

Raha vs. vaadatavus: Eesti telemaastik 2010

Andres Jõesaar

Eesti telemaastikul toimuva kohta pole (juba ammu) peetud tõsiseid avalikke arutelusid. Ühest küljest võib see tähendada, et kõik pooled — eelkõige vaatajad ja telekanalid ise — on tänase olukorraga rahul. Teisalt võib ju ka oletada, et televisioon ei lähe enam kellelegi eriti korda. Keskmise eestimaalase teleri ees veedetud tunnid¹ viitavad pigem esimesele pakutud variandile. Riigisisene vaikelu ja rahulolu võivad aga olla uinutavad, et mitte öelda petlikud. Olukorra paremaks mõtestamiseks on sobilik küsida: millisena paistab meie telemaastik välja võrdluses teiste Euroopa riikidega? Ja seda eelkõige kahese meediasüsteemi — avaõigusliku ringhäälingu (AÕR) ja eraringhäälingu — vaadatavuse ning majandustingimuste aspektist.

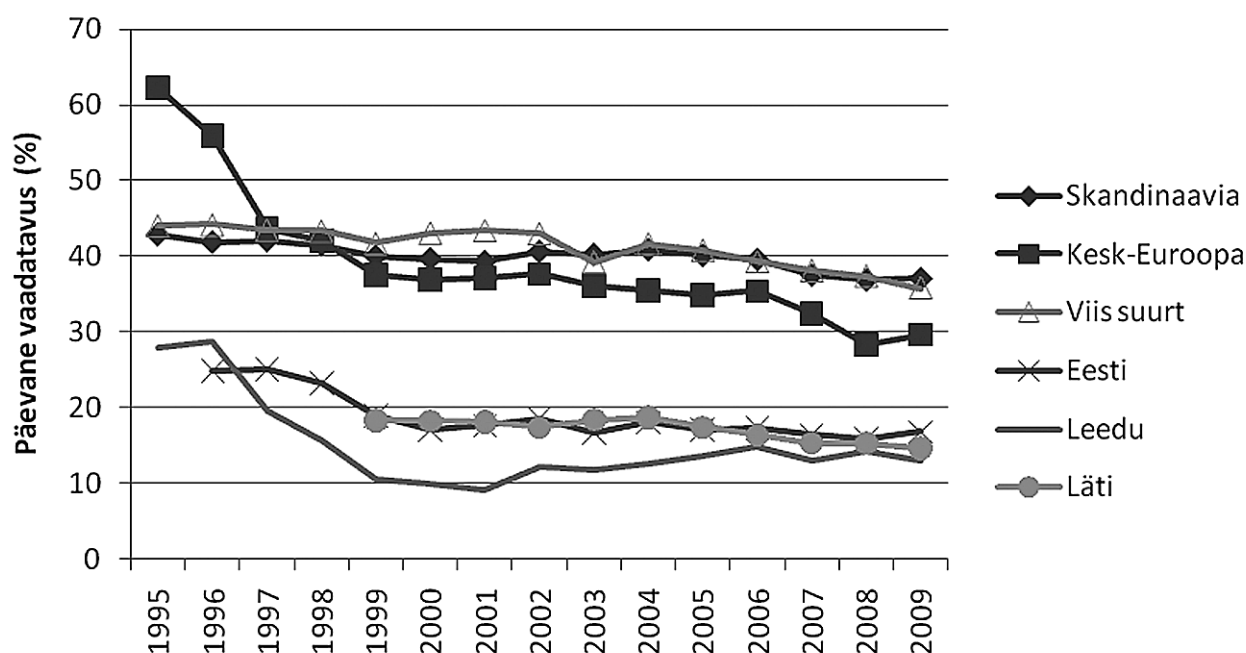
¹ 2010. jaanuaris vaatasid Eesti elanikud telerit keskmiselt 4 tundi ja 43 minutit päevas. <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=2093>

Eesti avaõigusliku ringhäälingu võrdlus Euroopaga

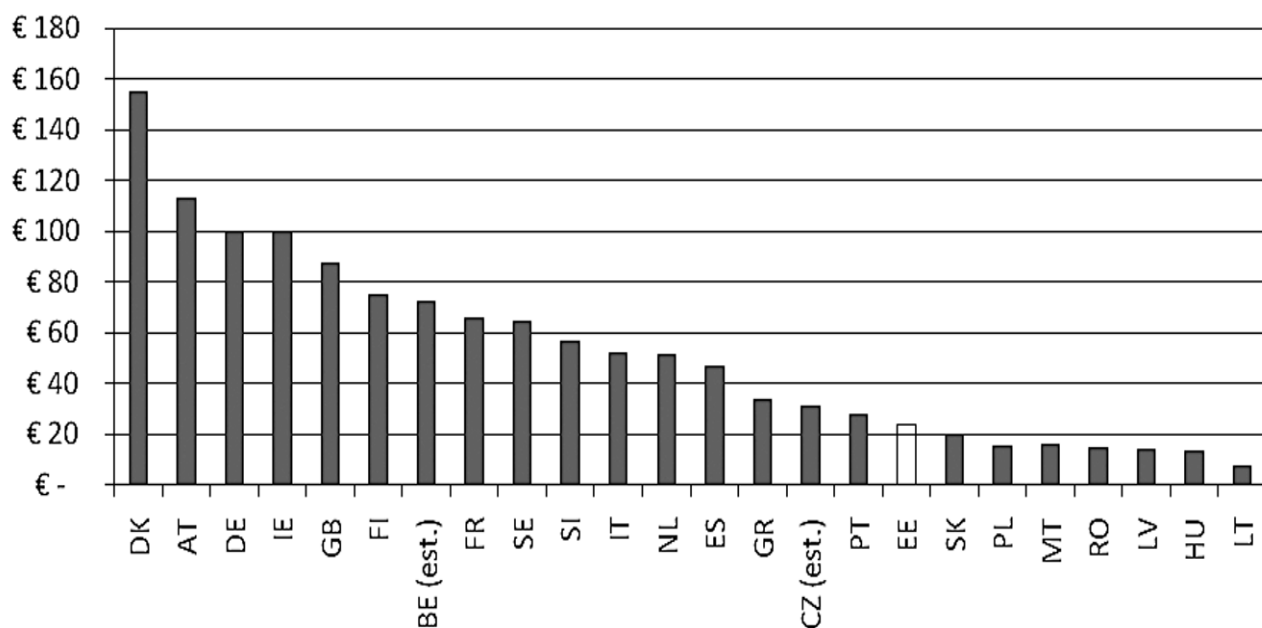
Avamaks paremini Eesti AÕRi tänast olukorda, toon kahe kriteeriumi võrdluse Euroopa AÕR-organisatsioonidega. Esimene vaatlusalune kriteerium on AÕRi telekanalite päevane vaadatavus ehk äriterminites väljendatult turuosa.

