TRANSMEDIA-PROTSESSID

HIIUNARRATIIVIDE NÄITEL¹

Mare Kõiva, Andres Kuperjanov

https://doi.org/10.7592/PS/29.koiva_kuperjanov

TEESID: Artikli eesmärk on arutleda transmeedia protsesside üle hiiupärimuse näitel, kasutades eeskätt folkloristika ja meediauurimise meetodeid. Hiiupärimus ja eriti eepos “Kalevipoeg” kui rahvuslik tüvitekst on ajendanud eri meediavormides liikuvaid tekste. Hiiutekstid osalevad tänapäevani rahvalikus ja rahvuslikus kultuuriruumis, nad on kandnud eesti identiteeti, olnud olulisel kohal konkreetse paikkonna kohaliku identiteedi loojana – see peegeldub kodumaisele publikule suunatud trükistes, reklaamides ja esemetes. Kujundina on hiiud suunatud ka väljapoole rahvuslikku ruumi. Lähemalt iseloomustatakse Kalevipoja ja Suure Tõlluga seonduvate lugude peegeldumist meedia eri vormides ning nüüdismeedia kultuuritundmist.

MÄRKSONAD: folkloor meedias, hiiupärimus, Kalevipoeg, reklaamid, transmeedia-narratiiv, ristmeedia, Suur Tõll

Folkloorsete tegelaste ja motiivide kandumine meediasse ja levimine selle eri vormides on üldtuntud nähtus. Ent kuidas seda protsessi või selle üksikuid seikasid kirjeldada? Pärast esmaseid katsetusi folkloorsete meetoditega otsustasime kombineerida neid meediauuringute ja transmeedia-narratiivi uurimise võimalustega, et kompleksselt iseloomustada folkloorsete karakterite kulgemist enne ja pärast meediasse sattumist ning paralleelselt sellega. Termin *transmeedia-narratiiv* (ingl k *transmedia storytelling*) sõnastas ühena esimestest Henry Jenkins, iseloomustades seda kui jutumaailma

¹ Artikkel põhineb ISFNRI 16. kongressi internetifolkloori septsioonis Vilnius 25. juunil 2013 esitatud ettekandel “Giant lore: further thoughts on transmedial narratives” ja 57. Kreutzwaldi päevade teaduslikul konverentsil “Transmeedialised siirded” Tartus 17. detsembril peetud ettekandel “Transmeedialised hiiunarratiivid”.

loomist erisugustesse meediavormidesse kuuluvate mitmete dokumentide abil. “Transmeedia lugu läbib erisuguseid meediaplatvorme ja iga uus tekst annab kogu tervikule distinktiivse ja väärtustava lisandi” (Jenkins 2006: 95–96).

Eesti kultuuriruumi üks tüvitekst on kahtlemata “Kalevipoeg”, rahvuseepos, mis on eestlaste jaoks kandnud paar sajandit erisuguseid funktsioone, pannud neid vaidlema tõsisemate filosoofiliste teemade üle. Samal ajal on temas säilinud folkloorse lihtsa seletava teksti jooni, mida on eri ajaperioodidel laidetud ja kritiseeritud, adapteeritud, parodeeritud, lihtsustatud proosavormis ümberjutustusteks. Ta on olnud innustuseks regivärsiliste peakõnede tarvis ning ta on andnud võimaluse luua asjaarmastajate teatrietendusi, aga eeskätt professionaalseid elitaarseid etendusi ja muid kunstiteoseid. Teisisõnu on “Kalevipojast” tõukunud müriaad tekste ja tekstikorpusi, adaptatsioone, väljundeid teistesse kunstiliikidesse ja väljapoole igasugust meediat, sotsiaalsesse elamisruumi. Paindlik liikumine meediakanalite vahel on siiski pikema perioodi tulemus, kus on oluline nii eestlastest kogukonna kui mitmesuguste riiklike institutsioonide tugi.

Narratiivide ja uue meedia uurija Marie-Laure Ryan (2008) rõhutab, et osa transmeedia-narratiive on kultuuriliselt esinduslikud/olulised lood, mis ülikiirelt populaarseks muutudes haagivad endaga spontaanselt uusi lugusid nagu lumepallid. Selliste lugude ümber levivad fännide edasiarendused ja adaptatsioonid kõikvõimalikes kasutuses olevates meediavormides. Igal juhul on niisugusel meediasülemil olemas keskne tekst/tüvitekst, mis toimib ülejäänud tekstide suhtes kui ühisviide.

Selline spontaanne liikumine eri meediakanalite vahel ja selle põhjal tänapäevaste uute vormide (arvutimängud, meemid, koomiksid, video- ja reklaamiklipid jm) teke iseloomustab ka “Kalevipoega”, ent on sellest veel laiema levikuga, kui arvestada tegelaskuju kasutamist matkaradade, nukude jmt loomisel. Transmeedia mõistega on tihedalt seotud nn frantsiisid (*franchises*; kaubamärk-tooted), mis hõlmavad teemaparke, restorane, lennukeid jm transpordivahendeid, rõivabrände ja kindlaid toite – lugematut arvu tooteid, teenuseid ja nimekasutusi. Kas kanooniline eepose tekst on mõeldav frantsiiside alus? Missuguseks kujunes eepose tekkele aluseks olnud hiiupärimuse seos meediaga ja kui suur on olnud nende tekstikogumite võime liikuda läbi meediavormide ning realiseeruda ühiskonnas frantsiisi-lähedaste nähtustena?

Eepose ja folklooriga seotud kontekstis võib Ryani transmeedia-narratiivi laiendusemõiste olla vaieldav, sest siiani on seda kasutatud ülimalt läbilöögivõimeliste uemate teoste iseloomustamisel. Siiski pole paremat vahendit, mis sobib nii meedias levivate kui meediaväliste kultuuri- ja kommertsnähtuste iseloomustamiseks.

Henry Jenkinsi lähenemine tugines tähelepanekule, et menulood nagu Harry Potteri sari, “Maatriks”, “Sõrmuste isand” jm on võimelised ületama ühe meediumi piiri ja võtma uusi kujusid teistes meediumides. Jenkinsi määratluse järgi on tegemist lugude mitmeplatvormilise ja -formaadilise jutustamisega ehk sisu voolamisega läbi eri platvormide (Jenkins 2006: 2). Transmeediatoode areneb igas kanalis unikaalse sisuga tulemiks, kuid lood on omavahel lingitud ja sünkroniseeritud tegelaste kaudu. Ametlike versioonide professionaalse loome kõrval levivad sotsiaalmeedia-keskkondades omaloodud variatsioonid, töötlusted, adaptatsioonid, paroodiad ja teised arendused. Ühe esimesena juhtis Jenkins tähelepanu ka narratiivitegelaste võimele liikuda väljapoole meedia piire, ringelda meediaüleselt meelelahutuses ja kaubanduses frantsiisidena ja täita selle abil kultuuriruumis erisuguseid rolle (Jenkins 2004, 2006).

