

Aune Unt

Avalik-õigusliku ringhäälingu mõistest

Avalik-õiguslik ringhääling peab osutama ringhäälinguteenust, mis võimaldab kodanikel saada eluks vajalikku informatsiooni, end harida, saada osa kultuurist, olla kursis ühiskonna oluliste probleemide ja ideedega, osaleda mõttevahetuses, laiendada teadmisi ja lahutada meelt.

Mõiste 'avalik' on 1990ndatel aastatel televisiooni ja meediasüsteemide üle peetavates üldistes aruteludes taas tähelepanu keskpunkti tõusnud. Diskussioonis on kaasa lõõnud mitmed Ameerika autorid, kuid põhiliselt on see siiski olnud tugeva Euroopa-keskse rõhuasetusega. Vaidlusküsimuste taustaks on mure televisiooni seniste teatavate kindlate printsiipide pärast, mida on tugevasti õõnestanud kommertsialiseerumise uued vormid. On küsitud, kas see ei ole mitte avalikkuse lõpp ja avalik-õigusliku televisiooni surm. Rahvusvahelist arutelu on mõjutanud Skandinaavia autorid Dahlgren (1995) ja Gripsrud (1995), inglased Keane (1995), Garnham (1995), Corner (1999). Ja muidugi on debatile laia teoreetilise võrgustiku ette valmistanud Habermas'i mõtted 'avalikust sfäärist' (1989). Küsimuse tuum on selles, kuidas peab televisioon toetama teatavat laadi "ühiskondlikke vajadusi" – teatud identitsuse ja solidaarsuse kokkuleppeid, kodanikuõigusi ja demokraatia põhimõtteid.

Televisioon kui 'avalik' institutsioon tõstatab küsimusi poliitikast, rahalisest kattest ja organisatsioonist, kuid ka küsimusi saadete vormist ja sisust. Mõlemad küsimuste ringid peavad olema seotud mitte üksnes omavahel, vaid haakuma ka laema küsimuste ringiga 'avalikkusest', mis on seotud 'rahvuslikuga' ning informatiivsete ja meelelahutuslike tarvete reaga. Mõiste 'avalik' normatiivne mõõde ongi sageli arutluste teemaks.

Mõiste 'avalik' vastandub televisioonile kahes erinevas aspektis:

1) avalik versus kommertslik, turg, erasektor. Siin varitseb tarbijalikkuse ja tarbekauba esteetika oht;

2) avalik kui poliitiline, ühiskondlik valdkond versus era-sfäär, personaalne ala. Siin võime esitada küsimuse indivi-duaalsuse ja subjektiivsuse muutuvate piiride kohta, televi-siooni desotsialiseerumise kohta esteetilisest mõttes. Kui kaugele võib televisiooni esteetika minna pigem uuenduslikus kui säilitavas vaimus? Missugused puutumata võimalused on olemas? Väga laias mõttes käib televisioonist ja avalikkusest rääkides diskussioon ka selle üle, kuidas on muutunud meedia ja ühiskonna suhted (Keane 1995; Garnham 1995). Räägitakse isegi avalikkuse taasleiutamisest.

Televisioon on enamuses maades samaaegselt nii riigi ja ühiskondliku korra oluline koostisosa kui ka koduse vaba aja veetmise viis. See toob kaasa riikliku televisioonipoliitika lõhes-tumise tendentsi ja programmi tasakaalustatuse erinevad tõl-gendused. Diskuteeritakse reaalsuse kõrvaletõrjumise ja fan-taasia rõhutamise üle.

Televisiooni lõhenemist võib vaadelda kolmel eri tasandil:

1) avalik ja era kui majanduse liigid (tellimus);

2) avalik ja era kui tegevuse ja kogemuse valdkonnad (sub-jektiivsus);

3) teave ja lõbu kui televisiooni tarbimise dünaamika mõju-tajad (televisioon ei jagune siin mitte puhtalt ajakirjanduseks ja meelelahutuseks, lõhet võiks sõnastada pigem avaliku infor-matsiooni ja avaliku kultuuri vastuoluna).

Mööda neid lõhestumise jooni kulgeb enamik rahvuslikke arutelusid avalikust televisioonist ja selle tulevikust. Diskus-sioonid suhetest populaarkultuuri ja televisiooniprogrammi kvaliteedi vahel jätkuvad (Corner 1999, Bourdieu 1999).

Vastavalt 'avaliku huvi' ja 'avaliku sfääri' klassikalisele idee-le on ühiskond struktureeritud kolme peamise jõu ümber: riik, turg ja kodanikud. Igaüks neist väljendab end oma peamise institutsiooni kaudu – riik valitsuse, turg tööstuse ja äri, ning kodanikud parlamendi kaudu.

Meedia roll demokraatlikus ühiskonnas on avaldada vastu-toimet kõigile kolmele jõule. Idee avalikku huvi teenivast ring-häälingust viitab sellele, et kõige tähtsam, primaarne adressaat ringhäälingu jaoks peab olema kodanik, st avalik-õigusliku meedia toime peab olema suunatud rohkem avalikku sfääri kui riigile või ärile. See idee tähendab, et ringhääling peab toimet avaldama inimesele kui aktiivselt mõtlevale, teadlikule kodani-kule, ja mitte passiivsele subjektile, keda peab juhtima, kelle eest peab otsustama, ega ka passiivsele tarbijale, keda peab lõ-bustama.

See on avaliku huvi klassikaline idee. Kuidas peegeldub see avalik-õigusliku ringhäälingu struktuuris ja programmis? Et ringhääling oleks üles ehitatud kui avalik teenus, peavad ringhäälingu suhted riigi ja turuga olema distantseeritumad ja kaudsemad kui avalikkuse ja ringhäälingu suhted. Distantis riigist väljendub formaalselt toimetuse täielikus autonoomias: ühelgi instantsil ei ole õigust eeltsensuurile. Distantis ärist väljendub omandis ja finantseerimises. Avalik omand välistab kasumi saamise kompanii tegevuselt. Finantseerimise levinud viis Euroopa vanades ringhäälingusüsteemides (nagu BBC) on litsentsimaks, reklaami pole. Selles väljendub distantis ärist kõige selgemalt. Või kindel protsent riigieelarvest. Või mitme allika kombinatsioon. Kui üks finantseerimisallikas on reklaam, nihkub kogu struktuur äridele lähemale. Riigieelarveline finantseerimine nihutab süsteemi mõistagi lähemale riigile.

Side kodanikega töötab eelkõige parlamendi kaudu. Parlament määrab ringhäälingu üldise regulatsiooni, parlamendil on ka lõplik sõna institutsiooni ellujäämises, parlament määrab litsentsimaksu suuruse ja kinnitab eelarve, ringhäälingukompanii on parlamendi ees vastutav aastaaruande kaudu. Parlament nimetab enamiku ringhäälingunõukogu liikmetest.

Avaliku huvi idee peegeldub ringhäälingu universaalsuses ja võrdsuses, peamine printsiip on siin see, et riigi iga kodanik, ükskõik kus ta elab, maksab sama hinna, ükskõik kui palju ta siis ringhäälinguprogramme tarbib. Samuti peab litsentsimaks olema kodaniku sissetulekule ja staatusele vaatamata igauhele jõukohane.

Avalik-õigusliku ringhäälingu programm

Programmi terminites peab avaliku huvi idee peegelduma selles, et auditooriumi kvantitatiivsed näitajad – saadete vaadatavus – pole dominant, mis kirjutab ette programmi koostamise. Ajaloolises arengus vastab avalik ringhääling rohkem nende standarditele, mis on kehtestatud kultuuri, hariduse ja poliitiliste sätetuste poolt. Populaarne maitse on telsejarguline.

Kontrastiks kommertsringhäälingule peab avalik-õiguslik programm sisaldama suurel hulgal neid saatetüüpe, mis turul paratamatult ellu ei jää, kuid millel on märkimisväärne tähtsus kodanike arengus ja nende osalemisel avalikus elus: uudised ja info, tõsine draama, kaunid kunstid ja kultuur, haridussaadet, laste- ja noortesaadet. Avalik meedia peab meile teadvustama meie endi elu, tooma meieni teateid tegelikkusest. Kontrastiks

autoritaarsemale süsteemile – riigikesksele ringhäälingule – peab programm vastama tasakaalu ja erapooletust puudutavale ajakirjanduslikele hoiakutele. Avalik ringhääling ei pea teenima üksnes võimalolevaid ideid, vaid esindama kõiki ühiskonnas esinevaid märkimisväärsed ja põhjendatud ideid.

Üldisuse, võrdsuse, autonoomia, mitmekesisuse ja erapooletuse ideed peavad selgelt väljenduma ringhäälingu toimimise viisil, selles, kuidas saadakse aru oma avalik-õiguslikust rollist, kuidas õigustatakse oma positsiooni ja privileege.

Avalik huvi kui ideaal peaks selgelt peegelduma ringhäälinguorganisatsiooni struktuuris ja edastatavas programmis. See on kergesti rünnatav idee ja asi, mida vähesed sõnaselgelt kaitsevad. Valitsus, äri ja tööstus kaitsevad avaliku huvi ideed fragmenteeritult ja nii on sellel ideel vähem jõudu. Sellel kõigel on oluline tähendus ringhäälingule.

Toimetuse autonoomia sõltub tugevalt tegijate tundlikkusest – arusaamadest mis on oluline, veendumustest selle kohta, mida peab tegema. Avalik ringhääling peab olema tundlik valitsuse ja parlamendi suhtes, teisalt peab see olema tundlik vaataja kui tarbija suhtes, tundlik seaduslikkuse suhtes. Ühiskonna arengu küsimused on igas riigis erinevad ja nendega tegeleb just avalik-õiguslik ringhääling.

Idee, et avalik-õiguslik ringhääling peab teenima avalikke huve, pole midagi seesugust, mis oleks defineeritud üks kord ja igaveseks. Iga kord, kui mingi saavutatud kompromiss turu ja riigi vahel nihkub turu suunas, muutub ka avaliku huvi määratlus.

Üldiselt on kõik Euroopa vanad avalik-õiguslikud ringhäälingud muutunud pärast erakanalite tulekut kommertslikumaks. Endisest enam pööratakse tähelepanu auditooriumi reitingutele ja teiste populaarsuse näitajatele. Valdav on hoiak, et avalik-õiguslik ringhääling peab tootma programme nii väikestele kui ka suurtele auditooriumidele. Programmi tootmisel lähtutakse nii mõnigi kord riiklikest huvidest, mis seotakse rahvuslike huvidega nii riigikaitsest kui rahvuslikust kultuurist rääkides. Avalik-õigusliku süsteemi kõrvale on loodud teine kanal või mitu teist kanalit, mis on erakätes ja mida finantseerib reklaam. Reeglina on eraringhäälingu tulekule eelnenud mitu aastat avalikku arutlust poolt- ja vastuhääle osavõtul. Erakanalid on telemaastikule lisandunud ükshaaval.

Eestis toimus kõik teistsiti. Veel enne, kui ETV oli end avalik-õigusliku ringhäälinguna sisse töötanud, lahti saanud mitmetest nõukogudeaegsetest harjumustest ja kohmakusest ning end sel viisil avalikkusele teadvustanud, oli telemaastikul juba

ka mitu eraringhäälingut ja toimisid turuseadused, mis on kõigile samad. Eraringhäälingu pooldajad näevad avalik-õigusliku programmi tootmise võimalust ka siis, kui raadio ja televisioon on tervikuna erakätes. Teoreetilise võimalusena on see muidugi olemas. Tegelikkuses on paraku nii, et ühiskonna probleeme kajastavad ja analüüsivad saated pole seni üheski riigis ega ühegi ringhäälingumudeli puhul olnud piisavalt tasuvad eratelevisioonis tootmiseks. Kui vaadata, missugune on Eesti trüki-ajakirjanduse struktuur, siis on siin selgesti näha eraomanduses olevate väljaannete piiratud osavõtt kultuuri ja haridusega seotud avalikust diskussioonist. On selge vahe eraomanduses oleva trükimeedia ja riiklikult subsideeritud kultuuriväljaannete vahel. Eesti Ekspress ja päevalehtede kultuuriküljed ei mahuta kogu ühiskondliku mõtte arengut ja põhjalikumat kultuurianalüüsi sisaldavat materjali. Postimees on kultuurilisest üldse loobunud. Põhjalikumat kultuurikõnelust pakuvad riiklikult toetatud väljaanded – Sirp ja kultuuriajakirjad. Niisiis, teoreetiliselt ei takista, aga praktiliselt küll. Sama mudel peaks säilima elektroonilises meedias. Seda enam, et kõik Eesti eratelevisioonid on välisomanduses ja alluvad seega programmipoliitilistele otsustele, mis tehakse mujal.

Keskseks tegurid, mis mõjutavad kanali menu, on turul tegutsevate kanalite arv ning iga telekanali programmipoliitilised põhilahendused.

Nüüdisaegne teleprogramm sisaldab laia valiku saatetüüpe, mis erinevad oma sisu, väljenduslikkuse ja struktuuri poolest. Lisaks seadustele, mis reguleerivad ringhäälingu tegutsemist ühiskonnas, on oluline mõista, et meediafilosoofia paneb oma kitsendused programmi koostajatele, vastavalt sellele, kas tegemist on avalik-õigusliku või kommertskanaliga. Siin peituvadki eripäraste teleprogrammide juured. Traditsioonilised valdkonnad, millele toetub avalik-õiguslik programm Euroopa riikides, on informatsioon ja haridus. Auditooriumi kustutamatu iha meelelahutuse järele on sellest hoolimata rahuldatud, sest tipptundidel annavad ka avalik-õiguslikud jaamad eetrisse väga palju meelelahutuslikke saateid. Küsimus on kvaliteedis. See saab alati ja igal kanalil parem olla.

Kirjandus

- Bourdieu, P. (1999). *Televisioonist*. Tallinn: Perioodika.
 Corner, J. (1999). *Critical Ideas in Television Studies*. Oxford: Clarendon Press.
 Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere*. London: Sage.

- Garnham, N. (1995). Comments on John Keane's "Structural Transformations of the Public Sphere". – *Communication Review*, 1.1.
- Gripsrud, J. (1995). *The 'Dynasty' Years: Hollywood Television and Critical Media Studies*. London: Routledge.
- Gross, L. S. (ed) (1995). *The International World of Electronic Media*. New York: McGraw-Hill.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity.
- Keane, J. (1995). Structural Transformations of the Public Sphere. – *Communications Review*, 1.1.
- The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook* (1997). London: Sage.
- Syvvertsen, T. (1992). *Public Television in Transition. A Comparative and Historical Analysis of the BBC and the NRK*. Oslo: NAVF.
- Weymouth, A. (1996). Introduction: the role of the media in Western Europe. In: Weymouth, A., Lamizet, B. (ed) (1996), *Markets and Myths: forces for change in the media of Western Europe*. London, New York: Longman.

Hagi Šein

Avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimise põhimõtted ja -mudelid

Võimalused ETV rahastamiseks

Avalik-õiguslike ringhäälinguorganisatsioonide finantseerimise üldised põhimõtted ja konkreetsed lahendused on viimase paarikümne aasta jooksul olnud kesketeks ringhäälingupoliitilisteks küsimusteks Euroopas. Alates 1980ndate keskpaigast, mil algas ringhäälinguvaldkonna liberaliseerimine ja erakapitalil põhineva audiovisuaalsektori kiire areng, on vastuolulised arusaamad ringhäälingu rahastamisest olnud suurimaks pingeallikaks.

