



Maarja Lõhmus, Epp Ehand

Programmianalüüsi probleemid ja meetodid

Järgnevad käsitlused on kokkuvõte 2000. aasta kevadel Tartu ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas tehtud Eesti tele- ja raadioprogrammide analüüsist, mille eesmärgiks on anda ülevaade programmidest – nende poolt täidetavatest funktsioonidest, sihtauditooriumidest, aga ka edastatud väärtushoiakutest. Kui mitmekesised õieti on meie tele- ja raadioprogrammid? Millest ja kuidas neis räägitakse? Kellele ja milleks need programmid on?*

Kui programmitüübi, funktsioonide, sihtauditooriumide, zanride ja väärtushoiakute määratlemine on programmianalüüsi puhul traditsiooniline, siis mõnevõrra uudne on katse määratleda, kuivõrd programm pakub avalikku teenust, loob avalikku hüve.**

Üliõpilased kuulasid/vaatasid kuue raadiokanali ja nelja telejaama programme veebruari-märtsi kuuel päeval – reeglina kolmel argipäeval ja kolmel puhkepäeval.*** Päevade valik oli juhuslik. Analüüsi ühikuks on üks terviklik saade/programm; iga saate/programmi puhul määratleti esinejad-osalejad****, kujuteldav sihtauditoorium, zanr, saate funktsioonid, saatega edastatavad väärtused ning kas ja kuivõrd (täielikult või osali-

* Rootsi ringhäälinguprogrammide võrdlustulemuste järgi tootis seal avalik-õiguslik televisioon 60% infoväärtuslikku, 10% *infotainment*- ja 30% meelelahutusprogrammi, reguleeritud kommertstelevisiooni vastavad näitajad olid 30%, 20% ja 50% ning kommertstelevisioonis 25%, 0% ja 75% (Findahl 1998: 94). Tüüpiliselt on Euroopa jaamade programmi poliitikas käinud võitlus programmide politiseerimise ümber ja poliitilise võimu maksimaliseerimise eest selle asemel, et teenida avalikke huve; 1990ndatel on erajaamad suundunud korraldama poliitiliste huvide teenindamist läbi turu (Burgelman, Pauwels 1998).

** Analüüsile eelnenud seminarides ühtlustasime meetodikat ja määramiskriteeriume, et püsida kodeerimisel – eriti avaliku teenuse määratlemisel – võimalikult ühtses süsteemis.

*** Raadio Uunot on erandlikult kuulatud viiel päeval, Raadio 2 kaheksal päeval, Raadio 4 neljal päeval – kahel tööpäeval ja kahel puhkepäeval.

**** Esinejate-osalejate määratlemisega võib ühtlasi määratleda sotsiaalseid protsesse ja hoiakuid protsesside suhtes. Näiteks Briti 1930ndate kriisi ja töötuse teemal domineerisid BBC's esinejatena kõigepealt eksperdid, siis uurivad ajakirjanikud, kolmandas faasis marginaliseeriti "töötud" kui sotsiaalne minoriteet, lõpetati teema nimetamine aktuaalseks ja viimaks ka selle käsitlemine (Scannell 1986).

selt) saade osutas avalikku teenust, vastas avalikkuse huvidele. Allpool olulisematest analüüsikategooriatest lähemalt.

Mõistagi hõlmas avaliku teenuse osutamise analüüs avalik-õiguslikku ringhäälingut – nelja raadioprogrammi (Vikerradio, Raadio 2, Klassikaraadio ja Raadio 4) ja Eesti Televisiooni. Lisaks neile on kaasatud ka kolm eratelekanalit (TV 3, TV 1 ja Kanal 2) ja kaks eraraadiojaama – Kuku ja Uuno Raadio.

Avaliku teenuse osutamine

Miks on eraringhäälingut analüüsitud avaliku teenuse funktsiooni täitmise aspektist, kui selle pakkumine pole tema kohustus?

Esiteks sellepärast, et igasugune meedia tegutseb avalikul väljal ja toimib inimestesse mingil moel. Kui see pole avalikkuse teenimine, avaliku huve tekitamine, siis mis see võiks olla?

Telseks, kui avalik-õiguslikule ringhäälingule on seadusega pandud kohustus teha teatud kriteeriumidele vastavat programmi, siis peaks olema võimalik eristada ka teistsugust programmi.

Avaliku teenuse funktsiooni täitmise määramisel on aluseks võetud nii ringhäälinguseadus kui ka üldine arusaam avalikust teenusest, avalikust huvist ja avalikust ringhäälingust.

Kõige üldisemalt võib öelda, et avaliku teenuse funktsiooni raadio- ja teleprogrammis mõistetakse kui vastutustunnet ühiskonna ja inimese ees, lähtumist avalikkuse huvidest. See tähendab, et kuulajale/vaatajale ei valetata, temaga ei manipuleerita, tema aega ei raisata, teda ei tõrjuta, halvustata ega ignoreerita; ta on ajakirjanikule lugupidamist väärt vestluspartner, kelle probleemidest ajakirjanik hoolib ja kelle kogemusi ajakirjanik tahab jagada.

Avaliku teenuse pakkumise hindamisel pidasime oluliseks programmi/saate teemat ja asjaolu, kuivõrd tähtis on antud teema sotsialiseerivas kontekstis. Jagasime saated kolme gruppi:

- 1) saade täidab avaliku teenuse funktsiooni täielikult,
- 2) täidab seda osaliselt,
- 3) ei täida seda funktsiooni.

‘Osaliselt’ tähendab seda, et teema poolest täidab, aga küsimuse asetuse ja esitusviisi poolest mitte – teemat käsitletakse kas erahuvist lähtuvalt või auditooriumi mittearvestavalt. Selle grupi saadete määratlemisel on arvesse võetud eeskätt suunitlust ja taotlust, mis vähemalt osaliselt vastab avalikkuse huvi-
le. Praktikas on see valdkond eriline hall ala, mis edaspidi vajab detailsemat kaardistamist.

Avaliku teenuse funktsiooni kandsid reeglina näiteks uudised ja teised igapäevast tegelikkust kajastavad saated, lastesaated ja kvaliteetmeelelahutus (nt "Kreisiradio", väärtfilmid, dokumentaalseriaal "Õnne 13"; raadios "Mnemoturniir"). Avaliku teenuse funktsiooni ei täitnud sebiooperid ega reklaam. Selles osas on eristus eeldatavasti lihtsalt mõistetav. Keerulisem ongi just osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete liigitus. TV 3 analüüsinud Marko Mägi toob osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete näiteks filmisaate "Cinemanía" ja "Politseikroonika". Politseisaade võiks avaliku teenuse funktsiooni täita selle poolest, et see kajastab tegelikkust, aga saate väärtust kahandab inimeste alavääristamine ja/või ennatlik süüdistamine. "Cinemanía" tutvustab uusi filme ja võiks kanda avaliku teenuse funktsiooni, aga et kogu tutvustus põhineb reklaamtraileritel, siis võib seda saadet analüüsija hinnangul pidada sisuliselt reklaamsaateks. Näiteid liigituse kohta on täiendavalt toodud kanalite kokkuvõtetes.

Probleemiks on, kui võrd saab üksikuid saateid üldse avaliku teenuse funktsiooni aspektist määratleda ning kas ei peaks pigem vaatlema programmi tervikuna. Mil määral on tervikprogramm midagi muud kui saadete summa?

Antud käsitluses on avaliku teenuse osutamise astet määratletud iga saate puhul eraldi, eeldades, et tervik koosneb eristatavatest terviklikest osadest; kanalite kirjeldustes on aga programmi kirjeldatud ja analüüsitud terviknähtusena.

Avaliku teenuse funktsiooni täitmise kohta on tehtud koondtabelid, mis on esitatud peatüki kokkuvõttes.

Sihtauditoorium

Raadio- ja teleprogrammide sihtauditooriumi määratlemisel olid liigituskategooriateks: üldine auditoorium; noored; lapsed; keskealsed; pensionärid; mehed; naised; maainimesed; rahvusvähemused ja teised vähemused; temaatilised huvirühmad – spordi-, kultuuri-, majandus- ja usuhuvilised. Üks saade võib olla ja enamasti ongi mitut sihtauditooriumi arvestav.

Funktsioonid

Määratlesime raadio- ja teleprogrammidel alljärgnevaid sotsiaalseid ja subjektikeskseid funktsioone: informeeriv, reguleeriv, korraldav, organiseeriv, hariv, kogemusi vahendav, osalev ja osalemist pakkuv, esteetiline, meelelahutuslik, psühholoogiline samastumine, müük. Üks saade võib täita ja enamasti täidabki

mitut erinevat funktsiooni. Näiteks esineb üha enam kombi-neerituna informeerivat ja meelelahutuslikku funktsiooni – *infotainment*-saateid, näiteks “Pealtnägija”, “Kahvel”, “Tere hommikust”.

Žanrid

Raadio- ja teleprogrammide analüüsiks kasutatud žanri-skaala oli lai: diktoritekst, intervjuu, vaba vestlus, selge struk-tuuriga kõne ja struktureerimata kõne, reportaaz, kunstiline lavastus; aktiivse osalusega žanrid – *talk-show*, mälumäng, võistlus, mängud; segažanr, sarifilmid, mängufilmid, doku-mentaalfilmid, sebiooperid, reklaam, videoklipid, muusikavi-deod, animafilmid, kontsertsalvestused, otseülekanded, spor-diülekaned ja situatsioonikomöödiad.* Ka žanri poolest võib saateid sageli määratleda samaaegselt mitmesse kategooriasse kuuluvana.

Edastatavad väärtused

Väärtuste fikseerimisel loobusime etteantud kategooriatest ja iga analüüsija pidi edastatavaid väärtusi kirjeldama prog-rammi eripärast lähtudes. Nagu ka ilmnes, on näiteks Raadio 2 ja Vikerraadio programme analüüsides raske rakendada samu väärtushoiakute kategooriaid. Vikerraadiot kuulanud Meelis Suld ja Inge Rumessen töötasid analüüsi käigus välja Vikerraadiole välja 21st kategooriast koosneva väärtushoiakute liigitu-se, mida kasutati alusena ka mitme teise programmi puhul. Lii-gitus hõlmab väärtustena: 1) eesmärgikindlust, 2) eesti keelt, 3) eesti (rahvus)kultuuri, tavasid, 4) eesti rahvust, 5) enese huvide eest seismist, 6) eneseväärikuse säilitamist, 7) haridust, 8) har-ritust, 9) informeeritust, uudishimu, 10) kangelasi, samastu-mist, 11) kristlikku maailmavaadet, 12) kultuuri, 13) lapsepõl-ve, vanemaid, kodu, 14) loodust, keskkonda, 15) lõõgastust, ajaviidet, huumorit, mängulisust, 16) patriootilisust, isamaad, 17) poliitilist maailmavaadet, 18) professionaalsust, 19) raha,

* Teoreetiliselt on võimalik raadio- ja teležanride skaalat üles ehitada erinevatelt alustelt. Klassikalise raadiožanride skaala on esitanud Valdo Pant, tema jagas saated dominantelementide järgi esitusžanrideks, intervjuudeks, reportaazideks, dokumentalistikaks ja kunstisaadeteks (Fakt. Sõna. Pilt XI). Teležanride levinud liigituse on esitanud Aune Unt: ajakirjanduslikud žanrid (uudis, olemuslugu (*feature*), reportaaz, filmiessee, dokumentaalfilm, õppesaade, mäng, *talkshow*), meelelahutuslikud žanrid (fiktsionaalsed – draama, situatsioonikomöödia, sebiooper, filmžanrid; tegelikkusel põhinevad – mäng ja *talkshow*), segažanrid. Žan-ride kõrval on saate oluliseks karakteristikuks selle formaat – saate standardne struktuur, mis viitab selle jätkuvusele (sari, seriaal, üksiksaade), arengule (staati-line olukord, arenev sõžee), üleehitusele (avatud või suletud lõpp), ning mida ise-loomustab teatav kindel vorm, ulatus ja stiil (Unt 2000: 5–6).

omakasu, majanduslikku maailmavaadet, 20) riigi huve ja kaitset, 21) tervist.

Programmianalüüside täienduseks intervjuerisid üliõpilased programmide koostajaid, need intervjuud on olnud tervikpildi loomisel oluliseks tõlgendusallikaks. Ka on võrdlustes kasutatud BMF Gallup Media monitooringu kokkuvõtteid programmide ja auditooriumide kohta. Kokkuvõtlikes artiklites on autorid iga kanali puhul keskendunud nende arvates eriti olulistele küsimustele ja iseloomulikele tendentsidele.

Kirjandus

- Burgelman, J.C., Pauwels, C. (1998). Public service broadcasting into the next millenium: challenges and legitimacy. Rmt: *The Future of Public Service Broadcasting*. Turku: University of Turku, Communication Studies. Series A: Papers and Reports, Vol.1.,3-14.
- Findahl, O. (1998). Problems of cultural values and quality: Do they still matter? Rmt: *The Future of Public Service Broadcasting*. Turku: University of Turku, Communication Studies. Series A: Papers and Reports, Vol.1., 92-101.
- Pant, V. (1989). Eesti Raadio dokumentaalsete elavsaadete zanriskaala 1965. – *Fakt. Sõna. Pilt*. XI. Tartu.
- Scannell, P. (1986). Broadcasting and the politics of unemployment 1930-1935. Rmt: Collins, R. jt (toim). *Media, Culture and Society*. London: Sage. 214-226.
- Unt, A. (2000). Televisioon. Rmt: *Meediaõpetus*. Materjalide mapp gümnaasiumidele. Tartu: Tartu Ülikool.

Andri Maimets

ETV

Käesolev artikkel on kokkuvõte 2000. aasta kevadel Tartu ülikooli ajakirjanduse osakonnas kaitstud kursusetööst "ETV programm aastal 2000", mille peamine eesmärk oli selgitada, kui võrd ETV kui avalik-õigusliku telekanali ja seega avaliku teenuse pakkuja programm vastab ringhäälinguseaduses sätestatud nõuetele. See on ETV programmi kirjeldus hooajal, mil kanali juhtkond, ringhäälingunõukogu, parlament ja mitmed huvigrupid olid eelkõige keskendunud ETV finantsmajandusliku kriisi lahendamisele.

Uurimus põhineb kuue päeva programmi analüüsil, ETV programmi puudutaval dokumentatsioonil ja intervjuudel Eesti Televisiooni peadirektori kohusetäitja Tiina Kangroa ning endise peadirektori Toomas Lepaga.

Jõudsin järeldusele, et 2000. aasta kevadhooajal oli ETV programmipoliitikas avalik-õiguslik programm selle traditsioonilises tähenduses (tasakaalustatud programmi kogu ühiskonnale) sekundaarne ja programmipoliitikas lähtuti eelkõige programmi tulususest telekanalile.*

ETV andis vaadatud päevade jooksul eetrisse 178 saadet, kogumahuks 5455 minutit.** Hankeprogramm moodustas sellest 40% (siin ja edaspidi on protsent võetud minutitest, kui pole öeldud teisiti) ja omatoodang 60%.

Esmaesitlused moodustasid programmist 83% ja kordussaated 17%, seejuures oli kõige rohkem kordussaateid vaadatud laupäeval, mil kordussaated moodustasid programmist peaaegu 30%. Laupäevased kordussaated – publitsistikasaated ("Pealtnägija", "Kodumaa täna") ja hariduslikud keeleõppe- ning teadussaated ("Prantsuse keel – minu arm", "Noova") on avalik-õiguslikus televisioonis põhjendatud valik.

* Justkui vabandava asjaoluna on oponendid väitnud, et programmiuuring langes perioodi, mil kanal, olles finantsmajanduslikes raskustes, oli peadirektori kohusetäitja Tiina Kangro sõnul kohustatud jälgima eelkõige reitinguid ja tegelema reklaamimööbiga ega saanud niivõrd arvestada traditsiooniliste avalik-õigusliku ringhäälinguajama programmi põhimõtetega.

** Vaatusalused päevad: 19., 20., 25., ja 27. veebruar ning 1. ja 17. märts aastal 2000.

Sihtauditoorium

Sihtauditooriumi aspektist domineerisid ETV programmis üldise auditooriumiga, st konkreetse sihtauditooriumita saatet, neid oli 61%. Mõiste "üldine auditoorium" all on silmas peetud nii üldhuvist lähtuvaid saatet kui ka määratlemata sihtgrupiga saatet. Sellesse kategooriasse kuuluvad näiteks "Aktuaalne kaamera", nüüdseks lõpetatud äratusprogramm "Tere hommikust", "Laulukarussell", kultuurisaade "OPI" ja "Filmiöö" filmid ning muu üldoluline programm.

Tähtsal kohal programmi sihtauditooriumina olid keskealised (30%) ja noored (24%). Pensionäridele ja lastele oli saatet vähe (vastavalt 14% ja 5%), kusjuures mõnel päeval polnud eetris ühtegi lastesaadet.

Meestele mõeldud saatet oli rohkem kui naistele mõeldud. Eeskätt meestele või pigem meestele mõeldud saatet moodustasid vaadeldud päevade programmist 19% (nt "Pealtnägija", "Agenda", "Nädal Toompeal") ja eeskätt naistele või pigem naistele mõeldud saatet 12% (nt soap-opera "Kõik mu lapsed", "Kõõglkunst").

Maaainimestele mõeldud saatet oli kuue päeva jooksul 120 minutit (2%) ja rahvusvähemuste saatet 180 minutit (3%).

Teemahuvilisid silmas pidades pühendab ETV enam aega spordihuvilistele (458 min, 8%), seejärel kultuurihuvilistele (205 min, 4%). Temaatilistest saadetest oli kavas veel usu- ja majandussaatet.