Jenkins on järgnevatel kirjatöödes transmeedia-narratiivide peajooni täpsustanud. Postituses “Transmedia Storytelling 101” (Jenkins 2007) märkib ta, et oluline on meelelahutuslik kogemus, ja sedastab, et ideaaljuhul lisab iga meedium esitamisiisile unikaalse panuse. Näiteks on “Maatriksi” tegelasi puudutava informatsiooni võtmeosad esindatud läbivalt kolmes seiklusfilmis, lühikeste animafilmi seeriates, mitmes koomiksikogus ja videomängudes. Ükski allikas ega isegi algtekst ei suuda esitada kogu informatsiooni, mis on vajalik “Maatriksi” universumi mõistmiseks. Niisiis on need ühtlasi nüüdisaegsed turumajanduslikud transmeediaprojektid, mille kõrval loovad samade tegelaste ja motiividega lugusid vabatahtlikud, fännid jt (Jenkins 2006, lähedasi seisukohti esindavad näiteks ka Sonnenfeld 2009; Moloney 2011, 2011–2014 jt).

Termineid *transmeedia* ja *ristmeedia* on iseloomustatud suhteliselt sarnaselt ja nende eristamine uue meedia teoreetikute seas on tihti tinglik ja labiilne. Moloney jaoks on nt vahe ennekõike selles, et termini *ristmeedia* abil selgitatakse sisu levimist või sisu loomist (sh muusika, tekst, pildid, video jm) eri meediumides ja tegevuse orienteeritust majandusedule (nt Moloney 2011–2014, vt ka Unt 2013). Carlos Alberto Scolari (2009) iseloomustab transmeediat mitmerajalise või mitme teega tekstina (narratiivide kompleksuse moodustab dünaamiline meediumide ja liikide segu, mille puhul on olulisel kohal sensoorika maksimaalne kaasatus). Praktik ja visionäär Gunther Sonnenfeld (2009) peab transmeedia puhul oluliseks eristuskriteeriumiks vastastikuseid sisu liikumisi ja mõjutusi ning asjaolu, et transmeedia hõlmab mitmesuguseid sisendeid ja väljundeid, ristmeedia seevastu on lineaarsem. Maarja Ojamaa (2015) kasutab oma väitekirjas transmeedia mõistet katuserminina, mis sobib meie lähenemisega.

TRANSMEEDEANARRATIIV

INTERMEEDEANARRATIIV

üksikteksti loomine

RISTMEEDEANARRATIIV

Sonnenfeld 2011

Joonis 1: Transmeedia, ristmeedia, intermeedia (Sonnenfeld 2009).

FOLKLOOR JA MEEDIA

Hiiujuttude maailma² ja hiiu-universumi aluse moodustavad suulised folkloorsed lood ning neis tegutsevad heterogeensed folkloorsed karakterid. Kuigi Kalevipoja, Tõllu ja teiste hiidude tekstikogumid on tekkelt oletatavasti ühe- või lähiaegsed, pole nad võrreldavad tekstide arvult, motiivide rohkuselt ega tegelaskujude geograafilise leviku poolest: pigem idaeestiline oli Kalevipoeg, üle-eestiliselt tuntud Pagan(ad), peamiselt Läänemaal ja Saaremaal tuntud Tõll ja Hiiumaal tuntud Leiger. Mida kitsamal alal oli hiid tuntud, seda vähem on tema kohta tekstikogus säilinud süžeesid.

Rikkalikud folklooritekstide kogud ei moodusta sisulist tervikut, vaid seal leidub vanu müütilisi motiive: dualistlikke loomismüüte, kus maailm kujuneb Jumala ja Kuradi/Pagana omavahelise võistluse tulemusena. Konkreetsetes maastikuvormid on samasuguse võistluse tulemus või jäljed hiiu tegevusest. Hiidudel on ühisjooni algsete loodusolenditega: nad kivistuvad päikesetõusul, on hiigelsuured, mõnikord kannibali kalduvustega, nad võivad olla ühejalgsed või kükloobi-laadselt ükssilmsed, ent ühismotiive on ka

² Terminit *jutumaailm* ja narratiiviteoorias levinud termineid pole artiklis eraldi avatud, arvestades nende juurdumisastmega Eesti teadusruumis.

pühakupärimusega ja muude rahvapärimuse liikidega. Hiiu-traditsiooni valdav osa vahendab nende sotsiaalset elukorraldust ning seletusjutud põhjendavad konkreetsete maapinnavormide ja märkimisväärsete loodusobjektide teket või nimetusi. Kivises Eestis on oluline seletada nt kivide teket ja paiknemist maastikul. Sagedane seletusmudel on Kalevipoja kiviheitmise lust, vanapaganaga seoses on enim kivikandmismuistendeid, Lääne-Eestis ja saartel on kivikandjaks hiiu (vanapagana või Tõllu) naine. Umbkaudu pooled kivikandmismuistenditest vahendavad hiiu plaani ehitada sild, maja, saun või midagi muud vajalikku.

Trükistesse jõudis hiiufolkloor alates 18. sajandist, ajaloo huviliste baltisakslaste ülevaateteoste vahendusel: Saaremaa hiiust Tõllust kirjutas esmakordselt pikemalt baltisaksa keeleteadlane, pastor ja literaat August Wilhelm Hupel (1737–1819) oma tähtteose “Topographische Nachrichten Lief- und Ehistland” III osas. 1782. aastal avaldatud teos on õpetlaste töödes praeguseni sagedasti viidatud. Esmateated Leigeri kohta jäävad 19. sajandi algusesse (Luce 1827).

Eestikeelsena hakkasid folklooritekstid koos tekke- ja seletusmuistenditega ilmuma eeskätt folkloristide vahendusel, nt Matthias Johann Eiseni raamatute ja eesti mütoloogia köidete kaudu 20. sajandi alguses (Eisen 1901, 1910, 1913, 1920, 1924, 1926a, 1926b, 1927, 1930 jne). Hiiujuttude akadeemilised väljaanded ilmusid paarikümne aasta vältel sõjajärgsel perioodil (Kalevipoja-jutud – Laugaste, Normann 1959, Tõll ja Leiger – Laugaste, Liiv, Normann 1963, Vanapagan – Laugaste, Liiv 1970) – editsioonid sisaldavad süžee kogu rikkust. Ehkki akadeemiline köide toob esile mõne jutustaja kalduvuse ühendada lühikesed süžeed pikemaks tervikuks, on need pigem erandid ja jäävad ikkagi töötlemata, mehhaaniliselt liidetud juttude kontaminatsiooniks.

Üks hiiumuistendite rakendusala on seotud loodus- ja arheoloogiamälestistega – näidismuistend on osa mälestise legendist. Tänu mälestistele oli hiiumuistenditel koht ka koduloolistes aimestamates ja temaatilistes fotoalbumites, nagu Helmut Joonuksi “Kalevipoja paigad” (Joonuks 1982). Kitsamale huviliste rühmale suunatud trükistest nimetagem muistenditele ja loodusobjektidele ajaloolisi seletusi otsivat kirjandust. Sellistest on huviväärne emakeeleõpetaja Eduard Leppiku joonistega varustatud väljaanne (Leppik 2001). Folkloori ja paikkonna ajalugu võrdleva seletusmudeli põhjal järeldab ta, et Kalevipoja hobuse jälgedeks nimetatud maastikuvorm on hoopis Vene-Rootsi sõja aega ulatuvad kaevikud. Selliste koduloolise mündiga trükiste väärtus on populaarse aja- ja kultuuriloo taasloomises, kohaliku maastiku, folkloori ja kultuuriloo suhestamises. Loomislood on sattunud hilisemal ajal ka paikkondlikesse muistendivalimikesse, mille koostamise laine algas 20. sajandi lõpukümnendil ja on laienenud 21. sa-

jandil. Näiteks on lülitatud jutte loojate-hiidude tegevusest Kalle Gastoni koostatud Mulgi Kultuuri Instituudi folkloorivalimikku (Gaston 1999) ja autoriseeritud edasiarendusi Henno Kão raamatusse (Kão 2001).

