

Kvaliteet televisioonis

Indrek Treufeldt

Televisioonisaadete kvaliteedi üle sõandab tõenäoliselt arutleda iga televaataja. Aeg-ajalt kogub trükiajakirjanduses uut hoogu telekriitika, et siis mõneks ajaks vaibuda. Näib, et televisioonist on kõige lihtsam kirjutada, sest telesaate mõistmine ei nõua sageli tegelikult suurt jõupingutust, televisioonisaadete jälgimisel pole vaja tingimata kasutada erilist filtrit — lugemisoskust —, mis kirjallike tekstide puhul näib iseenesestmõistetav. Laia- ja tarkkriitika üritab telesaateid siiski enamasti kirjeldada, paremal juhul üsnagi lihtsakoeliselt tõlgendada. Sel moel antakse telesaadetele hinnanguid üksikust muljest lähtuvalt. Ajakirjanduses avaldatud telekriitika ei pruugi väljendada vaatajaskonna kõige domineerivamaid seisukohti. Ükski ringhäälinguorganisatsioon ei saa seetõttu lähendada pelgalt avalikust debatist telesaadete kvaliteedi üle — seega tuleb leida teisi mooduseid, et hinnata oma saadete kvaliteeti.

Audiovisuaalse meedia (igasuguse pildi ja heliga seotud teksti, ehk veelgi üldistatumalt nn multimodaalse meedia) puhul on sageli raske tajuda konkreetse autori juuresolekut. Telesaadetega on ka enamasti seotud küllalt pikad tootmistsükliid. Tegelikult mõjutab eetrikvaliteeti kogu ettevalmistustöö — nii idearendus kui ka järeltootmine (võtted ja montaaž). Üksiku leheteksti puhul sügeneb ehk märksa kergemini mulje teksti ainukordsusest ja autorsusest. Lugeja mõistab, et artiklil on autor. Kuid ilmselt on teksti mõiste teisenenud ka trükimeedias, iseäranis vahekorras veebilahendustega, kui teksti ei saa käsitada pelgalt ühekordse, siin-ja-praegu teatena, hetkelise elamusena ja konkreetse autori panusena.

Turunõudlusest lähtuv liberaalne vaatepunkt paneb suure lootuse turu aktiivsetele ja mõistlikele osalistele — loodetakse, et auditooriumi huvi ja nõudlus timmib isereguleeriva süsteemina ka programmi kvaliteeti. Seda põhimõtet väljendas ka ELi piirideta televisiooni direktiiv.¹ Avaõiguslike mee-

diaorganisatsioonidega riikides (Euroopas on see selgelt kinnistunud traditsioon) rõhutavad avaliku rahastamisega tegutsevad teletegijad, et turuhuvi ja üldsuse huvi ei pruugi alati kattuda ja loomingu- ning professionaalsuse näitajaks peavad saama muud kriteeriumid kui pelgalt vaatajanumbriid. *Vaatajahuvi* pole pelgalt kvantitatiivne näitaja. Seda kasutatakse ka avaõiguslike traditsioone õigustavas retoorikas, kõneldes avalikkuse huvist, mis ei pea tingimata olema hulgaliselt (kvantitatiivselt) mõõdetav ja mida saavad piiranguteta rahuldada vaid avaõiguslikud meediaettevõtted. Eraõiguslikel meediaorganisatsioonidel on seevastu üsna edukalt õnnestunud selgitada, et erinevates riikides saavad rahvusringhäälingud ebaõiglast riigiabi, mis moonutab üldiseid konkurentsitingimusi Euroopas. See on vaid üks näide, kuidas sisu ja kvaliteedi üle arenev debatt võib politiseeruda ja institutsionaliseeruda; kuidas loomingut puudutavaid argumente kasutatakse poliitilises debatis. Suured rahvusvahelised kommertsorganisatsioonid, mis tegutsevad paljudes Euroopa Liidu liikmesriikides, suudavad sageli oma seisukohti selgitada märksa häälekamalt kui rahvuslikud avaõiguslikud meediaorganisatsioonid.