Kui BMFi andmetel vaatavad ETVd kõige rohkem 50-75 aastased eesti naised (Baltic Media Book 2000: 156-157), siis analüüsitud päevade lõikes oli sihtauditooriumina eelistatud eelkõige keskealisi spordihuvilisi (eesti) mehi.

Seega ei ole saadete valimisel ja programmi koostamisel silmas peetud mitte niivõrd ringhäälinguseadusega sätestatud kohustust pakkuda saatet kõikidele rahvastikurühmadele, vaid seda, kui palju võiks auditoorium kanalile kasu tuua.

Saadete funktsioonid

Meediaanalüütik Olle Findahl toob BBC asutajale John Reithile viidates välja ringhäälingu, eelkõige avalik-õigusliku ringhäälingu kolm peamist funktsiooni: meelelahutus, informeerimine ja harimine (Findahl 1997: 93). Ka ETVs oli vaadeldud päevadel enim meelelahutuslikke saatet. Need (mängufilmid, *infotainment*-saated, mängud jms) moodustasid poole (2725 min) uuritud programmist.

32% saadetest (1755 min) täitsid informeerivat funktsiooni (lisaks uudiste- ja publitsistikasaadetele on siia liigitatavad osa *infotainment*-saateid, näiteks "Pealtnägija", "Tere hommikust" jt.). Harivaid saateid oli 1283 minutit ehk 24% ("Avatud ülikool", keeleõppesaated "Prantsuse keel – mu arm", "Crossroads Café", kultuurisaated "Kultuuriruum", "Vita Brevis", "Lennud" jm).

Suhteliselt palju (6%) oli otsese müügifunktsiooniga saateid (nt "Telekaubamaja"), arvestades eelkõige asjaolu, et reklaami maht ETVs ei tohi ületada 5% päevasest programmi saatemahust (Ringhäälinguseaduse redaktsioon 2000: §35 lg 3, vt Lisa). Siin teeb liigse mõõnduse ehk ka ringhäälinguseadus, eristades reklaame ja otsepakkumisi.

Saate vorm

ETV saadete vormi analüüsis on materjal esitatud mitte minutite, vaid saatekordade põhjal, kuna nii selgub, millised žanrid/vormid on enim eelistatud ning milliseid kasutatakse vähem.

Eelistatuim oli kombineeritud žanr: seda esindasid 178-st saatest 68 ehk 38% saadetest. Siia kuulusid uudistesasaated ja suur osa ajakirjanduslikust programmist.

Rohkesti kasutati diktoriteksti (10%), seejuures ei ole arvesse võetud saatekavateadustusi, vaid ainult saateid. Diktoriteksti suur osakaal on tingitud "Kenolotost".

Kolmandaks jäid sageli kulukaks peetud lavastuslikud saated (14 saadet) – "Õnne 13", teleteater, keeleõppesaated, lastesaated. Kui varasematel aastatel on ETV aktiivselt osalenud olulistes kultuuriptsessides (telelavastused ja -ülekanded), siis 2000. aastal on eetris palju kordusesitusi.

Korduvalt pakkus ETV vaadata otsepostitus- ja reklaamsaadet "Telekaubamaja" (13 korda), kasutades lavastuslikku ent madala kvaliteediga reklaamivormi.

Palju oli vaba vestlust ("Kaheteistkümmes tund", "Ostapil külas", "Klaver põõsas"), sarifilme (suur osa hankeprogrammist) – mõlemat 11 saadet. Kuue päeva jooksul oli eetris kaheksa spordiülekannet. Kõige vähem edastas ETV teleloenguid (nt "Avatud ülikool") ja jutlusi.

Kes pääsevad ekraanile?

Kuue päeva programmi vaadates selgub, et mõned vanusegrupid (noored, pensionärid), mitmed rahvus- ja vähemusgru-

pid olid ekraanil vähe esindatud või puudusid täielikult. Nii nägi noori ekraanil 3% saadetes, vanu inimesi mitte kordagi.*

Autorisaadetes (näiteks "Pealtnägija", "Brauser", "Tere hommikust", "Hommiku TV") võis täheldada teemade ja saatekülaliste valikut lähtuvalt saatejuhust, mitte külaliste rollist (ametnik, näitleja jne) – nimetaksin seda autorikeskseks teemapersonide valikuks.

Uuritud ajavahemikul olid esindatud järgmised ametid/rollid (loetelu on ära toodud esinemisrohkuse järjekorras: autorikesksed teemapersonid, sportlased (ametis), eesti näitlejad (ametis), muusikud (ametis), lapsed, muusikategelased (saatekülalise rollis), juhuslikud inimesed (ka "tavalised" inimesed), kirikutegelased, meditsiinitöötajad, poliitikud, teletöötajad (saatekülalise rollis), põidlahoidjad (ka stuudiopublik), teatri- tegelased (saatekülalise rollis), päevapoliitilised juhtfiguurid, ehitusspetsialistid, ametnikud, noored, filmitegelased (saatekülalise rollis), kirjandustegelased (saatekülalise rollis), mälu- mängurid, teadlased, puuetega inimesed, amatöörmuusikud (saatekülalise rollis), endised juhtivtöötajad, majandusspetsialistid, kokad, keskkonnaspetsialistid, arvutispetsialistid, rahvakultuuri spetsialistid, maainimesed.

Väärtushinnangutest ETV saadetes

Koostöös Tartu ülikooli ajakirjandustudengite Inge Rumesseni ja Meelis Süllaga töötasin käesolevaks uurimuseks välja väärtushotakute kategooriad. Pingerea koostamisel võtsime arvesse saatekordi, mitte programmi mahtu minutites. Järjestus on: 1) informeeritus/uudishimu, 2) raha/omakasu/õigused, majanduslik maailmavaade 3) lõõgastus/ajaviide/huumor/mängulisus, 4) professionaalsuse väärtustamine, 5) haritus, 6) eesmärgikindlus/visadus/julgus, 7) eesti (rahvus)kultuur/tavad, 8) kangelased/samastumine, 9) eesti rahvus, 10) lapsepõlv/vanemad/kodu, 11) vaimne kultuur, 12) loodus/keskkond, 13) eesti keel, 14) tervis, 15) kristlik maailmavaade, 16) haridus, 17) riigi huvi/kaitse, 18) eneseväärikuse säilitamine, 19) poliitiline maailmavaade, 20) patriootilisus/isamaa, 21) oma huvide eest seismine.

Võib pidada ootuspäraseks, et ETV saadetes oli esikohal informeeritus/uudishimu. Suur osa saateid on seotud operatiivse informeerimisega või sündmuste lähema selgitamisega. Tel- sel kohal ei olnud haritus või haridus, vaid raha, omakasu,

* Siinkohal tuleb arvestada, et pingerea koostamisel olen välja jätnud uudistesaa- detes (AK, "Sport", "Kapital") esinevad tegelased.

õigused ja majanduslik maailmavaade. Pidades silmas ringhäälinguseaduses sõnastatud avalik-õigusliku telekanali ülesandeid, näib see vastuolulisena (§25, lg 1). Kolmandalt kohalt leiame lõogastuse, ajaviite, huumori ja mängulisuse – 29 saadet 178st – (mängud, meelelahutuslikud saated, mängufilmid, telerevisioonid, sitcomid ehk situatsioonikomöödiad).

Isiksuslikele väärtustele pöörasid ETV saated vähe tähelepanu – eneseväärikuse säilitamise ja oma huvide eest seismise kultiveerimine (neid väärtusi toetavad näiteks saated “Kui lumi kaob”, “Kodumaa täna”, “Maahommik”) on oluline eelkõige juhul, kui auditooriumiks on lapsed ja noored, miks mitte ka vanurid. Selle peale (eelkõige laste- ja noortesaadetele) pole ETV programmis aga mõeldud. ETV peadirektori kohusetäitja Tiina Kangro seletas programmi tagaplaanile jäämist rahapuudusega ja üleminekuga produtsendisüsteemile:

“...võttes arvesse seda, missugune kaos on siin majas toimunud kahe aasta jooksul, siis on asjad läinud sassi, see vastab tõele. [...] Praegu me tegeleme sügisprogrammiga, aga kuna eelarve on väga pingestatud, siis need lahendused ei tule päriselt niimoodi, kuidas me tahaksime. [...] See, et lastesaateid on nädalas hästi vähe, see viga ilmselt paraneb sügisel. Praegu meil uue peaprodutsendi tulekuga tööpoolest peaaegu kõik saated seiskusid ja nüüd läheb põhiaur sügise peale...” (Intervjuu Kangroga).

Hankeprogrammist

Teleuurtja Richard Paterson on vaadelnud hankeprogrammi mõju televaatajatele:

“Sisseostetud teleseriaale kasutatakse eelkõige selleks, et täita programmi, ja tulemuseks on, et vaatajad näevad maailma nii, nagu see on interpreteeritud [näiteks] Ameerika kujutiste kaudu. Aga regionaaltelevisioonide eeskuju näitab, et Ameerika domineerimine pole nii hull – kohalikult toodetud draama omandab alati suurema vaatajaskonna kui Ameerika programm.” (Paterson 1998: 58).

Samasugust efekti võib märgata ka ETVs “Õnne 13” ja “M klubi” puhul, mis ületavad muu maailma (peamiselt USA, Suurbritannia, Saksamaa) filmide/seriaalide vaadatavuse. BMFi andmeil (Baltic Media Book 2000: 158), pole 1999. aasta kümne parima kordussaate hulgas ühtegi välismaist filmi/seriaali. Esikohal on kodumaine teledraama “Õnne 13”.

ETV avaliku teenuse osutajana

Vaatlesin ETV programmi kolmest aspektist – avalikku teenust osutavad saated, osaliselt avalikku teenust osutavad saated ja need, milles seda ei osutata.

Eraldi tähelepanu pöörasin avalikku teenust osutavate saadete osakaalule teleprogrammi vaadatavuse tippajal (*prime time*, kella seitsmest kümneni öhtul).

Kolmandaks jälgisin avaliku teenuse aspektist omasaateid. ETV kuue päeva programmi kokkuvõtte avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete aspektist on toodud tabelis 1.

Tabel 1

	Kõik saated		Tippaeg		Omasaated	
	min	%	min	%	min	%
Kokku	5455	100	1189	100	3252	100
Avaliku teenuse funktsiooniga saated	3215	59	628	53	2306	71
Osaliselt avaliku funktsiooniga saated	1258	23	335	28	873	27
Ei täitnud avaliku teenuse funktsiooni	982	18	226	19	73	2

Selgus, et tippaja programm on kanali tervikprogrammi peegeldus, andes enam-vähem samaväärse pildi.

Numbrid ei ole üllatavad, kui võtta arvesse, et osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvad saated võiks (teatud tingimusel) liita avalik-õiguslike saadetega. Osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete alla liigitasin erahuvist lähtuvad või auditooriumi mittearvestavad saated. Siinkohal tuleb silmas pida ka saate vormi ja sisu suhet. Nii näiteks on osaliselt avalikku teenust osutavaks saateks hinnatud mälumängu "Kümnest 10", mille hariduslik, meelelahutuslik ja mänguline sisu jääb saate monotoonse ja vormilise lõtvuse varju.

Osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvaks saateks olen hinnanud ka Reet Neimari teatrisaadet "Lennud", mis vastab küll avaliku teenuse tingimustele, kujid mille puhul on tegu juba mitmenda kordustsükliga. Vastus küsimusele, mis on saanud Eesti näitlejatest, on tänast päeva silmas pidades vana-

nenud ja vajaks uuemat käsitlemist. Nii tuleb selle saate olemasolu vaadelda pigem programmitähtsena, mitte aga ratsionaalse programmi poliitilise otsusena.

Osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete hulka kuuluvaks on käesolevas töös loetud veel näiteks "Laulukaruselli" promosaade, hankeseriaal "Kiirabihaigla", autoralli, meelelahutussaade "Klaver põõsas", muusikasaade "Karavan laulab Valgret", hankeseriaal "Bill Cosby", kanali promosaade "Kuldloige" (ja selle kordus), telelavastus "M-klubi", telefilm "Välke Hobo", meelelahutussaade "Tähed muusikas" (ja selle kordus), muusikafilm "Bee Gees" jt.

Lõpetuseks

Kui enamik ETV saateid vaadeldud perioodil vastasid avalik-õigusliku televisiooni kriteeriumidele (avalikku teenust osutavate saadete osakaal kanalil valdav), siis traditsioonilise avalik-õigusliku programmi põhitõdedele programm tervikuna minu arvates ei vastanud.

Kirjandus ja allikad

Baltic Media Book 2000. Tallinn, Riga, Vilnius: BMF Gallup Media.

Findahl, O. (1998). Problems of cultural values and quality: Do they still matter? Rmt: Nieminen, H. *The Future of Public Service Broadcasting*. Turku: University of Turku, Communication Studies.

Intervjuu ETV peadirektori kohusetäitja Tiina Kangroga märtsis 2000.

Intervjuu ETV endise peadirektori Toomas Lepaga märtsis 2000.

Paterson, R. & Smith, A. (toim) (1998). *Television. An International History*. Oxford University Press.

Ringhäälinguseadus. seadus.ibs.ee/seadus/cgi-bin/aktid.

Riigi Teataja I/1994. Seaduseparandused 08.03.2000, 16.06.1999, 10.02.1999, 25.01.1999, 16.12.1997, 08.12.1997, 11.06.1997, 25.03.1997, 26.06.1996, 25.01.1995, 16.10.1995, 14.09.1994.

Eva Tammelo

TV 1

Valdav osa (58% – protsent võetud siin ja edaspidi minutitest) TV 1 programmist uuritud kuuel päeval koosnes saadetest, mis ei täida **avaliku teenuse funktsiooni**.^{*} Avalikku teenust pakkuvaid saateid oli programmis alla viiendiku (17%). Veerand programmist (25%) vastas avaliku teenuse nõuetele osaliselt. Et kommertstelevisioonil puudub seadusega pandud kohustus osutada avalikku teenust (v.a uudised), siis puudub ka alus, andmaks hinnangut, kas seda on vähe, palju või parasjagu. Avaliku teenuse saadetest moodustasid lõviosa uudised, sekka on sattunud ka ajakirjanduslikke saateid ("Rooli võim", "Looduse kuldraamat" jms).

Ülekaaluka osa TV 1 programmist moodustasid **sisseostetud saated** (61%). **Omatoodangu osakaal** oli 39%, üsnagi suur hulk, kui võtta arvesse ringhäälinguseadusega pandud kohustust näidata oma saateid vähemalt kümnendikul eetriaajast. Oma saated olid küll põhiliselt uudised ja saatekavadele ning üsna väheste pingutusega valminud niinimetatud tühjad, ajakirjandusliku väärtuseta saated (nt muusikavideodest koosnev soovisaade, "Info TV"). Avaliku teenuse funktsiooni täitvaid saateid oli omatoodangu hulgas vaid viiendik (21%). Suurem osa omatoodangust (61%) oli eetris argipäeviti. Nädalapäevade vahel jaotus omatoodang ebaühtlaselt.

Saatetüüpidest domineerisid seriaalid (27%). Seriaalid ja nende kvaliteet määravad ka kanali näo – TV 1 ongi eelkõige seriaalikanal. Järgnes "Info TV" ehk teletekst (15%) ja mängufilmid (14%) ning muusikasaated (13%). Olulise osa programmist moodustasid ka tervise(!)- ja spordisaated ning nn. ostukanal "Teleturu" vormis. Äärmiselt vähe aega oli jäetud lastesaadetele (50 minutit, 0,8%), mis ajaliselt on üllatuslikult erootikasaadete ühe pulga peal, ja vestlus- ning kultuurisaadetele (mõlemad 25 min, 0,4%). Seega võib öelda, et erinevatele huvigruppidele suunatud saateid oli suhteliselt vähe. Programm tervikuna oli üsna üheülbaline. Eraldi väärib märkimist, et programmis polnud ühtegi telemängu.

^{*} Vaadatud on 25.02-01.03. 2000 programmi – kokku 6485 minutit.

Silma torkab **kordussaadete** suur maht (16%). Korraldaja ajakirjanduslikku omasaadet "Rooli võim", mõningaid hankesaadeteid ("Lõbus kokk Keith Floyd", "Looduse kuldraamat") ja seriaale ("Pacific Blue", "Action Man", "Kodus ja võõrsil" jms). Lõputult kordus "Teleturg".

Rohkem kui kolmandik saadetest (36%) oli mõeldud **üldisele auditooriumile**.^{*} Sihtauditooriumiks olid ka noored (18%) – noortesaade "Link" oli eetris igal argipäeval. Järgmise sihtauditooriumirühmana on määratletavad vanemapoolsed naised (11%) – nendele oli mitmeid seriaale. Suhteliselt vähe saateid oli mõeldud meestele ja hoopis unarusse olid jäänud lapsed, kellele polnud mõnel päeval pühendatud viit minutitki.

Samas on TV 1 mõelnud mõne väga spetsiifilise huvigrupi soovide täitmisele. Näiteks Idamaa tarkustest huvitatud ja oma tervise eest hoolitseda armastavatele inimestele mõeldud "Joogi Wai Lana" oli äripäeviti eetris kolm korda päevas (6%). Tõsi küll, selle saate ajastus – enne seltsset hommikul, keskpäeval, südaõösel – nõuab sihtauditooriumilt saatekava erilist jälgimist.

Üldiselt püüab TV 1 sama auditooriumi, mida teisedki komertskanalid, arvestades eelkõige maksuvõimelise sihtgrupiga (autoomanikele liiklussaadete "Rooli võim", gurmaanidele "Lõbus kokk Keith Floyd"). Sihtrühmast on väljas vähekindlustatud ja maainimesed – need, kellest ükski reklaamlandja huvitatud pole.