HIIDUDE MEEDIASIIRDED

19. ja 20. sajandit kujundab Eestis oluliselt eepose-diskursus. Filosoof ja müüdi-uurija Bruce Lincoln (2000) on juhtinud tähelepanu pikka perioodi hõlmavale kultuuriprotsessile, milles kõrge ja madala (eepika ja lüürika, kirjaliku ja suulise) dihhotoomia taustal kujunes eepikast ja eepostest väärrika ajaloo ja kultuuri mõõdupuu. “Vanema Edda” tõlge 18. sajandil väärtustas Piibli-alade ja Kreeka-Rooma kultuuriruumi kõrval germaani-põhjala kultuuri ja lülitas nad vanade kõrgkultuuride ringi. Eesti läbilöögi-eeposeks ja tüvitekstiks kujunes Fr. R. Kreutzwaldi hiiujuttudel põhinev ja regi-värsivormi kasutav, autori omaloodud süžeedega laiendatud “Kalevipoeg” (1857–1861). Ilmumisajal oli “Kalevipoeg” mahukaim eestikeelne ilmalik originaalteos. Kreutzwaldi loodud teos paigutas eestlased eeposerahvaste hulka, ühtlasi on tegemist enim võõrkeeltesse tõlgitud raamatuga.³ On teada, et seda loeti kõrtsis valjusti ette nagu ajalehti (Tedre 2003) ja mõjutas seega üldisemaid eneseteadvuse ja enesetajuga seotud protsesse. Kuidagi ei saa alahinnata asjaolu, et juba 19. sajandil kuulusid eepose katkendid lugemikesse ja emakeelsetesse õpperaamatutesse, mis oli tüvitekstiks kujunemise protsessi oluline aspekt. Ka hiljem on eepos olnud kooliprogrammi osa. Alates 19. sajandi lõpust hakkasid eepost kasutama professionaalse kunsti tekstid ja teosed. Tüviteksti kanoonikale võib vastanduda või sellega kohaneda, ent seda tuleb arendada, tõlgendada ja uurida. Näiteks rahvaluuleteaduse bibliograafia osutab, et eepose uurimine on olnud valdkonna esilekerkivaim teema (vt Ribenis 2002) enam kui sajandi jooksul.

Ligemale sada aastat pärast esmaste lugude ilmumist avaldas luuletaja, muusikategelane ja harrastusteadlane Martin Kõrber (1817–1893) Tõllu-lugudest saksakeelse ülevaate. Kõrber oli tuntud kui lauldud eeposte teooria poolehoidja, mis on samuti ligi sajandi kestnud diskussiooniteema. Tõll näis vastavat Kõrberi ootustele rahvusliku kangelaskuju suhtes (rahvavanem, vägimees, kangelane, maasõja kuningas), nagu ta otsesõnu väljendab teose “Oesel einst und jetzt” (“Saaremaa enne ja nüüd”) teises köites (Kõrber 1887: 150 jj). Tõllu tegevus maavanemana on rahvajutule võõras ja kuulub kirjamehe fantaasiasse. Soov kinnitada eepika jätkueltu

³ Kokku on avaldatud üle paarikümne tõlke (Ritson, Sildre 2001), viimase viie aasta jooksul näiteks ingliskeelne uustõlge (2011) ja hindikeelne esmatõlge (2012).

ajendas Körberit korduvalt saatma õpetlastele entusiastlikke teateid “Kalevipoega” ja pikki eepilisi tsükleid esitavate laulikute kohta (vt lähemalt Laugaste, Liiv, Normann 1970).

Rahvavanema jooni rõhutab 1883. aastal avaldatud Tõllu-raamatus “Väikene vana varanduse vakk ehk Saaremaa vägimees Suur Tõll” ka saarlasest kirjamees Peeter Süda (1830–1893). Süda oli innustatud ideest folklooritekste kasutades tuua laiemat avalikkuse ette kangelassaaga saarlaste kaitsjast ja vägimehest. Tema ambitsiooniks oli pakkuda Kalevipojale sobiv kohalik alternatiiv. Raamatut saatis lugejamenüü nii saarel kui mandril, sest autor oli üksikjutud sidunud ajastule sobivaks tervikuks, raamatut oli kerge lugeda ning kohapeal oli see oluline kui “oma kangelasjutt”. Sellega oli ligi kolmkümmend aastat pärast “Kalevipoja” ilmumist loodud, küll proosajutustusena, Tõllu-epos. 20. sajandil hakkas ka Tõll siduma erisuguseid kunstiteoseid, kuid nende arv oli Kalevipojaga seotutest väiksem.

1980. aasta kultuurisündmustest omapäraseim oli Rein Raamatu joonisfilmi “Suur Tõll” linastus. Stsenarium põhineb Peeter Süda Tõllu-raamatul koos folklooriteksidest saadud lisaideedega. Tegelaskujud joonistas filmi jaoks kunstnik Jüri Arrak ja iselaadse psühheedelse varjundi andis filmile Lepo Sumera helitaust, tegevuse aeglane eepilisus ja napp autoritektst.

Kaks aastat hiljem ilmus filmist lähtuv raamat “Suur Tõll” Jüri Arraku illustatsioonidega (Raamat 1982). Kahe-kolme silmateraga kurat ja lohmakas Tõll põhjustasid vaimustust ja laimust, ka diskussioone. Film oli menukas kunstielu hulgas, kuid mäletamisi oli ka noorte jaoks kunstniku kujutlus Suure Tõllu loost atraktiivne, vabastav ja pärimuse vastu huvi äratav.

Õpetajate ja lapsevanemate seisukohti esindav kriitika küsis, kas lapsi võib hirmutada ja kas on eetiline olulisi kangelasi näidata õõvastavate olenditena (Niineste 2010), samasuguseid tendentse võtab kokku näiteks Leshik Koreposhik oma YouTube’i sarja “Kõige õudsemad multifilmid” seitsmendas loengus (Самые Страшные Мультфильмы 7), mis käsitleb Raamatu ja Arraku filmi ning selle vastuvõtu asjaolusid Nõukogude Liidus (Leshik Koreposhik 2016) – ühtlasi on see näide huvitavast transmeedia-arengust.

Arraku piltidel domineerivad sinilillad toonid, vaenlasi kujutatakse Ku Klux Klani (või pidalitõbise?) mütse kandva anonüümse massina. Kogu kujundus eemaldub romantilisest muinasajaloo kujutamise stiilist ja avab võimalusi uuteks tõlgendusteks.