Ägedaid diskussioone on peetud ja peetakse jätkuvalt kõikjal Euroopas, ka tugeva avaliku ringhäälingu traditsiooniga maades – Inglismaal, Itaalias, Hispaanias, Prantsusmaal, Saksamaal. Aruteludes on vaidlustatud avalik-õiguslike ringhäälingujaamade finantseerimiseks kogutava otsese ringhäälingumaksu (loamaksu, litsentsimaksu) õiguspärasust ja põhjendatust. Avalik-õigusliku ringhäälingu üheaegset finantseerimist reklaamist ja loamaksust on peetud ebaausa konkurentsi ilminguks. Kahtluse alla on seatud avaliku ringhäälingu õigus üldse reklaamiaega müüa.

Avaliku ringhäälingu finantseerimise põhimõtteid Prantsusmaal, Saksamaal, Portugalis ja mujal on vaidlustatud ka Euroopa Kohtus.

Terav poleemika on avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamisküsimuste käsitlemist saatnud ka Eestis. Kuigi 1994. aastal vastu võetud ringhäälinguseaduses kehtestatud rahastamismudeli (iga-aastane riigi toetus + reklaam) muutmiseks on tehtud arvukaid katseid, on need pingutused olnud edutud. Püüame alljärgnevas heita pilgu aastatel 1993-2000 Eestis toimunud otsingutele ja ideedele ringhäälingu finantseerimise valdkonnas.*

Alustame avaliku ringhäälingu rahastamisega seotud üldisema problemaatika lühivõttega.

* Artiklis ei käsitleta Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu konkreetset finantsmajanduslikku olukorda ega rahalisi küsimusi. Hüvilised võivad artikli lisast leida statistilisi andmeid ETV eelarve ja Eesti reklaamituru kohta aastatel 1992-2000.

1. Avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimise euroopalikud põhimõtted

Euroopalik arusaam avaliku ringhäälingu finantseerimise põhimõtetest on fikseeritud Prahas 7.-8. detsembril 1994. aastal toimunud Euroopa Ministrite Ringhäälingukonverentsi resolutsioonis "Avaliku ringhäälingu tulevik" (konverentsist võttis osa ka tollane Eesti kultuuriminister). Resolutsiooni selles osas, mis puudutab avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimist, tuuakse selgelt esile kõik olulisemad momendid, mida osalenud riigid antud küsimuses oluliseks pidasid. Dokumentis deklareeritakse vajadust kindlustada avalik-õigusliku ringhäälingu rolli, vastutust ja võimet täita talle seatud ülesandeid seadusandlike ja praktiliste lahendustega.

Kohustust tagada ringhäälingu ajakirjanduslik sõltumatus ja kaitse poliitilise ning majandusliku mõjutamise eest seostati ennekõike vajadusega tagada avalik-õiguslikule ringhäälingule tema eesmärkide täitmiseks vajalikud vahendid. Resolutsiooni alajaotuses "**Suhtumine avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimisse**" postuleeritakse järgmised põhimõtted:

- **Kaitsta** avalikku teenust osutava organisatsiooni **sõltumatust**, kindlustades talle **turvalise ja kohase** finantseerimisviisi, mis tagab põhieesmärkide täitmise, see on kvaliteetse ja mitmekesise info-, haridus-, kultuuri- ja meelelahutusprogrammi tootmise.
- Kasutada avalikku teenust osutava organisatsiooni finantseerimisel paindlikult **erinevaid ressursse ja tulualikaid** – loamaksu, riigi toetust, ühiskondlikke fonde, reklaami- ja sponsortulu, organisatsiooni oma majandustegevuse tulusid – kirjastustegevust, programmi ja teenuste müüki ja muud sellist.
- Finantseerimiskorraldus peab võimaldama avalik-õiguslikul ringhäälingul **planeerida oma tegevust ja arengut pikema ajaperioodi vältel**. Kaasaegne televisioon ja raadio on audiovisuaalse tootmise valdkond, mille majandusliku teovõime ahendamine avaldab otsest mõju organisatsioonide võimele täita avaliku teenuse osutamise kohustust.

Järgnevate aastate jooksul on nimetatud põhimõtteid erinevates dokumentides korduvalt taasesitatud, täiendatud ja uuesti sõnastatud, olulisem on jäänud aga samaks. Märksõ-

nadeks kokku võetuna võiks avalik-õigusliku ringhäälingu **finantseerimise põhitähtsusteks pidada:**

- sõltumatust;
- stabiilsust ja prognoositavust ;
- põhjendatust, selgust ja arusaadavust;
- piisavust avaliku ringhäälingu eesmärkide täitmiseks;
- avalikkust, tingimatu vastutust finantseerija ees ja avalikku aruandlust.

2. Avaliku ringhäälingu finantseerimisallikate üldise-loomustus

Tulenevalt avaliku ringhäälingu laiapõhjalistest kohustus- test osutada kogu riigi elanikkonnale kättesaadavat mitmeke- sist, kvaliteetset, valdavalt omakeelset audiovisuaalset ringhäälinguteenust ja nliisuguse info- ning kultuuriteenuse suhteliselt kõrgest hinnast on sõjajärgses Euroopas välja kuju- nenud avaliku ringhäälingu **finantseerimisallikate paljus**, mida erinevates riikides mitmesugustes kombinatsioonides ja mudelites ning erinevate piirangutega rakendatakse. Neist fi- nantseerimisallikatest olulisemad on:

- otsene ringhäälingumaks;
- riigi toetus;
- eraringhäälingu maksustamine avalik-õigusliku ring- häälingu kasuks;
- reklaam ja otsepakkumine;
- sponsorlus;
- abonementmaks;
- muud tuluallikad.

2.1. Otsene ringhäälingumaks (litsentsimaks, loamaks)

Avaliku ringhäälingu loamaks on solidaarsusprintsibiil põ- hinev otsene maks avaliku ringhäälinguteenuse (televisiooni ja raadio) eest, mis kehtestatakse seadusega ühe leibkonna ehk telekodu kohta sõltumata leibkonna suurusest, selle valduses olevate tele- ja raadiovastuvõtjate arvust ja avalikule ringhää- lingule kulutatud kuulamis- või vaatamisajast.

Ringhäälingumaksu on Euroopas rakendatud avaliku ring- häälingu finantseerimiseks alates 1927. aastast, mil see esma- kordselt kehtestati Inglismaal. Oma olemuselt on see avaliku ringhäälingu põhimõtetele kõige paremini vastav finantseeri-

misallikas – otsene maks toetab avaliku ringhäälingu sõltumatuset nõuet, kannab demokraatlikku funktsiooni ja seob avaliku ringhäälingu otsese vastutusega rahva ees. Pikemaks ajaperioodiks määratud otsene toetusmaks tagab tulude regulaarsuse ega sea ringhäälingut liigsesse sõltuvusse võimust. Rakendatakse eraldi nii televisiooni- kui raadiomaksu, enamasti siiski ühtset avaliku ringhäälingu maksu. Maksu suuruse määrab seadusandlik kogu valitsuse ettepanekul kolmeks kuni viieks aastaks.

Otsese ringhäälingumaksu muutused on mõnedes riikides seotud tarbijahinnaindeksi või rahvusliku kogutoodangu kasvukoefitsientidega. Otsesese maksu puuduseks on see, et reeglina kehtestatakse võrdne maks kõigile teleperekondadele sõltumata nende sissetulekust, avaliku ringhäälingu kasutamise aktiivsusest või programmidele antavast hinnangust. Puuduseks on ka maksukaod ja kulutused maksu kogumisel. Otsese toetusmaksuga finantseeritakse avalikku ringhäälingut enam kui 30 Euroopa riigis ja see kuulub seadusega kehtestatud kohustuslike maksude hulka.

2.2. Riigi toetus

Riigi eelarvest eraldatav toetus on otsese maksu kõrval teine enamlevinud viis avaliku ringhäälingu finantseerimiseks. Enamasti katab riigi toetus vaid osa avalik-õigusliku programmi tootmise kuludest.

Riigi toetusel on finantseerimisallikana rida puudusi. Asjaolu, et toetus määratakse riigieelarve menetlemisel igal aastal uuesti, muudab avaliku ringhäälingu tegevuse ebastabiilseks, raskendab ressursside ja arengu planeerimist ning mitmesuguste pikemaajaliste finantseerimisotsuste, investeringute, laenude ja liisinguvõimaluste kasutamist.

Toetuse lga-aastane määramine võib võimalolijaile anda võimaluse avaldada avalikule ringhäälingule survet ning mõjutada programmide sisu. Avaliku ringhäälingu toetuseks eraldatavad eelarvevahendid konkureerivad igal aastal teiste avaliku sektori valdkondadega, mille vajadused võivad osutuda eelistatumaks.

Häirib ka eelarvelise toetuse teatav ebasünkroonsus telehooaja kavandamise rütmiga, sest uut telehooaega kavandatakse märtsis-mais, riigi toetus määratakse aga alles sama aasta hilissügisel kinnitatava riigieelarvega.

2.3. Reklaam

Eetriaaja müük reklaamiks on avaliku ringhäälingu kõige probleemsem finantseerimisallikas. Ühelt poolt on eetriaeg rahvuslik rikkus ja kaalukas eksporditartikkel, sest suurem osa eetriaajast müüakse välistellijatele. Reklaami keelamine või piiramine avalikus ringhäälingus tähendaks olulisest sisetulekuallikast loobumist olukorras, kus vahendeid avaliku ringhäälingu arendamiseks, programmide tootmiseks ja investeeringuteks tehnilisse arengusse on ebapiisavalt.

Samas mõjutab reklaam ka avaliku ringhäälingu programmide struktuuri ja kvaliteeti. Reklaamiaja eduka müügi huvides tuleb teha saateid, mis köidavad massiauditooriumi ja panevad reklaamiantjaid huvituma reklaamiaja ostmisest nende saadete eel ja järel, seda ennekõike tippajal (*prime time*). See kommertsialiseerib avalikku ringhäälingut ja sunnib auditooriumi suurendamise nimel suunama üha enam ressursse populaarsete saadete tootmiseks ja vähendama kulutusi saadetele, mille vaatajakond on väike.

Reklaamiaja müük avalikus ringhäälingus vähendab samuti kommertsringhäälingu võimalusi, kellele reklaamitulu on oma tegevuse finantseerimise peamine allikas. Kui ringhäälingut finantseeritakse nii reklaamist kui ringhäälingumaksust, on avalikul ringhäälingul olulised eelised erajaamade ees. Asjaolu, et avalik ringhääling saab tulu nii riigi toetusest kui reklaamist, käsitab erasektor ebavõrdse, halvimal juhul kõlvatu konkurentsina. Erajaamade omanikud leiavad, et reklaamiaja-müügi eesmärk on suruda nad turult välja. Väidet, et ebavõrdsus on põhjendatud ja tingitud avaliku ning kommertsringhäälingu kohustuste ja ülesannete erinevusest, ei peeta kaalukaks argumendiks.

Enamikku Euroopa avalik-õiguslikest ringhäälinguajamast finantseeritakse üheagselt otsesest ringhäälingumaksust ja reklaamiaja müügist saadud tuludest. Riigi toetus või loamaks üksi ei taga reeglina avaliku ringhäälingu ülesannete nõuetekohast täitmist.

Reklaamitulude osakaal avaliku ringhäälingu eelarves peaks olema vaid nii suur, et see kompenseeriks toetuse või maksutulude vajakajäämise. Reklaam võimaldab otsest ringhäälingumaksu alandada. Kui reklaamitulude osakaal ei ulatu üle 10-15 % eelarvest, ei ole ohtu, et avalik-õiguslik programm kommertsialiseerub. Mida suurem osa avaliku ringhäälingu finantseerimismahust on mittekommertsiaalsetel tuludel, seda väiksem on reklaami mõju programmile.

2.4. Otsepakkumine

Otsepakkumine on telereklaami erivorm, mille eesmärk on kaupade või teenuste müügiks pakkumine vastavates saatelõikudes või saadetes. Otsepakkumise koht programmis ja otsepakkumise maht on reeglina ringhäälinguseadustes täpselt reguleeritud. Ka on otsepakkumissaadete lülitamine avalik-õiguslikku programmi sisulistel kaalutlustel vaidlustatav.

2.5. Sponsorlus

Sponsorlus on reklaami erivorm, mis võimaldab telesaadete tootmiskulude katmiseks kasutada teleorganisatsiooniväliste subjektide (asutuste, organisatsioonide, füüsiliste isikute) vahendeid ilma konkreetseid kaupu, teenuseid või subjekte otsestelt reklaamimata. Saate või programmi sponsori nimi tuleb avalikustada. Sponsorluse osakaal avaliku ringhäälingu eelarves on enamasti väike, edukamalt kasutatakse seda allikat üksikprojektide ja väikesemahuliste sihtprogrammide finantseerimiseks. Erandiks on rahvusvahelised spordiprogrammid, olümpiamängud, maailma ja Euroopa meistrivõistlused, mille puhul sponsorite kasutamine on üldlevinud ja hanketingimustest tulenevalt sageli kohustuslik. Ka sponsorlusel võib olla teatud mõju programmide sisule. Teatud tüüpi saadete spondeerimine pole aga üldse võimalik (uudised, poliitikasaated ja muu selline).

2.6. Eraringhäälingu maksustamine avalik-õigusliku ringhäälingu kasuks

Mõnedes riikides on reklaam avalikus ringhäälingus keelatud ja osa erakanalite reklaamitulust eraldatakse avalikule ringhäälingule. Sellise võimaluse kasutamine eeldab suhteliselt stabiilset turusituatsiooni, kindlat lepingulist suhet ning tagatist. Erakanalilt saadud tuludel ei tohi olla avaliku ringhäälingu eelarves liiga suur kaal, sest avalikku ringhäälinguteenust ei saa seada liigsesse sõltuvusse erasektori edukusest. Puudusena tuleks märkida keerukust koefitsientide kehtestamisel reklaamiturul suurte muutuste – languse või tõusu – arvestamiseks. Väga komplitseeritud on selle lahenduse korral avalikkuse tagamine, tulude varjamise vältimine ja avaliku ringhäälingu tulude garanteerimine erajaamade finantsilise ebaedu korral.

2.7. Abonementtasu

Teleprogrammide edastamine tellijatele võib tulevikus kujuneda telejaamade oluliseks finantseerimisallikaks. Erinevalt otsesest ringhäälingumaksust ei pea vaatajad maksma kindlat summat kasutatavate programmide arvust ja nende tegelikust vaatamise ajast sõltumata. Tellimustelevisiooni eelis on otsene side teenuse pakkuja ja tarbija vahel. Analoogiliselt ajakirjanduse tellimisega võib see olla aastatellimus mingile programmi-paketile või üksikute kanalite valikuline tellimine kindlaks ajaperioodiks. Tehniliselt nõuab tellimustelevisiooni rakendamine eetritelevisiooni puhul suuri ümberkorraldusi – programmide kodeerimist ja keeruliste dekodeerite paigaldamist vastuvõtuseadmetele. Senine kogemus maksulisest televisioonist näitab, et vähesed neist, kes saaksid liituda, teevad seda. Vähenevad küll litsentsimaksu kogumisel tekkivad kaod, samas vähenevad aga ka auditooriumi, eriti madala maksuvõimega inimeste võimalused programme kasutada. See on vastuolus avaliku ringhäälinguteenuse ideega. Avaliku ringhäälingu üleminek tellimustelevisiooni mudelile oleks mõeldav vaid spetsialiseeritud, ternaatiliste kanalite puhul, mitte aga üldleviringhäälingu finantseerimiseks.

2. 8. Muud tuluallikad

Avalik-õiguslikud ringhäälinguorganisatsioonid saavad kasutada programmi tootmise kulude katmiseks mitmesuguseid majandustegevuse tulusid – kirjastamisest, omasaadete ja filmide müügist, arhiiviteenustest, tehniliste teenuste osutamisest, õppematerjalide valmistamisest ja levitamisest, avalike ürituste korraldamisest, piletimüügist, reklaami- ja meenete müügist saadud tulusid.

3. Avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimise mudelid Euroopas

Euroopa maade avalik-õiguslikke teleorganisatsioone finantseeritakse peamiselt ja üheaegselt kahest tuluallikast – otsesest ringhäälingumaksust ja reklaamituludest. Tuluallikate struktuuri põhjal võib rahvuslikke teleorganisatsioone Euroopas jagada viide rühma:

1. Ainsaks tuluallikaks on otsene ringhäälingumaks. Euroopas on vähe riike, kus avalik-õiguslikke teleorganisatsioone finantseeritakse ainult loamaksust (Inglismaa, Taani, Rootsi).

2. **Ainsaks tuluallikaks on reklaam.** Mõnedes riikides, kus ringhäälingumaksu kogumine ei ole õnnestunud (Hispaania, Portugal, Monaco) on püütud toime tulla vaid reklaamituludega. Konkurentsist tingituna on avaliku ringhäälingu reklaamitulud vähenenud ja riik on olnud sunnitud puudujäägi katma eelarvest (Hispaania). Ainult reklaamitulul põhinev rahastamine on avalik-õiguslikule teleorganisatsioonile vähesobiv suure ebastabiilsuse tõttu.

3. **Ainsaks tuluallikaks on riigi toetus.** Vähestes riikides (näiteks Belgias) finantseeritakse televisiooni praegu täielikult riiklikult. Riigi majanduslikud võimalused avaldavad selle viisi puhul otsest mõju teleorganisatsiooni toimetulekule. Teletootmine on ka rikastele riikidele liiga kallis, et seda täies ulatuses kinni maksta.

4. **Finantseerimine loamaksust ja reklaamist.** See on enamiku avalik-õiguslike teleorganisatsioonide finantseerimise viis Euroopas. Paljudes riikides on seatud piirangud reklaamiks müüdavale eetriaajale (enamasti kuni 15%). Mõnedes riikides on piirangud seatud ka reklaamitulude mahule. On riike, kus reklaamiaega müüb riiklik agentuur ja jagab saadud tulu ümber mitmete kanalite vahel (Holland).

5. **Finantseerimine loamaksust ja erimaksudest.** Tuntud on lahendused, kus kommertsjaamad eraldavad osa oma tulust avalik-õiguslikele kanalitele (Soome), ja vastupidi, kus loamaksust eraldatakse teatud osa kommertsalusel töötavale üleriiklikule telejaamale (Taani). Loamaksu taseme alandamiseks on rakendatud ka mitmesuguseid aktsiise, vastuvõtjamakse ja muud sellist.

4. Alternatiivsed põhimõtted maksumaksjate raha ja reklaami kasutamiseks

Vaatamata Euroopas levinud finantseerimisvormidele ja mudelitele oleks Eestis nähtavasti otstarbekas luua originaalne – Eesti poliitilisi, majanduslikke ja kultuurilisi iseärasusi ning TV-sektori spetsiifikat ja loomepotentsiaali arvestav finantseerimismudel, mis vastaks avaliku ringhäälingu põhitähtsustele.

Pole kahtlust, et avaliku ringhäälingu finantseerimise peamiseks allikateks on **maksumaksjate raha ja reklaam**. Küsimus taandub sellele, millise loogika alusel avalik-õiguslik ringhääling maksumaksjatele ja reklaamist raha saab. Maksudest saadava raha puhul tuleb esimene valik teha kahe vastandliku

põhimõtte vahel – rakendada saab kas **riigikeskset** või **indiviidikeskset** (telekodudekeskset) finantseerimisskeemi. Lisaks saab mõlemal juhtumil valida kas **otsese** või **kaudse** viisi vahel. Koos erinevate võimalustega saada eelarvevahendeid reklaamist tekib mitmeid finantseerimismudeleid, millest perspektiivsemad kirjeldame allpool. Kõigepealt aga täpsustame maksumaksjate raha kasutamise võimalusi.

Riigikeskne kaudne finantseerimisvorm. Valitsuse ettepanekul eraldab Riigikogu avalikule ringhäälingule eelarvest toetuse igal eelarveaastal Riigikogu tehtud otsuse kohaselt. Skeemi on rakendatud viimased kümme aastat, see on kaasa toonud ebastabiilse ja poliitilistest tõmbetuultest sõltuva rahastamise. On esitatud ideid eraldada toetuseks mingi kindel protsent riigieelarvest või lisada “ringhäälinguaktsiis” mõnele juba olemasolevale maksule (näiteks elektri hinnale), ent need ettepanekud pole toetust leidnud.

Riigikeskne otsene finantseerimisvorm. See on üks Eesti Kultuuriministeeriumi ideedest. Ministeerium esitaks avalik-õigusliku programmi tellimuse, ametnikud teeksid ettepaneku, mitu tundi ja milliseid saateid nad telliksid ja kui palju nad iga saateliigi pealt tunnist maksaksid. Ministeerium ei välista seejuures võimalust, et riigi tellimusele võiksid ETV kõrval konkureerida ka eratelekanalid. See idee lähtub väärast arusaamast avaliku ringhäälingu olemusest ja rollist ühiskonnas. Viimane ei saa olla sõltuvuses täitevvõimust. Avaliku ringhäälingu üle on juba seadusega seatud kõrgem organ, ringhäälingunõukogu, kes vastutab selle eest, et ETV ja ER programmid oleksid vastavuses seadusega. Jääb arusaamatuks, miks peaks riik saateid tellima välisomanduses olevatelt eratelekanalitelt. Küll on aga olemas vajadus rakendada erasektorit, sõltumatuid produtsente ja tele- ning videofirmasid, kellelt avalik ringhääling võiks ja peakski osa toodangust tellima.

Indiviidikeskne otsene finantseerimisvorm. See on klassikaline ringhäälingumaks (loamaks, *license fee*) – otsene maks telerit omava leibkonna ehk telekodu kohta. Maksu rakendatakse paljudes riikides, ent Eestis ei tule see ilmselt kõne alla, sest elanikkonna maksujõud on väike. Suured oleksid ka maksu kogumiskulud ja kaod. Lisaks sellele oleks loamaksu kehtestamisel keeruline vältida vastuolu (eriti TV puhul) muukeelse programmi mahu ja mitte-eeslaste perekondade maksuraha osakaalu vahel ringhäälingu eelarves. Uut maksu oleks ka raske põhjendada, sest seni on teleteenus olnud kättesaadav tasuta (v.a. kaabeltelevisioon).

Indiviidikeskne kaudne finantseerimisvorm. Avalikule ringhäälingule riigieelarvest pikemaajalise toetuse eraldamise arvestuslikuks aluseks võetakse arvestuslik summa ühe telekodu kohta kuus või aastas. Selle mudeli kohaselt teeb ringhäälingunõukogu valitsusele ettepaneku kinnitada pikemaks perioodiks, näiteks kolmeks aastaks, toetussumma ühe telekodu kohta avaliku ringhäälinguteenuse eest. Antud raha telekodu arvuga korrutades saadakse avaliku ringhäälingu toetuse summa, mis esitatakse kinnitamiseks Riigikogule. Riigikogu poolt eraldatud toetuse jagab ringhäälingunõukogu ETV ja ER programmide tootmiseks ja arendamiseks.

Kaks võimalust finantseerida avalikku ringhäälingut reklaamist – otsene ja kaudne. Tulu reklaamist võivad avalik-õiguslikud ringhäälinguajaamad saada kahel viisil. Esiteks, müües oma eetriaega reklaamiks. Kaudne viis reklaamist tulu saada põhineb lahendil, kus avalik-õiguslik ringhäälinguorganisatsioon reklaami ei näita, riigi erakanalid aga maksustatakse vastava maksuga avalik-õigusliku ringhäälingu kasuks. Reklaami puhul eksisteerib muidugi veel kolmaski võimalus – avalik ringhääling reklaamiaega ei müü ja erakanalitelt kompensatsioonimaksu ei saa.

5. Avaliku ringhäälingu finantseerimist käsitlevad seaduseelnõud, ettepanekud, lepped ja ideed Eestis aastatel 1993-2000

Allpool on lühidalt esitatud olulisemad ideed, mida Eestis on avaliku ringhäälingu finantseerimise vallas seadusandlike initsiativide, seaduse muutmise ettepanekute, seaduseelnõude projektide, lepingute ja kavandite vormis aastatel 1993-2000 esitanud valitsus, kultuuriministeerium, ringhäälingunõukogu, erakonnad ja avalik-õiguslik ringhääling. Loetlust selgub, et aastate jooksul on kaalutud mitmeid finantseerimise mudeleid ja ideid. Enamik neist Riigikogu menetlusse ei jõudnud, need, mida Riigikogu saalis siiski arutati, seadusparandusteks ei saanud. 1994. aastal ringhäälinguseadusega vastu võetud finantseerimismudel, ebatäpses sõnastuses pealegi, püsib sisuliselt tänaseni. Alates 1993. aastast, mil Eestis hakati arutama avaliku ringhäälingu seadusandliku reguleerimise küsimusi on finantseerimisettepanekud olnud järgmised:

- Eesti Ringhäälingu Kompanii (ERK – ETV ja ER) finantseerimine toimub riigieelarvest ja loamaksudest (ringhäälinguseaduse eelnõu variant, seisuga 13.06.1993).

- ERKd finantseeritakse vahetult riigieelarvest arvestusega 0,3 vabarigi valitsuse poolt kehtestatud miinimumpalka ühe potentsiaalse kuulaja-vaataja kohta aastas ja seadusega kehtestatud loamaksudest. Lisaks finantseerimine reklaamist, sponsorlusest ja oma majandustegevuse tuludest (ringhäälinguseaduse eelnõu variant, seisuga 16.07.1993).
- ERKd finantseeritakse vahetult riigieelarvest arvestusega 0,3 vabarigi valitsuse poolt kehtestatud miinimumpalka ühe riigi alalise elaniku kohta aastas ning seadusega kehtestatud loamaksudest (ringhäälinguseaduse eelnõu variant, seisuga 19.09.1993).
- Eesti Rahvuslikku Ringhäälingut (ERR) finantseeritakse seadusega kehtestatud loamaksudest, vahetult riigieelarvest eraldatud summadest arvestusega (eelnõus jäetud lahtiseks), reklaamist, ühiskondlikest fondidest, sponsoribist, saatevõrkude rendist (ringhäälinguseaduse eelnõu variant, seisuga 17.01.1994).
- Vastavalt ringhäälinguseadusele moodustuvad Eesti Raadio ja Eesti Televisiooni tulud: 1) seadusega kehtestatud maksudest; 2) vahetult riigi eelarvest eraldatud summadest; 3) reklaamist, mille edastamise korra, hinna, kasutamise ja mahu otsustab ringhäälingunõukogu, kusjuures reklaami maht ei ületa viit protsenti päevasest programmi saatemahust Eesti Televisiooni ühel ja Eesti Raadio kahel kanalil, millest üks on võorkeelne (08.03.2000); 4) fondidest, sponsorlusest, saatjate ja võrkude renditasust ja muudest allikatest laekuvad summad (ringhäälinguseadus, 19.05.1994).
- Eesti Televisioonile esitatakse käesoleva seadusega riiklik tellimus. Riigi ringhäälingutellimust rahastatakse riigieelarvest. Iga aasta riigieelarves määratakse eraldi osana vahetult Eesti Rahvusringhäälingule eraldi 1) riigi ringhäälingutellimuse täitmiseks ja 2) investeeringuteks. Eraldi määratakse summas, mis võrdub järgmise või suurema protsendiga antud aasta riigieelarve kuludest kokku: 1) riigi ringhäälingutellimuse täitmiseks – üks protsent riigieelarve mahust; 2) investeeringuteks – 0,1 protsenti riigieelarves sätestatud riiklike investeeringute kogumahust. Kui sellel alusel arvutatud eraldise summa on väiksem eelarveaastale eelnenud kolmel aastal Eesti Rahvusringhäälingule määratud sama sihitusega eral-

diste summade aritmeetilisest keskmisest, määratakse eraldi nimetatud keskmises summas. Sätestatu rakendamise esimesel kolmel aastal võetakse arvesse Eesti Televisioonile ja Eesti Raadiole määratud eraldisi (Riigikogus menetlemata Eesti Rahvusringhäälingu seaduse eelnõu, koostanud kultuuriministeerium, seisuga mai 1997).

- 1998. aasta algusest kuni 1999. aasta maini kehtis leping ETV ja eratelekanalite TV3, TV 1 ja Kanal 2 vahel, mille kohaselt ETV loobus reklaamiaja müügist ja sai selle eest erakanaliteelt kompensatsiooni. Leping katkes mõlemapoolsete süüdistustega lepingutingimuste rikkumises.
- Iga aasta riigieelarves määratakse eraldi osana vahetult Eesti Televisioonile eraldi: 1) riigi ringhäälingutellimuse täitmiseks; 2) investeeringuteks (Riigikogus menetlemata ringhäälinguseaduse eelnõu, koostanud kultuuriministeerium, seisuga 19.03.1998).
- Avalik-õiguslike ringhäälinguorganisatsioonide programmide levitamise kulud kaetakse 1) teede- ja sideministeeriumi eelarvest; 2) avalikku ringhäälingut finantseeritakse riigieelarvelisest toetusest, mille suurus vastab vähemalt 0,34% riigi maksutuludest Eesti Raadio ja 0,46% riigi maksutuludest Eesti Televisiooni toetuseks (Riigikogus menetlemata ringhäälinguseaduse muutmise ja täiendamise seaduse eelnõu, koostanud ringhäälingunõukogu, seisuga 06.1998).
- Iga aasta riigieelarves määratakse eraldi osana Eesti Televisioonile toetus, mille suurus on . . .% riigieelarve mahust (Riigikogus menetlemata ringhäälinguseaduse eelnõu, koostanud kultuuriministeerium, seisuga 27.07.1998).
- Iga aasta riigieelarves kinnitatakse eraldi osana Eesti Televisioonile toetus, mille suurus määratakse eelmise aasta baasilise toetuse summa korrutisest riigieelarve eelnõus esitatud keskmise prognoositava tarbijahindade kallinemise protsendiga (ringhäälinguseaduse eelnõu 956 SE I – algatas valitsus 14.09.1998; Riigikogu lükkas tagasi 1. lugemisel 14.10.1998; samuti ringhäälinguseaduse eelnõu 1021 SE I – algatas Koonderakonna fraktsioon 15.10.1998 ja võttis tagasi enne täiskogul menetlemist 09.11.1998; samuti ringhäälinguseaduse eelnõu 1105 SE II – algatas valitsus 16.12.1998, eelnõu

langes menetlusest välja Riigikogu 8. koosseisu volituste lõppemise tõttu märtsis 1999; samuti ringhäälinguseaduse eelnõu 4 SE I – algatas valitsus 22.03.1999 ja võttis tagasi enne täiskogul menetlemist 28.04.1999).

- Rahvusringhäälingu tegevust finantseeritakse riigieelarvest vastavalt riigieelarve seaduses (RT I 1993, 42, 614; 1996, 22, 436; 49, 953) sätestatud korrale, reklaamist saadavast tulust ning fondidest, sponsorlusest, saatjate ja võrkude renditasust ja muudest allikatest laekuvatest summadest (Riigikogus menetlemata Eesti Rahvusringhäälingu seaduse eelnõu, koostanud kultuuriministrium, selsuga 22.10.1999).

6. Avaliku ringhäälingu perspektiivsed finantseerimismudelid Eestis

Kuigi maksumaksjate ja reklaamiraha kasutamiseks on võimalik konstrueerida palju erinevaid finantseerimisskeeme, langeb osa neist kindlasti ära – otsest avaliku ringhäälingu maksu Eestis vaevalt kehtestatakse. Nähtavasti pole lähitulevikus mõeldav ka kaudsetest reklaamituludest loobumine (vt tabeli).