Programmi funktsioonidest domineerisid erinevates vormides meelelahutus ja informeerivat funktsiooni täitvad saated (uudised, "Info TV"). Suur osa saadetest kandis ka harivat funktsiooni ("Lõbus kokk Keith Floyd", "Looduse kuldraamat"), kuid see jäi pigem meelelahutuse kõrvalfunktsiooniks.

Suur osakaal oli kommertseesmärgiga saadetel ("Teleturg"). Äärmiselt vähe oli kavas esteetiliselt elamust pakkuvaid saateid.

Vormiliselt olid ülekaalus seriaalid ja mängufilmid. Järgnesid teletekst, (muusika)videoklipid, soovisaated ja kombineeritud žanris mitmete elementidega, nlinimetatud ajakirjatüüpi saated (sellised on näiteks enamik omasaateid ja sisseostetud ajakirjanduslikud saated). Kõige vähem, ainult 25 minutit, oli vaba vestlust – vestlussaadetest oli üks kord nädalas kavas "Ruby Wax klusab".

Enamikku saadetest hindan ebahuvitavaks, teostuselt keskpäraseks odavaks meelelahutuseks. Esile võib tõsta ajakirjanduslikke omasaateid (nt "Rooli võim", "Link"), mis täida-

^{*} Võrdluseks – ETV programmis on üldisele auditooriumile mõeldud ligi kaks kolmandikku programmist (61%), TV 3-s üle kolmandiku (39%). – Toim.

vad oma ajakirjanduslikku eesmärki igati korralikult, ehkki on tehtud nappide vahenditega.

Saadetes väljendatud **väärtushoiakutest** domineeris informeeritus ja teave ("Info TV" suur eetrimaht, uudised, "Teleturg"). Järgnesid (läänelik) massikultuur (seriaalid, mängufilmid, soovisaade), lapsepõlv ja kodu- ning inimsuhted (jällegi seriaalid, nt "Kodus ja võõrsil"), tervis ja sport ("Joogi Wai Lana", jalgpalliülekanne), ärriline omakasu ("Teleturg", "Rooli võim"). Olulisel kohal olid ka *action*, enesekehtestamine ja julgus.

TV 1 programmis puudusid eesti kultuuri ja isamaalisi hoiakuid väljendavad saated.

Kokkuvõttes sarnanes TV 1 üldnäitajatelt teiste Eesti komertskanalitega, näidates palju sisseostetut (seriaalid, filmid, meelelahutussaated) ja vähe omasaateid ning avaliku teenuse funktsiooni täitvaid saateid. Põhirõhk programmis oli meelelahutussaadetel nagu teistel erakanalitelgi. Ka püüdis ta sama auditooriumi.

Teiste telekanalitega võrreldes oli TV 1 eripäraks suurt osa eetriajast täitev teletekst (15%) ja teised üldisele, määratlemata auditooriumile suunatud saated (uudised, seriaalid, teleturg).

Samas on kavas saateid kitsastele huvigruppidele ("Joogi Wai Lana"). Ka võib eraldi välja tuua saadete ühetüübilist suunitlust, viletsat kvaliteeti ja sellest tulenevat kanali odavat imagot.

Henrik Roonemaa

Kanal 2

Kanal 2 programmis domineerisid vaadeldud kuue päeva jooksul seebiooperid ja sarifilmid, mis moodustasid programmist vastavalt 17% (protsent arvutatud saatekordade järgi) ja 14%.*

Seebiooperid (nt "Unistajad", "Ma ei unusta sind ial", "Sunset Beach") täitsid suure osa argipäevade päevasest programmist. Varem tippajal eetrisse läinud seriaalid tõsteti päevasele ajale, sest kanal püüab programmidirektor Vilja Palmi sõnul vanu vaatajaid säilitades võlta juurde uut sihtgruppi. Seebiooperid kõidavad eelkõige vaesemaid, vanemaid ja maal elavaid inimesi, kes pole reklaamlandjate jaoks küllalt atraktiivsed. Tõeline põhjus (endise auditooriumi säilitamise kõrval), miks seebiooperid programmis edasi püsivad, on see, et mitmesajaosalised seriaalid olid juba varem sisse ostetud (Intervjuu Palmi ja Lalapeaga).

Sarifilmid (nt "San Francisco tänavad", "Kuhu koer on maetud", "Võluvägi") olid argipäeviti kavas pärastlõunast hillaööni. Sarifilmid, mis programmi koostajate väitel on valitud keskmise või keskmisest tugevama tasemega filmide seast, on üks vahend, millega Kanal 2 püüab end vaatama meelitada peamist sihtgruppi – inimesi vanuses 12-49 aastat (Intervjuu Palmi ja Lalapeaga).

Rohkem kui kümnendiku programmist moodustasid kombineeritud zanris saated (13%) ja lastele mõeldud animafilmid (12%). Segazanride alla olen liigitanud infoprogrammid nagu "Päevapeegel", hommikuse "Uudised ja info" ja suure osa laupäevastest venekeelsetest telezurnaalidest (nt "Subboteja", "Venelased Eestis").

Valdavalt USA päritolu situatsioonikomöödiad (nt "Tuvikesed", "Sõbrad", "Tööpostil", "Seinfeld") moodustasid vaadeldud programmist 8,4% ja need on sisse ostetud viimase aasta jooksul. Ka *sitcomide* ülesandeks on sarnaselt sarifilmidega püüda eelkõige noori ja keskealisi vaatajaid.

Märkimisväärselt kõrge oli reklaamprogrammide osakaal (5%). Selle liigituse alla kuuluvad iga päev kaks korda eetris olnud "Teleturg" ja pühapäevaõhtune "TV-oksjon". Viimast ei pea

* Vaatufasulused päevad: 2.-5. märts ja 9.-10. märts 2000.

omaprogrammi direktor Vahur Laiapea vajalikuks ja ta leiab, et saade viib kanali mainet alla (Intervjuu Palmi ja Laiapeaga).

2000. aasta 8. mai Postimehe nädalalõpulisas Arter on kolmkümmend ajakirjanikku valinud "TV-oksjoni" 10 Eesti kõige halvema telesaate sekka. Samas kuulub "TV-oksjon" Kanal 2 vaadatuimate saadete hulka, olles eetris pühapäeval tippajal. Kuna programmi koostajad ei sooviks seda saadet programmis näha ja saade on siiski eetris väga vaadataval ajal, võib oletada, et tegu on reklaamiosakonna survega programmi-politikale, kuigi programmidirektor Vilja Palm seda intervjuus eitas (Intervjuu Palmi ja Laiapeaga).

Meelelahutuslik hankeprogramm

Meelelahutuslik programm täitis kuue päeva eetrijast üle poole. Meelelahutuse alla kuuluvad kõik seebiooperid, sarifilmid, mängufilmid, animafilmid ja suur osa omaprogrammist.

Välismaiste seriaalide puhul on märgata suundumust uuema, kvaliteetsema ja kallima toodangu poole. Selle näiteks on selliste tunnustatud seriaalide kavva võtmine nagu "Seinfeld", "Sõbrad", "Tuvikesed", Oscari võitnud "Wallace & Gromit" ja kaheksa Emmyt võitnud "Holokaust".

Ka filmiprogrammi koostades on Kanal 2 tähelepanu pööranud eelkõige noortele ja keskealistele.

Omatoodangu kvaliteet oli kõikuv. Saadete tehniline teostus oli proovitud hoida võimalikult odaval tasemel ja ka sisu peale ei olnud tootjad raatsinud kuigi palju kulutada. Tüüpilis- teks näideteks on siin "Wigla show" ja "Vidiodid". Esiletõstmist väärib selles plaanis laupäevane venekeelne programm, eriti "Subboteja", mille tehniline teostus ei ole küll hiilgav, kuid seda enam on läbi mõeldud ja professionaalselt ning kaasahaaravalt esitatud saate sisu.

Uurimistöös vaadeldud Kanal 2 programmist moodustas 84% (protsent arvutatud minutite järgi) hankeprogramm ja 16% kanali omatoodang. Hankeprogrammiks lugesin ka need saated, mis Kanal 2 on ostanud erinevatelt Eesti päritolu tootja- telt, nt "Subboteja", "Loomakliinik", "Politseikroonika" jne. Ar- gipäeviti täitis hankeprogramm 78% eetrijast ja puhkepäeviti koguni 97%.

Programm kui avalik teenus

Avaliku teenuse funktsiooni täitis ligi 15% (protsent arvuta- tud minutite järgi) Kanal 2 programmist. Tippajal eetris olnud

saadetest kandis avaliku teenuse funktsiooni umbes 9% saadetest. Kuue päeva jooksul eetris olnud omasaadetest täitis avaliku teenuse funktsiooni ligi 76%. Põhiosa neist saadetest moodustas argipäevahommikune uudiste- ja infoprogramm, samuti kaks korda päevas eetris olev "Päevapeegel" (hommikuteelmise päeva saate kordus), "Vastassels" ja laupäevahommikune venekeelne programm.

Eelkõige maksujõulisele auditooriumile – kanali ümberpositsioneerimine

1999. aastal viis Kanal 2 läbi põhjaliku muutuse programmi ülesehituses, eesmärgiga suurendada vaadatavust 12-49aastaste inimeste seas, mis on kõige maksujõulisem ja seega reklaamiantjale atraktiivsem vaatajate grupp (Intervjuu Palmi ja Laiapeaga). Enne muudatust oli Kanal 2 vaadatavus soovitud sihtgrupi seas üsna madal ja peamise osa vaatajatest moodustasid pensionärid ja lapsed.

1998. aasta detsembris oli Kanal 2 Eestis vaadatavuselt kolmas telekanal. Seda jälgisid peamiselt 12-14 aastased ning 60-74 aastased inimesed (BMF Gallup Media andmeil vastavalt 16,2% ning 15,1%). Kõige vähem tundsid Kanal 2 vastu huvi 40-49 aastased ning 30-39 aastased inimesed (vastavalt 11,3% ning 11,4%).

Pärast muudatust programmi ülesehituses oli Kanal 2 vaadatavuselt Eestis endiselt kolmandal kohal, kuid 1998. aasta detsembri 13,3% asemel oli tema osakaal (*share*) jaanuariks 2000 tõusnud 14,1 protsendini. ETV ja TV1 osakaal oli jäänud samaks (vastavalt 19,3% ning 9,0%), TV3 oma aga langenud 17,1 protsendilt 15,9 protsendile.

Vanusegrupiti oli Kanal 2 teinud läbi tõusu nooremate vaatajate hulgas ja languse 40-79 aastaste vaatajate seas, nagu programmmireformiga oligi soovitud saavutada.

Ulatuvuse (*reach*) poolest olid 2000. aasta veebruariks oma positsioone parandanud kõik Eesti telekanalid, Kanal 2 jätkas teisena, kuid endise 59% asemel vaatas seda nädalas vähemalt 15 minutit nüüd 64% auditooriumist. Endiselt oli ulatuvus suurim 12-14-aastaste seas (69%), kuid oluliselt oli see tõusnud 20-29-aastaste seas (55%lt 68%le) (BMF Gallup Media 1998-2000).

Märtsis 2000 tehtud intervjuus ütles Kanal 2 programmijuht Vilja Palm: *"Kui mina sõla aasta tagasi tulín, siis oli kõige suurem probleem just see ostujõuline vaataja. Meid vaatasid väga noored või pensioniealised [---] Võime öelda, et sellest kuristikust oleme me aasta jooksul välja hüpanud, vanusegrups*

12-49 aastat vaataja on meil nüüd käes ja me peame seda nüüd hoidma. Me ei ole ümber orienteerinud, vaid tasapisi väikeste muudatustega saavutanud selle sihtgrupi, mis meid kõige rohkem huvitab. Kõigepealt saavutasime selle programmi uuendamise – mitte ainult uute asjadega, vaid noorendamisega. Selles vanusegrupis inimene läheb kiiresti kaasa uute tuultega nii filmimaailmas kui seriaalide maailmas kui oma programmis, kõiges. Ta ei ole stabiilne, nagu "Aktuaalse kaamera" vaataja, et kui ta on seda 20 aastat teinud, siis ta teeb seda veel 20 aastat, ükskõik, mis seal näidataks või kes seal esineks. See vanusegrupp ootab värskemat ja uuemat ja seda me oleme püüdnud pakkuda. [- - -] Tema kaela määrada mingeid 1960ndate ja 1970ndate tippfilme on raske. [- - -] Teine asi, mis on muutunud, on see, et Kanal 2 oma programm oli libistatud sujuvalt kuskile ääremaaale, ta oli kas hilja öösel või vara hommikul või pühapäeva päeval, kui kõik inimesed olid kuskil meelt lahutamas – sportimas või lastega õues. See oli kardinaalne otsus, et meie oma programm nihkus prime-time'i ja jäi sinna. [- - -] Sellest lastehaigusest, mis tekkis siis, kui Eesti inimesel tekkis äkitselt võimalus elada sisse seepidesse, oleme üle saanud. Nüüd hakatakse otsima uuesti oma eestikeelset programmi ja programmi, mis lahkaks meie elu ja probleeme ja poliitikat ja mis tutvustaks Eesti inimest ja Eesti kuulsaid luuletajaid, näitlejaid."

Sihtauditoorium

Suurim osa Kanal 2 saadetest vaadeldud kuue päeva jooksul olid suunatud üldisele auditooriumile (37%, protsent arvutatud minutite järgi) ega olnud mõeldud ühelegi kindlale grupid. Siia kuuluvad näiteks uudiste- ja infosaated, mõned mängufilmid ja mõned sarifilmid. Siinkohal tuleks tähelepanu pöörata programmidirektor Vilja Palmi sõnadele, mille kohaselt peab iga Eestis tegutsev kommertstelekanal ellujäämiseks tegema programmi võimalikult laiale publikule.

Üldauditooriumile järgnesid võrdselt (kumbki umbes 30%) keskealsed ja noored, kes moodustavad kahepeale kokku Kanal 2 praeguse peamise sihtrühma, vanusegrupi 12-49 aastat. Üle poole kanali programmidest oli suunatud otseselt kas keskealistele või noortele.

Argipäeviti näitas Kanal 2 noortele peamiselt seriaale ("Unistajad", "Võluvägi", "Malibu") ja kaks korda päevas muusikavideode programmi "Muusika sinule". Eestikeelsest programmist võts noortele suunatuks lugeda näiteks "Wigla showd" ja "Vidioote".

Otseselt keskealisele publikule suunatud saateid oli programmis väga vähe, enamus keskealiste saateid sobiks vaatamiseks ka kas noortele või pensionäridele. Põhjus peitub ilmselt selles, et keskealiste grupp on ealiselt niivõrd lai ja piirid noorte/keskealiste ning keskealiste/pensionäri- ja keskealiste vahel on suhteliselt ähmased. Näiteks seebiseriaale vaatavad ühtviisi nii keskealised kui pensionärid, samas kui hilisõhtust komöödia-seriaali "Tuvikesed" nii noored kui keskealised.

21% Kanal 2 saadetest oli suunatud pensionäridele. Ühtegi ainult ja spetsiaalselt pensionäridele mõeldud saadet (nagu ETVs "Prillitoos") eetris ei olnud, kuid siia kuuluvad päevased seebiseriaalid ja mõned sarifilmid ("Holokaust") ning saated ("Õhtused jutud"). Pensionärid on see vaatajagrupp, kellele Kanal 2 on viimase aasta jooksul vähem tähelepanu pööranud, eelistades noori ja keskealisi, ning ka programmis on see näha – *prime-time*’il ning hilisõhtul pole pensionäridel Kanal 2st peaaegu midagi vaadata, välja arvatud mõningaid üldise auditooriumi kategooria alla kuuluvaid uudiste- ja päevapoliitikasaateid.

9% ulatuses pakkus telekanal programmi ka lastele. See koosneb peamiselt animafilmidest (nt "Võlur", "Lumivalgeke", "Kass Oggy ja kurjad prussakad") ja paarist seriaalist (nt "Odüsseia" ja "Peeglike, peeglike"). Kõik lastesaated on välismaise päritoluga.

18% saadete puhul võib välja tuua asjaolu, et nad on suunatud pigem naistele kui üldisele auditooriumile (peamiselt päevased seebiooperid ja näiteks *talk-show* "Ricki Lake Show"). Seega anti enamus naistele suunatud (või üldse kitsamale sihtgrupile suunatud) programmist eetrisse päeval ja tippaeg oli lalapõhjaline.

Meestele suunatud programmi oli kanalil ainult 3% (spordisaated), kui mitte lugeda meestele suunatuks politsei- ja põnevussarju (liigitasin need üldauditooriumile mõelduteks).

3% Kanal 2 programmist oli mõeldud venekeelsele elanikkonnale ja kõik need saated olid 200 minuti jooksul eetris laupäeva hommikul.* Kanal 2 venekeelne programm (elkõige teležurnaal "Subboteja") on tõsine konkurent ETV venekeelsele programmile, sest tunnustatud tegijad nagu Aleksandr Zukerman ja Mihhail Vladislavlev pakuvad mitmekülgset ja läbimõeldud infot, esitatuna kergesti haaratavas meelelahutuslikus vormis.

* Võrdluseks – ETV programmis oli Andri Maimetsa vaadeldud kuue päeva jooksul venekeelseid saateid eetris 180 minutit. Nädala lõikes oli kevadel ja on praegu ETV kavas veidi rohkem venekeelseid saateid kui Kanal 2-s. – Toim.

Kontrastiks venekeelsele trükiajakirjandusele on Kanal 2 venekeelne programm väga eestimeelne.

Kultuurihuvilistele oli suunatud üks saade – “Kalevitütär”. Kuigi tegu on teatud mõttes meelelahutussaadega, loevad programmi koostajad seda väärtuslikuks kultuurialaseks projektiks, mida kanal teeb prestiiži pärast, sest vaatajaid ja reklaamirahasid see enda äratasumiseks ei kogu.