Kui tee trükimeediasse avas folkloorsele hiidle Peeter Süda raamat, siis Arraku ja Raamatu variandil on olnud laiem mõju hilisematele väljunditele. 2014. aastal ilmus menukirjanik Andrus Kiviräha lobedate tekstidega vabas vormis ja vestelises toonis Tõllu-raamat (Kivirähk 2014). Autor kasutab suulisele esitusele lähedast kujundkõnet ja tänapäevaseid allusioone, ju-

tustades vanad lood ümber nüüdisaegses stiilis, rõhudes ühtlasi huumorile. Raamatus on kasutatud Jüri Arraku kultuslikke illustratsioone. Jüri Arrak hindab Kiviräha teksti kui loodusjõudude väe tagasiandmist Suurele Tõlule: “Enne oli ta suur kohutav elukas, aga see tekst on müstilisem, see on nagu looduse poolest võimsam” (Ringvaade 2014). Kirjanik ise on piirdunud hinnanguga, et tegemist pole laste ega täiskasvanute raamatuga, vaid see kuulub samasse kategooriasse nagu kreeka müüdid (samas).

HIIUD NÜÜDISMEEDIAS

Toonase multifilmi ja raamatu mõjukusele kultuuritekstina osutavad tsiitaadid uutes meediavormides. Järgnevalt vaatleme lähemalt ühte muusika- ja kahte reklaamiklippi, mida iseloomustab rohke kultuuritsitaatide kasutamine.

Iseloomustades visuaalsust fraseoloogia ja reklaamide osana, on Anneli Baran toonud esile, et teksti tajumisel on oluline mitmetimõistetavus, mis toimub kolmel tasandil: a) indiviidipõhised kvaasivisuaalsed ettekujutused, b) teadmiste tasand (s.o freimid, stsenaariumid, skriptid) ja c) kontseptuaalmetafoorne tasand (Baran 2008). Meie vaadeldavatel juhtudel on peamine allusioonide käivitaja pildiline pool, kuid oluline on ka teadmiste tasand ning kultuuriline ja semantiline pädevus. Anneli Baran osutab, et tundmatu väljendi tõlgendamisel tuginetakse assotsiatiivsetele seostele ning tulemina antud selgitus on vähem või rohkem seotud väljendi nn aktuaalse tähendusega (samas).

Metsatõllu muusikaklipi “Vaid vaprust” (2010) kultuuritsitaatides kasutatakse ühte teost teise sõnumi tugevdamiseks. Muusikapala taustal näeme vaheldumisi rokkmuusikuid esinemas ning katkeid Rein Raamatu ja Jüri Arraku joonisfilmist. Pildiline taust toetab ansambli karmi muusikat, kaks tuntud sümbolit põimuvad omavahel ja tekib sünteetiline tulem.

Reklaamiklipis võidakse aga kasutada läbisegi mitmeid verbaalseid ja visuaalseid stile. See iseloomustab tarbijakaitseklippi “Kalevipoeg teeb ansamblile Metsatõll prooviesinemist” (2012).⁴ Visuaalne pool räägib eepilise tegelase Kalevipoja ja kultusansambli kohtumisest – Kalevipoja

⁴ Tarbijakaitseameti reklaamklippide esimene Kalevipoja ja siili tegelaskujudega seeria loodi 2008. aastal, uusi klippe on lisandunud ka järgnevatel aastatel. Venekeelse vaatajaskonna jaoks on loodud analoogilised klipid Jemelja ja haugi tegelaskujudega. 2016. aasta seisuga on Youtube’is tarbijakaitseameti kampaaniate all 18 erisugust eesti- ja venekeelset klippi (<https://www.youtube.com/playlist?list=PLOIUb7r56p0unvFjvsatRF4Usf5c41ehZ>), vt ka https://www.facebook.com/Tarbijakaitseamet/videos?ref=page_internal.

Joonis 2: Kaadreid Metsatõlli videoklipist “Vaid vaprust” (Youtube).

äpardunud prooviesinemisest rokkaritele. Tekstis vahelduvad regivärsi imitatsioonid ja improvisatsioonid tavakeelega.

Pildiliselt poolelt näeme, kuidas stiliseeritud muinasürbis pikajuukse-line, blond ja kõhnapoolne Kalevipoeg mängib prooviesinemisel elektrikannelt. Ootamatult katkevad suitsu ja tossu saatel pillikeeled ning nagu eeposes, nii ka klipis hakkab kangelast õpetama siil – soovitus vaenlast serviti laudadega lüüa asendab meeldetuletus, et tarbijakaitse aitab halvast olukorrast välja.

Väheldase Kalevipoja, elektrikandle ja siili kaadrid vahelduvad kaadritega musta rõivastunud tõsiseilmelistest vägilaslikest Metsatõllu lauljatest – nemad kuulavad ja hindavad muusikalist sooritust. Pildiliselt poolel on koos eneseleosutavad (*self-referential*) ja ennastloovad (*self-generative*) tegelaskujud: kultusansambli hiiglaslikud muusikud, äpu Kalevipoeg ja asjalik siil. Kõigi komponentide ja tegelaste üldtuntus tagab allusioonide tekke, koomilisuse vahetatud positsioonide tõttu ja ühised tõlgendused.

Reklaamklipi tekst koosneb neljast lõigust. Dialog algab Kalevipoja kurtmisega uue pilli nässumineku üle just garantiiaja lõppemise järel:

Kalevipoeg: Kae kannelt, päris uus pill oli ja see aastane garantii sai kah eile läbi.

Järgneb siili õpetus vaba (regivärsilise) improvisatsioonina ja neutraalses stiilis tarbijakaitse-alane informatsioon.

*Siil: Kalevipoeg, ära heida nooti nurka, viska viisi väljakäiku!
Sinu õigus esitada kaebus kauba müüjale kehtib kaks aastat.*

*Nähtamatu tarbijakaitse-esindaja hää: Seisa oma õiguste eest,
vaata tarbijakaitseamet-punkt-ee!*

Neljas fraas on taas eneseleostav ja naaseb Kalevipoja äparduse juurde, samas üldistab reklaami sõnumi.

*Metsatõlli liige Markus: Näha on, et poiss tahab tulla tagasi,
kui pill korras [ja kasutab tarbijakaitset!].*

Kommivabrik Kalevi šokolaadisarja reklaami üleslaadija kommenteerib sarja järgmiselt:

Eepilise kummardusena meie uhkele soole sai Kalevi kolm traditsioonilist šokolaadi Kalevipoeg, Linda ja Kalev viidud ühtse Eepose sarja alla. Uus pakendikujundus valmis reklaamiagentuuris Identity. (<https://www.youtube.com/watch?v=roFKVzvGdy4>)

Kalevi šokolaadireklaam “Maitsed mis on meeles” (2012) põhineb samuti allusioonidel.⁵ Klipis on peamise jutustaja positsioonis vana raamatu sirvija. Raamatu illustatsioonidel libiseb silme eest läbi Kalevipoja agraarne igapäevaelu: kotkas lendamas üle maa, Kalevipoeg kündmas, hiiglaslik mees paati kaldale tõmbamas, merel laevatamas, merehädalisi paati tassimas ja rohul lebamas, kõrs suus. Pildid toovad esile mõned eepose tunnuslikud motiivid.

