi, oma tõe. Seetõttu võib väita, et **tõe kriteeriumid on sotsiaalsed**.

Tekstide mitmetähenduslikku olemust saavad tekstide loojad ära kasutada. Tihti luuakse tekste ja kujundatakse meedia sisu kavatsuse-ga kontrollida ning mõjutada, piirata või ka suunata tähenduse tekki-mist. Teksti looja kirjutab teksti sisse oma eelistatud tõlgenduse. Selle saavutamiseks kasutab ta erinevaid keelelisi valikuid ja tähendus-nüansse, mis tuginevad sõnavarale, sotsiaalsele klassile, tegevusalale, riietumiskoodile, välimusele, religioonile, etnilisele päritolule vms.

Eriti intensiivselt toimub selline protsess meedias. Maailma tajutak-se sellisena, nagu sündmusi **meediapildis** kajastatakse. Ka meedia-tarbijal on selles oluline roll: tema teeb valiku, milliseid sõnumeid ta vastu võtab, ja annab neile ise tähendusi. Nii muutuvad näiteks

sotsialvõrgustikes mõned sõnumid oluliseks ning saavad palju vastukaja. Inimesed hakkavad sõnumitele reageerima, nähes teiste reageeringuid.

Seega, **sõnumil puudub üks tõeline ja õige tähendus**. Tähendused kujunevad tekstide loojate ja vastuvõtjate koostoimes.

Harjutused

1. Kelle vaatepunktist esitatakse ilmateadet: linnainimese, põllumehe, jalakäija, autojuhi? Vali vaatepunkt ja koosta sellest lähtuvalt ilmateade.
2. Kas *kaugtöö* mõiste on sõnastatud tööandja või töövõtja vaatepunktist? Kellest ollakse kaugel?
 - Kelle vaatepunktist on sõnastatud mõisted *arengumaa*, *heaoluühiskond* ja *kolmas maailm*?
3. Kuidas konstrueeritakse 1962. aasta 5. mai Noorte Hääles *tõese info* edastamine? Kelle vaatepunktist ja milliste keeleliste valikutega sõnum esitatakse?

Tõde ei tunne tõkkeid, sest rahvas januneb tõe järele, ammutab sealt energiat ja vägilasjõudu, sellepärast kardabki kodanlik ajakirjandus tõde, loob igasuguseid pettekujutusi ja vaikib seal, kus on vaja ausat ning otsekohest tõde kuulutada. Nii oli see ka kodanlikus Eestis. Progressiivne revolutsiooniline ajakirjandus pidi töörahva hulka salamisi tee leidma. Vladimir Iljitš Lenin, rääkides ajalehe Pravda sünnist, kirjutas: „Ei ole ega võigi olla niisuguseid raskusi ja niisuguseid takistusi, millest töölishulkade klassiteadlikkus, aktiivsus ja asja vastu huvi tundmine nii või teisiti üle ei saaks.”

Noorte Hääle, 5. mai 1962, lk 1.

4. Vaata 1951. aasta filmi „Valgus Koordis”. Kelle vaatepunktist lugu jutustatakse? Milliste sõnadega nõukogude võimust räägitakse?

1.4. TEKSTIDE IDEOLOOGILISUS. DISKURSUS IDEOLOOGIATE VÄLJENDAJANA

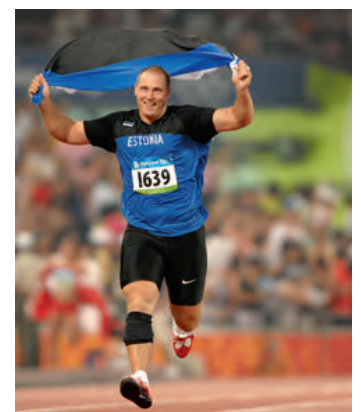
Tekstiga seoses kasutatakse mõistet *diskursus*. Seda tarvitatakse siis, kui räägitakse tekstist koos selle kommunikatiivsete eesmärkidega. **Diskursus** on viis, kuidas millestki räägitakse. Võib öelda, et diskursus on tekst kontekstis. Seega hõlmab diskursus kõiki tegevusi – tekste (suulisi ja kirjalikke), visuaalseid kuvandeid (fotod, filmid), mitteverbaalset kommunikatsiooni (žestid, miimika, ruumikasutus) –, mis loovad mingile teemaderingile tähendusi.