Lõpumärkus

Vaatlesin 2000. aasta kevade programmi. Tuleb silmas pildada, et sel ajal viidi kanali programmis läbi suuri muutusi, mis jätkuvad 2001. aastal. Muidugi muutub programm mingil määral kõigil telekanalitel, kuid Kanal 2 puhul on tegu programmi teadliku ja sihipärase ümberkujundamisega, uute sihtgruppide otsimisega. Peamiseks põhjuseks on siin uus omanik – Norra meediakontsern Schibsted. Niisiis on käesolev programmianalüüs üksnes ühe vaheetapi kirjeldus.

Allikad

BMF Gallup Media auditooriumiuuringud 1998-2000.

Intervjuu Kanal 2 programmidirektori Vilja Palmi ja omaprogrammi direktori Vahur Laiapeaga märtsis 2000.

Marko Mägi

TV3

Vaadeldud kuuel päeval näitas TV 3 161 saadet, kokku 6 330 minutit, mis teeb päevas keskmiselt rohkem kui 16 tundi.* Üle kolmandiku sellest ajast – 36% (protsent siin ja edaspidi arvutatud minutitest, kui pole öeldud teisiti) – moodustavad kordussaadet. Kolmveerandi programmist moodustab hankeprogramm.

Hankeprogrammis domineerivad selgelt USAs toodetud filmid ja seriaalid. Neile järgnevad enam-vähem võrdselt Suurbritannias ja Ladina-Ameerikas toodetud seriaalid. Kui USA seriaalid ja filmid on esindatud žanriliselt üsna mitmekesiselt, siis Briti päritolu on näiteks huumorisari "Allo, Allo" ja draamasari "Kahe korruse rahvas", Ladina-Ameerikast pärinevad vaid seebiseriaalid ("Mees merelt", "Isaura") ja Austraaliast põnevussarjad ("EZ tänavad", "Sõnumitooja").

Omasaadet

TV3 originaalprogramm koosneb laias laastus nelja tüüpi saadetest: **"lipulaevad", meelelahutus, harivad-informeerivad saated ja kindlale sihtauditooriumile suunatud saated.** "Lipulaevad" on saated, mida kanal ise peab oma tähtsamateks tõmbenumbriteks. Sellised on näiteks "Seitsmesed uudised", "Sajandi valgus ja varjud", "Kahvel" ja "Kuldvillak".

Meelelahutust pakuvad telemängud (näiteks "Õnneratas" ja "Bingo-Loto") ja seriaalid. Hariv-informeerivana on käsitletav selline saade nagu "Arstisaade". Kindlale sihtauditooriumile suunatud saated on määratletud soo ("Kaunis kaunimaks" naistele), vanuse ("Filter" noortele) ja huvidega ("Cinemanía" filmihuvilistele, "Hommikukõõk" kokandushuvilistele, "Valvoline sport" spordisõpradele, "Eesti loodus" loodusesõpradele, ehitussaade "Nurgakivi" ehitushuvilistele).

Žanriskala

Saadete vormianalüüsi puhul pldasin arvet saatekordade järgi ja kõige enam – ligi pooltel juhtudest – oli tegemist seriaalidega (44%). Üllatusena oli kavas suhteliselt palju multifilme

* Vaatlusalused päevad: 17.02, 26.02, 27.02, 28.02, 03.03, 04.04. 2000.

(14%), nende hulgas oli ka selliseid, mille sihtauditooriumiks pole mitte lapsed, vaid noored või täiskasvanud. Palju oli kasutatud ka kombineeritud žanri (13%). Teised žanrid – vestlussaadet, mängud, mängufilmid, dokumentaalfilmid ja muu – olid esindatud ühtlaselt madalalt.

Seriaalide suhteliselt suurt osakaalu võib seletada nende majandusliku tõhususega.

"Seriaalidel on palju eeliseid, mis kõik on järk-järgult mõjutanud kogu televisiooni toodangut: igapäevased tegelased ja situatsioonid koos tagasipöörduva auditooriumiga, tõhus toodang, kerge reklaamimüük. Ei tohi kunagi unustada, et kommertstelevisiooni programm on auditooriumi köitmiseks, mida saab müüa reklaamitandjale." (Smith & Paterson 1998: 60)

Samas ei saa seriaalide ja mängufilmide suurt hulka automaatselt pidada negatiivseks, kuna neid edastava telekanali mõju auditooriumile ei saa võtta üks-üheselt vaataja reaalsustaju nõrgendavana.

"Televisiooni on kriitiliselt nimetatud eskapistlikuks meediumiks. Programmi tootmisele ja saadetele heidetakse sageli ette ratsionaalsuse ja sisemiste väärtuste puudumist, need on nõudmisi mitteeesitavad ja formaalsed. Tuntakse, et televisioon ei ole täitnud oma hariduslikku potentsiaali ja pakub üksnes odavaid kogemusi. Selles valguses nähakse eskapismi üdini negatiivsena: meelelahutuslikkus, fantaasiates elamine, eemaldumine tegeliku elu probleemidest. Siiski on ka teistsuguseid uurimusi, mis on avastanud märksa keerukamaid seoseid: televisioon aitab sageli lahendada tegeliku elu probleeme, otsides vastust fantaasiatelt. Televisioon võib muuta taju ja arusaama maailmast, milles indiviidi elab." (Smith & Paterson 1998: 58).

Saadete funktsioonid

Meelelahutuse funktsiooni kandis 82% ja samastumise funktsiooni 51% programmist, kaugele maha jäid informeeriv (19%), hariv (9%) ja kogemusi vahendav (5%) funktsioon.

Kõige sagedasema funktsioonide kombinatsioonina esinesidki koos meelelahutus ja samastumine, mis iseloomustas pea iga seriaali-mängufilmi. Samuti esinesid tihti koos informeeriv ja hariv funktsioon, nagu näiteks saadetes "Eesti loodus" ja "Arstisaade". Ka informeeriv ja kogemusi vahendav funktsioon on suhteliselt tihti saadete põhilisteks funktsioonideks – näiteks saadetes "Politseinädal" ja "Kaunis kaunimaks".

Vaadeldes funktsioone ajalisest aspektist, selgub, et meelelahutus oli ühtlaselt päeva peale laiali jagatud ja seda katkesta-

sid aeg-ajalt vaid informeerivad või informeeriv-harivad saated. Funktsioonide "päevaplaanina" oli nädalavahetuse programm selline: kell 8-10 meelelahutus, kell 10-13 informeeriv-hariv, kell 13-19 meelelahutus, kell 19-19.15 informeeriv, pärast seda meelelahutus. Argipäevade programm oli sellest mõnevõrra erinev, sest mõnel päeval (neljapäeval, reedel) korrati nädalavahetuse informeeriv-harivaid saateid. Üldjoontes oli tööpäevade programm järgmine: kell 7-17 peamiselt meelelahutus, mida olenevalt päevast katkestasid kas müügiprogramm ("Teleturg") või eelmise nädalavahetuse informeeriv-harivad saated; kell 17 lühiuudised, kell 17.10-19 meelelahutus, kell 19-19.30 informeeriv kava, millele olenevalt päevast järgnes kas informeerivkogemusi vahendav omasaade või meelelahutus, kell 20.30-23 meelelahutus, millele järgnesid informeeriva funktsiooniga hilisõhtused lühiuudised ja meelelahutus.

Seega oli argipäevade tippajal meelelahutust täiendatud teiste funktsioonidega. Nädalavahetusel domineeris meelelahutus tippajal tugevalt ja oli teiste funktsioonidega täiendatud rohkem ennelõunasel ajal.

Meelelahutuse domineeriv osakaal tuleneb suurest mängufilmide, seriaalide ja telemängude hulgast. Meelelahutuse suur osakaal on TV3 omanike taotlus.

"Programmi eesmärk on eelkõige meelelahutus. 1. jaanuarist oleme ühinenud Viasat kontserniga – selles mõttes ühinenud, et meil on ühine eetrigraafika, ühised vahekõllid ja sellest tulenevalt ka ühine programmipoliitika. Viasati loosungiks on dedicated entertainment – meelelahutus igaühele. Meelelahutuse kõrval pakume ka uudiseid, informatsiooni, natuke probleemsaateid ja lastele mõeldud programme. Aga põhimõtteliselt on eesmärgiks ikka: lahuta meelt!" (Intervjuu TV 3 avalike suhete juhi Annika Remmeliga).

Sihtauditoorium

Põhiliselt on TV3 saated suunatud üldisele auditooriumile, mis tähendab, et tegu on saadetega "kõigile". Üldisele auditooriumile oli uuritud päevade programmist mõeldud 39% (nt "Sa-jandi valgus ja varjud", "Kuldvillak", "Politseinädal", uudised, mängufilmid). Võrreldaval hulgal (29%) oli noortele mõeldud saateid (nt "Filter", "Melrose Place", "Dawson's Creek").

Edasi võib välja tuua enam-vähem võrdselt naistele (18%, nt "Kaunis kaunimaks", "Hommikukõõk", "Vaprad ja ilusad") ja meestele (16%, nt "Remington Steele", "A-rühm") suunatud saated. 480 minutit (8%) oli suunatud lastele (nt "Alice imede-

maal", "Onu Frederik ja sõbrad", "Ilmaeluime"). Marginaalselt olid esindatud ka teemad – sport, köök, loodus, kinnisvara – ja vastavad huvigrupid. TV 3 ei pakkunud spetsiaalseid saateid keskealistele, pensionäridele ega maainimestele. Seda võib seletada TV3 kui kommertskanali orienteeritusega eelkõige kasumile.

"Kommertsteleviisioon elab oma reklaamirahade arvel, seetõttu võib öelda, et hea programmi kriteerium võiks olla see, et ta pakub huvi võimalikult laiale auditooriumile. Me ei saa oma programmi üles ehitada eksklusiivsetele või hästi tehtud, kuid väikestele vaatajagruppidele tehtud saadetele." (intervjuust TV 3 avalike suhete juhi Anneli Remmeliga).

Üldisele auditooriumile sunnib erakanalit keskenduma vajadus olla atraktiivne reklaamialandjale, kes soovib saada võimalikult palju kontakte, mis omakorda tähendab suundumist üldisele, võimalikult rohkearvulisemale auditooriumile.

"Erakanalite funktsioon on ainult üks: teenida kasumit. Teenimiseks on mitu viisi, kas suurem turuosa või odavam programm. Lõppeesmärk on ikka aastalõpukokkuvõttes see number. [...] Kui me räägime märtsist 2000, siis see [programmikooastamise kriteerium] on tasuvus. Praegu on väga tugev orientatsioon sellele, et raha tagasi teenida." (Intervjuu TV 3 endise tegevdiriktori Andres Jõesaarega).

Avaliku teenuse pakkumine

Kui vaadelda programmi avaliku teenuse osutamise seisukohalt, näitas TV 3 täielikult avaliku teenuse funktsiooni täitvaid saateid viiendiku programmist, mainitud funktsiooni osaliselt täitvaid saateid 140 minutit (2%). Ligi neli viiendikku (78%) programmist klassifitseerus avaliku teenuse funktsiooni mittetäitvaks.

Järgnevalt toon näiteid mõningate konkreetsete saadete klassifitseerumise kohta. Täielikult avaliku teenuse funktsiooniga saated olid näiteks: "Sajandi valgus ja varjud", "Ilmaeluime", "Hommikuköök", "Eesti loodus", "Arstisaade", uudised, aga ka dokumentaalfilmid "Discovery maailm" ja "Vabana sündinud".

Osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete hulka klassifitseerusid "Politseikroonika" ja "Cinemanja". "Politseikroonika" kajastab kuritegevust Eestis ehk siis igapäevase tegelikkuse üht aspekti. Saate väärtust kahandas saatetegijate poolt valitud positsioon, mis oli kaldunud riigi ehk politsei poole ja kodaniku vastu, väljendudes näiteks inimeste alavääristamises ja/või ennatlikus süüdistamises.

Filmisaade "Cinemanía" informeerib kinos peatselt linastuvatest filmidest, aga ta teeb seda üheülbalselt, toetudes filmikompaniile valmistatud reklaamtraileritele. Saatejuhi tekst jääb suures jaos filmi sisu ümberjutustavaks. Seega võib "Cinemaníat" pidada sisuliselt reklaamsaateks.

Osaliselt pakkus avalikku teenust ka saade "Kuldvillak", millel oli küll olemas hariv funktsioon, kuid see polnud antud saate puhul domineeriv, tegijate taotlus oli pigem meelelahutus.

Avaliku teenuse funktsiooni mittetäitvad olid näiteks seriaalid, "Bingo-loto", "Nädala filmid" ja nii edasi.

Avaliku teenuse funktsiooni suhteliselt suurt osakaalu – viilendik programmist – võib seletada vajadusega parandada kanali imago ja vaatajate soovidega arvestamisega.

– Mis on TV3 kõige olulisemad saated?

"Igal saatel on oma eesmärk. Kui imidzist ja vaataja huvidest rääkida, siis "Kahvel", "Seitsmesed uudised", "Sajandi valgus ja varjud". Kui me räägime kasumist, siis mängud, lotod, "Kuldvillak", "Õnneratas". Need on saated, mis toovad raha sisse."

– Miks TV3 teeb saadet nagu näiteks "Sajandi valgus ja varjud", mis sobiks vabalt ETV-sse, mis on nn täiesti avalik-õiguslik? Sellist kohustust ju ei ole.

"Jah, kohustust ei ole. Vaataja huvides, mis meid ka huvitab."

– Et siis mingite teiste tulude arvelt teete ka midagi sellist?

"Jah, minu ajal see nii oli. Esiteks kujundab see kanali imidžit ja teiseks on see ka erinevate vaatajagruppide rahuldamine. Kõik ei taha kogu aeg "Maria Bonitat" näha." (Intervjuu Jõesaarega).

Programmi kommertsiaalsus

Kommertstelekanali programm on eeltoodud analüüsi kohaselt nii funktsioonide, saadete vormi kui kujuteldava sihtauditooriumi aspekte arvestades suhteliselt üheülbaline. Saateid programmi planeerides ei ole esikohal mitte saate kvaliteetsus või saate vajalikkus, vaid primaarseks osutub ikkagi tasuvus, nagu Andres Jõesaar ka viitas.

– Milliseid saateid sellepärast on tehtud, et need toovad raha sisse?

"Sisse toovad raha need saated, millel on kõrged reitingud. Reklaamioskjad on väga kinni reitingutes. Sellepärast saab välja

tuua "Kuldvillaku", "Kahuli", "Politseinädala", millel on kõrge reiting. Arstisaated ja lastesaated on tagaplaanil. Nendes on minimaalselt reklaami." (Intervjuu Remmeliga).

Erakanali programmi eest vastutavad inimesed on sunnitud programmi koostamisel arvestama nii turu olukorrast lähtuvate kui ka kontsernisisesest survetega. Remmeli sõnul määravad viimased näiteks ära filmid ja sarjad, mida TV3 näitab. Samuti on omanikud Remmeli sõnul majanduslikel põhjustel püüdnud lõpetada kõigi omasaadete tegemise. See on takerdunud Eesti seadusandlusest tulenevate piirangute taha: seadus nõuab 25 protsenti omatoodangut ühe kalendrikuu jooksul.

Omanike suhtelist rahulolematust kinnitab ka Andres Jõesaar, öeldes, et 1996. aastal paika pandud viie aasta plaanist on vaid osa punkte täidetud: "Turupositsioon on varem kättevõidetud, kui me kirja panime, aga majandusliku kasumi tootmisega on vastupidi... ütleme, et selleni on veel poolteist aastat aega." (Intervjuu Jõesaarega).

- Kas TV3 programmiga jääte rahule?

"Kui olla omanik, siis mitte, kui olla televaataja, siis numbrid näitavad, et vaataja on rahul. Püstitatud sai eesmärk haarata vanuserühm 12-50. Selles vanuserühmas ületame me praegu ETVd peaaegu kaks korda." (Intervjuu Jõesaarega).

Kuivõrd saaksid erakanalid avalikku teenust pakkuda? Võib välja tuua kaks seisukohta – TV3 endise juhi ja praeguse avalike suhete juhi omad.

"Arvan, et kommertsjaamad suudaksid anda inimestele täpselt sama, mis peaks andma avalik-õiguslik televisioon. Veebruaris oli probleem, et ETV ei saa rahapuudusel vabariigi aastapäeva pidustusi ülekanda. Meie olime kohe valmis seda tegema. Tegelikult ei ole sellist asja, et jääks midagi raha taha pidama. Et see ei too sisse, et seda me ei tee. On selliseid asju, mida me teeksime ka siis, kui me sellest tulu ei saa." (Intervjuu Remmeliga).

"Näen seda võtolla litiga mustades prillides, kuid näen, et omanikud on nii palju raha kuue või rohkema aasta jooksul süa sisse pannud ja ei näe sellel enam mõtet. Juhtub sama, mis lehtedega. Kaua sa ükka seda toidad. [—] Arvan, et praegune turuolukord kaotab ära selle, mis ei too kasumit, kas otseses rahalises või turuosana kanali imidži näol. Kāes on praegu see aasta, kui pole enam raha: Rootsi või Norra krooni Eesti krooniks ei konverdiita televisioonis. Seni maksis Rootsi või Norra või üks-

kõik milline välistele vaataja selle kinni, et eestlased saaksid head programmi näha. Nüüd on see aeg läbi, nüüd peab oma rahaga hakkama saama. [—] Eestis on kindlalt parem programm kui eestlased majanduslikult suudaks üleval hoida. [—] Selle koha pealt on Eesti rahval ees aeg, kus nad on sunnitud ütlema: olid ajad.” (Intervjuu Jõesaarega).