Piltide vaatamise taustal kõlab vanasõnadele ja uusvanasõnadele (vanasõnaparoodiatele) ning alg- ja lõppriimidele üles ehitatud eepiline autoritekst, millele mängitakse muusikatausta kandel – ühel rahvusinstrumentidest.

*Mees teeb ja jõuab, kui jõuab, siis sõuab, kui sõuab, siis tasa,
see oli vist viga, kui viga näeb laita, siis tuleb ja aitab, kui aitab,
siis ütleb, kui ütleb, siis mõtleb, kui mõtleb, siis pikalt, kui pikalt,
siis puuga, kui puuga, siis muidugi lapiti. Mis teha, nii on,
et mis oli, on meeles, mis meelel, see keelel, mis keelel, on hää.
Maitsed, mis on meeles.*

⁵ Praeguseks on analoogiline reklaam koostatud ka suurte pähklitega “Suure Tõllu” šokolaadile (2016, <https://www.youtube.com/watch?v=c9xw52kGKNU>).

Joonis 3: Kalevipoeg meediaklippides: 1–2. Tarbijakaitseklaam “Kalevipoeg teeb rokkansamlile Metsatöll prooviesinemist”. 3–4. “Maitsed mis on meeles” (Kalevi šokolaadi reklaam).

Vanasõnadest on tekstis kasutatud: *Tasa sõuad, kaugele jõuad* – populaarne uusvanasõna, mis põhineb ilmselt autoriluulel, on kasutusel ka aforismina, ning traditsioonilised vanasõnad *Kui viga näed laita, seal tule ja aita!* (EV 14006) ja *Enne mõtle, siis ütle!* (EV 7041).

Kui mõtleb, siis pikalt vihjab stereotüübile hiiu (eestlase?) aeglusest. Anekdootides realiseerub see stereotüüp loos kolmest aeglasest trollist/soomlasest/eestlasest, kes mõtlevad igaviku enne napisõnalist lausungit – solvunud kolmas osaline lahkub “lobisejate” seltskonnast.

Järgmises tekstiosas toimub ülekanne ja allusioon eeposega, kus siil soovitab lüüa vaenlasi serviti lauaga. Tekst jätkub uusvanasõnalise paariga: *Mis meelel, see keelel, mis keelel, on hää* ning hoopis teisest kategooriast pärit üldistava reklaamlausega.

Teadmiste tasand laseb nautida väljakujunenud tekstidele analoogilisi lausumisi sarnaste skriptide tõttu, ent need teisendavad samal ajal klipi mõistmispiire.

TÜVITEKSTIST JA MEEDIAST TAGASI FOLKLOORI JA SOTSIAALSESSE RUUMI

Eelnevalt esitletud reklaamklippide tekstiosa on osa elavast folklooriprotessist – vanasõnaparoodiate loomine, nende ja vanasõnade põimimine argiteksti, etniliselt markeeritud regivärsivormi imiteerimine, rahvapärases narratiivsuses levinud võtte paisutada või vahetada karakterite omadusi (Kalevipoeg kidura noormehena vägilaskasvu lauljate kõrval jm). Kohesiivse terviku heaks kasutatud võtete ja vormide küllus osutab kultuuriruumi ühistele teadmistele, tegelastele, samuti poeetika- ja tekstivõtete ning skriptide olemasolule, millega tekst saab opereerida või mida parodeerida. Ühtlasi on see ideaalne näide tänapäevaste meediatekstide sulandavast loomusest ja võtteküllasusest.

Siinjuures on sobiv osutada veel ühele üldtendentsile – teose või tegelase väljapaistvus ja meediaedu põhjustab ütluste, naljade, aforismide tagasi-voolu folkloori (eesti ütlustest vt nt Peebo 1995).

Eeposest liikus 20. sajandi kujundkõnesse, salmikutekultuuri, fotode tagakülgedele ja mälestusalbumitesse ning omandas aforismi kvaliteedi katkend eepose 16. loost:

*Ülemaks kui hõbevara,
kallimaks kui kullakoormad,
tuleb tarkus tunnistada.*⁶

Kõnekäändudes on *kalev / kalevipoeg* (algelt füüsilise suuruse ja vägevuse markeerija, vt Annist 2005: 307 jj) kujunenud eestlase markeerijaks, etnonüümiks või võrdlusaluseks, ka Tõll figureerib kõnekäändudes (Justkui 1998–2005). Kõnekäändude tähendusvälja kasutas näiteks hiljutine koomikasugemetega telesari “Kalevipojad Soomes”, kujutamaks väljarännanud ehitustööliste eluolu. *Kalevite kange rahvas* on lendväljend, mis on tsitaadina levinud pikka aega õpetlastekstidest (vt nt Lang 2012) tavakeeleni. Luuletaja Johannes Semper kasutas värssi Eesti NSV hümnis, fantaasiamänge korraldav mittetulundusühing valis viimase kümnendi jooksul oma nimeks “Kalevite kange rahvas”.

Eepose väljendid *Kui kõik pirrud kahel otsal lausa löövad lõkendama ja kord Kalev koju jõuab oma lastel õnne tooma* on olnud nii kirjanike kui tavakasutajate kultuuritsitaat ja allusioonide lähtekoht, samuti keskne

⁶ Arvo Krikmann (1999) peab seda väljendit piiblimõjuliseks loominguks, ent möönab, et see “on hiljem kooliõpikute jm. trükiallikate toel omandanud ka mõningase suulise käibe”. Folkloorne kasutus salmikutekultuuris ja fotode tagakülgedele kirjutatavate aforismide seas oli oli 20. sajandil õige laialdane ning esindab rahvaluule kirjalike vormide alaliiki.

Joonis 4: Folkloori ja transmedia-narratiivi vahelised protsessid.

tsitaat identiteeti loovates dokumentides (nt 1918. aasta dokumendis “Manifest kõigile Eestimaa rahvastele”). Needki on vaid mõned osutavad näited laiemast kasutusalast sotsiaalses ruumis ning juhatavad meid mütoloogia ja eepose erilise tähenduseeni teatavatel kriitilistel või rahvuse defineerimist eeldavatel ajalooperioodidel. Nimelt kerkis eepos ja sellest tõukuvad väljendid olulistena esile 19. sajandi lõpul, rahvusliku liikumise ajal (vrd Viires 1990) ja sama tendents endub 20. sajandi alguses, samuti omariikluse loomise ajal. Näiteks sai Kalevi nime 1901. aastal loodud spordiühing ja see on säilinud läbi erisuguste poliitiliste olude tänapäevani. Omariikluse ajal ja annekteeritud Eestis oli tänava- ja asutusenimede puhul eepiline markeerimine üks võimalik rahvuslik lahendus (Teise maailmasõja järel muudeti kompektivabriku nimetus Kaleviks, kujundati eeposega seotud magusabrandid, Tõllu nimi omistati jäälõhkujale jpm).

Kalev, Sulev, Olev, Linda tähtsustusid eesnimedena. Etnonüüme ja rahvuslusega seotud nimetusi kasutati uutel elualadel uutes kontekstides

(vt nt Tuisk 2001). Neid on Eestist lahkuvate migratsioonilainete ajal kaasa võetud ja juurutatud koha- ja seltsinimedena nii Eesti riikluse eel, selle ajal kui järel. Kalevipoega on pikka aega kasutatud pidukõnedes ja rahvuslikes tarbetekstides nii kodumaal kui välismaistes kogukondades – teema, mis annaks ainet edasiseks mahukaks uurimistööks.