Diskursus ilmneb, kui teatud väljenduse kombinatsioon kerkib korduvalt esile. Näiteks on saavutusi ja võite hakatud väljendama lipu heiskamisega. Lipu heiskamisel kui tegevusel on võidu tähendus ja seda saab vaadelda kui võitja diskursust. Võitja diskursus võib avalduda ka muusikas nagu Queeni laulus „We are the champions” või Churchilli V-žestis. Iga kord, kui inimene tunneb, et on saavutanud midagi, võib ta väljendada seda võitja diskursuse abil.

Teine näide on eesti keele väljasuremise diskursus. Ühelt poolt väidab see diskursus, et eesti keel on püsima jäämiseks liiga väike. Rahvaarv kahaneb, eestlased ei hoia emakeelt ja sulanduvad teiste rahvaste hulka. Teiselt poolt kuulub samasse diskursusesse ka Petersoni „Kas siis selle maa keel laulutuules ei või taevani tõustes üles igavikku oma otsida” ja Jakob Hurda „Kui me ei saa suureks arvult, siis saagem suureks vaimult”. Tegemist on niisiis dialoogilise diskursusega, kus väljasuremishirm annab tõuke kultuuriliseks enesejaatamiseks.

Diskursus sisaldab alati tõekspidamisi, näiteks selle kohta, milline on tüüpiline mees, naine, õpetaja, õpilane, ema, isa, juht, eestlane, eurooplane, kristlane, muhameedlane. Sellised tõekspidamised esinevad diskursuse raames tihti varjatud või peidetud kujul.

Konkreetsed diskursuse tõekspidamised moodustavad kindla süsteemi, st on teada, kes on head ja kes on



Saavutustest räägitakse lipu heiskamisega. Võitja diskursuse avaldumine fotodel

pahad, mis on tähtis ja mis on ebaoluline ja kuidas mingis olukorras käituda tuleks. Sellist väljakujunenud tõekspidamiste süsteemi kutsutakse ideoloogiaks.

Ideoloogia on kellegi vaatenurgast lähtuv arusaam, milline on maailm, ühiskondlikud suhted, moraalsed väärtused ja olemuslikud ohud. Kuna gruppide huvid on sageli vastandlikud, on ka nende diskursused ja ideoloogiad vastandlikud. Ideoloogia, mida ühiskonnas kõige laiemalt usutakse, muutub loomulikuks. Inimesed ei taju enam, et tegu on ainult ühe võimaliku maailmanägemusega. Sellist maailmanägemust hakatakse pidama normaalseks (loomulikuks). Islamimaailmas on loomulikustatud diskursus, mille kohaselt peab naisekeha olema avalikus ruumis riiete alla peidetud. Lääne ühiskonnas aga peetakse normaalseks diskursust, mille kohaselt eeldatakse naistelt oma keha avalikku eksponeerimist.



Piltidel on kaks erinevat diskursust, mis esitavad naise erinevaid kuvandeid ühiskonnas

Igal ühiskonnal on oma tõerežiim, millega loomulikustatakse suhted ja rollid. Oma kultuurist erinevat nähaakse vale, hirmutava ja ohtlikuna.