Euroopa viimaste aastate kvaliteedidebatis domineerivad kaks olulist mõttekäiku. Üks neist sai alguse Suurbritannia avalikkuses hoogustunud kriitikast, et ringhäälingukorporatsioon BBC ei tegutse loomingulises tegevuses piisavalt tõhusalt ja kulutab liigselt lubamaksuna (*licence fee*) kogutud raha ning nõuab seetõttu kindlamat allutamist avalikule huvile (*public interest*). Teine mõttekäik kvaliteedi üle arutlemiseks lähtub pigem eneserefleksioonist meediaorganisatsioonides, mis tagab püsivalt ka saadete kvaliteedi. Kees Brants rõhutab Euroopas levinud kvaliteedipõhimõtteid analüüsisavas artiklis,² et Briti ringhäälingukorporatsiooni

Serv/site/en/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-en.pdf (vaadatud 19.08.2010).

² Kees Brants. Auditing Public Broadcasting Performance: Its Theory and Practice. — The Public: Journal of the Institute for Communication and Culture Javnost . 2003 (Vol. 10), nr 3, lk 5–10.

¹ Television Without Frontiers Directive (Council Directive) (ELi piirideta televisiooni direktiiv, 1989). <http://eur-lex.europa.eu/LexUri>

BBC kvaliteedikontroll esindab pigem rangemat seiremudelit, mille eest seisavad mitmed ringhäälinguvälised institutsioonid. Põhjamaades, näiteks Rootsis eeldatakse aga, et ringhäälinguorganisatsioon ise on võimeline sõnastama kvaliteeti käsitlevaid põhimõtteid. Britiliku nn *value for money* ehk raha eest saadud õiglase väärtuse printsiibi puhul rõhutatakse, et toote puhul ei saa lähtuda mitte üksnes hinnast. Äriteoorias laenatud printsiibile on ringhäälinguorganisatsioonides püütud lisada loomingulistele väärtustele rajanevat skeemi, mida ei saavat otseselt rahas mõõta, aga mis on siiski oluline avalikkuse huvi teenimisel. Tuleb ka silmas pidada, et mida suurem on keeleruum (nagu näiteks ingliskeelne meediaruum), seda rohkem on turul piiriüleseid tegijaid, seda karmim on konkurents ja seda teravam ka avalikkuse surve. Viimaste aastate debatis on püütud abstraktset ja üldist *väärtuse* mõistet (või ka avalikkusele osutatud teenuse mõistet) avada. Põhjamaades (näiteks Taanis ja Norras) on aga arendatud teatud loominguliste indikaatorite süsteemi, mille alusel hinnata saadete kvaliteeti. Sealjuures välditakse teadlikult vaatajanumbrite kasutamist argumentatsioonis. Sarnast suhtumist on edendanud ka Eesti Rahvusringhääling, ehkki ERRi arengukavas lisatakse juurde, et

Rahvusringhääling teenib kõigi, mitte vaid poliitilise enamuse huve. Rahvusringhäälingul pole õigustust jääda sisult ja mõjult ühiskonnas marginaalseks.³

Põhjamaade kvaliteedimudel (kasutusel ka näiteks Norras) lähtub Taani uurija Preben Sepstrupi 1993. aastal välja käidud loomingulise auditeerimise mudelist.⁴ See arvestab organisatsioonisiseseid analüüse, meediatoodetele antud rahvusvahelisi auhindu ning spetsiaalsete vaatajaküsimuste tulemusi ja rõhub põhimõttele, et loomingulise organisatsiooni tegevust ei saa tegelikult keegi paremini analüüsida kui organisatsioon ise, juhul kui on piisavalt tahtmist ja tarkust analüüsida.⁵ Suurbri-

tannia kvaliteedimudel aga pigem arvestab, et analüüsipõhimõtted oleks ennekõike avalikkusele arusaadavad ja kindlamalt määratletud.