Nende arvamuste taustal ei saa eeldada, et avalik-õigusliku kanali kadumisel kasvaks avalikku teenust pakkuvate saadete maht erakanalites, sest eelkõige soovivad omanikud mitte jätkuvalt investeerida, vaid raha kiiresti tagasi teenida. Ja kui avalikku teenust pakkuvate saadete maht ka kasvaks – kuigi see on omasaadete lõpetamise jutu taustal väheusutav – ei ole garantiid, et selline olukord ei võiks omanike suvast lähtuvalt ükskõik millisel ajahetkel muutuda.

Allikad ja kirjandus

Intervjuu TV 3 endise tegevdirectori Andres Jõesaarega 31.03.2000.

Intervjuu TV 3 avalike suhete juhi Annika Remmeliga 30.03.2000.

Smith, A. & Paterson R. (toim) (1998). *Television. An International History*. Oxford University Press.

Maia Möller, Meelis Süld

Vikerraadio

Vikerraadio on Eesti raadioprogrammide vanim ja auväärseim. Vikerraadioga (sh varem üldiselt Eesti Raadioga, Vikerraadio loodi ER2. programmina 1967. aastal) on üles kasvanud mitu põlvkonda ja ta tähendab paljudele harjumuspärast raadiokeskkonda. See programm on nagu klassika – ühendav ja turvaline. Vikerraadiol on läbi aja olnud kultuuriline, ühendav ja hariv roll.

Vikerraadiot kui avalik-õigusliku raadio põhiprogrammi iseloomustab sõnaliste saadete suur osakaal ja programmi suunatus üldisele auditooriumile.

Programm ja funktsioonid

Vikerraadio programmis domineerisid analüüsitud kuuel päeval hariva funktsiooniga saated, mis täitsid veerandi programmist (24%, protsent siin ja edaspidi võetud saatekordadest).^{*} Harivate saadete osakaal oli suurim nädalavahetustel, mil olid eetris nt “Müstiline Venemaa”, “Tähtpäevatund” ja raadioteater, aga küllaldane ka argipäeviti, nt igaõhtune “Maailmapilt”.

Ligi viiendik (18%) programmist täitis meelelahutusfunktsiooni – siia kuuluvad raadiomängud ja muusikasaated, aga ka osa hommikuprogrammist. Peaaegu sama palju oli informeerivaid saateid (16%) – uudised, “Argipäev”, “Maailm täna” jt.

Kogemusi vahendavatest saadetest (13%) väärtivad mainimist küpsemale ja naiselikumale kuulajale mõeldud “Spekter” ja “Päevatee”. Järgnevad reguleerivad, suunavad ja arvamust kujundavad saated (11%) nagu “Rahva teenrid”.

Esteetiliselt elamust pakkus ligi kümnendik saadetest, sealhulgas raadioteater, ja osalemisvõimalust 9% saadetest (nt telefonisoovikontsert).

Programmi ülesehitus

Saatepäev algab kell pool kuus hommikuprogrammiga, mis läheb kell kümme üle muusikaprogrammiks “Keskhomeik”.

^{*} Vaatlusalused päevad: 17.02, 19.02, 20.02, 04.03, 06.03, 07.03.2000.

Hommikuprogramm on meeleolu loova muusika, uudiste, saatejuhi poolt valitud teemade ja intervjuudega otsesaade. Hommikuprogrammi kuuluvad lüklusteated, ajalehtede ülevaated, lühikommentaariid ja -intervjuud, hommikujutlus, õnnesoovid. Viimases saatetunnis on kuulajatel võimalus stuudiosse helistada ja arutleda saatejuhi poolt väljapakutud teemal.

Kell üksteist jätkub ennelõunane programm välispoliitika-saatega "Maailm täna". Saade sisaldab sageli välisajakirjanduse ülevaateid, aga ka Eesti Raadio välisreporterite infot-kommentaare. Pooletunnise välispoliitikasaate järel on eetris järjejutt.

Päev on diskussioonide ja arutluste aeg. Pärast keskpäevaseid uudiseid jõuab eetrisse kahetunnine otsesaade "Päevasüda", mille päevakajalised teemad vajavad rohkem tähelepanu kui uudistesaaetes eraldatud 2-3 minutit. Kell kaks on eetris Vikerraadio keskne probleemsaaade "Argipäev". Kell neli algab "Spekter", mis sisaldab nädalapäevast sõltuvalt haridus-, keskkonna-, pere- ja terviseteemalisi saatelõike. Üldist kuulatavust taotlevad saated jätkuvad pool kuus Vaba Euroopa ja kell kuus "Päevakajaga".

Vikerraadio öhtuprogramm on kultuuri, kunsti, inimliku eksistentsi probleemide, emotsioonide ja mõtiskluste aeg. Eetris on "Maailmapilt", öhtujutt, erinevad muusikasaated, "Argipäeva" ja hommikuse järjejutu kordus ning "Keskööprogramm".

Nädalavahetuse saatekava erineb tööpäevade omast oluliselt. Programmi kuulub rohkem kultuuri-, muusika- ja ajaloo-saateid, mis on nii meelelahutust pakkuvad kui ühtlasi ka harivad. Näiteks "100 aasta laulud", mis annab ülevaate sajandi vältel populaarseks osutunud muusikast ja muusikutest, või ühe muusiku bio- ja diskograafiat tutvustav "Unustamatud". Nädalavahetuse kavas on ka päevakajalisi teemasid puudutavaid saateid: "Rahva teenrid" võtab kokku nädala olulisemad ühiskondlikud teemad, "Maalehega maale" käsitleb põllumajandusega seotud probleeme.

Haridus- ja kultuurisaated

Enamik harivatest saadetest on kultuurisaated, mis tutvustavad nii Eesti kui välisriikide loomeinimesi ja annavad kuulajale süsteemse ülevaate mõnest ajalooperioodist: "Tähtpäevatund" (ülevaade kultuuritegelaste elust ning loomingust nende sünnipäeval), "Saja aasta laulud" (tutvustab parimaks peetud muusikat läbi sajandi), "Unustamatud" (tegeleb tuntud muusikute biograafia ja diskograafia tutvustamisega), "Kul-

tuurikaja", raadioteater ja järjejutt (pakuvad tõsisaid kirjan-
duselamusi).

Säravaimad on Vikerraadio programmis kultuuri- ja maail-
mapilti rikastavad kunstilised saated: kuuldemängud,
järjejutud, "Maailmapilt", "Kirjutamata memuaare", "Keskõõ-
programmi" saated. Nende saadete tugevus sõltub eelkõige toi-
metajatest: Mari Tarand läheneb alati keelele-kirjandusele
naiselikult läbi perekondlik-traditsioonilise vaatenurga; Mar-
tin Viirand huvitub kultuurikontaktidest ja kultuuri laiemast
mõtestamisest; Terje Soots isiksuslikest ja psühholoogilistest
probleemidest; Lembit Lauri inimese saatuseloost Eestis. Kõik
mainitud saatejuhid oskavad hästi valida vestluskaaslasid.

Programmis on ajalugu, pärimust ja identiteediprobleeme
käsitlevaid saateid. Lähiajalugu teadvustab "Kirjutamata me-
muaare", kaugemaid aegu-kultuure "Müstiline Venemaa" jm.

Samastumisvõimalust pakub Helgi Erilau "Tähtpäeva-
tund", kus probleeme otseselt ei püstitatagi, vaid jutustatakse
traagilisi elulugusid muusikaga põimitult. Ometi võib siin saa-
da (kujuteldava) lahenduse mõnigi isiksuslik ja eksistentsiaalne
probleem.

"Keskõõprogramm" on paljulubav ning saated on inimlikud.
Harivat rolli tänapäeva stiilis täidab Jaan Tootseni toimetatav
raadioloeng "Õõülikool".

Sotsiaalse suunitlusega saated

Vähem tähelepanu on Vikerraadio programmis pööratud
looduse ja keskkonnaprobleemidele, samuti sotsiaal- ja pere-
probleemidele. Saatekavas on olemas küll vastavasisulised
saated (nt "Spekter"), esindatud on nii tervishoiu-, keskkonna-
ku haridusteemad, kuid veniva ja vähediskutiivse esituslaadi
tõttu ei kutsu need saated end kuulama ega täida oma rolli.

Ajal, mil inimesed ühiskonnas elavad valuliselt üle suuri
muutusi, ei ole Vikerraadios pea üldse käsitletud perekonnate-
maatikat. Puudub diskussioon. Inimesed ei saa pöördelistel
hetkedel toetust. Teravamalt väljendub see faktis, et program-
mis puuduvad saated, mis tõstataksid eksistentsiaalseid prob-
leeme. Seega on programm mõnevõrra inimkaue ja tänapäe-
vaste probleemide käsitlemisest hoiduv.

Sihtauditoorium

Kõige rohkem oli kujuteldava auditooriumina arvestatud
keskealisi (neile oli mõeldud 29% saadetest). Peaaegu sama pal-
ju saateid oli üldisele auditooriumile (26%). Meestele ja naistele

oli suunatud võrdselt 14% saatetest, pensionäridele 13% (nt "Päevatee"). Vähe oli tähelepanu pööratud lastele ja noortele (vastavalt 2% ja 1%).

Lastesaadete vähesus on tõsine probleem, teistes raadio-programmides on neid samuti väga vähe. Tänuväärne on õhtujutt. Reet Made toimetatavad lastesaated on aga elukauged ja liiga jäikade raamidega.

Tegelikult puuduvad raadios laste hääled ja mõtlemine, otsekuulajad võiksid sel moel tulevikule mõtlemist ja vastutust. Samuti ei kosta keerulist elu elanud eakate inimeste kogemusi.

Väärtushoiakud

Väärtushoiakutest domineerisid vaadeldud päevadel haritus (18%) ja informeeritus (15%). Mõnevõrra jäid maha kultuur (9%), eesti (rahvus)kultuur/tavad (7,9%), tervis (5,2%), riigi huvid ja riigikaitse (5,2%), eesmärgikindlus/visadus/julgus (5,2%) ja kristlik maailmavaade (5,2%). Vähem väärtustati patriootilisust ja isamaad, lapsepõlve, vanemaid, kodu, haridust, omakasu/õigusi, loodust, eneseväärikuse säilitamist, eesti keelt, professionaalsust ja oma huvide eest seismist.

Erinevalt teistest raadiojaamadest on Vikerraadio pühenud saateajaga ka kristliku maailmavaatega inimestele: "Kirikuelu", hommikupalvused ja pühapäevahommikune lühijuttus ning neile lisaks veel Eesti Luterliku Tunni saated.

Kommentaariid

Vikerraadio on säilitanud mitmed head ja vajalikud traditsioonid (kuuldemängud, järjejutud, erinevad kultuurilise orientatsiooniga saated, "Keskööprogramm" jne), samas on viimasel kümnendil kadunud olulised sotsiaalsed saated, millele ei leia asendust ka teistest programmidest, nt "Perekond ja kodu" laadsed saated.

Ärevaks teeb vähene suunatus tulevikku, kaugema perspektiivi puudumine. Analüüsitud päevade programmis avaldus see nii probleemikäsitlelustes kui ka sihtauditooriumide aspektist näiteks lastesaadete vähesuses. Palju harivaid ja informatiivseid saateid sisaldav programm jätab seetõttu tolmu-se mulje.

Vikerraadio vajab värskust, et võimaldada diskussiooni, osalemist tõsistes üldistes arutlustes. Poliitilist informatsiooni võiks olla vähemgi, ent eluprobleemide käsitlemisel peaks olema osalevam ja aktiivsem. Vaja on laiemaid probleemitõstatust ja analüüsi eri valdkondadest, avarat ja avardavat pilku Eesti ja muu maailma protsesside käsitlemisel.

Sergo Selder

Raadio 2

Raadio 2 programmis domineerib meelelahutus. Teistlaadi funktsioone täidavad näiteks "Ajalootund", "1940", "Kuula kõõki", "Trikatrel", "Olukorrast riigis", "Kunstikanal", "Võrgutaja", "Tähtpäevatud".

Raadio 2 programmis on ka saateid, mis ühendavad meelelahutuse informatsiooniga, nagu "Tere hommikust", "Laupäevak", "Et R2 maa", "Kahega lõunal". Kuid üldiselt ei ole informatsioon nendes saadetes mitte niivõrd eluliselt vajalik teave kui just pehmemad meelelahutuslikud uudised, iseäranis muult maailmast.

Minu kuulamiskogemuse põhjal pakub Raadio 2 Eesti raadiotest kõige mitmekesisemat muusikavalikut, näiteks pakub Kaarel Kose kuulata enimmüüdud muusikapalu, "Lustikumut" – soovilugusid kuulajatelt, "Propaganda" – uuemat rocki, "Kliinik" house'i ja garage'i, "Reggae power" reggaemuusikat, "Kae kantrit" kantrimuusikat, "Linnadzungel" hip-hopi ja souli, "Sessioon" erinevat džässi.

Suurem osa saateid ongi muusikasaated, mis, kui muusika välja arvata, on üpris ühesugused: saatejuht ütleb muusika tutvustuseks paar sõna ja mängib muusikat.

Raadio 2 programm on suuresti üles ehitatud staaridele. Kuulajatele pakutakse üsna palju võimalusi osalemiseks: selleks on kavas telefonimängud, soovisaated, tervitussaated.

Kahjuks tuleb tõdeda, et Raadio 2 saadetes helistaja ei sõra just erilise taiplikkusega. Enamik raadiosse helistajaid on noored inimesed, kes täpselt ei teagi, miks nad helistavad. Näiteks kui etteantud vastusevariantidega raadioküsimuse puhul on pakkumata veel üksainuke variant neljast, oskab paar inimest alati pakkuda veel kord juba läbivõetud variante, mis näitab, et saadet ei kuulatagi eriti põhjalikult.

Raadio 2 on tihedalt seotud kõikvõimalike sponsoritega. Iseäranis on Raadio 2 muusika- ja filmitööstuse meelevaldas: raadiomängude küsimused pole mitte maailmaasjade, vaid kitsalt mõne konkreetse firma või toote kohta – näiteks kas siis parasjagu kinos linastuva filmi ("Propaganda") või verivärske plaadi (Kaidi Klein) või mõne firma ("Päripüüdja") või mõne käimasoleva messi või muusika- või spordiürituse kohta.

Raadio 2 ei paku ega koorma oma kuulajat millegi keerulise-
maga. Suurem osa programmist on kergesti seeditav.

Programmi suur eelis on õiste saatete olemasolu. Öösel ei
mängi stuudios anonüümne plaadimasin, vaid kuulajatega
suhleb inimene (võtab vastu õiste helistajate kõnesid ja män-
gib soovilugusid). Käesolevas artiklis ma õõsaateid pikemalt
siiski ei käsitle.

Lisaks Eesti Raadio uudistele on Raadio 2-l ka oma uudi-
sed.

Kujuteldav auditoorium

Kuulatud perioodi kuude saatepäeva sattus 33 erinevat
saadet (lisaks veel uudised).^{*} Kordussaateid ma üldpildis ei ar-
vestanud.

Kõige enam saateid oli mõeldud noortele – 21 saadet 33st,
s.o 64% (siin ja edaspidi on protsent võetud saatete arvust).
Noortele olid määratud kõik muusikasaated, "Võrgutaja",
"Timbulimbu show" jms.

Keskealistele oli 8 saadet (24%), nt "Tähtpäevatund", "Kuu-
la kõõki", "Olukorrast riigis", "1940". Vähem saateid (6 e 18%)
oli tehtud pensionäre ja üldist auditooriumi arvestavalt. Nende
saatete hulgas olid "Kae kantrit", "1940", "Kuula kõõki", "Täht-
päevatund".

Üldisele auditooriumile olid suunatud "Tere hommikust",
"Et R2 maa", "Ajalootund", "Kahega lõunal".

Lastele võiks kuulata viit saadet (15%), nt "Eesti
Kabel", "Timbulimbu show", "Trikatrei" ja Märt Rannamäe
saade.

Vähemustele mõeldud saateid ette ei tulnud. Vähemusteks
ei arvestata siinjuures muusikamaitsega määratletud vähe-
musi.

Saate funktsioon

Kõige suurem hulk saateid, ehk suisa 26 saadet (79%)
kandsid meelelahutuse pitsert. Siit võib välja lugeda, et on ava-
likku teenust pakkuvaid saateid, mille puhul meelelahutus on
omal kohal, nt "Tere hommikust", muusikasaated, "Kõõgijutt",
"Rahva oma kaitse".

Kümme saadet täitsid osalemise funktsiooni (30%), nt
"Timbulimbu show", "Lustikummut", "Et R2 maa".

^{*} Vaatlusalused päevad: 19.02-22.02 ja 26.02-29.02.2000.

Üheksa saadet olid informeerivad (27%), kuus harivad (18%).

Saate vorm

Kõige rohkem esines saadetes lihtsalt hajusat teksti ehk struktureerimata kõnet (14 saadet), nt "Timbulimbu show", Märt Rannamäe saade, muusikasaated. See ei tähenda, et need saated koosnevadki ainult struktureerimata kõnest, kuid seda tuleb saates väga tihti ette.

Esinemissageduselt ei jäänud palju maha diktoritekst (13 saadet), nt "Tere hommikust", "Kuula kõõki", "Ajalootund".

Vaba vestlust sisaldavaid saateid oli seitse, nt "Timbulimbu show", "Rahva oma kaitse", "Olukorrast riigis". Viie saate koosseisus oli intervjuu. Oli ka üks lavastuslik saade – "Kõõgijutt". Ühtegi reportaazi vaatlusalusesl perioodil kahjuks ette ei tulnud.

Saates osalejad

Üldiselt peab ütlema, et R2 saadetes väga palju osalejaid ei ole. Rohkem on neid ajakirjanduslikes saadetes, kus saatejuht on veldi enam vahendaja rollis, nt "Et R2 maa" ja "Kahega lõunal". Saates osalejad on nendel juhtudel intervjuueeritavad ja saatesse helistajad.