Oma kultuuris sobival viisil käituv inimene ei hakka silma, sest see, mida suhtluses tajutakse loomulikuks ja sotsiaalsetele normidele vastavana, ei eristu. Sellist asjaolu nimetatakse **loomulikustatud ideoloogiaks**: ühiskonnas aktsepteeritud kindlad tõekspidamised, mille väljaütlemist ei panda tähele. Teisitimõttele aga paistab oma vastanduse tõttu silma. Tuleb teada, et ka keeleliselt neutraalselt mõjuvad tekstid peidavad endas ideoloogiat, aga me ei pane seda tähele, sest tajume neid asjaolusid loomulikuks.

Enamasti pole ideoloogilised veendumused diskursusesse otseselt hüüdlausestena sisse kirjutatud. Nad väljenduvad keelekasutuse ja väljendusviisi pisiasjades. Näiteks kasutavad ideoloogiad mõistet *vabadus*, mis on üldinimlik väärtus, enda tõekspidamiste esiletõstmiseks. Kapitalistlik ideoloogia sõnastab vabaduse *turuvabadusena*, feministlik maailmavaade *valikuvabadusena*, rohelised mõistavad vabaduse all *saastamisest vaba olemist*. Kuna vabadus on väärtus, siis tajutakse ka turuvabadust, valikuvabadust ja saastevabadust väärtusena.

Charles Darwini evolutsiooniteooria tõi bioloogias kasutusele mõiste *olelusvõitlus*, millega tähistati loomariigis liigisisest konkurentsi, mis käivitab loodusliku valiku. Olevusvõitlus kui liikumapanev jõud sobis hästi ka arenevate kapitalistlike suhete konteksti ja mõiste kanti üle inimsuhetele: olevusvõitlus viib progressile ja tagab edu. Sama hästi oleks võinud evolutsiooni kirjeldamisel kasutada metafoori *kohane-mine* või *koostöö*.

DISKURSUSE KORD

Igal sotsiaalsel kooslusel kujuneb oma **diskursuse kord**, kirjutatud ja kirjutamata seaduste kogum. Diskursuse kord määrab, milline on ühes või teises kontekstis loomulik keelekasutus ja käitumine. Näiteks õppeasutuste diskursuse kord näeb ette, et klassiruum on kujundatud viisil, kus õpetaja on aktiivses teadmiste andja rollis ruumi eesotsas, tal on võimalus liikuda, ta asub kohal, kus kõik teda näevad. Õppijad on aga üksteise kõrval pinkides ning neile on jäetud vähem võimalusi ruumis liikuda. Tunnis on kujunenud tavad, mille järgi käitutakse, enamasti on õpetajal voli algatada vestlust, sõnastada hindamiskriteeriumid, kujundada normid.

Kriitiline diskursuseanalüüs on analüüsimeetod, mis võimaldab tuvastada tekstide varjatud ideoloogilisust ja tekstidesse kodeeritud eelistatavaid tõlgendusi. Kriitilise diskursuseanalüüsi abil uuritakse, milliseid identiteete, rolle, suhteid ja uskumusi ühiskonnas konstrueeritakse ja milliseid keelestruktuure selleks kasutatakse. Näiteks kuidas sõnavallikuga kujundatakse prestiižseid suhteid ja positsioone ühiskonnas (*kõrgkultuur, keskklass, allilm*), kuidas sõnapaari *süva-* ja *kerge-muusika* konstrueeritud hierarhia mõjutab klassikalise ja levimuusika staatust? Ideoloogilised uskumused mõjutavad oluliselt sõnavara ja muudavad sõnade tähendust. Näiteks ühiskonnas, mille tähtsaim eesmärk on sõjalise võimekuse suurendamine, räägitakse inimestest kui *töötajate (võitlejate) armeest*. Ühiskonnas, mille eesmärk on eelkõige majandusliku konkurentsivõime suurendamine, räägitakse inimestest kui *inimkapitalist, inimressursist*.