Joonis 1 näitab, et Eesti on selle kriteeriumi alusel koos teiste Baltimaadega selgelt üks kolmest Euroopa² nõrgemast riigist. Kui arvestada Eesti turu piiratud ressursse, võib tekkida küsimus, kas ei ole Eesti tugeva ja areneva avaõigusliku ringhäälingu toimimiseks lihtsalt liiga väike riik.

² Joonisel 1 toodud riikide grupid on: Viis suurt — Hispaania, Prantsusmaa, Saksamaa, Itaalia, Suurbritannia; Kesk-Euroopa — Tšehhi, Ungari, Poola, Slovakkia, Horvaatia, Rumeenia; Skandinaavia — Taani, Soome, Norra, Rootsi.

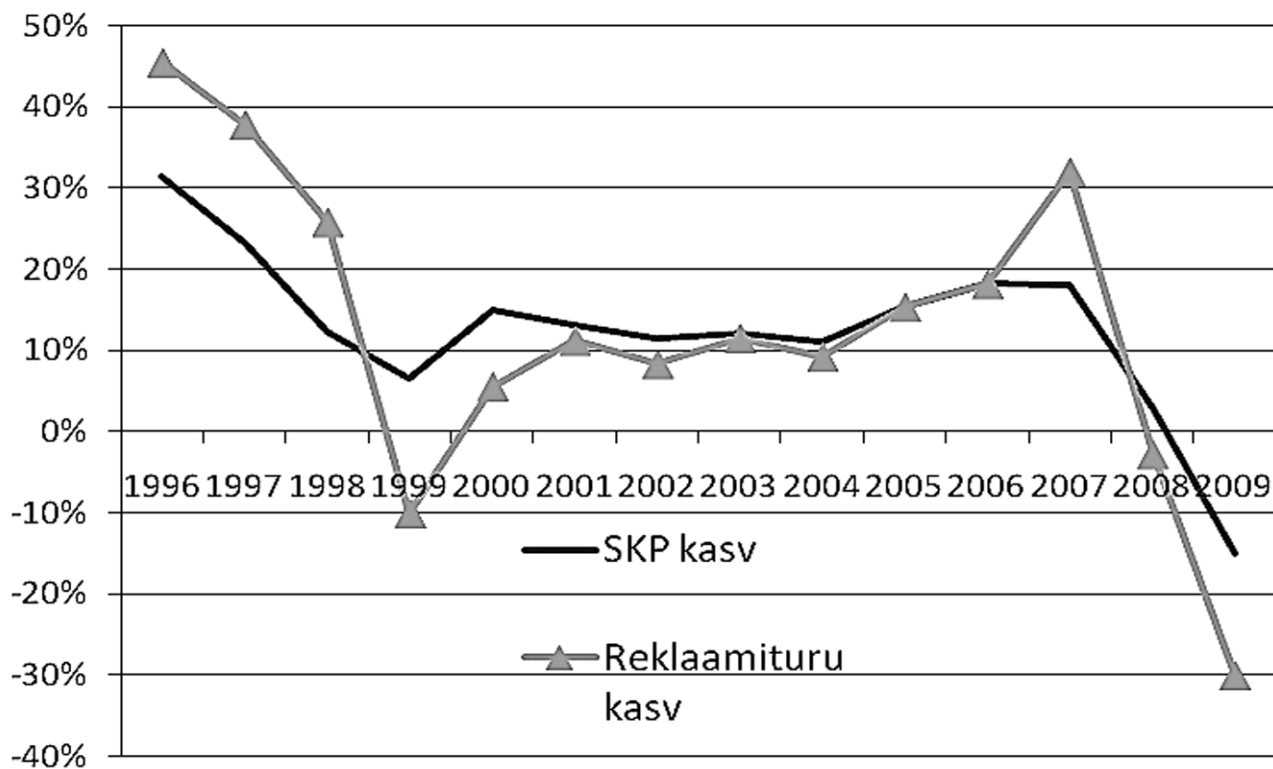


Joonis 1. Euroopa AÕRi telekanalite päevane vaadatavus 1995–2009. Allikas: EBU



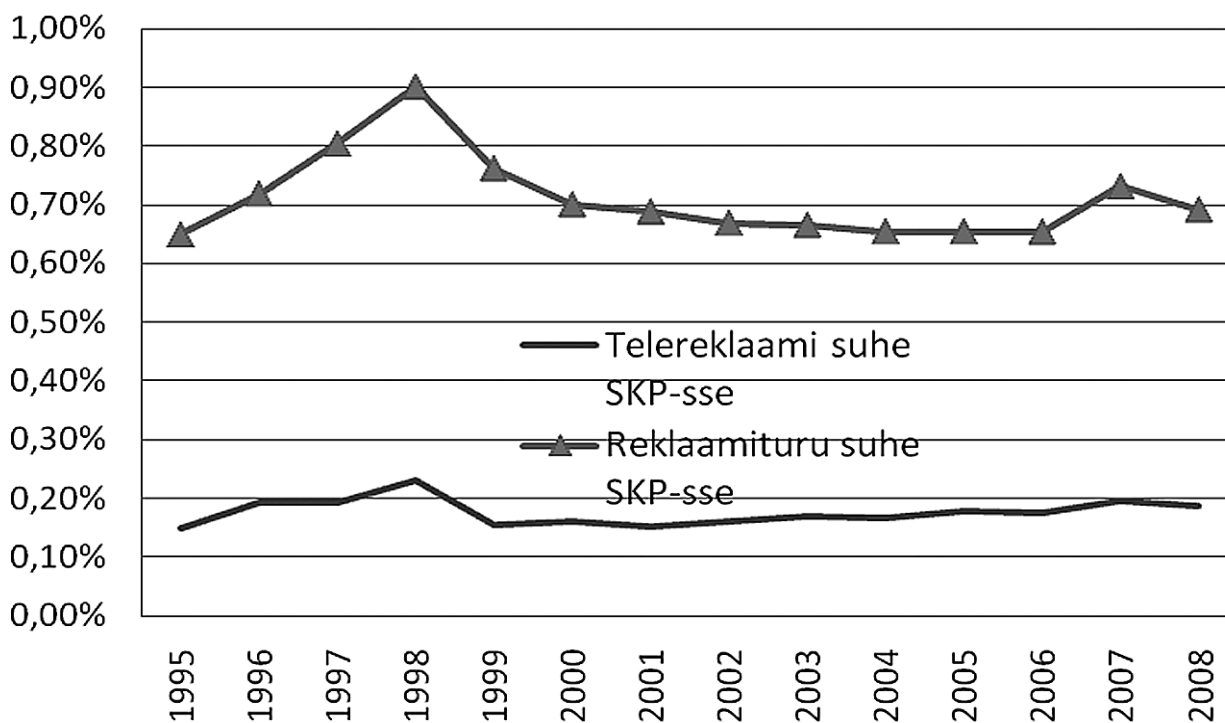
Joonis 2. Euroopa riikide avaõiguslike ringhäälingute tulud elaniku kohta

Allikas: IRIS Plus 2010, nr 4, lk 57. Lühendid: DK (Taani), AT (Austria), DE (Saksamaa), IE (Iirimaa), GB (Suurbritannia), FI (Soome), BE (Belgia), FR (Prantsusmaa), SE (Rootsi), SI (Sloveenia), IT (Itaalia), NL (Holland), ES (Hispaania), GR (Kreeka), CZ (Tehhi), PT (Portugal), EE (Eesti), SK (Slovakkia), PL (Poola), MT (Malta), RO (Rumeenia), LV (Leedu), HU (Ungari), LT (Läti); *est.*(estimate) — tegemist on oletusliku hinnanguga.



Joonis 3. SKP ja reklaamituru kasv aastatel 1996–2009

Autori arvutused põhinevad Rahandusministeeriumi, Eesti Panga ja TNS Emori andmetel.