Nõnda näib, et ringhäälingusaadete kvaliteedipõhimõtetes on vähemasti Euroopas rohkesti erinevusi ja viimaste aegade segadused majanduses, samuti tehnoloogia plahvatuslik areng on arutelu kvaliteedi üle hoopis ähmastanud. Nagu ajakirjandus tervikuna, nii soovib ka ringhääling püsida oma loomingulises tegevuses sõltumatu. Seetõttu ei saa loota, et kogu loomingulise protsessi üksikasju ning seega ka kvaliteedihindamissüsteemi kõiki detaile avalikkuses õnnestub lahata, sest abstraktset avalikkust (ka abstraktset rahvast) ei saa pidada ainsaks ütlejaks, mis teletootmises õige, mis vale. Rahvusringhäälingul on sõltumatu ajakirjandusliku institutsioonina õigus ning ka kohustus evida võimet hinnata oma töö loomingulist kvaliteeti.

Kvaliteet on teleloomingus mitmeplaaneline ehk mitmemõõtmeline mõiste. Siinne artikkel pakub välja ühe võimaliku koordinaatteljestiku, lähtudes televisiooniloomingule iseloomulikest elementidest: protsessist, autorsusest ja vaatepunktist. Artikkel selgitab ka Eesti Televisiooni sisuarenduse ja -analüüsi üldiseid põhimõtteid. Need töötati välja ja võeti Eesti Rahvusringhäälingus kasutusse aastatel 2008–2009. Nagu looming nii on ka loomingu hindamine lõputult ajas edenev protsess — seega täienevad analüüsipõhimõtted pidevalt.

Kvaliteet ja protsess

Protsess on määratud telesaadete tekke ja tootmisega. Saade on sealjuures üsna tinglik mõiste, sest meediatootena on selle olemus muutumas. Sageli räägitakse saate puhul tegelikult hoopis (tele)sarjast või saadete tsüklist, aga ka sündmusest. Saade annab kvaliteedianalüüsile hõlpsasti hoomatava ühiku, kuid ka telesarja võib vaadelda omaette analüüsiühikuna. Telesarja sisuarendus keskendub ennekõike just korratava sisuskeemi arendamisele. Edukas telesarjas rajaneb iga üksiku osa tegevustik teatud skeemile, mis peab toimima kogu eetriperioodi vältel, olgu see siis pool aastat või viis aastat.

³ Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2011–2014. — http://err.ee/files/ERR_arengukava_2011-2014.pdf (vaadatud 19.08.2010).

⁴ Preben Sepstrup. Skitse til et planlagings — og regnskabssystem for publik servicevirksomheder med Danmarks Radio TV som eksempel. XI Nordic Conference on Mass Communication Research, Trondheim, Norway, August 8–11, 1993.

⁵ Rootsi rahvusringhäälingu hindamissüsteemi ülevaadet vt Olof

Hultén. Value for Money: Auditing Public Broadcasting Performance in Sweden. The Public: Journal of the Institute for Communication and Culture Javnost. 2003 (Vol. 10), nr 3, lk 97–108.

Suuremate teleorganisatsioonide programmi tuumiku moodustavadki enamasti sarjad. Rahvusvahelisel teleturul räägitakse saateformaadidest,⁶ mida erinevate riikide ringhäälinguorganisatsioonid vahendajate (agentuuride) kaudu ostavad. Loodetakse, et mitmel pool maailmas edukust tõestanud sisuskeemid toimivad sama hästi ka koduriigis. Sageli õnnestub sel moel tõepoolest tagada teatud kvaliteeditase, ilma et oleks vaja arendada ja katsetada täiesti uut loomingulist ideed. Sel moel ostetakse tegelikult sisse loomingulist tehnoloogiat. Näiteks digitaalsest montaažitehnikast või uuest optikast sõltudes võib ka saateformaadist kujuneda loominguline tehnoloogia, nagu ka kogu arendustöö, mis sarja väljatöötamiseks on kulunud, ehkki sisseostetava programmi kvaliteeti üritatakse alati hinnata. Seega lühendab rahvusvaheliselt turult formaatide soetamine oluliselt loomingulist protsessi.