Inimeste nimetamise viis kujundab ühiskonnas tähendusi



Inimesed võivad olla võitlejate armee, töötajate armee, inimkapital, inimressurs, inimvara, rahvuslik rikkus, kodanikud



Michel Foucault (1926–1984) oli prantsuse filosoof, kelle tööd on äärmiselt mõjukad humanitaar- ja sotsiaalteadustes. Ta on sõnastanud teooriad võimu, teadmiste ning diskursuste teemadel. Foucault' hinnangul on igas ühiskonnas kindlad institutsioonid ja mehhanismid, mis võimaldavad eristada tõeseid ja väärade lausungeid, ning igas ühiskonnas on määratud ka staatus, kellel on voli öelda seda, mida tõesena tajutakse

Praegu domineeriva uusliberaalse ideoloogia kohaselt käsitletakse ühiskonda majandusettevõtteks, mille kohaselt politseinik, päästja, riigiametnik ja arst *osutavad teenust*, seega on *klienditeenindajad*. Kui klienditeenindaja diskursus muutub ühiskonnas loomulikuks, siis muutub loomulikuks ka arusaam, et kõik ühiskonnas on mõõdetav eelkõige majandusliku efektiivsusega. Nii loomulikustatakse majandussõnavara peaaegu kõikide eluvaldkondade kirjeldamisel. Selliselt kujuneb keelekasutus, kus *haridus on investering tulevikku*, inimesed *investeervad tervisesse, sõpradesse, lastesse* ja räägitakse *kvaliteetajast*.

Sõltub ideoloogilisest uskumusest ühiskonnas, mida tajutakse olulise ja edasiviivana. Maksuraha kasutamisest saab rääkida kui *riiklikust investeringust, kulutusest* või *raiskamisest*. Uusliberaalse ideoloogia kohaselt sõjandusse, kõrgtehnoloogiasse ja maanteede ehitusse *investeeringutakse*, raha eraldamist lastehoidu, haridusse, tervishoidu ja töötute kaasamise nimetatakse *kulutuseks, raiskamiseks* või *jagamiseks*.

Ideoloogilistest uskumustest lähtuvalt tajutakse ühiskonnas ka elu ja koosseisisteerimise eesmärgi: selleks võib olla koostöö või tasakaalu ja harmoonia otsimine või konkureerimine ja võistlemine või veel midagi muud. Konkurentsühiskonnas tulevad kasutusele võitluse ja sõja metafoorid ja räägitakse, et elus tuleb *läbi lüüa*, oma koht ja õnn tuleb *kätte võidelda*, inimesed jagatakse *võitjateks* ja *kaotajateks* (luuseriteks).



Norman Fairclough (s 1941) on inglise teadlane, Lancasteri ülikooli emeriitprofessor. Ta on kriitilise diskursuseanalüüsi üks loojaid

Ruth Wodak on nimekas austria teadlane, kelle peamine uurimisvaldkond on diskursus ja selle kriitiline analüüs

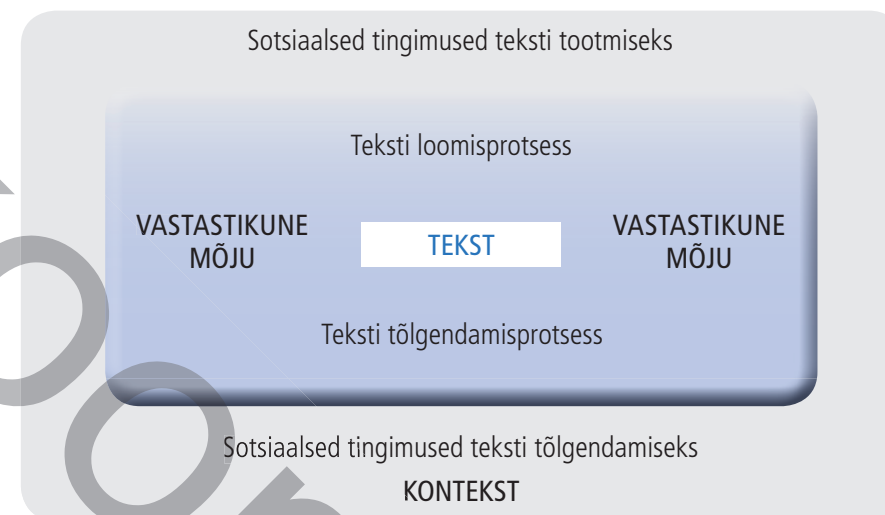


Seega võib väita, et tekstidel on sotsiaalsed tagajärjed ja keelekasutus määrab, kuidas me inimsuhteid kujundame.