Joonis 4. Kogu reklaamituru ja telereklaami rahalise mahu suhe SKPsse aastatel 1995–2008

Sellele küsimusele vastamiseks vaatlen teiste Euroopa riikide AÕRi rahastamist. Võrreldava tulemuse saamiseks on õigem vaadelda mitte AÕR-organisatsioonide kogueelarveid, vaid tulusid ühe elaniku kohta. European Audiovisual Observatory andmetel³ oli Eesti AÕR tuludelt elaniku kohta Euroopa riikide võrdluses tagumises kolmandikus (joonis 2). Baltimaade ja ka teiste postkommunistlike riikide AÕR-organisatsioonide tulud elaniku kohta on märgatavalt madalamad kui Skandinaavia maades ja Lääne-Euroopas.

Seega leiab kinnitust tõdemus, et vaatajate tähelepanu köitmiseks on vaja head televisiooni ja hea televisiooni tegemise üheks eelduseks on piisavate ressursside, sh raha olemasolu. Eestis rahastatakse AÕRi (eelkõige) riigieelarvest, erakanalite tulude peamiseks allikaks on reklaamimüük. Mõlemad finantseerimise allikad — riigieelarve ja reklaamiturg — sõltuvad otseselt majanduskeskkonnast. Riigieelarvest AÕRile makstav toetus on omakorda poliitiline otsus. Samuti on poliitiline otsus, millistes riigi kehtestatud tingimustes saavad era-

kanalid tegutseda. Esmalt tulevad vaatluse alla majandus-poliitilised aspektid ja seejärel analüüs Eesti telekanalite vaadatavuse kujunemisest.