Väga huvitavate osalejatega saade on "Eesti kabel", kus saavad laulda kõik kodanikud, kes selleks soovi avaldavad. Tavalisteks osalejateks on ka otse eetrisse helistajad kõiksugu kuulajaküsimuste puhul. "Kunstikanalis" oli saatejuht kutsunud kaks inimest stuudiosse. Ent üldjuhul on saadetes osalejateks vaid saatejuht/autor ise, tema muusika ning helistajad.

Väärtushinnangud saadetes

Programmis väärtustati informeeritust, alternatiivmuusikakultuuri, lase-lõdvaks-suhtumist – kõik kolm olid väärtustatud kuues saates (18%), nt saadetes "Tere hommikust", "Linnadzungel", "Sessioon". Popmuusika ja uudislik meelelahutus olid esindatud viies saates (15%).

Neljas saates väärtustati tantsukultuuri, kolmes saates haritust, isetegevust ja popkultuuri.

Kahes saates oli tähtsal kohal kunst-kultuur ja huumoriroonia, nendeks saadeteks on "Kunstikanal" ja "Rahva oma kaitse". Saates "Võrgutaja" on väärtustatud tehnikaajastuga kaasas kälmist.

Avaliku teenuse funktsiooni küsimus

Avalikku teenust pakkuv programm peaks olema üldhuvi-
tav, kõigile mõistetav ja sisukas. Ta peab sisaldama endas po-
tentsiaali. Muusikakriitik Tõnis Kahu on öelnud, et ta ei pea
kogu aeg teatris käima, aga tal on vaja teadmist, et teater on ole-
mas ja sinna saab igal ajal minna (Intervjuu Kahuga).

Üks lahkavamusel tekitav moment avalik-õigusliku ring-
häälingu puhul on reitingud ja muud näitajad. Hagi Šein rõhu-
tab, et avalik-õiguslikus ringhäälingus on oluline programm,
mitte majandusnäitajad (Šein 1996). Eraringhäälingu eesmärk
on eelkõige teenida kasumit ja selleks võib ta muuhulgas osuta-
da ka avalikku teenust, kui heaks arvab. Peamine erinevus
seisneb kohustuste erinevuses.

"Kontrastiks kommertsringhäälingule peab ETV näitama
suurel hulgal neid saatetüüpe, mida ei saa jätta turu konjunk-
tuuride ja juhuse hooleks, mis turul tingimata ellu ei jääaks,
kuid millel on märkimisväärne tähtsus inimeste eneseteadvuse
ja väärikuse kasvatamises, sotsialiseerimises, ja osalemises
avalikus elus: kvaliteetsed uudised ja info, tõsine draama, kau-
nid kunstid ja kultuur, haridussaadet, laste- ja noortesaadet.

*Kvaliteet ja programmi mitmekesisus on need peamised kri-
teriumid, mille alusel hinnatakse avalik-õigusliku televisiooni
vastavust ühiskondlikule tellimusele. Üldiselt jaguneb kogu
omatoodang kaheks: ajakirjanduseks ja meelelahutuseks. Ava-
lik-õiguslik programm peab olema valdavalt ajakirjanduslik.
Mõistagi ei taha siinkohal väita, nagu poleks heal meelelahutu-
sel ETV programmis kohta. Küsimus on proportsioonides, selle
tegemise vormides. Ja kvaliteedis."* (Avalik-õiguslik ringhää-
ling...2000: 4, 9). ETV kohta öeldu peaks käima ka R2 kui ava-
lik-õigusliku raadiokanali kohta.

Pierre Juneau on öelnud: "Otsustajad kõikides riikides on
lasknud raadiol ja televisioonil muutuda pigem turustusmasi-
naks kui kultuuri elemendiks."

Seda on tunda ka Raadio 2 programmis. Tugevat rõhku on
pandud popkultuuri uutele väljalasetele nagu seda on uued
muusikaplaadid ja värskelt kinos linastuvad filmid.

Väga tugev promomine käib läbi mitmesuguste kuulaja-
mängude, kus pidevalt korrutatakse, kui uue ja hea plaadiga
on selle päeva auhinna näol tegu.

Lisaks sellele oskavad vist vaid Raadio 2 plaadikeerutajad
ise öelda, kui mitu korda päevas mängitakse parajasti muusi-
kamaailma kõige kuumemat hitti.

Nüüd võib ikka veel kinnitada, et tegemist on kuulaja huvi-
dele vastu tulemisega. Kuulaja tahab seda muusikapala kuula-

ta, sest see on populaarne ja ta arvab, et see meeldib talle. Kuid avalik-õiguslik jaam peab olema kuulajatele ka omamoodi kasvataja ja harija – pakkuma talle uusi lahendusi ja variante, asju, mida kuulaja ise ehk oodata ja soovida ei oska.

Samas on ilmnunud kahtlusi, kas ikka on õige vaadelda Raadio 2 eraldi kanalina? Selle küsimuse esitajad vihjavad tavaliselt sellele, et Eesti Raadiot tuleb käsitleda tervikuna ja Raadio 2 on vaid osa sellest.

Arvan, et Raadio 2 programmi saab vaadelda osaliselt ka teistest eraldi. Kui nende auditoorium on peatoimetaja Urmas Leinfeldi sõnul 20-40 aastased inimesed, siis tähendab see, et programm on suunatud ühele vanusegrupile. 20-40 aastased inimesed ei jagune ainult muusikamaitse alusel, vaid vajavad infot, meelelahutust, harvaid saateid ja kultuuri nagu teisedki inimesed.

Kui vaadata Eesti Raadiot tervikuna, siis selle neli kanalit ei tohiks omavahel konkureerida, vaid peaksid üksteist täiendama. Hetkel nad aga konkureerivad teatud osas omavahel.

Analüüsitud 4200 minutist Raadio 2 programmist moodustas avaliku teenuse funktsiooni täitev programm minu hinnangul 2238 minutit (53%), sellest üle poole täitis seda funktsiooni üksnes osaliselt.

Kultuur ja avalik teenus

Teatavasti sisaldab avalik-õigusliku ringhäälingu üldlevinud definitsioon mõistet "kultuur". Aga mida selle all mõistetakse? Selgub, et erinevaid asju. Raadio 2 peatoimetaja mõistab selle all suuresti popkultuuri ja kaasaegset muusikamaailma.

"/.../ aga õhtul me mängime kõiki alternatiivseid asju, seal on mõnel saatel ainult paar tuhat kuulajat".

- Need on siis lihtsalt erineva muusika saated?

"Erineva muusika jah. Põhimõtteliselt on seal kõike: jazzist hiphopi ja rajurokini ja alternatiivsed tantsumuusikasaated."

- See on siiski ju muusikaline lähenemine kuulajale, et siin mingeid saateid nagu vähemustele konkreetselt...

"Noo... hiphopisaade, kus on Eestis võibolla ainult kuskil kaks tuhat inimest üldse, kes seda muusikat taluvad – kui see ei ole vähemustele suunatud, siis mis asi see on?"

- See on ikkagi muusikasaade, see ei ole vestlussaade, arutlussaade?

"Põhimõtteliselt kogu info, mis seda valdkonda üldse haarab, tuleb ikkagi sealt."

- Ta läheb siis uudislik-meelelahutuslikus suunas?

"Absoluutselt mitte. Siin on väga suur erinevus – kõik ülejäänud raadiod, mõtlen eraraadiod, nendel ongi põhiline see, et vedada seda ühte kaigast kogu aeg. Meil oleks lihtsam ja tunduvalt odavam mängida õhtusel ajal ka sama, mida päeval, niiöelda seda hitraadiot jätkata. Meie osakaal oleks palju suurem. Me justkui meelega anname õhtul osa kuulajaid teistele."

Siit selgub ka see, et oma tegutsemises lähtub Raadio 2 ikkagi suuresti kommertshuvidest.

Kas mõiste "kultuur" all võib mõista meie igapäevast tänavapilti? Kas see tähendab, et avalik-õiguslik ringhääling peab peegeldama ja edendama just seda maailma? Või mõistetakse siin kultuuri all midagi sügavamat? Muusikakriitik Tõnis Kahu on arvanud, et see kultuur tähendab pigem midagi, mis meil on ühiselt olemas. Mis meil on ühises minevikus. Midagi, mis läheb hinge ja on kahtlemata tähtsam kui ostu-müügi suhe.

Kultuur on see, mis teeb inimesed huvitavaks, muu maailma tähelepanu väärivaks. See on see, kuidas rahvas, ühe maa inimesed väljendavad oma unistusi ja lootusi ja kuidas nad räägivad oma minevikust ja tulevikust. See on see, millest nad hoolivad.

Kui raadio loodi ja hiljem televisioon välja arendati, võttis enamik riike seisukoha, et neid meediume kasutatakse harimiseks, kultuuri heaks, informeerimiseks, väärtuslikuks ja väärikaks meelelahutuseks ja valgustuseks.

Tuleb selget vahet teha muusikalise kultuuri kui väärtuse ning muusikalise kultuuri kui kauba vahel, mida tarbijatele igal võimalikul juhul pähe määratakse.

Kokkuvõte

Kiituväärt on Raadio 2 ponnistus mängida võimalikult palju erinevat muusikat. Kiituväärt on see, et Raadio 2 teenib Eesti Raadiole raha. Kiituväärt on peatoimetaja soov teha rohkem ajakirjandust. Raadiojaama puhul on selle paratamatuks tagajärjeks suurem sõltuvus kommertshuvidest, kui seda tihti tunnistada tahetakse.

Kirjandus ja allikad

Avalik-õiguslik ringhääling Eestis: mõiste, programm, auditoorium (2000).

Uurimistöö 1. vahearuanne, Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond.

Intervjuu Raadio 2 peatoimetaja Urmas Leinfeldiga märtsis 2000.

Intervjuu muusikakriitik Tõnis Kahuga märtsis 2000.

Šein, H. (1996). *Avaliku ringhäälingu tulevik Eestis. 12+1 põhiküsimust, teese ja fakte diskussiooniks avalik-õiguslikust ringhäälingust*. Tallinn: Eesti Televisioon.

Anu Mägi

Klassikaraadio*

Klassikaraadio on Eestis ainulaadne raadiojaam. Sel on suur tähtsus raadios kõlava muusika ja jututeemade ringi avardamisel, sest niisuguseid autoreid, teemasid ja muusikazanre teistest Eesti raadiojaamadest ei kuule. Eesti Raadio juhtkonna nägemuse järgi peaks Klassikaraadio olema muusikalis-sõnaline kõrgkultuurilise orientatsiooniga, väärtmuusika ja -kirjanduse eri žanre kajastavate saadetega programm igas vanuses ja erineva sotsiaalse suunilusega, peamiselt linnades elavatele kesk- ja kõrgema haridusega püsikuulajatele (www.er.ee/a2002.html).

Klassikaraadio peatoimetaja Tiia Teder sõnastab Klassikaraadio eesmärgi kui avalikkuse kultuurilise teenindamise lala formaadiga muusikalise programmi kaudu (Intervjuu Tederiga).

Lai vanuseline sihtauditoorium, puhtkultuuriline orientatsioon ja muusikaformaat on Klassikaraadiolle ainuomased.

Klassikaraadio eelkäijaks võib pidada Eesti Raadio III programmi, kus 1970-1980ndatel mängiti klassikalist muusikat. Klassikaraadio sünnipäev on 1. aprill 1995, siis alustati mõnetunnise programmiga, mille sisuks oli klassikalise muusika edastamine, üks tund oli ka sõnalise muusikasaate päralt. 1996. aastal laienes programm 6lt tunnilt 18le. Detsembrist 1998 on programm ööpäevaringne, samast ajast pärineb laias laastus ka praegune terviklik saatekava.

Muusika ja muusikasaated

Enamuse Klassikaraadio ööpäevaringsest eetriaajast täidab kõrgetasemeline muusika, tööpäevadel on muusikat 18-19 tundi ööpäevas, mis sisaldab ka plaadimasina poolt valitud õõmuusika. Nädalavahetustel, mil eetris kõlavad kõik nädala jooksul eetris olnud sõnasaated ning lisaks kordussaadet Vi-kerraadiost, on muusikat 10-11 tundi.

Plaadimuusikale lisaks antakse eetrisse ka klassikalise muusika kontsertsalvestusi nii Eestist kui Euroopast. Klassikaraadio teeb otseülekandeid nii Eesti kui Euroopa kontserdi-

* Vaatlusajalused päevad: 17-20.02, 25-27.02.2000.

saalidest, viimaseid eelkõige tänu EBU (Euroopa Ringhäälingute Liidu) liikme staatusele.

Raadiojaama populariseerimiseks ja auditooriumi võitmiseks on igal tööpäeva õhtul eetris tunniajaline populaarse klassika saade "Da Capo".

Oma koht on ka autorite poolt valitud ja kommenteeritud muusikaprogrammidel, mida tinglikult saab nimetada muusikasaadeteks. Taolisi saateid on eetris 2-3 tundi päevas.

Just nendes saadetes kõlab peale sümfooniate, ooperite ja kaasaegse süvamuusika ka džäss, *cross-over* jt muusikastiilid, mida teistes raadiojaamades eriti ei mängita. Väga suure vabaduse annab tegijale hilisõhtune saade "Fantaasia", kus autoril on vabad käed muusikastiilide valikul. Džässmuusikal on Klassikaraadios kindel koht "Pühapäevajatsu" saates. Kuna muusikaline spekter on Klassikaraadios väga avar, pole võimalik saavutada ka kõigi kuulajate rahulolu: näiteks džässi ja sümfoonia publik pole alati sama. Seda probleemi on püütud lahendada saatekava koostamisel: näiteks hommikuprogrammides avangardmuusikat ja džässi ei kõla.

Sõnasaated

Sõnasaadete osakaal on kordusi arvestamata suhteliselt väike. Klassikaraadios võib kuulda infosaateid: Eesti Raadio uudiseid ja Vaba Euroopa ning Ameerika Hääle saateid. Viimaseid edastatakse ER programmidest ainsana. Klassikaraadios, nagu ka Vikerraadios on igal hommikul palve, lisaks edastatakse kord nädalas Eesti Luterliku Tunni programmi. Kokku oli nädalas religioonile pühendatud 100 minutit eetriaega.

Olulised on Klassikaraadio originaalsaadet, mille tase on tänu professionaalsetele tegijatele kõrge. Klassikaraadio visiitkaardiks on kogu toimetuse koostöös valmiv nädala muusikaelu kokkuvõttev "Helikaja".

Klassikaraadio toimetuse koosseis on ainulaadne: viieteistkümnest töötajast kümme on muusikalise eriharidusega (Intervjuu Tederiga).

Pidevat käsitlemist leiavad ka kirjanduse- (kord nädalas on eetris kirjanduspooltund), filmi-, teatri- ja kunstimaailm ("Sõnalise" sarjas), keeleprobleemid (Vikerraadio "Keelekõrva" kor-dus).

Saadete autoriteks on oma ala professionaalid, samas pole Tia Tederi sõnul teemade ring Klassikaraadios piiratud, sest alati on hea kuulda, kui intelligentne loominguline inimene räägib millestki pühendumise ja innuga.

Klassikaraadio funktsioonid

Klassikaraadio funktsioonid võib kokku võtta järgnevalt:

1. Esteetilise elamuse pakkumine – meeldiva muusikalise tausta loomine alternatiivina popmuusikale, muusika propageerimine.

2. Muusikaelu tutvustamine kontsertide vahendamise ja "Helikaja" kaudu.

3. Kultuuritegelaste- ja nähtuste tutvustamine, kuulaja harimine.

4. Kultuuripärandi jäädvustamine – muusika salvestamine ja plaatide väljaandmine.

Seega ilmneb Klassikaraadio täielik vastavus avalik-õigusliku ringhäälingu nõuetele.

Kokkuvõte

Klassikaraadio kultuurilisus täiendab Vikerraadio ja ka Kuku raadio sotsiaalsust, pakkudes üldharivat humanitaarset temaatikat. Samuti täiendab Klassikaraadio muusikavalik tüüpiliselt popmuusikat mängivaid muusikajaamasid ja kannab tugevalt harivat funktsiooni.

Seega on Klassikaraadiol tähta oluline roll inimväärikuse kasvatajana ja ajakirjanduses käsitletavate teemade ning autorite ringi ja Eesti üldise kultuuriruumi avardajana.

Allikad

Eesti Raadio tegevuse põhisuunad aastani 2002. Eesti Raadio võrgulehekülg www.er.ee/a2002.html.

Intervjuu Klassikaraadio peatoimetaja Tiia Tederiga 02.03.2000.

Õnne Päril

Raadio 4

Käesoleva artikli eesmärgiks on analüüsida Raadio 4 programmi kui avalikku teenust. Analüüs põhineb raadioprogrammi kuulamisel nelja ööpäeva jooksul veebruaris ja märtsis 2000 – kahel tööpäeval ja kahel puhkepäeval*.

Pärast Eesti Vabariigi taasiseseisvumist on probleemiks tõusnud mitte-eestlaste, ennekõike venelaste käekäik ja tulevik Eestis, seda nii muulaste kui eestlaste vaatevinklist.

Eesti- ja venekeelse meedia tarbimise võrdlev analüüs näitab, et Eesti meedia kasutamise aktiivsus on eestlastel oluliselt suurem kui venelastel. Valdav osa muulastest jälgib vähe kohalikku trükisõna ja saab oma igapäevase informatsiooni Venemaa telekanalitest või omakeelsest suhtlusringkonnast (Lauristin, Heidmets 1998: 9).

Eesti venekeelse elanikkonna raadiokuulamise harjumus on aga peamiselt kohalike kanalite keskne. Erinevalt telesaadetest on raadiojaamad loonud endale enamvähem regulaarse auditooriumi – Eesti raadiojaamade venekeelseid saateid ei kuula üldse vaid kaheksa protsenti venelastest (Vihalemm 2000: 45).