Norman Fairclough' ja Ruth Wodaki järgi on diskursusel kolm tasandit:

- kõneldud ja kirjutatud tekst ise;
- diskursuslik käitumine, mis sisaldab teksti loomise ja selle tõlgendamise protsessi;
- kontekst, mis hõlmab ühiskondlikke, sotsiaalseid ja poliitilisi suhteid.

Esimesel tasandil analüüsitakse tekstide sõnavalikut (kuidas asju ja nähtusi nimetatakse ja kategoriseeritakse) ja grammatikat ning kirjeldatakse tekstide keelelisi valikuid. Teisel tasandil uuritakse, milliseid tähendusi tehtud valikud tekstis loovad ja milliseid suhteid tekstidevahelised seosed kujundavad. Kolmandal tasandil uuritakse ja tõlgendatakse diskursuse sotsiaalset avaldumisvormi: tekstide ideoloogilist mõju, kuidas diskursus toimib ja milliseid sotsiaalseid muutusi endaga kaasa toob.



Joonis 2. Diskursuseanalüüs vaatleb teksti kontekstis. Tekste tõlgendades tehakse järeldusi ühiskondlike suhete kohta

Kokkuvõtteks

Tõekspidamised sünnivad keelekasutuses ja diskursustes. Diskursused sünnivad teatud mõtteviiside ja -mallide korduva ilmumisega tekstides. Teadmine maailmast on alati ideoloogiline ja teatud kogukonna konstrueeritud ning väljendub selle grupi keelekasutuses. Kriitilise diskursuseanalüüsiga uuritakse, kuidas mõjutab keelekasutus tõekspidamisi ning kuidas tõekspidamised mõjutavad omakorda keelekasutust, kuidas võimusuhted ja ideoloogiad tekste kujundavad.

1. Tallinn oli 2011. aastal Euroopa kultuuripealinn. Loe katkendit Euroopa komisjonile esitatud kultuuripealinnaks saamise taotluse esimesest peatükist „Linn, mis ei saa kunagi valmis” (2006).

- Kirjuta või jutusta tekstinäidetega, missugune kuvand Tallinnast Euroopa Komisjonile kultuuripealinna taotluses esitatakse.
- Kuidas võib tajuda teksti linna, maa või sinu kodukoha elanik? Miks sa just nii arvad?
- Milliste keeleliste valikutega luuakse diskursuse kord? Kuidas põhjendatakse ja luuakse pealinnale kõige olulisem roll?

LINN, MIS EI SAA KUNAGI VALMIS

LINNADE LINN. Tallinn ühendab endas kõikide Eesti linnade tunnuslikud omapärad: Tallinn on piirilinn ja kindluslinn, *city* ja aedlinn, sadamalinn ja kuurortlinn, tööstuslinn ja ülikoolilinn. Tallinn on korraga Eesti suurlinn ja maailma väikelinn, Eesti ainsa linnastu väike osa ja rahvusvaheline tõmbekeskus, regiooni rahvastiku koondumise keskpunkt.

VÄRAV MAAILMA, VÄRAV EESTISSE. Tallinnas on kõigi Eesti teede sõlmpunkt. Tallinnast algavad maanteed ja raudteed igasse Eesti punkti ning Eestit maailmaga ühendavad mere- ja õhuteed. Tallinn on ainus värav, millest Eestisse tulev maailm läbi mahub. Tallinna on majanduslikult otstarbekas koonduda, sest Tallinn on Eesti suurim „turuplats”.