Protsess kui üks võimalikest kvaliteedi dimensioonidest tähendab, et teleorganisatsioonidel tuleb sisuanalüüsi teha pika aja jooksul ning saadete ja sarjade erinevates arengujärkudes. Kvaliteeti saaks hinnata juba ideetekke tasandil, samuti saab jälgida ideest saateks vormumise käiku etappide kaupa. Kõikidest ideedest ei saa saadet. Valikuvõimalus tõstab loomingulist taset.

Joonis 1 esitab kõige tähtsamad saate eeltootmisega seotud faasid, kuid saate elutsükli juures on tähtis ka järeltootmine, mida nimetatakse ka saate elutsükli II etapiks. Saateprojektide pilootsaated võimaldavad põhjalikku analüüsi ning ennekõike testida, kuidas püstitatud eesmärkide saavutamine võiks edeneda. Vahel pole pilootsaadete analüüs aga võimalik ning saateprojekti kvaliteedi hindamine keskendub järeltootmisele (*postproduction*). Lindistatud saadete puhul hinnatakse lõppmontaaži, otsesaadete puhul analüüsitakse stuudiokujunduse maketti ning ka stuudioproovi (valmishitatud kujundusega stuudiot). Eeldatakse, et lõppmontaažiks peaks olema esitatud ka esimese saate täielik stsenaarium — nn tekstirida. Sel juhul saab hinnata materjali esitamise kvaliteeti, vaadelda, milline on loo jutustamise kulg ning argumen-

tatsiooni asjakohasus (kas esitatud mõttekäigud on loogilised, mõistetavad, selged ja haaravad). Montaaži puhul saab hinnata selle kvaliteeti (rütm, stiil, kasutatavate efektide asjakohasus).

- Ühelauseline sisukokkuvõte, nn *storyline*, mis väljendab saate või sarja ideed.
- Sünopsis — üheleheküljeline idee kirjeldus, kus muuhulgas kirjeldatakse saate eesmärki ja sihtgruppi, näidatakse võimalikud tegijad või tegijatüübid.
- Režissööri nägemus — lühike kirjeldus olulistest vormielementidest ja žanrireeglitest, samuti stuudiokujundusest.
- Eelarve — kulude (vahel ka tulude) ülevaade.
- Pilootsaade — näidissaade, mis ei pruugi olla eetrikõlblik (ilma stuudiokujundusest ja lõpliku arvutigraafilise lahendusest).
- Näidisstsenaarium — enamasti sarja osa täpne tekst näidisena, mille põhjal analüüsitakse sarja kordulemente.
- Formaadipiibel — saate püsielementide moodustamise üksikasjalikud reeglid (tähtis võistlusmängude ja lavastuslike elementidega tõsielusarjade puhul).

Joonis 1. Näide teletootmise kui protsessi võimalikest analüüsifaasidest: kõige tähtsamad saate eeltootmisega seotud võimalikud faasid. Meelelahutuslike sarjade puhul jälgitakse nn korratavust. Ajakirjanduslike saadete puhul keskendutakse sageli pilootsaate ja näidisstsenaariumi analüüsile.

Piiratud ressursside tingimustes püüavad teleorganisatsioonid üha täpsemalt timmida eeltootmist ja standardiseerida just ettevalmistuse etappe. Eeltootmisega seoses tehakse üha rohkem kulutusi, et saadet võimalikult tõhusalt toota ja eetrisse anda. Ülevaatliku pilootsaate tootmine võib olla kallis, kuid tasub hiljem ära. Sarisaadete puhul tehakse nn korratavustest, mille abil tahetakse veenduda, et üksiksaate elemendid on korratavad ja korratavus sealjuures auditooriumi jaoks hästi hoomatav ja huvitav.