Institutsionaalsel tasandil kujundavad muulaste võimet ja võimalusi osaleda ühises kultuuriruumis eeskätt kaks institutsiooni: haridussüsteem ja meedia. Samas püüab Raadio 4 selle peatoimetaja Mari Velmeti sõnul täita haridussüsteemist lähtuvalt puudujääke: *"Ma arvan, et peame paljus ära tegema seda, mida ei ole teinud üldharidussüsteem."* (Intervjuu Velmetiga 23.03.2000).

Raadio 4 programmi kujunemine

Eesti Raadio võõrkeelne (peamiselt venekeelne) programm Raadio 4 alustas täismahulise kavaga 1. mail 1993. Raadio 4 on avalik-õiguslik raadio, mille sihtauditoorium on Eestis elavad vähemusrahvad (www.ere.ee). Põhiliselt venekeelse programmi kavas on nädalas üle tunni saateid ukraina keeles ja üks tund valgevene keeles, üks tund kuus on eetris saade armeenlastele ning üks tund kuus juutidele.

* Vaatlusalused päevad: 17.02, 20.02, 04.03, 06.03.2000.

Analüüsi osad

Avalik-õigusliku ringhäälingu iseloomustamisel lähtusin Urmo Kübara, Liina Lepiku ja Alari Rammo töös kasutatud liigitusest. Nimelt pidasid nad Eesti meediapraktikute ja -teoreetikute poolt esitatud avalik-õigusliku ringhäälingu mõiste definitsioone liigitades oluliseks programmi, omandivormi ja finantseerimist, funktsioone ning kättesaadavust (vt nende artiklit käesolevas kogumikus lk 52).

Viienda aspektina lisasin sellele liigitusele keelekasutuse. Keelekasutus on minu arvates veel üks aspekt, mis võiks eristada avalik-õiguslikku ringhäälingut kommertsringhäälingust. Saatejuhtide korrektse keelekasutuse suurt tähtsust rõhutas ka Raadio 4 peatoimetaja Mari Velmet.

Programm

Programmi vaadeldakse antud artiklis kolmelt seisukohalt:

- 1) kujuteldav auditoorium;
- 2) saate/programmi vorm;
- 3) hinnang sisu ja vormi kokkusobivusele.

Kujuteldav auditoorium

Raadio 4 programmi kuulates jääb mulje, et ehkki saate sees võib leiduda väiksemaid osi vähemusgruppidele, on pea kõik saated adresseeritud laiale auditooriumile – seda eriti ennelõunasel ajal. Seetõttu võis peaaegu kolmveerand kuulatud saadete mahust liigitada üldise kuulajaskonnaga saadeteks.

Tabel 1. Kujuteldav auditoorium

Saadete arv	Üldine	Noored	Lapsed	Pensionärid	Huvi-grupid	Rahvus-vähemused
131	100	7	6	1	16	1
100%	76,3%	5,3%	4,6%	0,8%	12,2%	0,8%

Kanalile on iseloomulik professionaalne oskus rääkida lihtsalt ja kõitvalt ka keerulistel teemadel nagu äri või teadus. Näiteks 6. märtsi saates "Aeg on raha" räägiti järgmistel teemadel:

- 1) maailma, sealhulgas Eesti internetistumine;
- 2) pensionikindlustus – analüüs ja selgitused näidete varal;
- 3) Eesti ametiühingud.

Esitatud informatsioon oli huvitav, suunatud erinevatele vanuse- ja huvigruppidele ning kommentaaride ja näidete varal selgelt esitatud.

Saate vorm

Saadete vorm Raadio 4-s on vaheldusrikas. Diktoriteksti esines pea kolmandikus saadetest (kõik uudislikud saated).

Teise kolmandiku moodustasid segažanrid, millest omakorda umbes veerandi moodustasid taas uudissaadete vormid – tavaline oli diktoriteksti ning intervjuu või siis diktoriteksti ning reportaaži segavorm.

Harva leidsid niiõelda puhtaid vorme – üks niisuguseid oli selgelt struktureeritud korrektse kompositsiooniga kõne, mida esines eelkõige kultuurisaadetes. Vaba vestlus peamiselt grupi-vestlusena esines näiteks pühapäevahommikus noortesaates "Track", kus grupp noori arutles ning vaidles erinevate õppimisvõimaluste üle.

Klassikalist intervjuud leidsid samuti harva – hea näide sellest oli intervjuu Andres Kollistiga neljapäevases saates "Vaatevälj".

Tabel 2. Erinevate saatevormide esinemine

Diktoritekst	Intervjuu	Vaba-vestlus	Struktureerimata kõne	Reportaaž	Osalev mäng	Selgelt struktureeritud kõne	Segažanr	Määratlemata	Kokku
39	4	8	3	1	2	9	45	20	131
30%	3,1%	6,1%	2,2%	0,8%	1,5%	6,8%	34%	15%	100%

Hinnang sisu ja vormi kokkusobivusele

Raadio 4 programmis ei hinnanud artikli autor ühtki saadet halvaks ja vaid üks saade oli ebahuvitav.

Pisut üle poole kuulatud saadetest olid keskmiselt huvitavad – näiteks uudistesaadet, noortele adresseeritud programmid, mängu- ja meelelahutussaadet. Keskmiselt huvitavate saadete puhul mängib tihti kaasa etteantud vorm. Näiteks diktoritekstiga uudistesaadetes on improvisatsioon ja seega ka ülatusmomendi võimalus väikseim.

Pea neljandikku saadetest võis hinnata üle keskmise huvitavaks. Umbes kuuendikku saadetest võis nimetada väga huvitavaks.

Väga huvitavad ja mitmekesised olid rajatagused programmid "Svoboda" ja "Raadius", vestlussaadet – õnnestunud intervjuud Andres Kollisti (neljapäevane "Vaateväljas"), Nelli Kalikova (pühapäevane "Portreed") ja Eesti armees teeninud vene noormehega (pühapäevane "Külalistetuba"). Palju informatsiooni andis ka vene noorte vaba vestlusring pühapäevases saates "Track".

Suurepärasel tasemel olid klassikalise muusika saated – näiteks "Prelüüd" või "XX sajand". Velmeti andmeil kuulavad Raadio 4 klassikalise muusika saateid ka eesti muusikainimesed (Intervjuu Velmetiga 23.03.2000).

Tabel 3. Huvitavad ja ebahuvitavad saated

Väga huvitav	Huvitav	Keskmiselt huvitav	Ebahuvitav	Kehv	Kokku
18	34	68	1	-	121
14,9%	28,1%	56,2%	0,8%	-	100%

Funktsioonid

Peeter Sookruus on avalik-õigusliku ringhäälingu iseloomustamisel pidanud oluliseks nelja keskset valdkonda – informatsiooni, haridust, kultuuri ja meelelahutust (vt Kūbara, Lepiku, Rammo artikkel käesolevas kogumikus lk.....).

- Peaaegu pooltel Raadio 4 saadetel oli mitu funktsiooni. Kui uudiste puhul on informatsiooni roll valdav, siis segadust tekitavad muusikasaated.

On raske otsustada, kas saade Vene popansamblist on pigem meelelahutus või pigem hariv, kui saatejuht pakub muusikale lisaks intervjuud ansambli liidriga ning saates esitatakse täielik diskograafia ja ansambli ajalugu;

Ajakirjanduslik-informeertvates saadetes – näiteks "Hommikuprogrammis" – on sageli faktirikkad informatsiooniblokid, sisuliselt sobiv muusika, kuulajatele esitatakse küsimusi koos tagasihelistamisnäidetega, tehakse reklaamintervjuusid teat-

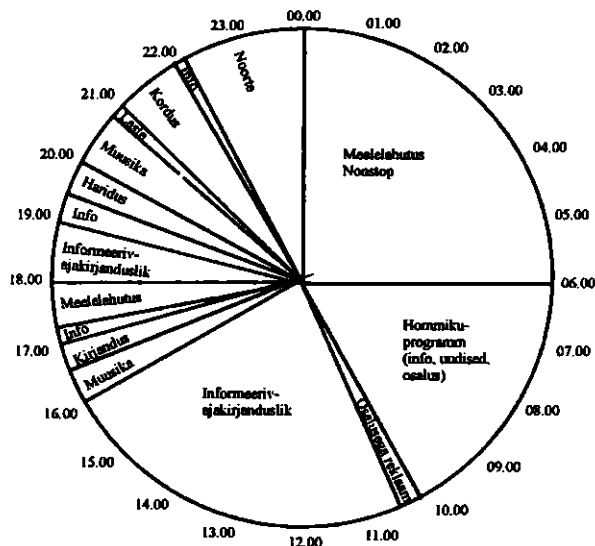
rilavastajate ja muusikutega (nt õhtuse kontserdi või etenduse kohta). Tulemuseks on programmid, mille auditoorium on üldine ja mille osad on ühtlasi orienteeritud erinevatele huvigruppidele, integreerides neid samas ühtse auditooriumina.

Kõige selgemini eristuvad informatsioonisaated: uudised, saadete tutvustused, infotunnid. Ka teatavat stiili meelelahutussaadet eristuvad hästi – tavaliselt vabama keele ja n.ö diskori stiilis saatejuhtidega. Tavaliselt on sellised saated suunatud nooremajapoolsele kuulajale.

Tabel 4. Saadete funktsioonid

Info	Hariv	Kogemusi vahendav	Meelelahutus	Reklaam	Segafunktsioon	Kokku
53	2	1	10	2	63	131
40,4%	1,5%	0,8%	7,7%	1,5%	48,1%	100%

Saadete erineva jaotuse näitlikustamiseks töö- ja puhkepäevadel toon alljärgnevalt kaks joonist.



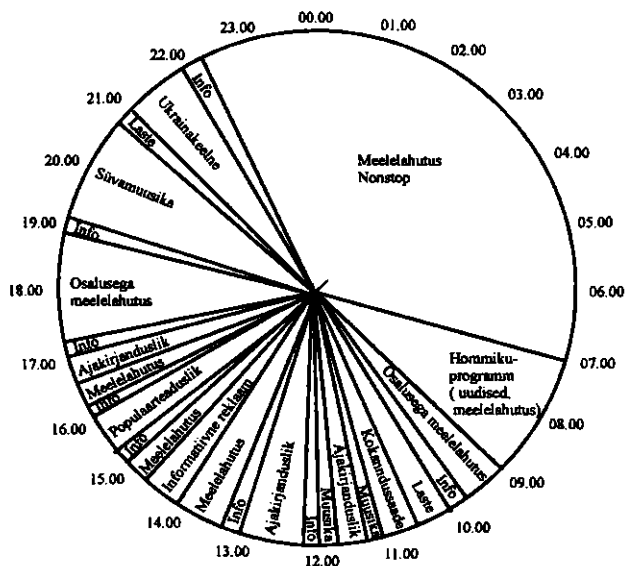
Joonis 1. Saadete peamised funktsioonid neljapäeval, 17. 02.2000

Vaatlusaluse päeva esimesel poolel (kell 6-16) oli tegemist informatiivse rõhuasetusega programmiga (erandiks vaid 15 minutit kestev reklaamsaade), mille sees omakorda võib eristada osalemise pakkumist, meelelahutust ja organiseerivaid saateosi.

Osalemine ei ole seejuures võimalik mitte ainult arvamuse avaldamisena, vaid ka tõsine nõuküsimisena kirja teel – näiteks saade "Juristi nõuanne", kus jurist Vladimir Litvinov tegeles mitte-eestlaste juriidilise nõustamisega. Ehkki kõiki probleeme vaevalt raadio teel lahendada õnnestub, suutis saade pakkuda rohkesti üldinformatsiooni ning mitmetel lihtsamatel juhtudel ka vastuseid.

Õhtul (kell 16-22) olid eetris kitsamale auditooriumile adresseeritud saated: järjejutt, Eesti Raadio fonoteegis asuvate uute CDde tutvustamine, ühe ansambli diskograafia koos põhjaliku tutvustusega, aga ka saated klassikalise muusika austajatele, lastele ja spordihuvilistele.

Hilisõhtune (kell 22-24) noorteprogramm läks sujuvalt üle öiseks muusikaliseks non-stopiks, mis kestis kella kuueni hommikul.



Joonis 2. Saadete peamised funktsioonid laupäeval, 4. märtsil

Laupäevane programm erineb oma ülesehituselt äripäevast: ajakirjanduslikud saated asuvad vahelduvalt kihiti meelelahutusega. Osalust pakkuvat meelelahutust esines vähemalt kolmes saates, kusjuures ühes neist võis võita auhindu – saates “Muusikaviktoriin”. Päeva sisse mahtus ka 25minutiline reklaamsaade “Kaubamaja”.

Samas oli näiteks nelja kuulatud päeva kohta ainsaks pensionäridele suunatud saateks “7. stuudio”, kus lahati pensionäride olukorda ja probleeme Eestis.

Hommikupoolikusse mahtusid ka laiale auditooriumile huvipakkuv saade Edith Piafist ja intervjuu Ülo Tuulikuga.

Õhtupoolikul oli mitu muusikasaadet: klassikalist jazzmuusikat kajastav “Kohvik Flamingo” ja klassikalise muusika saade “Helide võlu”. Üheksast kümneni öhtul oli programmis ukrainakeelne saade ja hilisõhtu oli taas noorte päralt.

Auditoorium

Raadio 4 on kuulatavaim venekeelne programm Eestis – BMFi 2000. aasta kevaduuringutes oli see üldarvestuses kolmandal kohal Vikerraadio ja Raadio Elmar järel. Mitte-eestlastest elanikkonnast vanuses 12-74 kuulas Raadio 4 programmi 30%; venekeelsetest raadiojaamadest teisel kohal asuvat raadiojaama Russkoje Radio kuulas 19% (BMF 2000).

Mari Velmeti sõnul kuulas kevadel 2000 programmi ka 40 000 eestlast – BMFi andmetel kuulas raadiojaama vähemalt 15 minutit nädalas 3% eestlastest.

Tabel 5. Eesti enamkuulatud raadiojaamad
01.03.-30.05.2000 (% nädalasest raadiokuulamise ajast)

	Kok- ku	Me- hed	Nai- sed	12-19	20-29	30-49	50-74	Eest- lased	Mit- te-ee- stla- sed
Vikerraadio	17	17	17	2	3	7	37	23	2
Raadio Elmar	14	11	17	3	8	15	19	19	2
Raadio 4	9	9	8	2	3	10	12	0	30
Russkoje Radio	5	6	5	8	7	7	3	1	18

Allikas: BMF Gallup Media

Raadio 4 on rohkem levinud Tallinnas (mitte-eestlastest kuulab seda nädalas vähemalt 15 minutit 22%) ja Virumaal (kuulab vastavalt 31%) ning auditoorium on pigem vana- kui

noorepoolne. Nii sisulise kui auditooriumi poole pealt võib Raadio 4 võrrelda Vikerraadioga: mõlemad on oma rahvusgrupis liidripositsioonil, kuulajaskond on püsiv, auditoorium pigem üle keskea kui noored.

Eesti Raadio väitel on Raadio 4 usaldatavus suhteliselt kõrge: erinevate sotsioloogiliste ja turu-uuringute põhjal peavad ligi pooled mitte-eestlastest Raadio 4 kõige usaldusväärsemaks raadiokanaliks (www.er.ee/r4).

Keelekasutus

Avalik-õiguslikku programmi peaks kommertsliku suunaga programmidest eristama korrektne keelekasutus. Mari Velmeti eestvedamisel uurisid 1999. aastal saatejuhtide keelekasutust Tartu Ülikooli doktorandid ja magistrandid professor Irina Külmoja juhatusel.

Kokku kuulasid uurijad 215 tundi saateid ajavahemikus 13.04. kuni 19.04. ning 04.05. kuni 10.05. Kuulamise tulemusel valmis kuulamispäevik, millele toetudes tõi Irina Külmoja esile kõige sagedamini esinevad vead:

- 1) rõhuvead (56);
- 2) vale sõnakasutus (54);
- 3) süntaksivead (53);
- 4) ühildusvead (52);
- 5) žargooni ja slängi kasutamine peaaesjalikult noortesaadetes.

Vigadele vaatamata iseloomustab Külmoja Raadio 4 üldist keelekasutust positiivselt. Samuti tõstab ta esile saatejuhtide keelekasutuse paranemist võrreldes 1994.aastaga.

Et vene keel oli artikli autori jaoks võõrkeel, siis omapoolseid märkusi selle kasutamise kohta mul pole. Küll aga tahaks märkida ära mõned üldised tendentsid:

- 1) saatejuhtide keelekasutus on korrektne ja diktsioon hea – ka võõrkeelsena ei tekkinud probleeme arusaamisega;
- 2) keelekasutus on – võrreldes eestikeelsete raadiojaamadega – emotsionaalne ja väljendusrikas;
- 3) keerulistest asjadest räägivad saatejuhid tavakuulajale mõeldes lihtsate sõnade ja väljenditega.

Järeldused

Artikli autori hinnangul on Raadio 4 poolt pakutav avalik teenus kõrgel tasemel: nelja päeva lõikes oli programm mitmekesine ja orienteeritud erinevatele gruppidele.

Raadio 4 kui üldisele auditooriumile suunatud programmi tippaeg on hommikul 6st 12ni (14% kogu auditooriumist kuulab vähemalt 15 minutit nädalas) – seetõttu on programm laiemasuunitlusega, niiõelda “igaühele midagi”. Õhtupoolsed saated on spetsiifilisemad.

Programm täidab informatiivset, kultuurilist, hariduse ja meelelahutuse funktsiooni; tihti on funktsioonid segunenud. Peamisel kuulamisajal – hommikupoolikul – on tegu infole rõhuva programmiga.