Laskumata esitatud mudelite põhjaliku analüüsini, võiks osutada, et avaliku ringhäälingu finantseerimise tingimustele ja TV-sektori stabiliseerimisvajadustele vastavad Eestis kõige paremini mudelid kolm ja neli. Sellest tulenevalt tegi ringhäälingunõukogu ettepaneku **telekodudepõhise riigi toetuse arvutamise süsteemi rakendamiseks**.

Eestis kehtiv avaliku ringhäälingu finantseerimise mudel ei vasta sõltumatuse ja stabiilsuse nõuetele. Ringhäälingunõukogu tegi seetõttu ettepaneku üle minna telekodudepõhisele riigi toetuse arvutamise süsteemile. Ringhäälingunõukogu tegi samuti ettepaneku eraldada edaspidi riigieelarve kaudu toetus ETVle ja ERle ühise summamana kogu avaliku ringhäälinguteenuse eest kokku ja teha toetuse jagamine ETV ja ER vahel ringhäälingunõukogu kohustuseks.

Uus põhimõte riigi toetuse arvutamiseks seisneb järgmises:

1. Riigieelarvest eraldatakse igal aastal toetus avaliku ringhäälinguteenuse osutamiseks ühtse summamana ühe tele- ja nelja raadioprogrammi kohta;

Tabel 1

Riigi toetus programmi tootmiseks		Riigi tellimus lepingu alusel
1. Riigikogu eraldab ringhäälingule iga-aastase toetuse programmi tootmiseks, ETV müüb reklaamiaega.	R e k l a a m i g a	5. Riigikogu eraldab ETVle toetuse riigitellimuse täitmiseks, ETV tellib osa saateid sõltumatutelt produtsentidelt, ETV müüb reklaamiaega.
2. Riigikogu eraldab stabiilsetoetuse telekodude põhisel, ETV müüb reklaamiaega.		6. Riigikogu eraldab vahendid riigitellimuse täitmiseks (avalik-õigusliku teleprogrammi tootmiseks), kultuuriministeerium tellib avalik-õiguslikku programmi nii ETVlt kui ka erakanalitelt, ETV müüb reklaamiaega.
3. Riigikogu eraldab ringhäälingule iga-aastase toetuse programmi tootmiseks, ETV ei müü reklaamiaega, eratelekanalid maksustatakse avalik-õigusliku ringhäälingu maksuga.	R e k l a a m i t a	7. Riigikogu eraldab ETVle toetuse riigitellimuse täitmiseks, ETV tellib osa saateid sõltumatutelt produtsentidelt, ETV ei müü reklaamiaega, eratelekanalid maksustatakse avalik-õigusliku ringhäälingu maksuga.
4. Riigikogu eraldab stabiilse toetuse telekodude põhisel, ETV ei müü reklaamiaega, eratelekanalid maksustatakse avalik-õigusliku ringhäälingu maksuga.		8. Riigikogu eraldab vahendid riigitellimuse täitmiseks avalik-õigusliku teleprogrammi tootmiseks, Kultuuriministeerium tellib avalik-õiguslikku programmi nii ETVlt kui erakanalitelt, ETV ei müü reklaamiaega, eratelekanalid maksustatakse avalik-õigusliku ringhäälingu maksuga.

2. Riigieelarvest eraldatud toetuse jagab ETV ja ER vahel ringhäälingunõukogu;

3. Riigi toetuse arvestamise alusena rakendatakse põhimõtet, mis kehtestab arvestusliku toetuse avalik-õigusliku ringhäälinguteenuse osutamiseks ühe telekodu (leibkonna) kohta aastas;

4. Ringhäälingunõukogu ettepanekul esitab valitsus Riigikogule kinnitamiseks arvestusliku toetuse kroonides avalik-õigusliku tele- ja raadioteenuse eest telekodu (leibkonna) kohta kuni kolmeks aastaks;

5. Toetuse kogusumma arvutatakse telekodude (leibkondade) koguarvu ja arvestusliku toetussumma korrutisena;

6. Ringhäälingunõukogu võib teha valitsusele ja Riigikogule ettepaneku arvestusliku toetuse muutmiseks igal aastal riigieelarve koostamise ja menetlemise käigus.

Tabel 2

Leibkondade arv	Arvestuslik toetus - kr telekodu kohta kuus	Arvestuslik toetus - kr telekodu kohta aastas	Riigi toetus avalikule ringhäälingule (ETV+ER kokku, mln kr)	Võrdlus 2000. aastaks määratud toetusega (%)
600 000	21,5	258	154,8	99,9 ¹
600 000	24,0	288	172,8	111,5
600 000	26,0	312	187,2	120,7
600 000	28,0	336	201,6	130,6
600 000	31,0	365	218,0	140,8 ²

¹ – sisuliselt võrdne 2000. aasta riigi toetusega ETV-le ja ER-le kokku

² – arvestuslik toetus, mida ringhäälingunõukogu taotleb avaliku ringhäälinguteenuse toetamiseks aastateks 2001-2003 – üks kroon telekodu kohta päevas

Ringhäälingunõukogu argumenteerib, et telekodudepõhise süsteemi eelised seisnevad ennekõike süsteemi lihtsuses, selguses ja arusaadavuses. Toetussumma telekodu kohta on hästi võrreldav teiste kultuuriteenuste hindadega, perekondade vaba aja ja infokuludega. Näiteks – ETV ja ER summaarne riigi toetus 2000. aastal on 155 miljonit krooni, arvestatuna 600000 Eesti leibkonna kohta teeb see 21,5 krooni kuus ehk 300 krooni aastas. Võrreldes praegust 21,5 krooni telekodu kohta kuus kino- või teatripiletite hinnaga või siis päevalehtede hinnaga.

Skeem on kergesti omaksvõetav, sest see sarnaneb "pearahaga" hariduses. Riik "tellib" igale telekodule ETV ja ER programmid, tagades seega igaühele vaba ligipääsu avalikule ringhäälingule. Telekodu põhimõte vastab avaliku ringhäälingu vaimule, sest lähtub inimestest ja inimestele teenuse osutamisest. Põhimõte on euroopalik ja samas originaalne – see lähtub samast alusest kui Euroopas levinud loamaksu põhimõte, ent samas ei ole see otsene maks. Skeem suurendab ringhäälingunõukogu vastutust ja minimeerib riigiametnike rolli.

7. Kokkuvõtteks

Ringhäälinguseaduse alusel rakendatava avaliku ringhäälingu **finantseerimisviisi puudused** on jäänud aastate jooksul samaks. See:

- on mõjutatav võimulolijate poolt;
- on ebastabiilne, ressursid pole prognoositavad;
- ei taga vajalikke vahendeid avaliku ringhäälingu arenguks;
- ei võimalda pikemaajalist finantseerimis- ja investeerimisstrateegiat;
- sõltub liigselt ülejäänud avaliku sektori vajadustest;
- tekitab suuri pingeid avalik-õigusliku ja eraringhäälingu vahel.

Olukorra muutmine nõuab jätkuvat arutelu, diskussiooni, ideid ja ettepanekuid, konsensuslikke lahendusi avaliku ringhäälingu finantseerimise küsimustes nii professionaalsetes kui poliitilistes ringkondades. Loodetavasti annavad need protsessid lähitulevikus positiivseid lahendusi.

Allikad ja kirjandus

- Ammas, A. ETV saadetele riiklik tellimus. – *Eesti Päevaleht*, 14.07.2000.
Avalik-õiguslik idee ja Eesti Televisioon. – *Äripäev*, 18.01.2000.
Eesti TV erakanaliks. – *Äripäev*, 05.05.1999.
ETA. ETV ellujäämiseks on vaja 47 senti ühe telepere kohta. – *Postimees*, 23.11.2000.
ETV kinni või raha juurde. – *Eesti Päevaleht*, 06.12.2000.
Hea programm ületab ETV rahavõimalusi. – *Eesti Päevaleht*, 19.06.1999.
Herkel, A. ETV elas üle võimete. – *Postimees*, 26.06.1999.
Herkel, A. ETV vajab tasakaalu ja tulevikunägemust. – *Eesti Päevaleht*, 28.08.1999.
Herkel, A. Ringhäälinguperestroika tuleb lõpetada. Avalik-õiguslikule ringhäälingule pole alternatiivi. – *Postimees*, 15.12.1999.
Ibrus, I. Vajame tugevat ETV-d. – *Eesti Päevaleht*, 14.08.1999.

- Joosu, T. Riik võib ETV ja Eesti Raadio müüa erakätesse. – *Eesti Päevaleht*, 13.11.1999.
- Jõesaar, A. Spondeeritud rahu lõpp. – *Postimees*, 12.05.1999.
- Kaalep, T. Hooaja algus väikeses televisioonis. – *Eesti Päevaleht*, 11.09.2000.
- Kadastik, M. ETV – liiga rikas või liiga vaene. Poliitikutel puudub tahe ETV rahastamises kord luua. – *Postimees*, 27.11.2000.
- Karpa, K. Poliitikud täitsid lubaduse Urmile. – *Eesti Päevaleht*, 06.12.2000.
- Karpa, K. Esimene rahastust võlgade tasumiseks. – *Eesti Päevaleht*, 06.12.2000.
- Karpa, K. Toomas Lepp kaitseb reklaami kaotamise ettepanekut. – *Eesti Päevaleht*, 07.11.1997.
- Karpa, K. Kallas jätkaks ETV toetuseta. – *Eesti Päevaleht*, 08.09.2000.
- Kask, T. Kolmevalitsuse lammutav aeg ETVs. ETV ei saa jätkata vanade majandustavade vaimus. – *Postimees*, 03.09.1999.
- Kubo, M. Rikkad oleme rahvana. – *SL Õhtuleht*, 11.09.2000.
- Kuhu lähed, Eesti Televisioon? – *Äripäev*, 21.01.2000.
- Lang, R. Aus ülestunnistus. – *Postimees*, 23.11.2000.
- Lang, R. Saagu avalik ringhääling. – *Postimees*, 31.10.2000.
- Lepp, T. ETV-le lüüakse hingekella. – *Postimees*, 12.05.1999.
- Meikar, S. ETV tuleb erastada. – *Postimees*, 11.12.2000.
- Mets, M. ETV ja ER kui järjekorras viimased. – *Äripäev*, 04.02.2000.
- Putting, J. ETV rahaprobleemide jätkumisel kaalub Aare Urm lahkumist. – *Postimees*, 18.11.2000.
- Putting, Jaanus. Eesti Televisiooni vaesus sunnib ajakirjanikke astuma libedale tee. – *Postimees*, 04.11.1999.
- Ringhäälingunõukogu seisukoht Eesti Televisiooni kriisist väljatoomise, finantseerimise põhimõtete muutmise, eelarvekujunduse ja edasise arengu põhiküsimustes. Ringhäälingunõukogu dokumendid, 23.09.2000.
- Rummo, P.-E. Avaliku ringhäälingu sõltumatusest. Televisioon ja raadio peaksid saama kindla osa riigi maksutulust. – *Postimees*, 15.07.1998.
- Rummo, P.-E. Riigist ja ringhäälingust. Kaks uudist riigivõimu ja ringhäälingu suhete kohta. – *Postimees*, 20.07.1998.
- Rummo, P.-E. Mis pilt ikkagi paistab. Ringhäälinguseaduse uuendamine käib üle kivide ja kändude. – *Postimees*, 25.05.1998.
- Rummo, P.-E. Mida teha Eesti Televisiooniga. Edukale reformiriigile adekvaatne riigitelevisioon. – *Postimees*, 07.05.1999.
- Rummo, P.-E. Riik ja ringhääling. Ringhäälinguorganisatsiooni peaks nõustama depolitiseeritud kogu. – *Postimees*, 09.11.1999.
- Rummo, P.-E. Veel pole hilja pilti reguleerida. Selgus ringhäälingumaastikul on võimalik. – *Postimees*, 14.05.1999.
- Sookruus, P. Eestile piisab esialgu neljast telekanalist. – *Postimees*, 11.02.1999.
- Šein, H. Avaliku ringhäälingu tulevik Eestis. 12+1 põhiküsimust, teese ja fakte diskussiooniks avalik-õiguslikust ringhäälingust. Tallinn, 1996.
- Šein, H. Materjale avaliku ringhäälingu teooriast ja praktikast. Eesti Televisiooni kontseptsiooni- ja arenguküsimusi 1993-1997. ETV, 1997.
- Šein, H. Ringhäälingu valik: rahvas või publik. – *Eesti Päevaleht*, 09.12.1998.

Šein, H. Televisioon muutuste palavikus. – *Eesti Päevaleht*, 05.05.1999.
 Šein, H. Reklaam jäägu ETV-st eemale. – *Eesti Päevaleht*, 10.05.1999.
 Šein, H. Avalik-õiguslik või eraõiguslik Eesti Ringhääling? – *Eesti Päevaleht*, 10.08.1999.
 Šein, H. See pole vaatamise ja kuulamise maks. – *Sõnumileht*, 25.01.2000.
 Šein, H. Sõbrakäsi ETV-le. Miks otsustada telekodude-keskse rahastamisskeemi kasuks. – *Postimees*, 19.07.2000.
 Tarand, K. Üleannetu televisioon. – *Eesti Päevaleht*, 01.02.2000.
 Telejuhid ennustavad ühe kanali hukku. – *SL Õhtuleht*, 11.09.2000.
 Ummelas, M. Vaba arvamuskujundus on tõsisel ohus. – *Postimees*, 07.08.1999.
 Vaher, A. Lahendusi ETV probleemile. – *Äripäev*, 31.01.2000.
 Viitsur, H. Televisioon – kokku või lahku? – *Äripäev*, 06.10.2000.
 Ühendamise asemel likvideerimine. – *Äripäev*, 09.08.1999

Lisa

Reklaamiturg Eestis 1992-1999

Tabel 3

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Kokku (mln kr)			117	281	409	585	710	639
Ajalehed (%)			60	55	47	48	47	47,8
Ajakirjad (%)			7	9	9	8	12	12,6
Televisioon (%)			33	23	27	27	26	20,4
Raadio (%)			-	8	12	10	10	12,0
Välireklaam (%)			-	5	5	8	5	6,5
Internet			-	-	-	-	-	0,7
Televisioon								
Kokku (mln kr)			38,6	64,6	110,4	157,9	184,6	130,3
Kokku (mln kr)	1,5	14,0	43,4	37,7	71,7	120,5	172,7	143,4
ETV (mln kr)	1,5	6,7	20,3	28,0	38,2	52,0	44,1 ³	9,6
ETV osa telereklaamist			52,5%	43,2%	34,6%	34,8%	23,8%	7,4%
Reklaami osa ETV eelarves	6,8%	17,4%	25,2%	28,1%	33,5%	38,0%	30,8%	7,7%

Allikad: BMF, ETV, EBU; ¹BMF, ²Eesti Statistikaamet, ³ reklaamist loobumise lepingu alusel erakanalitelt saadud tulu

ETV eelarvetulud ja kulud 1992-2000

Tabel 4

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000 ¹
Tulud kokku	21,2	38,2	80,5	99,4	113,9	136,9	143,3	124,2	160,2
Riigieelarvest (mln kr)	15,6	19,1	41,8	56,7	67,5	70,9	81,2	93,6	90,2
Riigi toetuse osa	73,5%	50,0%	52,0%	57,0%	59,2%	51,9%	56,7%	75,0%	56,3%
Reklaamist (mln kr)	1,5	6,7	20,3	27,9	38,2	51,9	-	9,6	44,5
Reklaami osa eelarves	6,8%	17,4%	25,2%	28,1%	33,5%	38,0%	(30,8)	7,7%	27,7%
Muud tulud (mln kr)	4,1	12,4	18,4	14,8	8,2	14,1	62,1	21,0	25,5

Mõnede tugeva avalik-õigusliku ringhäälinguga riikide fi- nantseerimisskeemide võrdlus Eestiga

Tabel 5

	Riigi toetus	Loamaks	Reklaam	Muud allikad
Austraalia	80%	-	3%	17%
Kanada	66%	-	23%	11%
Prantsusmaa	-	70%	25%	5%
Jaapan	-	98%	-	2%
Lõuna-Aafrika Vabariik	10%	14%	76%	-
Inglismaa	-	82%	-	18%
Eesti	57%	-	30%	13%

Allikad: ETV ja T. Mendel. *Public Service Broadcasting. A comparative Legal Survey.* UNESCO Asia Pacific Institute for Broadcasting Development. Kuala Lumpur 2000. Võrdlusandmed on 1999. aasta kohta, v.a. Prantsusmaa (1998) ja Eesti (2000).