Eesti Televisiooni sisuhindamisskeemi puhul eeldatakse, et saateid on võimalik analüüsida kogu

⁶ Rahvusvaheline formaaditurg on hästi arenenud, kuid teoretiseerivat kirjandust on siiski vähe. Populaarsete formaatide kohandamist erinevatele rahvusturgudele käsitleb Albert Moran. *TV Formats Worldwide: Localising Global Programs*. Bristol: Intellect, 2009.

saate elutsükli jooksul (ideearendus, eel- ja järeltootmine). Nn *loomingulise auditi* võimalus lähtub põhimõttest, et hinnata saab ka saateid, mis on juba aastaid eetris olnud. Sel juhul hinnatakse loomingulist tulemust praeguse ajahetke kvaliteedinõuete kontekstis. Saate eetriku võiks tinglikult nimetada ka saate elutsükli III etapiks.

Kvaliteet ja autorsus

Autorsus seondub teletootmise kollektiivse iseloomuga. Produksendikeskse loomeilma ja kunstilise väärtuse kollektiivse loomise üle on põnevalt filosoferinud Pierre Bourdieu, kelle järgi kujuneb määravaks uskumus loomingusse ning produksent on ennekõike isik, kes saab seista autori väärtuse eest.⁷ Ka pisikeses riigis — Eestis, kus loomingulisi ressursse professionaalseks teletöökogu aeg napib, õnnestub väga harvadel juhtudel teha saadet vaid ühe autoriga. Keerukat telesaadet või telesündmust loob korraka suur hulk inimesi. Näiteks Kanal 2 eetris olnud saate „Tantsud tähtedega“ meeskonnas on umbes sada inimest. Sel juhul tekib küsimus, keda hinnata või kes ikkagi loomingulise tulemuse eest vastutab. Kahel viimasel aastakümnel on ka Eestis selge sisu saanud produksendiamet, võiks isegi öelda produksendiinstituut. Häid produksente pole kusagil palju — kõik nad on kallite projektidega koormatud ning tavaliselt ka hästi makstud. Ka nn autori- või staarisaadete puhul vastutab enamasti produksent, ja üha enam draamasarjade puhul, kuigi stsenaariumi kirjutajal on tihtilugu suurem loominguline mõju. Teleorganisatsiooni seisukohalt on tähtis hinnata veel saatega seotud lisaväärtust, tähenduslikkust ja mõju auditooriumile. Rahvusringhäälingu arengukava sätestab muuhulgas:

Saateid ei tehta saadete pärast, vaid selleks, et nende tagajärjel ühiskond muutuks: suureneks inimeste ühtekuuluvustunne, kasvaks solidaarsus, süveneksid demokraatlikud protsessid, areneks kodanikuühiskond jne.⁸

Ehkki produksendikeskne teletootmine toimib päris edukalt ja igal sarjal ning üksikul teleülekanal on oma nägu, tuleb tõhusaks sisuanalüüsiks meeskond algelementideks lahutada, vaadata osaliste rolle ja võimalikke riske. ELi piirideta televisiooni direktiivist lähtuvalt tuleb ringhäälinguorganisatsioonidel osa programmist koostada sõltumatute produksentfirmade saadetest. Ühest küljest pakub see loomingulist lisaressurssi, teisalt muudab toimetuskontrolli võimalusi. Sageli loominguline vastutus hāgustub.

Kontrollküsimused saate- või saatesarja toimetajale

- Milline on saate ajakirjanduslik ülesehitus (eelkõige rubriigid, alateemade jagunemise põhimõtted)?
- Kuidas tagatakse ajakirjanduslik jätkusuutlikkus (võime säilitada atraktiivsus ning tsiteeritavus)?
- Millised on teema uudisväärtuse kriteeriumid (teemade asjakohasus ja päevakajalisus)?

Joonis 2. Näited saate toimetajatele (ajakirjanduslike autorisaadete puhul ka saatejuhtidele) esitatavatest küsimustest (ETV saadete sisuarenduse ja -analüüsi juhendi järgi).