Transmeedia-narratiivide tunnuseks on peetud fantaasiategelaste välkkiiret kultuuripiire ületavat levimist ja nende kandumist meediast esemelisse tarbimiskultuuri ehk frantsiiside tekkimist. Jenkinsi arvates on liikumine teistesse kultuurivormidesse ja ühiskonda kultuuritekstidele põliselt omane. Vaadeldes kultusteoste liikumist meedias ning tüvitekstist tõukuvate uute tekstide ja frantsiiside teket, nähtub, et periood võib olla üllatavalt pikk (nt Tolkieni teoste puhul), ent näib märgatavalt lühenevat teadliku müügistrateegia ja nt filmiversionide tekkimisel.

Eestlaste ja eesti kultuuri ekspertide jaoks on eepos ja Kalevipoeg märgid, mida ei saa ignoreerida ega mitte teada – nad on kultuuriliselt olulised (vrd Ryani tähelepanekut kultuuriliselt oluliste tekstide kohta). Eelnevatest alapeatükkidest selgus, et eepose tegelane ja teksti elemendid on juurdunud mitmetesse sotsiaalse ruumi segmentidesse. Võimegi üldistavalt vastata, et eeposesse on teatavatel (või isegi enamikul) juhtudel sisse kirjutatud nii turumajanduslik kasutamine kui frantsiiside edu. Selle näiteks on Kalevipojad-suveniirrukud ja muud ostukaubad. Tänapäeva kultuuris osaleb Kalevipoeg väga laialdaselt meelelahutuse osana arvutimängude ja meenete tasandil. Kalevipoja ja Tõlluga seotud matkarajad, reisiprogrammid, muuseumid, teemapargid, publi-võõrastemaja Tõll on osa meediaülestest siiretest kogukonda.

Tüvitekstides (ka läbilöögiteostes) ja nende sotsiaalses kasutuses on peidus olulised mentaalsuse küljed, mis on tõuke saanud samadest teostest ning on seotud rühmaidentiteediga ja keerukate sotsiaalsete protsessidega. Teose tegevuspaik/filmimiskoht võib kujuneda kultuspaigaks, millega on seotud uuelaadsed turismi- ja religioossuse/palverännakute lained. Teostest võivad lähtuda religioossed rühmad ja usuliikumine (nt “Star Wars”, vt ka Dawson 2003, Lucas, Robbins 2004), mis osutab, et problemaatika on laiem kui müügiedu, seotud lapsepõlvemaastiku taasesitamise, nostalgia või põlvkondade ühiste kultuuriteadmistega.

LÕPETUSEKS

Kui paigutada transmeedia alla nii folkloori pinnalt sündivad karakterid ja tegelased, spontaanse tekstide leviku meedias kui suhted kultuuri- ja sotsiaalsete protsessidega, sobib see termin iseloomustama keerukaid vastastikuseid protsesse.

Epos tüvitekstina on olnud põlvkondade vältel kultuuriruumi tihedalt täitev nähtus, mis levis 20. sajandil ühest meediumist teise. Neist iga ala-liigi või vormi edu on olnud erinev, kasutanud erisuguseid stiile ja vorme. Esimese trükiste järellainena tekkisid adaptatsioonid, mis hõlbustavad eepilise aine laialdast ja hariduslikku omandamist. Ümberjutustuste ja muganduste loojateks on olnud tuntud kirjamehed, nagu Juhan Kunder (1885), Villem Ridala (1921), Eduard Laugaste (1960), Eno Raud (1961, 1959) ja paljud teised.⁷ Eno Raua proosajutustusi “Kalevipoeg” ja “Suur Tõll” saatis selline menu, et neist avaldati mitmeid kordustrukke ja neid tõlgiti läti, ukraina, vene, soome ja saksa keelde. Ainuüksi eepose kordustrukke on aastail 1857–2002 Rahvusraamatukogu andmeil ilmunud 17.

Adaptatsioonid lõdvendavad kaanonit, nii et selle piiridest on emotsionaalselt ja intellektuaalselt kergem väljuda, mille tulemuseks on paroodiad. Eesti meediaruumis hakkasid eepose paroodiad ringlema hiljem kui folklooris. Alles alates 1970. aastatest algas professionaalses meedias kangelase asemel antikangelase ja tavalise inimese esitamine ning eepose laiem karikatuuri vormi jõudmine (nt Vetemaa 1971, Rakke 2000, Kirsfeldt 2010, paroodiate kohta vt Laitila 2003).

Kalevipoja ja Tõllu näited osutavad, et folkloorne korpus vajab meediasse sisenemiseks autorit, kes loob ja kujustab tekstisülemist ühe konkreetse loo või siis moodsa termini järgi jutumaailma. Temaatiliselt paljupakkuvaid (või isegi paremaid?) motiive ja arendusi on folklooris arvukamalt, kui autorid neid realiseerivad, ent need ootavad latentselt oma aega.

Teose meediasiidrid ja nende edu sõltub teatavast kultuurisisesest ootusest – sotsiaalne ja kultuuriline tellimus Kalevipoja ja Tõllu järele olid olemas. Eeposele on riiklikul, koolisüsteemi ja kultuuriruumi toel antud alus, võime spontaanselt meediavormide piire ületada ja neist väljuda. Kalevipoja levik transmeedias, kultuuris ja majandusruumis on igakülgne. Tõllu liikumist folkloorist kirjandusteoseks ja kurseerimist meedialiikide vahel ning väljaspool neid on tellinud paikkondlik identiteet ja vajadus alternatiivse kangelase järele. Tõllu levik transmeedias on toimunud folkloori-trükimeedia-filmi ja kunsti sümbioosina, ent saab tuge mitmesugustelt frantsiisitoodetelt.

Praeguses meediaruumis on keerukas eristada eepose Kalevipoega folkloorsest Kalevipojast ja teistest kultuuriruumi tekstides levivatest karakteri variantidest. Tegelane on pigem eri allikatest innustust saanud sulam, uus üldistus. Sama kehtib Tõllu puhul, kelle ühiskondlik kandepind on algusest peale paikkondlikum ja levik piiratum, ent kelle tegelaskujus sulanduvad nüüdseks samuti professionaalsete kunstide loodud karakter ja folkloor.

⁷ Rahvusraamatukogu loend pakub Kalevipojaga seotud teoste arvuks 1998. aasta seisuga 21 teost; mugandusi on loodud ka “Suurest Tõllust”.

Folkloorsed, töötlemata hiutekstit hakkasid trükistena ilmuma suhteliselt hilja ja suurte vaheaegade järel, mistõttu nad on olnud osa tsirkulatsioonist, kandes mõnigi kord informatsiooni vahendaja funktsiooni.⁸ Küll aga osutavad uued meediatekstit, tarbimisvormid, tooted, reklaamklipid, et nad kasutavad folkloori ja on seotud folklooriprotsessidega, ja et eri folklooriliikidel on olemas koht uute teoste inspireerijana. Veelgi enam, meediatooted on vahel olemuselt lähedased folklooriprotsessile, võivad olla selle esindajad. Ehk veel teisisõnu, folkloorsete kujude ja tekstide liikumine transmeediasse ja eri meedialiikide vahel on suuremas osas spontaanne protsess. Jääb vaid loota, et veeb võimaldab kasutada laiemalt hiidude folkloorikorpuses latentselt ootavaid erisuguse loogika ja sisuga motiive põnevate mittelineaarsete hargenavate narratiivide loomiseks.