Raul Rebane

Euroopa avalik-õiguslike televisioonide arengutendentsidest pärast 1991. aastat

Lugeja on kindlasti kursis praegu toimuva diskussiooniga avalik-õigusliku ringhäälingu tuleviku üle. Enamikku rahuldavat lahendit ei ole siiani leitud. Pikema perioodi vältel on erinevate riikide valitsustele suuri pingeid tekitavaks probleemiks olnud eelkõige finantseerimisskeem ja on ette näha, et praeguse arengu juures jääb see nii ka tulevikus.

Euroopast

Järgnev riikide grupeerimine avalik-õigusliku ringhäälingu seisundi põhjal rajaneb koostöökogemustel kõikide allpool loetletud riikide avalik-õiguslike televisioonide esindajatega.

1. Suured ja rikkad: Saksamaa, Inglismaa, Prantsusmaa, Itaalia, Hispaania. Euroopas on suur ainult see televisiooniüritus, millest need riigid osa võtavad. Nad maksavad suurima osa Euroopa ühisprojektide kuludest, neil on avalik-õiguslike televisioonide tegevuse garanteerimiseks soliidne seadusandlik baas ja nad on piisavalt finantseeritud, et olla eestvedajateks ka uute ja kalliste projektide arendamisel.

2. Väikesed ja rikkad: Põhjamaad (väljaarvatud Island), vveits, Austria, Iirimaa, Portugal, Kreeka, Belgia, Holland, Iisrael. Ka nende riikide televisioonid on hästi finantseeritud. Põhjamaad isegi väga hästi, neil on kõrgelt arenenud televisioonikultuur ja reeglina hea kvalifikatsiooniga personal. Üle-euroopalistes teleprojektides osalevad need riigid aktiivselt ja nende häälel kõlab tihti kõvemini, kui seda eeldaks nende rahvaarv. Väga aktiivsed Euroopa Ringhäälingute Liidus (*European Broadcasting Union, EBU*).

3. Väga väikesed: Island, Luksemburg, Malta, Küpros. Ka nels riikides on televisioonide tegevus piisavalt kindlustatud, ettevõtmistele paneb tihti piiri väike rahvaarv, koos sellega vähenevad ka finantseerimisvõimalused.

4. Stabiilsed: Poola, Tšehhi, Sloveenia. Televisioonid on suhteliselt hästi kindlustatud nii seaduste kui finantsidega ja neil on traditsiooniliselt kõrge kvalifikatsiooniga tööjõud. Väga aktiivsed EBU-s.

5. **Ebastabiilsed:** Ungari, Slovakkia, Rumeenia, Serbia, Horvaatia, Bulgaaria, Ukraina. Nende riikide televisioonid on seoses ühiskonna muutustega suurte probleemide ees, reeglid ja kontekst muutuvad tihti.

6. **Väikesed ja ebastabiilsed:** Eesti, Läti, Leedu. Balti riigid on oma tööjõu kvalifikatsioonilt ja seadusandluse poolest lähedal eelmisele grupile, kuid finantseerimisvõimalustelt ja rahvaarvu tõttu selgelt tagapool. Tegevust EBU-s segab rahapuudus.

7. **Õppivad:** Bosnia-Hertsegoviina, Makedoonia, Valgevene, Moldova, Albaania. Nendes riikides on madal televisioonikultuur, tegevus on nii seadusandluse kui finantseerimise seisukohast komplitseeritud ja kannab tihti juhuslikku iseloomu. EBU-s tegutsemiseks vajavad teiste abi.

8. **Erandlik:** Venemaa. Tööjõu kvalifikatsioon on kõrge ja paranemas, samuti finantsvõimalused. Televisioonide omandisuhe muutub tihti, samuti tegevusreeglid. EBU-s osaleb vastavalt vajadusele.

Loomulikult ei ole selline klassifikatsioon ammendav, sest tihti vahetatakse mingite uute tegurite mõjul gruppi. Näiteks Ungari, mis kaua aega kuulus kindlalt neljandasse gruppi, on seoses turu avanemisega kommertsjaamadele ja uute seadustega suurte raskuste ees. Aga isegi selline grupeerimine näitab, et tegelikult on Euroopa avalik-õiguslike telejaamade võrk äärmiselt erineva suuruse, võimaluste ja arengutasemega.

Ida ja Lääs

Suur veelahe jookseb Lääne stabiilsete demokraatiade ja hiljuti vabanenud Ida vahelt. See on koguni nii suur, et enamiku näitajate osas puudub võrdlemis- ja jälgendamisvõimalus, sest sama taseme saavutamiseks on vaja lihtsalt liiga kaua aega. Vahelpeal jõuavad muutuda riigid, televisioonid, tehnilised tingimused ja kogu infomaailm.

Seega saab teha järelduse – lihtne Lääne kopeerimine tulemusi ei anna, Idal tuleb leida oma tee. Sellega tegeldakse kõikides riikides, kohaldades end pidevalt muutuvate tingimustega. Erinevalt esimese kolme grupi riikide avalik-õiguslike televisioonide algusajast on Ida vastamisi mitte ainult oma probleemidega, vaid ka eriti jõuliste, kõiki puudutavate suurte protsessidega.

Pärast NSVL lagunemist ja “külma sõja” lõppemist hakkas telesektori arengukontekst kiiresti muutuma ja seda võib iseloomustada järgmiste näitajatega: 1) turu avanemine, 2) vaatajaskonna harjumuste muutumine, 3) info tarbimise tüübi muutus ja 4) digitaliseerimine.

Turu avanemine tõi lühikese aja vältel Kesk- ja Ida-Euroopa riikidesse juurde sadakond telekanalit, mis praegu võitlevad vaatajaskonna ja reklaamiraha pärast omavahel ja avalik-õiguslike televisioonidega. Loomulikult ei saadud läbi ka kurioosumiteta – Lätis anti kunagi välja üle 40 teletitsentsi ja vaeses Albaanias on neid praegugi ametlikult 35.

Enamikku riikidest tuli kiiresti sisse väliskapital, mis võttis koha sisse, ootamaks turu arengut. Väliskapitali invasioon on nii aktiivne, et selleteemaline statistika vananeb juba kirjutamise ajal. Viimasel ajal on olnud märgatav ka “ketistumine” – Viasat Põhja- ja Baltimaades, Nova Kesk-Euroopas ja nii edasi. Telejaamade aktiivne ostmine ja müük lubab teha järelduse, et kõik kanalid, mis on midagi väärt või isegi potentsiaalselt midagi väärt, müüakse aja jooksul kindlasti kellelegi ära ja ainult suurte riikide (Poola, Venemaa) omakapitalil on mingeid võimalusi säilitada osalus kodumaistes telekanalites. Eranditult ostab Lääs kanaleid Idas ja mitte vastupidi.

Vaatajaskonna harjumuste muutumine. Kummalisel kombel on märgata erinevust “arenenud” televisiooniriikide ja vabanenud riikide vaatajaskonna harjumustes. Kõigepealt on viimase viie grupi riigid tunduvalt aktiivsemad teletarbijad, keskmiselt ligi neli tundi päevas, samal ajal kui Põhjamaades on see näitaja keskmiselt kaks ja pool tundi. Nähtus, mis nõuaks eraldi uurimist, on teise grupi riikide vaatajaskonna aktiivne meelelahutusvajadus, mis võttis eriti silmatorkavad mõõtmed aastatel 1991-1997. Ladina-Ameerika sebiooperite võidukäik pea kõikides Ida riikides on Läänes, välja arvatud Hispaania ja Portugal, tundmatu nähtus. Oletuslikult on seda seotud kompensatsioonivajadusega pärast pikaajast stressi, mida eranditult kõik Ida riigid läbi elasid.

Viimasel ajal on ilmnunud ka ühiskonna jagunemine väikestes infokogukondadesse (*information communities*) ja välismaailma vastu tuntava huvi kiire kadumine. Televisioonid on vaatajate käitumisele loomulikult reageerinud ja see on tähendanud eelkõige erakanalite, aga ka avalik-õiguslike kanalite programmistruktuuri muutust meelelahutuslikus suunas.

Info tarbimise tüübi muutus on ülemaailmse nähtus, eriti kiiresti ja mõjuvalt toimib see aga Ida-Euroopas. Uue meedia, eelkõige interneti tulek on olnud muljetavaldav ja muutnud suurte gruppide reaalselt käitumist. Samal ajal tuleb arvestada, et viimase viie grupi riikidel toimub see protsess koos muude meediatarbimist iseloomustavate muutustega – tava- ja mobiiltelefonide, telepuldi ja videomagnetofoni kasutajate plahvatuslik tõus ja muu selline. Tänapäevane infokasutus on enamikul meist

kardinaalselt erinev harjumustest isegi ainult viis kuni seitse aastat tagasi. See protsess on alles algusjärgus ja lihtne on ennustada, et mõningate aastate pärast toob see kaasa uue probleemi – põlvkondadevahelise infolahkme, mida teleprogrammide koostajad kindlasti arvestama hakkavad.

Digitaliseerimine on Idas alles jõudu kogumas, osaliselt on see pidurdunud seoses raha ja kvalifitseeritud spetsialistide puudumisega. Täna on veel vara rääkida, milliseks muutub telemaastik näiteks 10-15 aasta pärast, aga muutub ta kindlasti. Kindlasti suureneb kanalite arv, kindlasti hakkavad nad raadio eeskujul suunduma täpsemalt nixxauditooriumide suunas, kindlasti muutub meediatuurundus (*marketing*) veelgi olulisemaks teaduseks, aga tervikpilti on praegu raske ette kujutada.

Ida-Euroopa avalik-õiguslike televisioonide tänapäev

Eespool kirjeldatud protsessid koos riikide tormilise poliitilise arenguga on loomulikult mõjutanud ka televisioone ja praeguseks võib välja tuua rea sarnaseid tendentse.

Vaatajaskonna kiire kaotus, mis moodustab tavaliselt ligi poole, aga Ungaris, Tšehhis, Slovakkias ja Leedus veelgi rohkem. Suhteliselt edukalt on kommertsjaamade survele vastu pidanud Poola, Sloveenia ja Rumeenia, kus on vaatajate osakaalust säilitatud üle 30%.

Rahapuudus. Praktiliselt on kõikide riikide televisioonide juhid rahapuudust nimetanud üheks põhiprobleemiks. Selle põhjused on riigiti erinevad, reeglina vähenes reklaamisissetulek, riik ei finantseerinud endises mahus või ei suudetud litsentsitasu planeeritud suuruses kokku korjata. Reas riikides (Ungari, Eesti, Leedu, Bulgaaria, osa Balkani riike) on olukord selgesti käsitletav kriisina, millest väljatuleku teede otsimine on olnud viimastel aastatel televisioonide, valitsuste ja ringhäälingunõukogude põhiline tegevus.

Koos sellega on tekkinud vajadus vähendada töötajate arvu. Kohati on vähenemine olnud eriti suur. Eestis on 90-te aastate alguse ligi tuhandest töötajast alles jäänud alla 400, samades suurusjärgudes on eelkõige kohalike stuudiote töötajaid koondatud enamikus riikides. Kes hiljem alustas, selle probleemid on suuremad, näiteks Ungaris on viimase kolme aasta jooksul vähendatud töötajaid rohkem kui poole võrra ja see läheb eriti valuliselt. Mõnes riigis, näiteks Slovakkias ja Poolas, ei ole see protsess veel täit hoogu sisse saanud, kuid saab varem või hiljem tingimata.

Poliitiline surve. Sama kindlalt, kui poliitikutud kinnitavad poliitilise surve puudumist, väidavad telejuhid enamikus riikides selle olemasolu. Eriti keeruline oli olukord kuni viimase ajani Serbias, kus kohaliku SOKO TV juhi Nebojsja Ristici sõnadel pole nende probleemiks erinevalt teistest mitte raha, vaid vabaduse puudumine. Teistes riikides on otsest survet ajakirjandusvabadusele küll järjest vähem, kuid tüüpiliselt üritab iga uus valitsus avalik-õiguslikus televisioonis näha oma partei propagandistlikku käepikendust ja siis "vastavalt teenetele" ka lahendada finantseerimisprobleeme. Silmatorkav erand on siin Eesti, kus poliitiline surve telejuhtidele on juba pikema perioodi vältel olnud minimaalne.

Segadused seadusandluses. Koos finantseerimise ja poliitilise survega on meediaalane seadusandlus praktiliselt kõikide Kesk- ja Ida-Euroopa televisioonide murelaps. Televisioonimaastik allub halvasti kiiretele muudatustele ja reeglina ei tunne seadusandjad telemaastiku iseärasusi, mistõttu vastuvõetud uus regulatsioon on tihti vastuolus "terve mõistusega" ja rohkem loob probleeme, kui lahendab neid. Ungarlased elavad teatavasti pillutatult paljude riikide territooriumil ja neid on eriti keeruline emamaa tegevusest informeerida. Uus seadus kohustas seda tegema MTV-2te. Samas anti sellele kanalile vaid satelliidilitsents ja tulemuseks oli Ungari territooriumil vaatajaskonna vähenemine 60% võrra! Riikide erinev arengutase on praeguseks loonud seadusandliku segapuntra, mille lahendab ainult piisav aeg ja praktika.

Millele toetutakse avalik-õigusliku televisiooni olemasolu põhjendamisel?

Hoolimata kohati teravaks muutunud diskussioonidest, ei ole tegelikult siiani üheski riigis avalik-õigusliku ringhäälingusüsteemi eksistentsi lõplikult kahtluse alla seatud. Üht- või teistmoodi toimib ta raskustest hoolimata edasi. Milliste argumentidega?

Programmi struktuur. Veel mõni aeg tagasi erines avalik-õiguslike kanalite programmivalik tunduvalt oma eraõiguslikest konkurentidest. Viimased aastad on aga palju muutnud, eelkõige tippaeg (*prime-time*) on muutunud meelelahutuslikumaks ja juba on mõned televisioonidest, näiteks Txehhi ja Poola omad, selgelt deklareerinud – reiting ja vaatajate osakaal on programmide ülesehitamisel eriti olulised. Suurenenud on seriaalide, mängude ja eelkõige spordi osatähtsus. Viimase näitaja osas on avalik-õiguslikud televisioonid selgeks turuliidriks.

Et eranditult kõik viimase viie grupi televisioonid müüvad reklaamiaega, on lihtne ennustada selle tendentsi jätkumist.

Programmi kvaliteet. See on reeglina subjektiivselt hinnatav näitaja, lisaks tuleb arvestada, et nüüdisajal toodetakse suur osa programmivalikust juba väljaspool teleorganisatsiooni sõltumatute tootjate poolt. Fakt on küll see, et eelkõige väiksemates riikides oli suur osa professionaalsetest teletegijatest pikka aega koondunud avalik-õiguslikesse kanalitesse, aga see eelis väheneb pidevalt.