Sama moodi nagu produksendisüsteem mõjutab autorsust ka tehnoloogia areng. Sealjuures on domineerivad mõjud tihti vastassuunalised. Võtte- ja montaažitehnika muutub kompaktsemaks ja kasutajasõbralikumaks — nii võib üks inimene (autor) olla näiteks režissöör ja monterija, samas ka ajakirjanik (toimetaja). Mitmed traditsioonilised teleametid sulanduvad ja teisenevad. Seega laiendavad nüüdisaegsed tehnoloogiad autori vastutust ja tootmine muutub tõepoolest isikukeskemaks. Digilevi kasutuselevõtt suurendas märkimisväärselt võimalike kanalite arvu. Teletootmise valdkonnas tekib nn ribalaiuse paradoks: kanaleid ja uusi võimalusi on palju, kuid pole piisavalt jõudu, raha ja inimesi, et uusi kanaleid sisustada. See-

⁷ Pierre Bourdieu. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press, 1993, lk 77.

⁸ Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2011--2014. — http://err.ee/files/ERR_arengukava_2011-2014.pdf, lk. 14 (vaadatud 19.08.2010).

tõttu tekib nii sõltumatute teletootjate kui ka telekanalite juhtide seas tugev surve leevendada tehnilisi standardeid — nõudeid pildi- ja helikvaliteedile, samuti montaažile. Mõistagi ei sõltu saate sisu üksnes tehnoloogiast. Isegi lihtsa tehnikaga saab teha head saadet. Sageli mõjutab tehnoloogia ka sisulist arendustööd, muudab eel- ja järeltootmise mitmesuguseid faase. Tihti vabaneb järeltootmise arvel eelarveraha, mis suunatakse sisulisse arendustöösse. Tööjõukulud kasvavad kiiremini kui tehnoloogiaga seotud kulud.

Hoopis teistsuguseid väljakutseid toob aga kõrglahutustelevisiooni (HD-televisioon) areng. Üliteratev pilt sunnib rohkem panustama pildi kunstilise kvaliteeti. Näiteks stuudiokujunduses tuleb hakata kasutama kvaliteetseid materjale, sest iga sugune traditsiooniline televisioonibutafooria paistab kõrgkvaliteedis hästi välja. Kõrglahutustelevisioon hakkab ilmselt nõudma pigem kollektiivset panustamist, sest uus tehnoloogia on sedavõrd keerukas.

Kvaliteet ja vaatepunkt

Vaatepunkt seondub hindajatega. Kelle arvamus on õigupoolest määrav? Milliste arvamuste alusel kvaliteeti kõige paremini hinnata? Kes ikkagi esindab teleauditooriumi? On üsna kindel, et ringhäälinguteooria valdkonnas edeneb just teleauditooriumi uurimine kõige jõudsamalt. Telemõõdikutel põhinev süsteem pakub vaadatavuse kohta andmeid iga päev, 15-minutiliste ajasammude kaupa, ka sihtgrupe on võimalik eristada. See kõik on sisuanalüüsi seisukohalt oluline: ennekõike õnnes-

tub kõige üldisemalt jälgida, kui vaadatavad on uued sarjaideed, uued formaadid. Kuid üksnes kvantitatiivsest vaatajanumbrist ei piisa — sellele ei saa rajada kogu hindamissüsteemi.