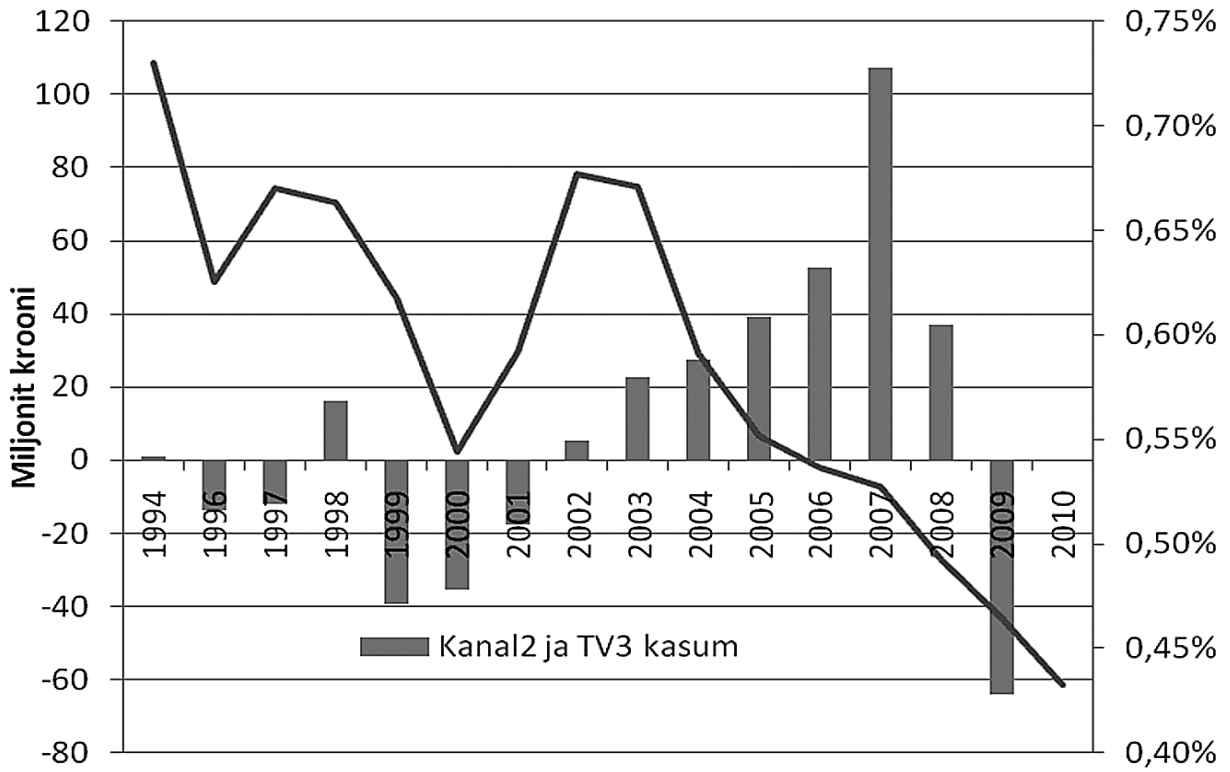
Reklaamituru ja majanduse arengu seos

Eesti reklaamituru ja majanduse arengu seost analüüsides on näha, et reklaamiturg reageerib majanduses toimuvale ajalises nihkes umbes kahekordse muutusega.

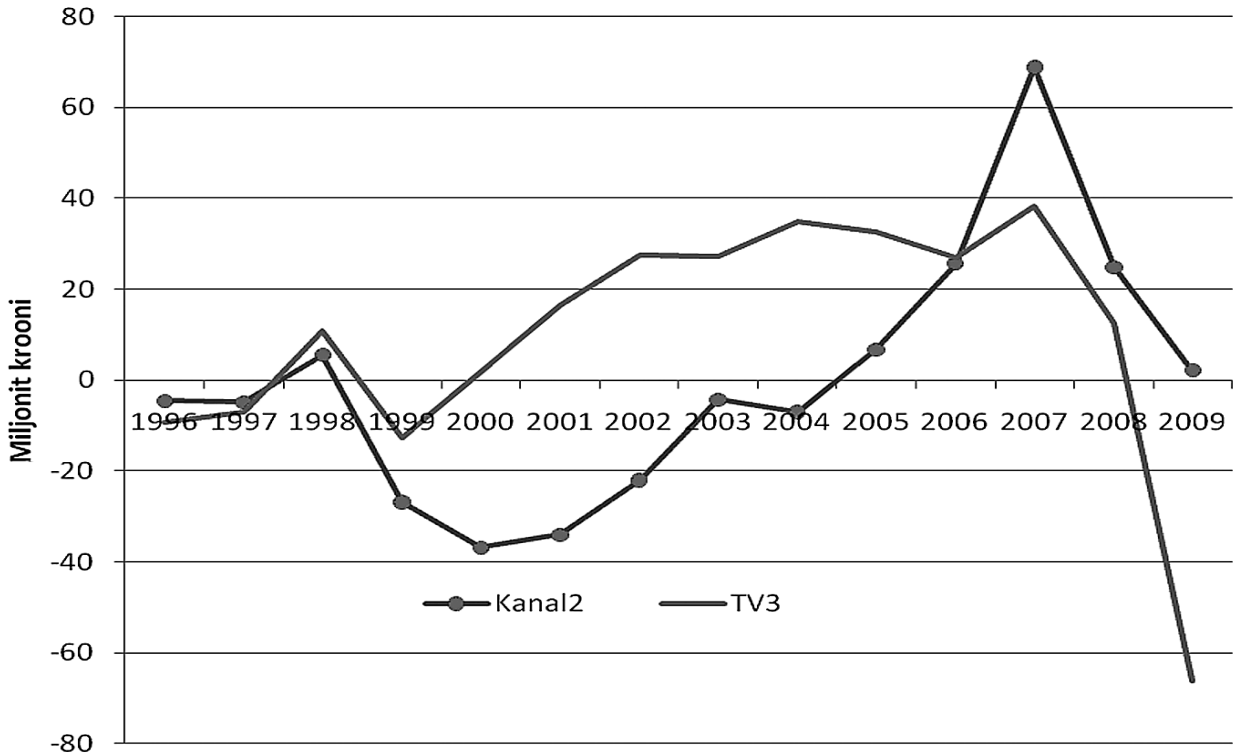
1990. aastate lõpu majanduskriis tõi kaasa telereklaamituru ligi 10% languse, kuid veel suurem langus oli 2009. aastal. Soome *lama* ja meie endi 1990ndate lõpu kriisi kogemus kinnitab, et isegi kui majandus stabiliseerub ja taas kasvama hakkab, siis reklaamima hakkavad firmad alles pärast majanduskasvu selget tunnetamist. Seega võib oletada, et kui Eesti majandus 2010. aastal stabiliseerub ja järgmisel aastal loodetavasti isegi natuke kasvab, siis selle positiivse muutuse mõju jõuab reklaamiturule alles kahe-kolme aasta pärast.