TÄNUAVALDUSED

Artikliga seotud materjali kogumist ja selle kirjutamist on toetanud ETFi grant 8137, Euroopa Liit Euroopa Regionaalarengu Fond (Eesti-uuringute Tippkeskus) ja Eesti Teadusagentuuri institutsionaalne uurimisprojekt IUT 22-5. Täname anonüümseid retsensente sisukate märkuste eest.

KIRJANDUS

- Annist, August 2005. *Friedrich Reinhold Kreutzwaldi "Kalevipoeg"*. Tallinn: Eesti Keele Sihtasutus.
- Baran, Anneli 2008. Fraseologismide semantilise teisititõlgendamise võimalikkusest. – *Eesti Rakenduslingvistika Ühingu aastaraamat* 4. Toim. H. Metslang, M. Langemets, M.-M. Sepper. Tallinn: Eesti Rakenduslingvistika Ühing, lk 17–33. <http://www.rakenduslingvistika.ee/ajakirjad/index.php/aastaraamat/issue/view/ERYa4> (04.06.2016).
- Dawson, Lorne L. (ed.) 2003. *Cults and New Religious Movements: A Reader*. Blackwell Readings in Religion. Malden, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing.
- Eisen, Matthias Johann 1901. *Endised jõumehed: Lood Kalewipojast, Suurest-Tõlust, Leigrist ja teistest*. Narva: R. Pöder.
- Eisen, M[atthias] J[ohann] 1910. *Kalewipoja esi-isad*. Tartu: Hermann.
- Eisen, Matthias Johann 1913. *Eesti muistsed jumalad ja vägimehed*. Tartu: G. Roht.

⁸ Jegard Kõmmuse koostatud hiiu-murdeline proosalugu "Iiu Leiger. Emasde Sõruotsa murragus loodud muisdendide sari Iiuma vägimihesd Leigrisd" (2014) esindab ühtpidi folkloristide panust vahendusteoste avaldamisloos, aga teisalt murde-eeoste või murdesse tõlgitud eeposte suunda – nimelt avaldati 2014 Paul Hagu ja Urmas Kalla "Kalewipoja" tõlge võru murdesse (Kreutzwald jt 2014).

- Eisen, Matthias Johann 1920. *Teised Eesti kohalikud muistejutud*. Tallinn: Eestimaa Kooliõpetajate Wastastikku Abiandmise Selts.
- Eisen, Matthias Johann 1924. Kalevipoja sängid. – *Eesti Kirjandus*, nr 4 (<http://www.digar.ee/arhiiv/nlib-digar:53209>), lk 143–153, nr 5, lk 202–210 (<http://www.digar.ee/arhiiv/nlib-digar:53210>).
- Eisen, Matthias Johann 1926a. Peata Töll. – *Eesti Kirjandus*, nr 1, lk 40–44. (<http://www.digar.ee/arhiiv/et/periodika/26684>).
- Eisen, Matthias Johann 1926b. *Kalevipoja album*. A. Adamsoni, O. Hoffmanni, A. Prometi ja A. Siwardi pildid. Tartu: Eesti Kunstikirjastus Konze.
- Eisen, Matthias Johann 1927. *Töll ja ta sugu*. Tartu: Eesti Kirjanduse Selts (<http://www.digar.ee/arhiiv/et/raamatud/15226>).
- Eisen, M[atthias] J[ohann] 1930. Kalevipoja kinnismuistised. – Fr[iedrich] R[einhold] Kreutzwald. *Kalevipoeg. Eesti kangelasepos*. Parandatud ja illustreeritud väljaanne koolidele. Tallinn: Töökool, lk 217–221.
- EV = Krikmann, Arvo; Sarv, Ingrid (toim.) 1980–1988. *Eesti vanasõnad*, I–IV. Tallinn: Eesti Raamat.
- Gaston, Kalle 1999. *Tarvastu jutud 2*. Põltsamaa: Vali Press.
- Hupel, August Wilhelm 1782. *Topographische Nachrichten von Lief- und Ehistland*, Vol. III. Riga: Johann Friedrich Hartknoch.
- Jenkins, Henry 2004. The Cultural Logic of Media Convergence. – *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 7, No. 1, pp. 33–43. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1367877904040603>.
- Jenkins, Henry 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henri 2007. *Transmedia Storytelling 101*. http://www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (04.06.2016).
- Joonuks, Helmut 1982. *Kalevipoja paigad*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Justkui 1998–2005 = Justkui ehk eesti kõnekäändude ja fraseologismide andmebaas. Koost. A. Baran, A. Hussar, A. Õim, K. Õim. <http://www.folklore.ee/justkui/> (04.06.2016).
- Kirsfeldt, Kristian 2010. *Kalevipoeg 2.0: Eesti rahva moodne eepos*. Tallinn: Eesti Ajalehed.
- Kivirähk, Andrus 2014. *Suur Töll*. Tallinn: Varrak.
- Kreutzwald, Fr. R., Toom Tragel, Raoul Annion, Marek Laimets 2014. *Kalõvipoig, piltepos*. I osa. Tlk Urmas Kalla, Paul Hagu. Tallinn: MrBee OÜ.
- Krikmann, Arvo 1999. Eesti lühivormide allikaloost. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum. <http://www.folklore.ee/~kriku/ALLIK/laiindex.htm> (04.06.2016).
- Kunder, Juhan 1885. *Kalevipoeg: Lugu Eesti muinaskangelasest*. Tartu: H. Laakmann.
- Kõmmus, Jegard 2014. *Iiu Leiger. Emasde Sõruotsa murragus loodud muisdendide sari Iiuma vägimihesd Leigrisd*. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseumi Teaduskirjastus.
- Käo, Henno 2001. *Maailma loomine ja teisi lugusid*. Tallinn: Ilo.
- Körber, Martin 1887. *Oesel einst und jetzt*. Zweiter Band. *Die Kirchspiele Mustel, Kielkond, Anseküll, Jamma, Wolde und Pyha*. Arensburg: Arensburger Wochenblattes.