Kultuuri ja emakeele kaitse, minoriteetide informeerimine. See on oluline argument, sest Euroopa väikestel keelealadel ei kujune turu väiksuse tõttu kunagi välja aktiivset teleurgu. Reeglina on kultuuri vaja riiklikult toetada ja televaaldkonnas tehakse seda tavaliselt avalik-õigusliku süsteemi kaudu. See on enamikus riikides suur konfliktiallikas, sest televisioonid peavad oma tegevuse finantseerimiseks müüma reklaamiaega ja muutma seetõttu programmi, oponentide huvi oleks avalik-õiguslikud kanalid suunata nimetatud "kultuuririgetosse" ja sellega kaotada konkurent turul. Tänapäevani ei ole seda vastuolu edukalt lahendanud ükski Ida-Euroopa riik. Ka siin ei ole rahapuuduse tõttu rakendatav mõnede rikkaste Euroopa riikide (Taani, Belgia, Norra) mudel, kus esimene kanal tegeleb ühiskonna ja kultuuri, teine aga meelelahutusega.

Euroopa Ringhäälingute Liit ja Euroopa Liit. Tänapäevaks on neist kahest subjektist välja kujunenud kõige olulisem avalik-õigusliku meediasüsteemi kaitsemehhanism. EBU oma 50 liikmesriigi, saatjate võrgu ja koolitussüsteemiga on ainus üleeuroopaline telekett ja sellisena oma eraõiguslike konkurentide arengust kaugel ees. Programmihangetes ja ülekannete tehnilises teostuses annab EBU oma Ida-Euroopa liikmetele suuri eeliseid, sest osa, mida maksavad esimese kolme grupi riigid sama programmi ja ülekandeõiguste eest, on ülejäänud riikide osamaksudest võrreldamatult suurem. Praktikast tähendab EBU liikmeksolek seda, et kanal annab organisatsioonile ära rea oma õigusi ja saab selle eest vastu eeliseid, mida ta üksi teutsedes endale lubada ei saaks.

Kokkuvõtteks

Hoolimata majanduslikest, poliitilistest ja seadusandlikest probleemidest, millega eranditult kõik vaesemate Euroopa riikide avalik-õiguslikud televisioonid võitlevad, on nende eksistents tagatud kuulumisega tugeva katusorganisatsiooni EBU liikmeskonda. EBU liikme staatus ja lootus saada Euroopa Liit-

du liikmeks asetab kõik Ida-Euroopa riigid (välja arvatud Venemaa) seisu, kus avaliku-õigusliku ringhäälingu toetamine on praktiliselt vältimatu.

Areng on aga äärmiselt kiire ja juba mõne aasta pärast võivad prioriteedid muutuda. Kesk-, Ida- ja Lõuna-Euroopa riikides toimuvate muutuste jälgimine tähtsustub lähiajal veelgi, sest just see territoorium on hetkel maailma suurim labor, kus testitakse inimese, riigi, televisiooni ja info vahekorda.

Allikad ja kirjandus

Conference on regional co-operation between public broadcasters in South East Europe. Bornholm, Denmark 1-3 april 2000. Baltic Media Centre 2000.

Film, television, video and new media in Europe. Statistical Yearbook 2000. Brussels: Council of Europe.

2000 Olympic marketing Fact File. International Olympic Committee. Lausanne.

Raoul Suvi

Milline peaks olema avalik-õiguslik teleprogramm?

Artikkel põhineb 2000. aasta juunis Concordia Ülikooli meediateaduskonnas kaitstud kursusetööl "Avalik-õigusliku teleteenuse osutamise võimalused Eestis".

Inimesed ootavad telekanalilt eelkõige kolme asja: 1) meelelahutus, 2) uudised ja 3) spetsiaalinformatsioon, taustainformatsioon, kommentaarid. Miks peaksid vaatajad seejuures eelistama avalik-õiguslikku ringhäälingut erakanalitele?

Üks põhjendus on kindlasti usaldusväärsus. Erafirma poolt edastatud uudised võivad silmas pidada kasulikkust firmale. Avalik-õiguslik telekanal saab pakkuda infot, mille puhul ei teki erahuvide teenimise kahtlust. Ja mis ei teeni ka riigi huvisid.

Elimineerida tuleks ka toimetusesisesed mõjutegurid nagu parteilisus ja teistest kommertsettevõtetest tingitud mõju uudistetoimetajale (näiteks teine töökoht avalike suhete esindajana). Vaataja peab olema veendunud informatsiooni edastaja erapooletuses.

Kuna finantsid avalik-õigusliku ringhäälingu ülevõlpidamiseks pärinevad maksumaksja taskust, võib avalik-õigusliku ringhäälingu tegijatel olla (teadvustamata) tunne, et nad peavad esindama abstraktset maksumaksjat ja tema eest seisma. Ka see on oht objektiivsusele.

Et objektiivsuse tagamiseks läheb vaja professionaalseid tegijaid, vajab avalik-õiguslik telekanal ulatuslikke võimalusi kvaliteetse infoprogrammi tootmiseks.

Meelelahutus avalik-õiguslikus televisioonis

Et telesaadete tarbimisel on esikohal meelelahutus, ei tohiks ka avalik-õiguslik telekanal sellest mööda minna. Millest lähtudes peaks avalik-õiguslik telekanal koostama oma meelelahutusprogrammi? Kui uudisteprogrammi võtmesõnaks on usaldusväärsus, siis mis võiks see olla meelelahutuse puhul? Pakun välja järgmised võtmesõnad: 'kvaliteet', 'sihtgrupid', 'üldisus', 'kombineeritus'.

Lähtume sellest, et kvaliteetmeelelahutuse alla kuuluvad rahvusvaheliselt tunnustatud sarjad ja filmid (Oscaritega pärjatud, Kuldsed Gloobuse omanikud, tuntud näitlejad). Kui vaataja otsustab aega veeta avalik-õigusliku telekanali seltsis, ei pea ta nägema rämpsprogrammi.

Teiseks teenib avalik-õigusliku televisiooni meelelahutusprogramm erinevate sihtgruppide huve. Paigutaksin siia kultuurisaated, spetsiaalsed spordisaated, noorte- ja lastesaated ja nii edasi. Sihtgruppidega peab arvestama, sest kommertskanalid orienteeruvad eeldatavasti kõige üldisemale auditooriumile.

Üldisus meelelahutuse puhul tähendab varianti, kus meelelahutuslik programm pannakse paika saadete reitingu järgi.

'Kombineerituse' puhul pean silmas, et tippajal (*prime time*) näidatakse massimeelelahutust ja muul ajal programmi sihtgruppidele. See versioon on kaasajal enim kasutatav – nii avalik-õiguslikus kui eratelevisioonis.

Võttes aluseks avalik-õigusliku ringhäälingu arengukohustuse, tuleks lähtuda kvaliteedist ja sihtgruppidest. Seebiseriaallid tuleks kõrvaldada kui arengule mitte kaasaaitavad programmiosad. Arengu hindamise aluseks tuleb võtta edastatava uue informatsiooni hulk.

Avalik-õigusliku programmi kujundamise juures tekib veel üks küsimus. Kas avalik-õiguslik telekanal peab arvestama erakanalite programmidega? Kas iga telekanal peab olema vaadeldav kui tervik või tuleb vaadelda telemaastikku kui tervikut? Viimasel juhul saab avalik-õiguslik telekanal ilma vaevata jätta programmist välja väiksema informatsioonisaldusega komponendid ja valida programmi edastamise kellaaegu vastavalt auditooriumi käitumisele.

Avaliku teleteenuse tellimine

Avaliku teenuse osutamist ei saa käsitleda ostu-müügi tehinguna. See peab olema sama hästi läbi mõeldud nagu riiklik pensioniprogramm, mis toetub kindlatele alustele ja mille funktsioon on avalikkusele vaevata arusaadav.

Avalik-õiguslikku teleprogrammi koostades tuleb küsida, kas üks või teine asi antud programmis on ühiskonnale vajalik? On kõrgelt vaadatavad programmid ja vajalikud programmid. Venetsueela seept vaatavad paljud, kuid kas see on ühiskonnale vajalik, et sellele maksumaksja niigi nappi raha raisata? 'Vajalik' peaks eeskätt tähendama ühiskonna arengu soodustamist.

Avalik-õigusliku ringhäälingu suhted kommertskanalitega

Kuidas peaks avalik-õiguslik ringhääling Eestis oludes suhtuma kommertskanalitesse? Pakun välja järgmised variandid:

a) pigistab silma kinni ja koostab avalik-õiguslike komponentidega programmi;

b) teeb ainult avalik-õiguslikku programmi ja arvestab sellega, et kõik selle, mis ei käi avalik-õigusliku alla, leiab televaataja kommerts-telekanalitest;

c) toodab avalik-õiguslikku programmi ja näitab seda kommerts-kanalites.

Esimene variant on see, mida ETV praegu teeb. Teine variant on kõige loogilisem. Avalik-õiguslik ringhääling teeb endale selgeks, mis on tema rida ja mis mitte, ning arvestab sellega, et turul tegutseb veel mitu erakanalit, mis pakuvad kommerts-programme.

Kolmas variant tähendab, et avalik-õiguslik telejaamal ei ole oma saatjavõrku, vaid ainult programmitootmise üksus. Antud versioon ei ole hea, sest sõltumatuse tagamiseks on vaja siiski oma lainepikkust ja 100% katvusega saatevõrku.

Avalik-õigusliku programmi koostamine

Avalik-õiguslikku programmi peab kujundama kommerts-kanalite programmi ja auditooriumi liikumist arvestades. Sõnum peab auditooriumini jõudma ja oskuslik programmi kujundamine peab seda toetama. Samas peaks aga olema välistatud mõttetu reitingu tagaajamine odavate seebisarjade või seltskonnasaadetega, millel pole ühiskonda arendavat väärtust.

Peeter Vösu

Avalik-õigusliku televisiooni probleeme Eestis

"Televisioon on kultuuriasutus number üks Eestis. Televisioon on ju tegelikult kinoekraan, teater, kontserdisaal ja Riigikogu sinu kodus; see on kanal, mille kaudu tuleb maailm sulle kätte." (Mark Soosaar)

Üle 90 % eestimaalastest vaatab televiisorit iga päev. Televisioon pakub nii informatsiooni kui meelelahutust ja kujundab üldist maailmapilti.

Milline peaks olema elektroonilise meedia süsteem, seda reguleerivad seadused ja finantseerimisskeem – need küsimused on päevakorral olnud juba kaua aega. Demokraatlik Euroopa on jäänud mudeli juurde, milles kõrvuti tegutsevad avalik-õiguslik ja eratelevisioon, kuigi viimasel kahel aastakümnel on hakanud kostma hääli avalik-õigusliku ringhäälingu erastamise poolt. Kui avalik-õiguslikku televisiooni käsitleda vaid majandusüksusena, oleks selle erastamine kiireim lahendus kuhjunud probleemidele.

Ent majandustegevus ei ole avalik-õigusliku televisiooni eesmärk, vaid vahend. Avalik-õigusliku televisiooni eesmärk on eelkõige mitmekülgne ja tasakaalustatud programm. Peale selle esindab Eesti avalik-õiguslik televisioon Eestit maailmas, arhiveerib audiovisuaalseid materjale ja arendab ning kaitseb kultuuripärandit. Oluline osa on ka vaatajaskonna ajaloolisel suhtel ETVsse ja usalduslikkusel selle kanali vastu.

Avalik-õigusliku ringhäälingu rollist ühiskonnas

Avalik-õiguslik ringhääling on sarnaselt teiste avalik-õiguslike organisatsioonidega osa demokraatlikust ühiskonnast. Tsiviilseadustiku kohaselt on see avalikes huvides seadusega loodud juriidiline isik (§6).

Avalik-õigusliku meedia puhul on vaidlusküsimuseks võimu piirid. Eriti tuntav on see probleem noore demokraatiaga Eestis. Milline on raha liikumine inimestelt avalik-õigusliku teenuse pakkujale ja kui palju rahastaja kontrollib teenuse pakkujat? Müllisel määral peab avalik-õigusliku teenuse pakkuja arvestama teenuse tarbija soovide ja huvidega? Kuidas

mõjutab teenust riik raha hulga ja rahastamise viisi määrajana? Millist survet võib avaldada institutsioon, kes vahendab raha jõudmist avalik-õigusliku meediaorganisatsioonini?

Tekkida võivad ka sisulised probleemid. Kui avalik-õiguslik ringhääling arvestab ainult turu nõudlusega, siis ei erine ta millegi poolest kommertsringhäälingust. Milline on enamuse ja vähemuse soovide arvestamise õige suhe? Millisel määral peaks avaliku teenuse pakkuja olema ühiskonna koolitaja ja harija rollis?

Käesolev artikkel põhineb 2000. aasta juunis Concordia Ülikooli meediateaduskonnas käitstud kursusetööl "Avalik-õigusliku televisiooni probleeme Eestis".

Avalik teenus erakanalilt?

Eraringhäälingu pooldajad põhjendavad erastamise vajadust efektiivsusega. Äripäeva toimetaja Aivar Hundimägi tõi Concordia Ülikoolile antud intervjuus välja majanduslikud argumendid erastruktuuride kasuks: *"Äripäev on olnud seisukohal juba mitmeid aastaid, et Eestis ei ole vaja avalik-õiguslikku televisiooni sellisel kujul, nagu ta on praegu ETV näol. Meie arvame, et seda raha [—] saab kasutada efektiivsemalt, kui riik läheks üle projektjuhtimise põhimõtetele, et pannakse paika saated, mida peaks kindlasti näitama, millest kommertskanalid ei ole ise huvitatud ja siis finantseeriks nende saadete tootmist."*

Siim Kallas Reformierakonnast kirjutab: *"Reformierakond peab avaliku hüve loomist võimalikuks ka siis, kui raadio ja televisioon on erakätes"* (Eesti Päevaleht 18.01.2000). Kallas kirjutab samas artiklis: *"Miski ei takista teoreetiliselt edaspidi ka eratelekanalitel osalemast ühe või teise avaliku teenuse hankimise võimalusel"*.

Probleemiks on siinjuures Eesti teleturu väiksus. Praegu Eestis Televisioonile kulutatava rahaga ei ole võimalik toota heal tasemel ja tasakaalustatud informeerivat, harivat ning meelt lahutavat programmi. See tähendab, et oma praeguste eelarvete juures (umbkaudu: ETV 120 miljonit krooni, TV 3 – 70, Kanal 2 – 60 ja TV 1 – 45 miljonit), ei ole ükski kanal majanduslikult sel määral sõltumatu, et prioriteetne oleks programmi sisu.

Televisioonis sõltub programmi kvaliteet rahast rohkem, kui üheski teises meediavaldkonnas. Eriti kui võrrelda hinna ja vaadatavuse suhet. Et hariv saade oleks sama vaadatav, kui Venetsueela või Mehhiko seriaal, tuleks sellele kulutada vähemalt kümme korda rohkem raha. See näitab selgelt erinevust

televisiooni ja trükimeedia vahel. Artikli hind kvaliteetlehes ei ole oluliselt kõrgem kõmulehe artikli hinnast.

Kujutlus avalik-õiguslikust ringhäälingust

BBC kujutlus iseendast on olla maailma kõige loovam ja usaldatavam ringhääling ning programmide valmistaja (BBC koduleheküljel www.bbc.co.uk).

Loovuse ja usaldatavuse üheks eelduseks on kindlasti eelmainitud tasakaalustatud programmi loomine, mis sisaldab vajalikul määral informeerivaid, harivaid ja meelelahutuslikke saateid. Loovuse või loomingulisuse saavutamine ja arendamine nõuab lisakulutusi pidevaks koolituseks, seminarideks ja täiendõppeks nii loomingulisele kui ka tehnilisele personalile.