Telereklaamituru maht on majanduse (kiire) kasvu aastatel üle 0,2% SKPst ning raskematel

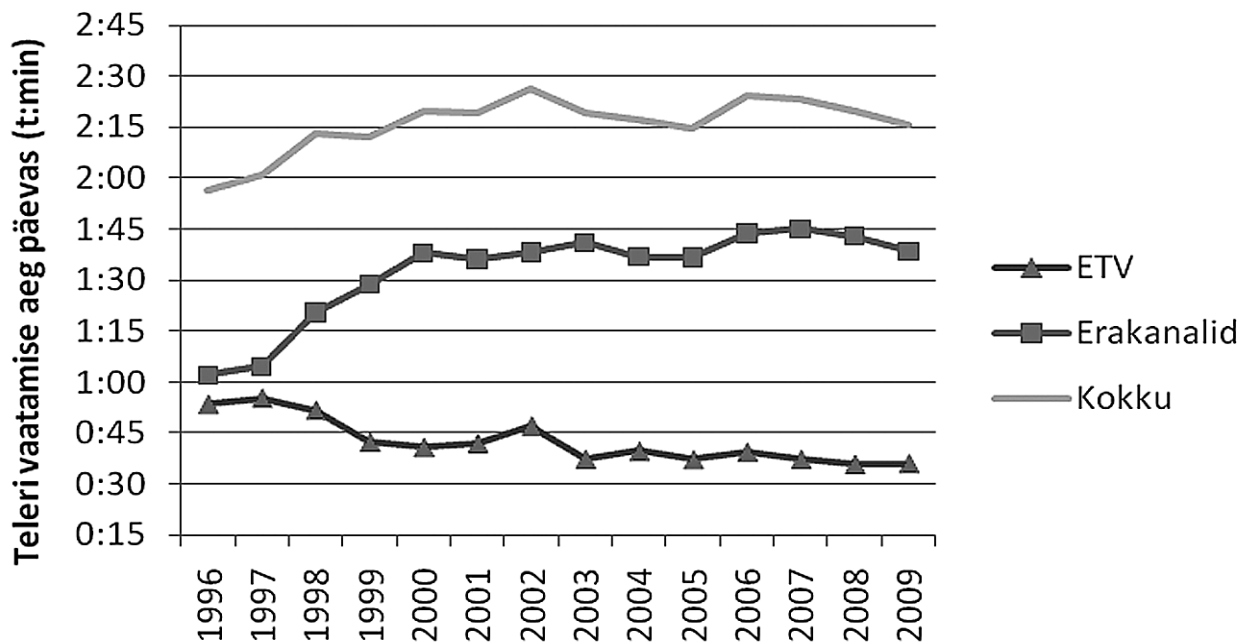
³ Public Service Media: Money for Content. IRIS plus. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2010, nr 4, lk 57.



Joonis 5. Erakanalite kasum ja AõRi toetuse osakaal riigieelarve kuludest aastatel 1994–2009 (2010)
Allikas: autori arvutused



Joonis 6. Kanal 2 ja TV3 kasum/kahjum aastatel 1996–2009.



Joonis 7. Eestimaalaste keskmine teleri vaatamise aeg päevas aastatel 1996–2009

Allikas: TNS Emor

aastatel langenud tasemele 0,15%. Perioodil 1995–2008 toimunu analüüs näitab, et telereklaamituru suhe SKPsse on vähem kõikunud kui kogu reklaamituru oma (joonis 4). Siit järeldub, et telereklaamiturg on stabiilsem kui ülejäänud reklaamiturg.

Liberaalse majanduspoliitika proteksionistlik käitumine

Eesti telemaastikul ei ole viimase 15 aasta jooksul peamised tegijad muutunud. Erasektoris on turg jaotunud Norra Schibstedi ja Rootsi Modern Times Group'i vahel, kellega venekeelse auditooriumi reklaamiraha pärast konkureerib Suurbritannia ringhäälingulooga tegutsev Venemaalt põhiprogrammi saav Pervõi Baltiiski Kanal. Kahel korral (Sõnajalgade TV1 ning Kalev Meedia spordikanal) on reklaamituluvälise (laenu)raha abil üritatud peakanalitele suuremat konkurentsi pakkuda, kuid mõlemad katsed lõppesid uustulnukate pankrotiga.

Üleriigilise kommertstelekanali käigushoidmine nõuab tänapäeval aastas ligi 200 miljonit krooni. 15 aastat praktikat on näidanud, et meie turul normaalselt kasumit tootvate läbi õhu edastatavate ja vaatajatele tasuta kättesaadavate telejaamade arv on piiratud kahega. Kolmele suurele tegijale ei

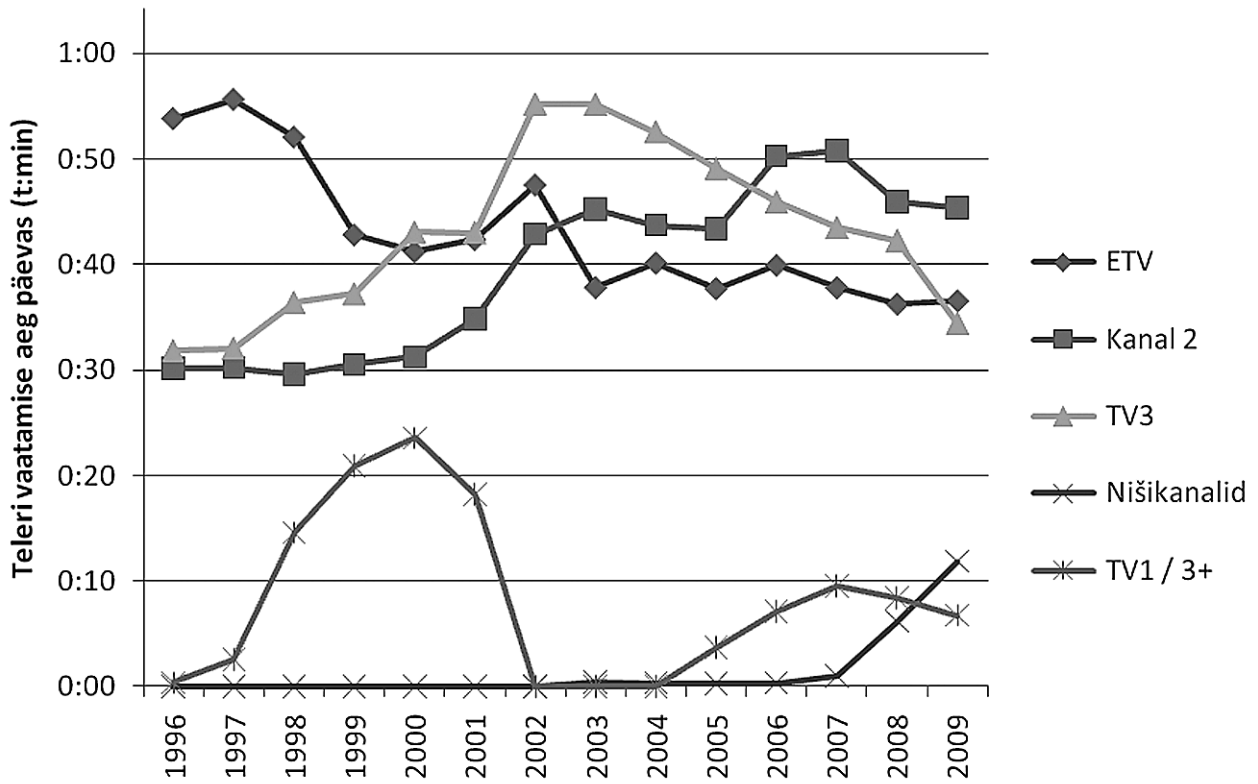
ole kasumlikuks tegevuseks ainult reklaamirahast siiani piisanud. See oli peamine põhjus, miks 2001. aastal võttis muidu liberaalset majanduspoliitikat⁴ ajanud Riigikogu vastu turul oleva kahe domineeriva meediaettevõtte majanduskliimat parandava seaduse.⁵ Erakanalid olid nõus oma kasumi suurenemise lootuses uutele tegijatele turule siseneamise keelu kehtestamise ja AÕRis reklaamimüügi lõpetamise eest maksma riigile litsentsitasu.