- Laitila, Anu 2003. Kangelase metamorfoos: rahvuseeposte [“Kalevala” ja “Kalevi-poeg”] rahvuslikud paroodiad. – *Paar sammukest XX: Eesti Kirjandusmuuseumi aastaraamat*. Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum, lk 121–128.
- Lang, Valter 2012. Kalevite kange rahvas. – *Keel ja Kirjandus*, nr 12, lk 877–888.
- Laugaste, Eduard 1960. *Kalevipoeg*. Ümber jutustanud E. Laugaste. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Laugaste, Eduard; Ellen Liiv 1970. *Muistendid Vanapaganast. Eesti muistendid: Hiiu- ja vägilasmuistendid III. Monumenta Estoniae Antiquae II*. Tallinn: Eesti Raamat.
- Laugaste, Eduard; Ellen Liiv, Erna Normann 1963. *Muistendid Suurest Tõllust ja teistest. Eesti muistendid: Hiiu- ja vägilasmuistendid II. Monumenta Estoniae Antiquae II*. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Laugaste, Eduard, Erna Normann 1959. *Muistendid Kalevipojast. Eesti muistendid: Hiiu- ja vägilasmuistendid I. Monumenta Estoniae Antiquae II*. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Leppik, Eduard 2001. *Kalevipoja hobuse jäljerida*. Rakvere: Shalom.
- Lincoln, Bruce 2000. *Theorizing Myth: Narrative, Ideology, and Scholarship*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Lucas, Philip Charles; Thomas Robbins 2004. *New Religious Movements in the Twenty-First Century: Legal, Political, and Social Challenges in Global Perspective*. New York, London: Routledge.
- Luce, Johann Wilhelm Ludwig von 1827. *Wahrheit und Muthmassung: Beytrag zur ältesten Geschichte der Insel Oesel*. Pernaui: Gotthardt Marquardt.
- Moloney, Kevin T. 2011. *Porting Transmedia Storytelling to Journalism*. A Thesis. Presented to the Faculty of Social Sciences, University of Denver. http://www.colorado.edu/journalism/photojournalism/Transmedia_Journalism.pdf (04.06.2016).
- Moloney, Kevin 2011–2014. *Transmedia Journalism*. <https://transmediajournalism.org/contexts/> (04.06.2016).
- Niineste, Mart 2010. Suur Tõll 30 aastat hiljem. – *Eesti Päevaleht*, 23.01. <http://epl.delfi.ee/news/kultuur/suur-toll-30-aastat-hiljem?id=51186549> (04.06.2016).
- Ojamaa, Maarja 2015. *The Transmedial Aspect of Cultural Autocommunication. Dissertationes Semioticae Universitatis Tartuensis 19*. Tartu: University of Tartu Press. http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/45985/ojamaa_maarja.pdf?sequence=1 (04.06.2016).
- Peebo, Kadri 1997. “If I’m Not Mistaken, But I’m Not Mistaken, If I’m Not Mistaken by Any Chance”: Catchwords? Quips? Bywords? – *Journal of the Baltic Institute of Folklore*, Vol. 2. <http://www.folklore.ee/rl/pubte/ee/bif/bif2/sisu.html> (04.06.2016).
- Raamat, Rein 1982. *Suur Tõll*. Tallinn: Perioodika.
- Rakke, Kerttu 2000. *Kalevipoeg*. Tallinn: Kadikas.
- Raud, Eno 1961. *Kalevipoeg*. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Raud, Eno 1959. *Suur Tõll*. Tallinn: Eesti Riiklik Kirjastus.
- Ribenis, Karin (toim.) 2002. *Eesti rahvaluule elektrooniline bibliograafia (1918–1992) / Electronic Bibliography of Estonian Folklore (1918–1992)*. Tartu, Tallinn: Eesti Kirjandusmuuseumi folkloristika osakond. <http://www.folklore.ee/rl/pubte/ee/erbibl/> (04.06.2016).

- Ridala, Villem 1921. *Kalevipoeg* [proosaüंबरjutustus]. Tallinn: Kool.
- Ringvaade 2014. Kivirähk ja Arrak avaldasid uue “Suure Tõllu”. http://etv.err.ee/v/meelelahutus/ringvaade/ringvaade_lood/e9dd6b3b-f992-48fc-bbcf-7299d8528f8d (04.06.2016).
- Ritson, Tiina; Urve Sildre 2001. Kalevipoeg. Üks ennemuistne eesti jutt. <https://www.nlib.ee/html/expo/kalevipoeg/sisse.html> (04.06.2016).
- Ryan, Marie-Laure 2008. Transfictionality across Media. – *Theorizing Narrativity*. Eds. J. Pier, J. A. Garcia Landa. Berlin: De Gruyter, pp. 385–417.
- Scolari, Carlos Alberto 2009. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. – *International Journal of Communication*, No. 3, pp. 586–606.
- Sonnenfeld, Gunther 2009. The Revolutionary Power of Transmedia Storytelling. September 10. <https://www.imediaconnection.com/articles/ported-articles/red-dot-articles/2009/sep/the-revolutionary-power-of-transmedia-storytelling/> (04.06.2016).
- Süda, Peeter 1883. Väikene vana varanduse vakk ehk Saaremaa vägimees Suur-Tõll. Eestlaste ennemuistne jutt. Saaremaa rahva suust 20-ne aasta jooksul kokku korjatud. Kuressaare.
- Tedre, Ülo 2003. Eesti mees ja tema sugu XIX sajandi lõppriimilises rahvalaulus. Tallinn, Tartu: Eesti Kirjandusmuuseum.
- Tuisk, Astrid 2001. Siberi eestlaste kohapärimus tänapäeval: Kohastumise peegeldusi. – *Pärimuslik ajalugu*. Toim. T. Jaago. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 74–90.
- Unt, Aune 2013. Sirp ristmeedia meelevaldas. – 57. Kreutzwaldi päevade teaduslik konverents “Transmeedialised siirded”, 17.–18. detsember 2013. Teesid ja ajakava. Koost. K. Labi. Tartu: EKM Teaduskirjastus, lk 3.
- Vetemaa, Enn 1971. Kalevipoja mälestused. – *Looming*, nr 11, lk 1619–1648, 1651–1671.
- Viires, Ants 1990. Taara avita! – *Looming*, 10, lk 1410–1421.

YOUTUBE’I KLIPID

- Metsatõll: Vaid vaprust* 2010. <https://www.youtube.com/watch?v=-i3pwGGabE> (04.06.2016).
- Kalevipoeg teeb ansamblile Metsatõll prooviesinemist* 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=iOenRu7mqTQ> (04.06.2016).
- Maitses mis on meeles* 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=iOenRu7mqTQ> (04.06.2016).
- Suur Tõll tume šokolaad* 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=c9xw52kGKNU> (04.06.2016).
- Leshik Koreposhik 2016. Самые Страшные Мультки 7. Suur Tõll / Большой Тылль. <https://www.youtube.com/watch?v=0ek1nQTKecg> (04.06.2016).

Summary

TRANSMEDIA PROCESSES ON THE BASES OF GIANT LORE

The purpose of this article is to discuss transmedia narratives based on giant lore, which is described by means of examples from folkloristics and trans-media dissemination. Giant lore, particularly the epic *Kalevipoeg*, a core text of Estonian culture, has generated numerous transmedially circulating texts and various contemporary forms. Through their connections with media, texts about giants continue to participate in the national cultural space; in previous eras, they have been carriers of Estonian identity or, alternatively, have held an important place in the creation of local identities. The latter can be observed today in printed matter, advertisements, and products marketed to the homeland public. However, texts about giants can also be used as a self-characterising image directed beyond national space. The article provides a closer look at ways in which stories connected with *Kalevipoeg* and *Suur Tõll* are engaged in different levels of media, as well as necessary contextual cultural knowledge for understanding contemporary media clips.

KEY WORDS: cross-media, epic, folklore in media, giant lore, *Kalevipoeg*, transmedia narrative, advertisements, *Suur Tõll*