ESIMENE JA ESINDUSLINN. Mis sündima peab, võib sündida mujal, aga varem või hiljem hakkab seda hoidma ja esindama Tallinn. Muinasparlament loodi Raikküla kärjatel, iseseisvusmanifest loeti ette Pärnus ja riigi rajanud rahuleping kirjutati alla Tartus, kuid iseseisvus koos riigi institutsioonidega on hoiul ja kasvab Tallinnas. Tallinn esindab Eestit paratamatult. Tallinn on loomulik valik välismaiste kultuuriesinduste asupaigaks, samuti nagu eesti kultuur välismaal on esindatud Tallinna kaudu. Esindades pealinnana riiki, esindatakse ka kultuuri, sest eesti kultuur on Eesti riigi tähtsaim põhiseaduslik mõte.



2. Vasta peatüki tekstide põhjal.

1. Mida tähendavad mõisted *sotsiaalne konstruktivism*, *diskursus*, *ideoloogia*, *diskursuse kord*?
2. Mis on teksti tähistusfunktsioon, suhtlusfunktsioon, tekstifunktsioon? Milliseid eesmärke need funktsioonid teenivad ja kuidas nad tekstis avalduvad?
3. Mis on tekstisidusus ja kuidas see avaldub?
4. Kuidas keelekasutus on seotud ühiskonnas valitsevate uskumustega?

Tänapäeval peab inimene suutma infot hankida, hinnata ja mõtestada. Meediapädevus on saamas infoühiskonna võtmeküsimuseks. Mis tahes valdkonnas edukalt toimimiseks peab meediat tundma, oskama seda kriitiliselt hinnata ja kasutada. Meediatekstid ei sünni iseenesest. Nende taga on teatud käitumisviisid ja valikud, mis mõjutavad, kuidas ühiskonnas sündmusi kirjeldatakse. Meediatekstid jagunevad ajakirjandustekstideks ja uue meedia tekstideks.

Ajakirjandus on perioodikaväljaannete, ringhäälingu ja televisiooni üldnimetus. See on aktuaalsete sündmuste kohta info kogumine, selle kontrollimine, analüüs ja esitamine. Ajakirjanduse tuumaks on uudiste tootmine. Traditsiooniliselt on ajakirjanduseks peetud trükitud päevalehte. Tänapäeval on ajakirjanduse piirid oluliselt laienenud, ka veebiväljaannetest ja uudisteportaalidest leiab traditsioonilist ajakirjandust. Seetõttu on võetud kasutusele **uudismeedia** mõiste. Kui vaadata ajakirjandust vastuvõtja seisukohalt, siis saame vahet teha vaatamis-, kuulamis- ja lugemisajakirjandusel. Sellest vaatepunktist satuvad ühte rühma nii paberleht kui ka netileht, mille keskmeks on loetav sõna.

Sageli kasutatakse ajakirjanduse sünonüümina sõna **meedia**, mis märgib laiemas tähenduses nii ajakirjandust kui ka massiteabevahendeid (nt ka selle õpiku pealkirjas). Sõna **meedia** tähistas algselt informatsiooni kandja üldnimetust. Tänapäeval mõeldakse meedia all keskkonda, kus toimub info edastamine ja avaldamine. Informatsiooni kandjad on kõne, telefon, heli- ja videolindistused, paber, massimeedia (ajalehed, ajakirjad, film, raadio, televisioon), arvutimängud ja internet.

Moodsad meediumid võimaldavad interaktiivset suhtlust, kus sõnumi vastuvõtja muutub üha sagedamini sõnumi loojaks. Meedia sisu sõltub väga palju vastuvõtja ootustest ja temalt saadavast tagasisidest ja klikkidest. Tänapäevale iseloomulik joon on ka auditooriumi killustatus eri kanalite vahel ja info levik võrgustiku sees (nt algallikate asemel loetakse uudist Facebooki keskkonnas).