Seadus täitis eesmärgi. Aktsiaseltside TV3 ja Kanal 2 majandusaruannete analüüs näitab, et riikliku meediapoliitika tulemusel on erakanalid pärast ETVs reklaami piiramist jõudsalt kasumit teeninud. Kui vaadata lähemalt Kanal 2 ja TV3 kasumite kujunemist, siis on näha, et TV3 suutis omanikele stabiilselt tulu toota ajaliselt palju kauem kui Kanal 2. Aasta 2009 oli kõigile languse aasta. TNS Emori andmetel vähenes 2008. aastaga võrreldes telereklaamituru kogumaht 2009. aastal 31%.⁶ Languses aitas erakanalitel toime tulla riigi suur rahaline abi litsentsitasude tühistamise kujul.

⁴ Mark Knell, Martin Sroholec. Diverging Pathways in Central and Eastern Europe. — Varieties of Capitalism in Post-Communist Countries. (Studies in Economic Transition.) Ed. David Lane, M.R. Myant. Palgrave MacMillan, 2007, lk 40–62.

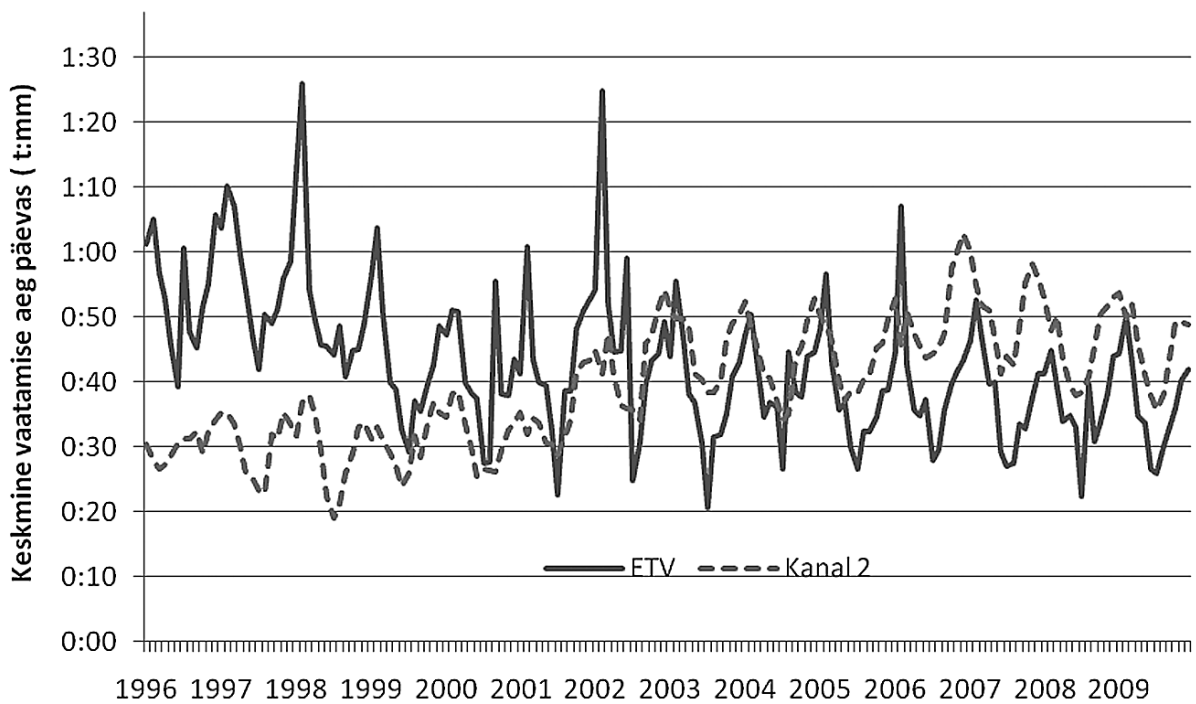
⁵ Ringhäälinguseaduse muutmise seadus. — Riigi Teataja: RTI, 14.01.2002, 3, 5. <http://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=162838>

⁶ 2009. aasta telereklaamituru mahuks hindas Emor 325 miljonit krooni. <http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=2103>



Joonis 8. Eesti telekanalite keskmine vaatamise aeg aastatel 1996–2009

Allikas: TNS Emor



Joonis 9. ETV ja Kanal 2 päevane keskmine vaatamise aeg kuude lõikes 1996–2009

Allikas: TNS Emor

Kanal 2 näitas aastatel 2006–2009 paremaid majandustulemusi kui peamine konkurent. Eriti drastiliselt paistab see vahe välja 2009. aasta kasumist/kahjumist. Kanal 2 suutis suurest majanduslangusest hoolimata lõpetada aasta positiivse tulemiga, TV3 sai samal aastal üle 60 miljoni krooni kahjumit (joonis 6).