Põhjamaade sisuarendusskeemid rõhuvad loominguorganisatsiooni enda võimele ja valmisolekule hinnata oma tegevust. Ka ERRi arengukava määratleb üsna sarnaselt mõiste eneserefleksioon. Telejaamal peab olema oskus ja veendumus kujundada seisukohti. Ometi tekivad sageli konfliktid vaatajaskonnas domineeriva arvamuse ja loomingulise meeskonna, ka telejaama programmiarendajate taotluste vahel. Üksik ekstreemne arvamus kusagil netikommentaariumis tekitab tõsise segaduse, kui loomingulisel organisatsioonil endal pole selgust oma sisulistes ambitsioonides. Netikommentaaride probleem osutab nüüdisaja avalikkuse ühele olulisele sümptomile: üksikud marginaalsed arvamusjõud tihti kiiresti keskplatsile, mõni arvamus ise muutub oma erandlikkuses tihti sündmuseks või faktiks. Samamoodi võib võimenduda argumenteerimata kriitika. Hea sisuarendus tähendab sedagi, et loomingulisel meeskonnal on argumendid oma idee kaitsmiseks ehk kui idee on kehv, siis on seda ka raske kaitsta.

Viimase aja teoreetilises kirjanduses mainitakse tihti *motiveeritud vaataja* või üldisemalt ka *motiveeritud meediatarbija* mõistet. Seega pole tähtis üksnes vaatajate hulk, vaid ka vaatajate motiveeritus, valmisolek teatud sõnumite või mõttevahetuse jälgimiseks, kellel on samas ka huvi loomingulise institutsiooni käekäigu vastu. (See muidugi ei tähenda, et vaataja peaks kõik sisulised

- **Siseringi hindajad** on esmajoones toimetuse liikmed, ühes sellega eeldame, et Eesti Rahvusringhäälingu arendustöö kõige tähtsamateks sõlmedeks ongi toimetused. Toimetuses peab toimuma pidev arendustöö, mitte ainult tootmisprotsess. Iseäranis pikk arendustöö võib olla lavastuslike projektide puhul. Siseringi hindajate hulka kuuluvad ka programminõukogu liikmed.

- **Välisringi hindajad** on vaatajad, kellel palutakse hinnata kindla saateprojekti teatud omadusi. Välisringi hindajad valitakse saate sihtgruppi silmas pidades.

Joonis 3. Sise- ja välisringi hindajate määratlus ETV sisuhindamise juhendis. Eeldatakse, et hindamistöö toimub eelnevalt kokkulepitud metoodika alusel, mis peab silmas sisuarenduse konkreetseid eesmärke.

otsused tingimusteta heaks kiitma.) Motiveeritud vaataja hinnangu selgitamine annab sageli rohkem infot kui abstraktse keskmise vaataja (tüüpvaataja) hinnang, mis paljude sotsioloogiliste küsitluste puhul on küllalt formaalne. ETV sisuarenduse juhend näeb ette, et ideede puhul peaks alati üsna täpselt kirjeldama ka võimalikku vaatajat, tema tausta ja teadmisi. Kui sihtgrupp on hästi kirjeldatud, saab küsida arvamust ka sihtgrupi üksikutelt esindajatelt. ETVs tehti sihtgrupiuuring näiteks pärast eakatele suunatud saate Prillitoos formaalimuutust.

Vaatajate puhul peaks arvestama ka meediakasutust (meediabilanssi) ehk selgitama, mis tingimustes mingit saadet vaadetakse, millised on teised jälgitavad meediakanalid. Näiteks hommikuprogrammi või lastesaateid jälgitakse erinevalt, nende

retseptioon sõltub päeva elurütmist.

Sotsiaalvõrgustikud pakuvad sisu analüüsiks uusi võimalusi. Nii lõi ETV 2010. aasta varakevadel ETV sõprade grupi, keda võib lihtsustatult pidada motiveeritud televaatajaiks. Kuna Facebooki konto omanikud annavad enamasti enda kohta ka lisainfot (vanus, elukoht, hariduskäik, amet), saab üsna hõlpsalt koostada väiksemaid sihtgrupi mudeleid ja esitada küsimusi konkreetse saateprojekti kohta. Äraütlemised on üsna harvad ja vabatahtlike sisuhindajad ergutab tihti ka mõni väike ETV meene.

2010. aasta sügiseks on kvaliteedihindamise süsteem ennast praktikas tõestanud. Kuid kvaliteedi mõiste muutub ajas ja oludes, nõnda ka kvaliteedihindamise süsteem.