Loovuse ja usaldatavuse seisukohast vaadatuna ei tundu ETV erastamine Eesti praeguses olukorras otstarbekana. Oluks korras, kus reklaamitulu jätab erakanalid kahjumisse, ei ole tõenäoline, et nad kulutaksid raha loomingulise ja tehnilise personali koolitusele. Samuti on välistatud võimalus nõuda erakanalilt piisavas koguses kvaliteetsete haridus- ja info-saadete tootmist.

Usalduse küsimus puudutab ka poliitilist ja majanduslikku sõltumatust, mis väldiks erinevate huvigruppide surve programmi. Ka selles osas on praeguses Eestis ohus just eratelekanalid.

Televisiooni roll rahvuse edendamisel

Väikertigina vajab Eesti televisiooni ka kui rahvuse eneseteadvuse ja väärikuse kandjat. Avalik-õiguslik televisioon rahvustelevisioonina peab toetama Eesti kodumaist ja omakeelset kultuuri. Siin võib nimetada lauluvõistlusi, muusika- ja teatriüritusi ja muid kultuurisaateid, mida turg üldiselt ei soosi.

Kultuurisaadetele on väga raske seadustega sätestada miniged kvaliteedinõudeid. Selles valdkonnas tuleb usaldada tegijaid ja loota nende missioonitundele.

Kõik erakanalid kuuluvad praegu välismaalastest omanikele. Seadusega oleks neile ehk küll võimalik sätestada toodetavate kultuurisaadete hulka, kuid võimatu oleks nõuda nende sisulist kvaliteeti.

Kes saab omanikuks, kui ETV erastada? On vähetõenäoline, et uued omanikud oleksid eestlased. Mis saab siis rahvuse ja rahvuskultuuri toetamise eesmärgist? Seadused ei anna eratevõtte puhul siinkohal mingit garantiid. Sellest tulenevalt on

otstarbekam jätta ETV kui Eesti rahvuskultuuri kandja ja rahva teadvuse edendaja erastamata.

Üks riskifaktoreid on seejuures erakanalite majanduslik ebakindlus. Majanduslike huvide ja programmiliste huvide vastuolu korral jääksid ilmselt peale majanduslikud huvid. Ei ole tagatud ka ühegi erakanali turule püsima jäämine, mis garanteeriks vaatajaskonna usalduse võitmiseks tarviliku järjepidavuse. Samuti puudub välisomanikel vähimgi motivatsioon Eesti kultuuri toetamiseks olukorras, kus kultuurisaadete tootmine suurendab tootja kahjumit.

Avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimise võimalused

Juba 1997. aastal Eesti Päevalehele antud intervjuus tõstas Hagi Šein selle probleemi teravalt: *"Kahjuks ei ole Eestis sündinud konsensuslikku meediapoliitikat, riigi vastutus ringhäälingu valdkonnas on ebamäärane. Aeg muudkui läheb ja ikka on lahendamata ETV jaoks kaks väga olulist probleemi – omandiküsimus ja finantseerimismudel."* (Šein 1997: 266). Samu küsimusi arutati veelgi varem, 7. juunil 1995 Rahvusraamatukogus toimunud avalikul arutelul "Avaliku ringhäälingu tulevik Eestis". Seal tõstatas avaliku ringhäälingu finantseerimise küsimuse Marju Lauristin ja seda puudutasid veel mitmed ettekanded (Šein 1997: 275-317).

Kogu telereklaamituru maht Eestis oli 1999. aastal umbes 120 miljonit krooni. 2000. aastaks on reklaami müügi prognoos kokku 130-135 miljonit krooni ja aastaks 2001 on see 140-170 miljonit krooni. Need arvud näitavad, et ka kogu Eesti reklaamitulu ei ole piisav isegi kolmele erakanalile. Selline pingeline turuolukord mõjutab negatiivselt ETV suhteid kommertskanalitega.

See ei ole reklaamlaja müügi ainus negatiivne mõju. Reklaamlaja müük mõjutab ka programmi ülesehitust. Sõltuvalt reklaamlaja eest saadavatest sissetulekutest muutuvad prioriteetseteks saated, mis ei tarvitse avalik-õigusliku programmi aspektist sugugi prioriteetsed olla. Kerkivad mitmed eetilised ja lojaalsusega seotud probleemid. Tavapäraselt, eriti alafinantseerituse korral, jääb peale rahaline surve. Petetud pooleks osutub siin maksumaksja, kes on suurema osa programmiist kinni maksnud.

Reklaamlaja kaudne müük tähendaks erakanalite reklaamitulude mingi osa loovutamist avalikule ringhäälingule. See summa on selgelt liiga väike, et sellega rahastada kogu teleka-

nali tegevust. Kõne alla võib siin tulla osaline, kindlasti mitte aga põhiline sissetulek. Pean seda põhimõtteliselt õiglaseks, sest see annab avalikule ringhäälingule võrdse võimaluse osaleda reklaamist saadavate sissetulekute jagamisel, moonutamata seejuures turgu ja avalik-õiguslikku programmi.

Kaudsest reklaamimüügist saadud osaline rahastamine võib kujuneda probleemseks põhjusel, et see on avalik-õiguslikule ringhäälingule suhteliselt ebakindel sissetulek. Lahendusena võiks rakendada aktsiisimaksu, mis laekub reklaamist ja läheb täies ulatuses edasi avalik-õiguslikule televisioonile. Sarnaselt kütuseaktsiisile, mis läheb teede korrashoiuks. Selle maksu suuruse osas tuleks teha eraldi analüüs. Aluseks võib võtta ETV-le laekuva summa, mille suurus võiks olla programmide mahtusid arvestades proportsionaalses suhtes erakanalitele jääva rahaga.

Reklaamiraha nappusest tulenevalt jääb enamuse ETV kuludest maksumaksja kanda. Üheks võimaluseks oleks veel avaliku ringhäälingu loomaks, mille eeliseks on selge ja arusaadav seos teenuse pakkuja ja tarbija vahel. Puuduseks on võimalikud probleemid selle maksu kogumisel. Teine võimalus on rahastada avalik-õiguslikku ringhäälingut riigieelarve kaudu. Selle variandi puuduseks on otsese seose puudumine maksja ja teenuse pakkuja vahel ning riigi sekkumise oht programmi kujunemisse. Eeliseks on kokkuhoid, ei ole vaja koguda eraldi maksu. Et valdav enamuse eestlastest vaatab ETVd, on maksu kogumine riigieelarve kaudu ka moraalselt põhjendatud.

Optimaalseks võib pidada avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamist põhiliselt riigieelarvest ja osalt kaudse reklaamiraha abil, maksustades reklaami näitamist eraringhäälingus.

Kui palju maksab avalik-õiguslik programm?

Kas 100 miljonit krooni on suur või väike raha? Audiovisuaalne toodang on kallid. Kahetunnise filmi eelarve ületab enamasti juba 200 miljoni dollari piiri. Hispaaniakeelsete seriaalide tunnihinnad algavad 5000 kroonist. Kodumaise teleaate tunnihinnad mahuvad 50 ja 70 tuhande krooni vahele. Erandeid võib olla mõlemas suunas, aga ettekujutuse programmi eelarve suurusjärgust võib saada, korrutades aasta soovitud programmimahu tundides 60 tuhande krooniga. Sellise valemi järgi maksaks 5000 tundi aastas 300 miljonit krooni ja see oleks ilmselt suurusjärg, millega avalik-õiguslik ringhääling saaks garanteerida odavate seriaalideta kvaliteetse programmi.

Rahastamismudel peaks olema läbipaistev. Kindlasti peaks olemas olema vähemalt kümne aasta arengukava ja garanteeritud rahastamise maht ja viis sama pikaks ajaks.

Milline organisatsiooniline vorm on parim?

Avalikku ringhäälinguteenust osutavad Euroopas enamasti avalik-õiguslikud organisatsioonid. Organisatsiooni ülesehitus ja ülesannete jaotus on erinevates maades erinev, sõltuvalt tavadest ja vajadustest. Vähem või rohkem kasutatakse kõikjal ka vabakutseliste ja väiketootjate loodud programme. Organisatsiooni vorm peaks toetama ettekujutust avalik-õiguslikust ringhäälingust ja selle eesmärgi.

Kas avalik-õiguslik organisatsioon on ainus ja parim lahendus avaliku teenuse osutamiseks? Eespool on välja toodud erakanalite eesmärkide vastuolulisus, mis mõnes olukorras võib esile kerkida. Kolmandaks võimalikuks variandiks oleks mittetulundusühing.

Holland on üheks näiteks mittetulundusühingute kasutamisel avaliku televisiooniteenuse osutamisel (Intervjuu van der Wolfiga). Kogu avalik-õigusliku meedia moodustab Hollandis kombinatsioon avalik-õiguslikust meediaorganisatsioonist ja kuuest mittetulundusühingust. Avalik-õiguslik organisatsioon haldab seadmeid ja stuudioruume ning on vastutav programmi ülesehituse ja eetrissemineku eest. Kuus erinevat eraõiguslikku mittetulunduslikku organisatsiooni toodavad programme, mille sisu üle nad ka ise otsustavad. Seadusega on reguleeritud, mitu protsenti millisesse kategooriasse kuuluvaid programme nad peavad tootma. Riik finantseerib nii avalik-õiguslikku kui ka eraõiguslikke organisatsioone, kellega on sõlmitud vastav leping. Reklaamiaega Hollandi avalik-õiguslik ringhääling ei müü. Sellise süsteemi eeliseks on konkurents kuue organisatsiooni vahel. Vastavalt iga tootja vaatajaskonnale hulgale otsustatakse neile antava saateaja määr. Tänavu jagatud saateag fikseeriti kümneks aastaks.

Täiesti teistsugune mudel on läbi aegade olnud BBC'l. Viimase mõne kuu jooksul on BBC's toimunud muudatused, mis muudavad briti meediakorporatsiooni veelgi kompaktsemaks. 1. veebruaril 2000 võttis BBC juhtimise üle uus peadirektor Greg Dyke ning esitas otsekohe plaani organisatsioonilisteks muudatusteks, mille juhatus kuus nädalat hiljem ka kinnitas. *"Meie eesmärgiks on luua üks BBC, kus inimesed naudivad oma tööd, neid inspireerib ja ühendab ühine eesmärk valmistada häid programme ja osutada silmapaistvaid teenuseid,"* ütles

Greg Dyke 3. aprillil toimunud pressikonverentsil (Dyke 2000). Muudatustega juhtimises vähendas ta juhtimistasandeid, et olla lähemal toimetustele ja programmistele otsustele. Endise neljalükmelise tegevjuhtide komitee asemele määras ta juhatuse komitee, mis koosneb 17 tegevjuhist, kes on otseselt tema alluvuses. Samas vähendas ta tunduvalt osakondi ja keskastme juhte, mille tagajärjel on plaanis vähendada organisatsioonilisi kulusi viie aasta jooksul 24 protsendilt 17 protsendile. Programmitoimetusi jääb neli:

- 1) draama-, meelelahutus- ja lastesaated;
- 2) dokumentaal- ja haridussaadet;
- 3) sport;
- 4) uudised.

Kui Hollandi mudel on pluralistlik ja keeruline, siis BBC mudel on seevastu ühtne ja lihtne.

Hollandi mudelil on palju eeliseid, kuid Eesti praeguses olukorras ei ole seda võimalik rakendada. Eestis ei ole konkureerivaid mittetulunduslikke organisatsioone, kes võiksid seda rolli täita. Samas ei arva ma, et selle võimaluse peaks tulevikus välistama.

Eesti praegustes tingimustes peaks kõige paremini toimima BBC'le sarnanev mudel. Olemas on avalik-õiguslik organisatsioon ETV. Olemas on ruumid ja seadmed. Kõige olulisem – olemas on kogunud loominguine kollektiiv ja auditooriumi usaldus. Usalduse võitmine on protsess, mis võtab aega.

Eesti oludes oleks hea sarnaselt BBC'ga luua väheste tasanditega, väheste keskastme juhtide ja laiaulatusliku, otseselt peadirektorile alluva juhtide nõukoguga organisatsioon, kus tegevjuht on programmi puudutavatele otsustele lähedal.

Teatud projektide jaoks oleks otstarbekas kasutada ka spetsialiseerunud väiketootjaid ja produtsente. See muudab programmi mitmekesisemaks ning toob organisatsiooni lisaideid.

Kokkuvõte

Analüüsides erastamise eeliseid ja puudusi, võib järeldada, et kuigi erastruktuurid on üldiselt efektiivsemad, ilmneks toodetava programmi valikus tõenäoliselt huvide konflikt, mis eriti teravalt võib tunda anda alafinantseerituse korral. Tulenevalt avalik-õigusliku televisiooni eesmärkidest ja funktsioonidest ühiskonnas tuleb sellega paremini toime avalik-õiguslik organisatsioon. Seetõttu ei ole ETVd otstarbekas erastada.

Avalik-õiguslik televisioon on vajalik kogu Eesti ühiskonnale. Teenuse tarbijana on ühiskonnal kohustus kanda ka kulusid.

Allikad ja kirjandus

- Dyke, G. (2000). Dyke unveils moves to build "One BBC". – *BBC News Release*, 3 April 2000. www.bbc.co.uk
- Intervjuu Aivar Hundimäega kevadel 2000. Concordia Ülikooli video.
- Intervjuu Peter van der Wolfiga 20.04.2000.
- Kallas, S. Eesti Televisioon ja tema raha. – *Eesti Päevaleht*, 18.01.2000.
- Kangro, T., Viita A., Krimm T. (2000). *Eesti Televisiooni kriisiprogramm 2000. aastaks*. Käsikiri. Tallinn: Eesti Televisioon.
- Šein, H. (1997). *Materjale avaliku ringhäälingu teoriast ja praktikast*. Tallinn: Eesti Televisioon.

Urmo Kübar, Liina Lepik, Alari Rammo

Avalik-õigusliku ringhäälingu mõiste tõlgendamine Eesti praktikute hulgas

Meediateoreetik Denis McQuail on väitnud, et ühest avalik-õigusliku ringhäälingu kontseptsiooni pole tegelikkuses veel välja kujunenud. Avalik-õigusliku teenuse idee leiab viimastel aastatel üha enam erinevaid tõlgendusi (McQuail 1994).

Brian McNairi järgi on avalik-õigusliku meedia idee ähmas-
tunud seoses uue meediatehnoloogia kasutuselevõtmisega (näiteks kaabel- ja satelliitvõrgud) ja selle mõjuga meedia rollile ühiskonnas. Teiselt poolt peab avalik-õiguslik ringhääling ko-
hanema üha tarbijakesksemaks muutunud ühiskonna nõud-
mistega (McNair 1994, cit. Püvi 1999).

Nii võtsime hüpoteesiks, et ka need inimesed, kes oma töö
tõttu terminit pidevalt kasutavad, tõlgendavad seda erinevalt.
Seejuures eeldasime, et suuremad erinevused tekivad just
praktikute (ringhäälinguorganisatsioonide juhid) ja teoreetiku-
te (meediaõppejõud, ringhäälingunõukogu liikmed) tõlgendus-
te vahel.

Uuringu viisime läbi telefonitsi ja näost-näkku intervjuude-
na, kus esitasime küsimuse: "Kuidas teie mõistate väljendit
"avalik-õiguslik ringhääling"?". Lisaks küsisime: "Millised on
teie meelest avalik-õigusliku ringhäälingu funktsioonid Ees-
tis?". Otsustasime mitte esitada küsimusi vastajale eelnevaks
tutvumiseks, et kuulda just tema esmaseid (seega tema jaoks
kõige olulisemaid?) mõtteid.

Põhiosa intervjuudest on tehtud kevadel 1999. Mari
Velmetit, Mart Ummelast ja Peeter Sookruusi on küsitletud ke-
vadel 2000.