Erakanalitele soodsate tingimuste loomisel on riik ise AÕRi tegevustoetuse summade osakaalu riigieelarve kulude kogumahust järjekindlalt vähendanud (joonis 5). Piiratud riigieelarvelise toetuse tõttu on Riigikogu heakskiidetud AÕRi arengukavades plaanitud eesmärkidest osa saavutamata, nt Eesti algupärandite piisav salvestamine, väliskorrespondentide võrgu laiendamine, ETV2 originaalprogrammiga täitmine, arhiivide täielik digiteerimine ja palju muud. Ja nagu juba varem näidatud — Eesti Televisiooni võrreldes Kes- ja Lääne-Euroopaga tagasihoidliku vaadatavuse põhjuseks on ebapiisav rahastamine.

Kui võrrelda riigieelarve ja reklaamiturul langust, on näha, et riigieelarve on vähenenud suhteliselt vähem kui reklaamiturul. Kuna AÕRi rahastamist aastatel 2009–2010 kärbiti riigieelarve langusega samas proportsioonis, siis on tema eelarve vähenemine võrreldes erakanalite tulude suhtelise vähenemisega olnud väiksem. Kahe negatiivse lisaelarvega vähendas riik ERRi finantseerimist 2009. aastal kokku 34,5 miljonit krooni ja seega kahanes ERRi eelarve võrreldes 2008. aastaga 8%.

Kui võrrelda erakanalite reklaamitulude langust, mille osaliselt kompenseeris riigi otsus loobuda litsentsitasudest, ning AÕRi üldist rahastamist, siis kokkuvõttes oli olukord möödunud 2009. a mõlemal „Harju keskmine“ — ei ole just hiilgav, kuid on majandusharusid, kus seis on palju keerulisem.

Televaatajate jaoks säilivad küll olemasolevad telekanalid ning peamised saated, kuid tõenäoliselt tehakse kalleid omatoodanguprojekte vähem. Kui reklaamiturul langus 2010. aastal peatub, siis tänu edastuskulude vähenemisele võib järgmisele aastale isegi natuke lootusrikkamalt vastu minna.

Eesti telekanalite vaadatavus ja omavaheline konkurents

Vaatamise aeg on teleringhäälingu analüüsi üks paljudest võimalikest kriteeriumitest. Vaatamise aja järgi ei saa hinnata telekanalite pakutava sisu kvaliteeti, kuid see näitab siiski vaatajate ajakasutuse kvantitatiivset mõõdet. Eesti telekanalite vaatamiseks kulunud summaarne aeg on pärast 1990. aastate tõusu olnud suhteliselt stabiilne. Suhteliselt stabiilne on ka aja jaotus eratelekanalite ja Eesti Televisiooni vahel (joonis 7).

Kui jälgida detailsemalt Eesti telekanalite aasta keskmist vaatamise aega päevas, on näha, et Eesti Televisiooni vaatamine on pärast ETVst reklaami väljaviimist ja alanud erakanalite majandusliku olukorra paranemist alates 2002. aastast oma positsiooni hoidnud (joonis 8). Suurem kõikumine on erasektoris. Kui võrrelda telekanalite vaatamisele kulutatud aega nende kasumiga, siis on näha, et 1999. aastal möödus TV3 vaatamisaja näitaja ETVst ja kanalist sai turuliider. Sellele järgnes kohe ka kasumisse tõusmine. Kanal 2 jõudis esmakordselt kasumisse alles 2005. aastal — pärast seda, kui oli vaadatavuselt TV3st möödunud ja liidripositsiooni endale võtnud.

Aastate võrdluses paistab olukord stabiilsena, kuid kui jälgida teleri vaatamisele kulutatud päeva keskmist aega kalendrikuude lõikes, siis on pilt palju dünaamilisem. Kõrvutades turuliidri Kanal 2 ja ETV vaatamisaegu, on selgelt näha, et ETV vaatamise aeg kõigub kuude lõikes palju rohkem kui Kanal 2 puhul (joonis 9).

ETV vaadatavuse suure kõikumise põhjuseks on üksikud kõrge vaadatavusega suursündmuste ülekanded — olümpiamängud, (2002. aasta) Eurovision, jalgpalli MM jms. Jooniselt 9 on näha, et enamasti on ETV vaadatavus pärast „suurt hüpet“ madalam kui enne. Üheks põhjuseks võib olla asjaolu, et suured projektid võtavad ETV eelarvest märgatava osa ja vaatajatele huvipakkuva ühtlaselt tugeva (meelelahutus)programmi tootmiseks ei piisa kogu hooaja vältel raha. Võib ka oletada, et spordivõistlused köidavad erakanalite nooremaid vaatajaid, kuid tõrjuvad eemale spordist mitte huvituvad vanemad inimesed. Spordivõistluste ülekannete lõppedes liigub noorem vaataja tagasi oma

esialgse lemmikkanali juurde, kuid vanem vaataja ei pruugi enam ETV juurde naasta, sest leidis vahepeal endale erakanalitest piisavalt huvitava programmi. Tegemist on siiski oletustega ja need hüpoteesid vajaksid lähemat uurimist.

Digitaaltelevisioonist

Sagedusressursi efektiivsemaks kasutamiseks soovitab Euroopa Komisjon liikmesriikidel vabastada 2012. aastaks praegused analoogtelevisiooni kasutuses olevad sagedused ja täielikult üle minna digitaalringhäälingule. Selle ülesande täitmine on riikliku meediapoliitika üheks oluliseks eesmärgiks. Seadusandja otsustas digitaalringhäälingule üle minna 2010. aasta 1. juulil. Analooglevi väljalülitamine tähistab ühe tehnoloogiaetapi lõppu. Samas ei saa seda päeva lugeda digiteleviseiooni ajastu alguseks. Digitaaledastuse (DVB-T) esimesed katsed tehti Eestis juba 2003. aasta detsembris. Samuti ei saa 1. juulit 2010 pidada analoogajastu lõpu kuupäevaks. Kaabelvõrkude kaudu teleprogramme vaatavad inimesed jäävad kaablifirmade digitaalsest formaadist tagasi analoogi muundatud telepilti vaatama veel aastateks. Ühest küljest tähendab see, et kaablifirmade analoogedastuse kliendid ei pea endale ostma digiboksi või digivastuvõttu võimaldavat telerit, kuid teisest küljest jäävad nad vananenud tehnoloogia kasutajatena ilma paljudest digitaalajastu uutest võimalustest. Kaabelvõrkude kaudu vaatab teleprogramme ligi pool Eesti elanikest⁷.

Üldiselt tähendab digitaalringhääling eelkõige kvantitatiivset muutust. Sagedusressursi efektiivsema kasutamise tõttu on võimalik vaatajatele pakkuda senisest rohkem telekanaleid. Paraneb ka saadete edastuse tehniline kvaliteet. Digitaaledastus ei ole telekanalite sisu kvaliteedis seni märgatavat muutust kaasa toonud.

Vaatajaid huvitava kvalitatiivse muutuse loomiseks oli Eesti Televisioon valmis olema digitaalringhäälingu eestvedaja rollis ning lisaks põhiprogrammile avama juba 2004. aastal digitaalplatvormil uue, atraktiivse originaaloodanguga teise programmi. Riik selle plaani elluviimiseks vajalikke vahendeid ei eraldanud. ETV2 avati alles 2008.

aasta olümpiamängude ajal ning on praegu eetris algselt planeeritust tunduvalt väiksema originaal-saadete mahuga.

Digitaalringhäälingule üleminekul panustas riik eelkõige eratelekanalitesse. Liberaalse majanduspoliitika rakendajad lootsid vabaturu toimimisele ning kanalitevahelisele konkurentsile. Samas ei näinud turul domineerivad Kanal 2 ja TV3 digitaalplatvormile üleminekuks erilist vajadust — nende võimalikud lisakanalid tähendasid ainult kulu, telereklaamituru maht tänu digitaalringhäälingule ei suurene. Milleks rohkem kulutada, kui tulud ei kasva? Olukorra päästmiseks otsustas riik motiveerida erakanalite digitaalplatvormile üleminekut rahaliselt. Riik loobus erakanalite kasuks enam kui sajast miljonist kroonist.⁸ 2003. aastal vastuvõetud ringhäälinguseaduse muudatuse⁹ järgi oleks erakanalid pidanud maksma 2009. aastal ringhäälingulubade eest riigile 50 miljonit ja 2010. aastal 52,5 miljonit krooni. Teiseks väljastati 2007. aastal aktsiaseltsidele Kanal 2 ja TV3 uute telekanalite avamiseks tasuta ringhäälinguload. Kolmandaks pikendati nende meediaettevõtete olemasolevate telekanalite ringhäälingulube ilma konkursita aastani 2015.¹⁰ Seega panustati digitaalringhäälingu edendamises eelkõige erasektorisse ja loodi seal selleks majanduslikult soodsamad tingimused kui Eesti Televisioonile (ERRile).

Perioodi 2001–2007 iseloomustas reklaamituru kiire kasv, mis koos tekkinud vaba sagedusressursiga andis võimaluse uute telekanalite avamiseks. Muutunud oludes vähendas ka riik seni kehtinud teleturu proteksionismi ning väljastas 2007. aastal digitaalplatvormil tegutsemise ringhäälinguloa OÜ Eesti Spordikanalile, mis küll kahjuks pankrotistus.

Ringhäälingulubade tasude tühistamisel on ka tugev tehnoloogia arengust tingitud taust. Internetipõhine televisioon (IPTV), kaabelvõrkude ja SAT-TV lai levik võimaldavad teleprogramme

⁸ Ringhäälinguseaduse muutmise seadus. — Riigi Teataja: RTI, 03.07.2008, 28, 184 <https://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=12984725>

⁹ Ringhäälinguseaduse muutmise seadus. — Riigi Teataja: RTI, 23.12.2003, 83, 560. <http://www.riigiteataja.ee/ert/act.jsp?id=688644>

¹⁰ Kuna erakanalid jätsid seadusest tuleneva võimaluse õigeaegselt kasutamata, pidi kultuuriministeerium 2010. aasta kevadel välja kuulutama formaalselt uue konkursi, mille tulemusel said Kanal 2 ja TV3 uued ringhäälinguload.

⁷ TNS Emor 2010.

vaatajateni edastada maapealset saatjavõrku kasutamata. Ringhäälingulubade kehtima jäämise korral oleks maapealse saatjavõrgu (DVB-T) vahendusel programme edastavad telejaamad olnud teisi tehnoloogiaid kasutavate telejaamade suhtes ebavõrdse konkurentsi tingimustes. Aastakümneid oli sagedusressursil tehnilise piiratuse tõttu kõrge majanduslik väärtus ning selle kasutamise eest litsentsitasude maksmine mõistlik. Digitaalajastu tulekuga kaotasid maapealsed ringhäälingusagedused telejaamade jaoks olulise osa oma väärtusest — programmi edastamiseks on olemas palju odavamaid võimalusi ning lisaks on ka digitaalplatvormil ressursi rohkem kui Eesti reklaamituru suurust arvestades võimalikke telekanaleid.

Kokkuvõtteks

Eesti teleringhäälingut kujundanud riiklik meediapoliitika on orienteeritud eelkõige majandustulemustele — riiklike eesmärgede mõõdetakse rahaga ja Euroopa Liidu direktiivide täitmisega, mitte telekanalite pakutava sisu järgi ja avalikust huvist lähtudes. Riikliku regulatsiooniga on toetatud erasektorit — kahele eratelekanalile loodi majandustegevuse arendamiseks soodne keskkond (erasektori kasumlikkuse tagamine). Avaõiguslikule ringhäälingule on aasta-aastalt riigi eelarvest suhtarvuna eraldatud järjest vähem tegevustoetust (õhuke riik), mille tulemusena ei ole Eesti Televisioonil sellist vaadatavust, mis on iseloomulik arenenud Euroopa riikidele.