Kuigi palusime küsitletutel leida vastamiseks aeg, mil neil
on võimalik sellele keskenduda, ei saa me anda garantiid, kui-
võrd nad suutsid või tahtsid vastamise hetkel kontsentreeruda.
Küsitlesime järgnevaid meediategelasi (ametinimed küsitlemi-
se ajal):

- **Halliki Harro**, Tartu Ülikooli ajakirjandusõppejõud
- **Andres Jõesaar**, TV 3 tegevdirektor
- **Signe Kivi**, kultuuriminister
- **Rein Lang**, AS Trio LSL juhatuse esimees

- **Urmas Loit**, Ringhäälingute Liidu tegevdirektor
- **Vello Lään**, Tartu Raadio direktor
- **Paul-Eerik Rummo**, Riigikogu ringhäälingunõukogu esimees
- **Ain Saarna**, Eesti Raadio peadirektor
- **Peeter Sookruus**, kultuuriministeeriumi üldosakonna juhataja
- **Hagi Šein**, Concordia ülikooli meediateaduskonna dekaan
- **Kris Taska**, Kanal 2 direktor
- **Vallo Toomet**, AS Eesti Sõltumatu Televisioon juhatuse esimees
- **Mart Ummelas**, Eesti Raadio programminõukogu esimees
- **Mari Velmet**, Raadio 4 direktor
- **Peeter Vihalemm**, ringhäälingunõukogu liige, Tartu Ülikooli ajakirjandusõppejõud

Avalik-õigusliku ringhäälingu mõiste seletamiseks kasutatud karakteristikud jaotasime nelja gruppi, arvestades seejuures ka negatiivseid seletusi, see tähendab seletamist läbi selle, mida avalik-õiguslik ringhääling ei ole.

Seletamine läbi funktsioonide eripära

"[---] erinevaid huvigruppe informeeriv [---], kaasa arvatud [---] need, kes kommertsile huvi ei paku" (Harro).

"[---] klassikalises mõttes alati on avalik-õiguslikkus hariv funktsioon" (Harro).

"[---] kodanikku õpetav-koolitav-holatav-teavitav" (Jõe-saar).

"[---] ta peab aitama inimestel aru saada, mis ümberringi toimub, et õigesti käituda – tälta seadusi, ühiskonnas omaks-võetud reegleid, olla abiks talle nõ õigete valikute langetamisel oma praktilises elus" (Ummelas).

"[---] peab tagama võimaluse kõigil riigi kodanikel saada olulisemates ühiskonnaelu küsimustes erapooletut ja tasakaalustatud informatsiooni, [---] et inimesed saaksid kujundada oma arvamust [---]" (Šein).

"[---] sotsiaal-poliitiline informatsioon, kultuurinfo ja stiis ka meelelahutus" (Šein).

"[---] neli suunilust – informatsioon, haridus, kultuur ja meelelahutus. Ta peab olema selline, mis vastab inimeste ootustele ja vaeeldamatult vajab ta meelelahutust" (Sookruus).

"[---] ütleme mingisugune puhas meelelahutus võiks ju olla selline, mida ei peaks tegema" (Ummelas).

"Meelelahutus [---] mu meelest ei ole avalik-õigusliku televisiooni eriti tähtis kohustus" (Taska).

"[---] peab tagama vaba ja tasakaalustatud, poliitilises mõttes ja ühiskondlikkus mõttes tasakaalustatud informatsiooni levi ühiskonnas" (Rummo).

"Eesti seadus paneb Eesti avalik-õiguslikele ringhäälingu-organisatsioonidele [---] eesti rahvuskultuuri edastamise, salvestamise ja säilitamise ülesanded." (Rummo).

"Ja siis on tal kindlasti info edastamise kohustus ja ka ühiskondliku elu tähtsamate probleemide arutlus peaks seal toimuma." (Tbomet).

"[---] talletama arhiivi eesti kultuuri, ühiskonnaelule tähtsamaid saateid ja sündmusi, [---] kultuurisündmusi ja selliseid sündmusi, mis ei paku huvi kommertsjaamadele" (Tbomet).

"[---] informatsioon, eluvajalik ja integreeriv ja sotsiaalne informatsioon, et see on kõige tähtsamad asjad" (Taska).

"Ühelt poolt on tegemist [---] operatiivse informeerimisega, aga [see ei tähenda] mitte ainult [---] puht sündmuslikku külge, vaid [---] üldsuse tähelepanu juhtimist [---], järjekindlalt probleemide tähelepanu all hoidmist" (Vihalemm).

"[---] teatud gruppides ja teatud piirkondades esinevaid probleeme [---] ja elu kajastada. Ühesõnaga lisaks puht välisest sündmustest informeerimisele kujundada teatud maailmapilti ses tähenduses, et see oleks mitmekesine, erinevad piirkonnad, erinevad grupid saaksid meedias sõna ja nende olukord, nende probleemid oleksid esindatud. Ja seal oleks ka informatsiooni, mis nelle huvi pakub" (Vihalemm).

"[---] olla teatav foorum [---], kus osalised on siis rohkem või vähem informeeritud teatud asjadest ja huvitatud teatud asjadest ja arutlevad teatud asjade üle. Et meedia teadlikult arutlevates küsimustes suunab arutelu selle kaudu, et ta asjaosalistele pakub sõna, otsib need üles, keda üks või teine küsimus võib puudutada ja pakub nelle sõna ja kujundab mitmekülgset arvamustevahetust. Eriti nendes küsimustes, mis on olulised ja mille ümber otsus sünnib" (Vihalemm).

"[---] inimeste ühendamine võib minna ka kaugemale arutlust, võib tähendada ka teatud aktsioone" (Vihalemm).

"[---] tegeleb [---] lisaks tavalisele, üldmõistes ringhäälingule, ka niisuguste suhteliselt kallite asjadega, [---] mida keegi teine lihtsalt ei jaksa teha" (Saarna).

"Kultuuri talletamine kõige paremas mõistes, kõige laiemas mõistes" (Saarna).

"[---] avalikkuse informeerija, kultuuriväärtuste looja, hoidja ja talletaja avalikkuse huvides" (Loit).

"Ja ka sellises tehnilises arengus peaks ta olema kaasaraajaja" (Loit).

"Tegevus [---] peab olema suunatud funktsioonidele ühelt poolt säilitada rahvakultuuri, teiselt poolt selle arendamisele" (Lang).

"[---] kohustus seista oma keele ja kultuuri eest" (Kivi).

"[---] riigil on vaja anda oma rahvale informatsiooni, mis peab olema edastatud riigi suhtes objektiivselt ja moonutamata" (Kivi).

Seletamine läbi programmi eripära

"[---] avalikku teenust pakkuv ringhäälingusüsteem ja avalikkuse huvides toimiv" (Harro).

"[---] mitmekesine programm, mille juures on arvesse võetud nii massi- kui ka vähemusauditooriumi huvi" (Šein).

"[---] programm on mitmekesine, tasakaalustatud igas mõttes – poliitiliselt, kultuuriliselt. Sisaldab saateid väga erinevatele ühiskonnagruppidele ehk ei ole orienteeritud mingile kitsale ringkonnale" (Velmet).

"[Programmi] skaala peaks olema suhteliselt lai" (Jõesaar).

"[---] me peaksime kõik põhilised elanikkonna rühmad, huvigrupid, ka vähemused, neile pakkuma võimalust. Kuid teisest küljest on selge, et raadio on spetsiifiline kanal" (Ummelas).

"[---] teenus, mida ta pakub, on vajalik ühiskonna arenguks ja arvestab vähemusgruppide huve" (Toomet).

"[---] valdav osa selle avalik-õigusliku jaama programmist peaks olema hangitud ja loodud selle jaama enda toimetuse kontrolli all [---] ta on esiteks emakeelne, oma kultuuri keskne, ta lähtub kohalikust huvist ennekõike" (Šein).

"Ta peaks üle 50% oma programmist kas tellima Eesti tootjalt või tegema ise, produtseerima ise eestikeelseid saateid" (Toomet).

"[---] ringhääling, mis siis [---] informatiivset ja sotsiaalset programmi pakub kõigile Eestimaa territooriumil õiguslikult elavatele kodanikele" (Taska).

"[---] raadio programm tänasel päeval valmib sellel hetkel kui ta eetrisse läheb ja ka see on avalik-õigusliku raadio ülesanne – ta ei saa ajakohasuse põhimõttest taganeda" (Ummelas).

[---] tegevuse eesmärk ei ole kitsas ärihuvi, vaid just nimelt avalikkuse huvi [---]" (Loit).

"[---] esimene vahe ongi selle vahel, kummast juhindutakse, kas kasumi saamisest või avalikkuse teenimisest. Ja avalik-õiguslik ringhääling selgelt juhindub viimasest" (Vihalemm).

Seletamine läbi omandivormi ja finantseerimise eripära

"[---] see ei sõltu omandivormist, see võib olla nii riiklikus omandis, avalik-õiguslikus omandis kui ka eraomandis; ja ei sõltu ka finantseerimisviisist, see võib olla finantseeritud nii riikliku toetuse kaudu, kui ka lubamaksudest, kui ka reklaamist, kui ka kombineeritud vahenditest" (Šein).

"[---] enamik, ka väiksemaid Euroopa riike on leppinud nii öelda segafinantseerimisega (riigiraha ja reklaam). Ma arvan, et see on ka Eestis täiesti normaalne" (Sookruus).

"[---] kolmas ringhäälingu juriidilise toimimise vorm riigiringhäälingu ja eraringhäälingu kõrval. [---] peab oma tunnuste kohaselt olema eraldatud riigist sellisel viisil, et täitevvõim ei saa sekkuda tema tegevusse, see tähendab [---] peab saama tegevtseda tema kohta kälva seaduse alusel, mis tagab tema poliitilise sõltumatuse ja ka tema finantseerimise viis peab olema niisugune, et see ei too endaga kaasa poliitilist ega muud sõltuvust" (Rummo).

"[---] mingi kindel ettenähtud protsent eelarvest, mis siis sõltub sellest, kui riigieelarve suureneb, selle võrra suureneb ka avalik-õigusliku ringhäälingu eelarve" (Velmet).

"[---] teda finantseeritakse [---] kas riiklikest allikatest või loamaksu alusel ja ta ei osale reklaami turul ehk kommertsturul" (Toomet).

"[---] parlamendi poolt asutatud avalik-õiguslikud ringhäälinguorganisatsioonid [---] on allutatud avalikkuse kontrollile" (Kivi).

"[---] avalik-õigusliku funktsiooni täitmiseks on vajalik teatav vabastatus kasumist, [---] seda peab saama teha kas siis riigi toel või maksumaksja toel, loamaksu teel või mõne järjekindla sponsori toel" (Vihalemm).

Seletamine läbi kättesaadavuse eripära

"[---] peab olema kõigile riigi kodanikele kättesaadav, see tähendab võrdseid võimalusi ligipääsuks informatsioonile" (Šein).

Kokkuvõte

Küsitlus tõestas hüpoteesi, et erinevate inimeste jaoks tähendab mõiste "avalik-õiguslik ringhääling" erinevaid asju. Esines otseselt vastukäivaid tõlgendusi: näiteks tähendab "avalik-õiguslik" erakanalite juhtide (Toomet, Taska, Lään, ka Jõesaar) jaoks otsesemalt või kaudsemalt väljendatult mitte-osalemist reklaamiturul; samas näevad ajakirjandusõppejõud (Šein, Vihalemm) reklaami müümist ühe võimaliku finantseerimisallikana ka avalik-õigusliku ringhäälingu puhul. Eesti Raadio töötajate (Velmet, Ummelas) arvates võib reklaami kasutada ka avalik-õiguslik ringhääling – ideaalis küll mitte, aga Eesti ei ole ideaalide jaoks piisavalt rikas.

Samuti tekkis eritõlgendusi omandivormi seisukohalt. On väiteid, et avalik-õiguslik ringhääling võib olla nii riigi- kui eraomandis (Šein, Vihalemm, Jõesaar), seda nähakse riigiringhäälinguna (Taska, Ummelas) ja kolmanda sektori omanduses olevana (Rummo). Kultuuriminister Kivi näeb avalik-õiguslikku ringhäälingut ühelt poolt riigi teenistuses, teisalt aga allutatuna avalikkuse huville.

Programmi osas nimetatakse meelelahutust nii avalik-õigusliku ringhäälingu funktsioonina (Šein, Jõesaar, Sookruus, Ummelas) kui ka selle funktsioonide hulka mittekuuluvana (Taska). Iseküsimus, mida tõlgendatakse meelelahutusena – näiteks nimetati sageli avalik-õigusliku ringhäälingu konkreetsete funktsioonidena raadiokuuldemänge, rahvuslike (rahvalike) ja rahvusvaheliste kultuurisündmuste ja spordivõistluste ülekandeid, mida võib teatud tõlgenduses samuti meelelahutuseks nimetada.

Eesti Raadio programmidirektor Mart Ummelas tõdes, et avalik-õiguslike funktsioonide täitmist kommertsraadiote poolt tuleks võtta väikse mõõndusega, sest nende eesmärk on siiski raha teenida. Ka jutusaateid tehakse kommertsraadiotes Ummelase sõnade järgi sellepärast, et inimestele meeldib neid rohkem kuulata ja sinna vahele on kergem reklaamiaega müüa. Neil on laiem majanduslik eelhoiak, ka uudiste puhul.

Veel võib märgata praktikute seas tendentsi seletada mõiste lahti pigem läbi funktsioonide (Taska, Jõesaar, Toomet, Saarna, Ummelas, Velmet, aga ka Kivi), mis kujunes praktikute suuremat osakaalu arvestades ka kõige populaarsemaks avalik-õigusliku ringhäälingu seletuseks. Teemaga rohkem teoreetiliselt tasandil kokku puutuvate küsitletute seas kohtab rohkem laiemaid nägemusi (näiteks Rummo seletab seda läbi omandisuhte, Šein läbi kättesaadavuse).

Mart Ummelas pidas avalik-õigusliku raadio üheks kindlaks funktsiooniks reaalajas töötamist. Programm peab olema voolav, mille vahel peab olema ka kunstilise väärtusega saateid. Samas mõõnab Ummelas, et Vikerraadio on tehniliselt üleminekuajal. Toimetajad alles harjuvad uute tehniliste võimalustega ja keskenduvad üksnes sellele. Sisu jääb tahes-tahtmata teisejärguliseks. Uus tehnoloogia nõuab ka uut mõtlemist, millega tuleb harjuda.

Enamik küsitletuid mainis avalik-õigusliku ringhäälingu tunnustena vabastatust kasumi taotlemisest ja avalikkuse huvi teenivat mitmekesisust ning tasakaalustatud programmi, sealhulgas suunatust minoriteetidele. Avalik-õigusliku ringhäälingu funktsioonidena toodi kõige rohkem esile informeerimist nii sündmuste kui protsesside tasandil, nii sise- kui välisinfo näol, suunamist, õpetamist, samuti rahvuskultuuri edastamist, salvestamist ja säilitamist ning avaliku diskussiooni tekitamist ja juhtimist.

Tõrkab silma, et erinevad tõlgendused tulenevad erinevatest huvidest – siin võib näitena tuua erakanalite juhtide nägemuse reklaamimüügi (Täskä puhul ka meelelahutuse) sobimatusest avalik-õiguslikule kanalile ja kultuuriminister Kivi nägemuse avalik-õiguslikust kanalist kui riigi informatsiooni objektiivsest ja moonutamata edastajast.

Kirjandus

McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. London: Sage. Tsiteeritud teose: Püvi, M. (1999). *Vikerraadio kui avalik-õigusliku raadiokanali kujutamine Eesti üleriigiliste päevalehtedes 1998. aastal*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikooli ajakirjandusosakond.