Raadio 4 saatejuhtide suhtumine Eesti riiki on lojaalne, kuid samas analüüsiv, otsiv ja omapoolseid lahendusi pakkuv. Huvitavaks näiteks oli intervjuu Kodakondsuse- ja Migratsiooni ameti endise direktori Andres Kollistiga, kus intervjuueerija oli väga viisakas, kuid küsimused olid sedavõrd keerulised, et Kollist tegeles viimaks ainult enda ja poliitikute väljavabandamisega. Samas nentis intervjuueerija lõpuks, et olukord on ju muutumas, ning päris ka Kollistilt, missuguseid lahendusi ta praegu probleemidele näeb. Saade oli intrigeeriv, põnev ja Eesti riigiparaadi suhtes kindlasti kriitiline, kuid samas olukorda analüüsiv.

Raadio 4 toimetus teeb suuri pingutusi integreerumise nimel – seda mitte sõna “integratsioon” täheda kasutamisega, vaid pigem sisulise poole pealt. Integreerumise taseme määratlemise mitteformaalse kriteeriumina pakub Valeria Jakobson välja üksikisiku subjektiivset enesetunnetust, st kuivõrd tunneb ta end “oma” või “võõrana” Eesti ajalooliselt kujunenud sotsiaalses ja kultuurilises keskkonnas (Jakobson 1997). Raadio 4 puhul sobib siia näide vene rahvusest noormehest, kes teenis Eesti sapõõrivägedes ning kelle intervjuud kuulates torkasid meeldivalt kõrva sõnaühendid “meie sõjavägi” ja “meie riik”.

Teise näitena võiks tuua kultuuri- ja haridussaadet, kus paralleelselt toimub vene kultuuri parimate tavade järgimine (teatrisaade “Külalisetendused Tallinnas”) ning teilsalt Eesti kultuuri tutvustamine (Eesti pagulaskirjandust tutvustav saade “Manuskript”). Programmi kuulates ei ole vahet, kas tegu on eesti või vene päritolu nähtuse või inimesega, kõikl teemasid ja inimesi koheldakse ühtemoodi professionaalselt.

Saatejuhtide kõnekeel on rikkalik, soe, empaatiline ja emotsionaalne (võrreldes eesti raadiojaamadega) – haarab teemadega kaasa; samas jääb keelekasutus korrektseks. Suurem osa saatejuhte on hea diktsiooniga.

Väärtushinnangutest tõuseb pidevalt esile inimese väärtustamine.

Raadio 4 kuulaja on lojaalne ja kaasarääkimisaldis, seejuures soovib ta sõna sisuliselt, mitte selleks, et lihtsalt eetrisse pääseda. Näiteks "Hommikuprogrammis" esitati küsimus, mida teha narkomaanidega. Tunni aja pärast lasti lindilt eetrisse väga erinevaid argumenteeritud vastuseid – alates soovist narkomaane ravida kuni ettepanekuni narkomaanid maha lasta. Velmeti sõnul on kuulajad aktiivsed: "*Vene inimene on emotsionaalne. Nad helistavad – nad teavad kõiki saatejuhte. Nad kirjutavad silamaani – see oli alguses minu jaoks kõige võõram.*"

Artikli autori jaoks jääb vastuoluliseks suhe venelaste aktiivse kaasarääkimissoovi ja väidetava 85% passiivse enamuse vahel – kas helistajateks on siis ainult aktiivsed ülejäänud 15% seast või on kaasarääkijaid siiski rohkem?

Kirjandus ja allikad

- BMF Gallup Media. *Tele- ja raadioauditooriumi päeviku-uuring. Kevad ja suvi 2000*. www.mediafacts.com/statistics/electronic/Estonia/Est_Rsh-rtbl_spr_2000.htm
- Heidmets, M., Lauristin, M. (1998). Mitmekultuurilise Eesti valikud. Rmt: *Mitmekultuuriline Eesti: väljakutse haridusele*. Tartu: Tartu Ülikool.
- Integratsioon Eesti ühiskonnas. Monitooring 2000* (2000). Tallinn: Integratsiooni Sihtasutus.
- Intervjuu Raadio 4 peatoimetaja Mari Velmetiga 16.03.2000.
- Intervjuu Raadio 4 peatoimetaja Mari Velmetiga 23.03.2000.
- Jakobson, V. (1997). *Vene noored Eestis: sotsioloogiline mosaiik*. Tallinn: Avita.
- Lauristin, M., Vihalemm, P. (1998). Meediakasutus ja sotsiaalsed muutused Eestis. Rmt: *Eesti inimarengu aruanne 1998*. Tallinn: UNDP.
- Отчет о слушании передач Радио 4*. Тарту, , 1999. Uurimisgrupp Irina Kõlmoja juhatusel.
- Raadio 4 kodulehekül www.er.ee/r4/
- Vihalemm, T. (1999). Meediatarbimise globaalsed ja lokaalsed orientatsioonid Eesis. Rmt: *Eesti inimarengu aruanne 1999*. Tallinn: UNDP.

Erle Rudi

Raadio Kuku

Raadio Kuku endine peatoimetaja Harri Tiido (Harri Tiido lahkus toimetusest suvel 2000) iseloomustas Kuku raadiot kui täisformaadis programmi edastavat raadiojaama (*full-program station*), mis pakub kuulajale uudistesaahteid, sise- ja välispoliitilist kommentaari, spetsialiseeritud saateid, samuti meelelahutust ja muusikasaateid (Intervjuu Tiidoga).

Raadiojaam reklaamib end tunnuslausega "Raadio mõtlevale inimesele". Harri Tiido selgituse kohaselt tähendab see, et toimetus eeldab oma kuulajalt keskmisest suuremat teadlikkust ja aktiivsust ühiskonnas toimuva suhtes. Toimetuse poolt seatud eesmärk on edastada kuulajale informatsiooni võimalikult operatiivselt, samas kui info tõlgendamine ja ühiskondlike protsesside konteksti asetamine jääb eelkõige kuulaja enda teha.

Kuku toimetuse endise juhi nägemuse kohaselt on suurem osa saateid suunatud tüüpkuulajale, kes on 25-49aastane, keskmisest haritum ja ühiskonnas ning maailmas toimuvaga keskmisest rohkem kursis.

Programmi keskse osa moodustavad uudistesaaTED, mis on eetris iga poole tunni tagant (alates 6st hommikul argipäeviti ja 8st puhkepäeviti), lisaks veel Ameerika Hääle uudised kaks korda päevas, päeva kokkuvõttev uudistesaaDE "Päevapilk" ja Vaba Euroopa uudised. Argipäeva lõunas esitatav programm on tähtsal kohal jooksva info edastamisel ja kiiretel telefonikommentaaridel põhinev "Raadioexpress".

Muusikaformaadilt on Kuku end määratlenud kui ACE (*Adult Contemporary European*) ja rokkmuusikat eelistav jaam. Samas on kavas erisaateid džässi, retrot, kantrimuusikat ja etnilist muusikat armastavale kuulajale.

1992. aastal esimese erakapitalil põhineva raadiojaamana asutatud Kuku kuulub aktsiaseltsi Trio LSL raadiojaamade ketti. AS Trio LSL aktsiatest kuulus 2000. aasta kevadel 49% Ameerika Ühendriikide kontsernile Metromedia International Inc. ja 49% kahele Eesti meediaärimehele Rein Langile ja Hans H. Luigele. Üks protsent aktsiatest kuulus Eesti kodanikule, kelle nime toimetus ei soovinud avalikustada.

Toimetuse tööd juhtis pikka aega Harri Tiido. Suvest 2000 juhib toimetuse tööd endine uudistetoimetaja Merilis Nõgene. Toimetuse palgal on üheksa toimetajat, kes koordineerivad toimetuse tööd erinevates ainevaldkondades.

Lisaks Tallinnas asuvale emajaamale kuuluvad Kuku raadiote ketti Mulgi Kuku Viljandis, Tartu Kuku Tartumaal, Järva Kuku Paldiskis ja Raadio 100 Narvas. Kevadel oli asutamisel ka Kuku Pärnu toimetuse, mis alustas tööd käesoleva aasta suvel.

AS Trio raadiojaamade hulka kuuluvad lisaks Kuku jaamadele ka muusikale orienteeritud Raadio Uno, Raadio Eeva ja Raadio Elmar. Kõik kontserni jaamad edastavad igal täis- ja pooltunnil Tallinna Kuku toimetuses valmivaid uudistesasteid, maakondades asuvate sõsarjaamade programmist moodustavad Tallinna Kuku toimetuse poolt toodetud saated kolmveerandi.

Programmi funktsioon

Kuku programmis domineerivad informeeriva ja reguleeriva-kommenteeriva sisuga saated. Analüüsiks kuulatud 6120 minutist moodustasid uudised ja uudistesasaated 2225 minutit (36%).* Reguleeriva, suunav-organiseeriva või kommenteeriva sisuga saateid oli ligi 17%, meelelahutust 18%. Nii informeerivat kui meelelahutuslikku rolli kandvaid saateid oli 16% ja osalemist pakkuvaid saateid ligi 6%.

Kommentaarisaaetest on Kuku programmis kõige kuulatavamad laupäevane "Keskpäevatund" ja pühapäevane "Välismääraja", millest esimene analüüsib nädala sisepoliitilisi sündmusi, viimane keskendub välispoliitikale.

"Keskpäevatund" võlgneb suure populaarsuse eelkõige saate tegijate tuntusele. Saatejuhiks oli (käesoleva aasta suveni) raadiojaama peatoimetaja Harri Tiido, tema kaasvestlejateks Kuku omanikeringi kuuluvad ärimed Rein Lang ja Hans H. Luik.

Kommentaatorite rollis esinevad ärimed Hans H. Luik ja Rein Lang (neist viimane kuulub ka Reformierakonda) edastavad nägemuse ühiskonnas toimuvate protsesside kohta siiski eelkõige iseenda seisukohast lähtuvalt. Seejuures on arvamused esitatud küllalt radikaalselt, olukorda paikapaneva hinnanguna, kas tegemist on "hea" või "halva" nähtusega. Saatejuhi rollis esinev peatoimetaja Harri Tiido tasakaalustab küll vestlust ning tuletab kuulajale sageli meelde kaasvestlejate staatust ("Sina, Hans, peaksid seda ärimehena ju teadma.",

* Kuulatud päevad: 17.02, 19.02, 25.02-28.02.2000.

“Rein, sina kuulud vist nüüd ametlikult ka Reformierakonda.”)
(vt ka Holger Bergi artiklit käesolevast kogumikust lk 196).

Poliitilisest aspektist väärtustab saade eelkõige parempoolseid liberaalseid vaateid ja tööandja huve, käsitledes halvustavalt vasakpoolset või sotsiaaldemokraatlikku mõtteviisi (nt ametiühingute kui liikumise mittevajalikkuse toonitamine, Keskerakonna ebapopulaarsus kommentaatorite silmis).

Kommentaatorite subjektiivsus on ohtlik eelkõige seetõttu, et tegemist on kuulaja jaoks varjatud subjektiivsusega: kuulajale jääb teadmata, kuidas on arvamuse esitaja kommenteeritava sündmusega seotud. Samas kasutavad saates osalejad oma arvamusele kaalu andmiseks sageli mõisteid rahvas ja riik (“Riigi huvides...”; “Rahvale kasulik...”).

Harri Tiido juhitud “Välismääraja” keskendub välispoliitilisele olukorrale. Kuigi ka see saade on kommentaarisaade, üritavad “Välismääraja” tegijad anda pigem laiemat ülevaadet kui hinnangut skaalal hea-halb. Eesmärgiks on arutlemine, erinevate aspektide esiletoomine ja Eesti palgutamine maailmapoliitika konteksti.

Meelelahutuse suur osa programmis tuleneb eelkõige saadete vahele palgutatud *non-stop* muusikaprogrammist “Vabakava”. Suur osa saateid kannab nii meelelahutuslikku kui informatiivset rolli, näiteks Rohke Debelaki juhitud “Infoselver”, mis edastab muusikaga vaheldumisi meelelahutusliku sisuga uudiseid.

Informeeriv-meelelahutuslik saade on ka mälumäng “Mnemoturniir”, samuti argipäevane hommikuprogramm, mis lisaks uudistele ja kommentaarile pakub ka näiteks osalemismänge ja võistlusi.

Osalust pakkus näiteks argipäevaõhtune “Õõs on inimesi”, kus saatejuht vestles mõnel kindlal, olulisel ja üldhuvitaval teemal stuudiosse helistanutega. Vähesel määral püüavad pakkuda saatesse helistamise võimalust ka hommikuprogramm ja mõned spetsiifilised saated (“Roheline värv”, “Eesti Päevalehe saade”).

Nii harivat funktsiooni täitvate kui esteetiliselt elamust pakuvate saadete osakaal jäi vaatluselustel päevadel alla 5%. Siinjuures on arvesse võetud eelkõige neid saateid, mille eesmärgiks on see funktsioon seatud teadlikult – teatud määral leidub harivat või esteetiliselt kahtlemata kõikides raadiojaama saadetes. Hariva saatena läks arvesse näiteks tervisesaade “Terviseks”, kus anti kuulajale praktilist teavet, mida haiguse korral ette võtta.

Saate vorm

Kuku programmis domineerib kombineeritud žanr, mis hõlmab elementidena ühekorraga nii intervjuud, vaba vestlust, muusikat kui mõnel juhul ka saatesse helistamist. 98 kuulatud saatest kasutas kombineeritud žanri 24. Neist ilmekamad on hommikuprogramm ja "Raadioexpress", mis hõlmavad nii uudiseid, lühilintervjuusid kui kommentaare.

15 saates domineeris struktureerimata kõne, näiteks võiks olla Tõnis Mägi "Liivakell".

Vaba vestlust sisaldasid 13 kuulatud saadet, näiteks "Pres-siklubi" ja "Keskpäevatud".

Puhas intervjuusaade oli pühapäevane "Kukul külas", kus mängiti välja klassikaline autor-küsi-b-küalaline-vastab-stiil.

Kujuteldav auditoorium

Raadio Kuku programm jaguneb üldjoontes kahe sihtauditooriumi vahel. Ühelt poolt domineerivad laiale sihtrühmale mõeldud uudiste- ja kommentaarisaated, mis peavad silmas eelkõige kiire eluviisiga tüüpkuulajat, kelle mõttemaailma iseloomustavad pigem mehelikud kui naiselikud väärtused. (Nii lastele kui naistele oli selgelt suunatud vaid üks saade).

Teiselt poolt võtavad suure osa programmist enda alla kitsalt spetsialiseeritud saated, mis määratlevad sihtrühma mitte soo ega vanuse alusel, vaid pigem kuulaja huvi- või erialast läh-tuvalt. Kavva kuuluvad majandussaated, kultuurisaated, maa-inimestele mõeldud saated, aga ka märksa kitsamalt piiritletud Tallinna linnasaade, liiklussaade, merendussaade, keskkon-nasaade, arvutisaade jne.

Spetsialiseeritus iseloomustab ka muusikasaateid, mis on mõeldud eraldi näiteks prantsuse muusika sõpradele, etno-, bluusi- ja džässmuusikahuvilistele.

Üldisele auditooriumile oli mõeldud 55 saadet 98st (64% minutites arvatult).

Väärtushoiakud

Suunatus spetsialiseeritud sihtauditooriumidele annab suhteliselt suure variatiivsuse ka Kuku raadio poolt kultiveeritavatele väärtushoiakutele.

Väärtushoiakute edetabelis on esikohal informeeritus poliitilistest ja majanduslikest protsessidest. Järgneb lääneliku demokraatia väärtustamine, seejärel ettevõtlikkus, läbilöögi-võime, aktiivne ellusuhtumine, eesti (rahvus)kultuur, Eesti

Euroopa ja maailma kontekstis, ning liberalism. Seejärel tulevad ettevõtjate huvid, inimlikkus, korrupsiooni taunimine, pealinnakeskus, kodanikuühiskond ja popkultuur.

Majanduspoliitikas väärtustavad saatejuhid peamiselt liberalismi, mille puhul riigi roll majanduses on minimaalne. Samas väärtustatakse maaelusaates just maaelu ja riigi rolli põllumajanduse toetamisel. Seega on ruumi mitmesugustele mõtteviisidele, kuigi liberalismi väärtustamine annab kogu programmile põhitooni.

Peale informeerituse, teadmiste ja aktiivsuse väärtustamise ei pääse ükski väärtushoiak programmis nii domineerima, et see ei jätaks ruumi teistsugusele mõtteviisile.

Eesti, eesti keele ja kultuuri, rahvusidentiteedi ja maailmakultuuriga seotud küsimustele pöörati tähelepanu eelkõige õhtuses programmis ja puhkepäeviti. Näiteks oli 26. veebruari saade "Murmängud vabariigis" pühendatud Jaan Krossi juubelile. Intervjuude kaudu Mikk Mikiveri, Andres Langemetsa, Ain Kaalepi ja loomulikult Jaan Krossiga püstitas saatejuht Tiit Karuks küsimuse eesti keele ja kultuuri tulevikust. Saade kasvatas detailist (kirjaniku juubel) laiemaks rahvuskultuuri käsitlevaks keskusteluks. Rahvuskultuuri jätkuvuse küsimusi lahkas ka Jüri Kuuskemaa autorisaade "Memoria" 27. veebruaril.

Osalejad, rollid

Saadetes osalejate poolest on Kuku programm spetsialistide- ja ametnikekeskne. Spetsialistide suur osakaal hinnangute andmisel tuleneb valitud auditooriumist – paljud saated on suunatud huvigruppidele, keda huvitavatele probleemidele oskavad asjatundlikku hinnangut anda peamiselt oma ala spetsialistid.

Tihti võtavad spetsialisti rolli enda kanda ajakirjanikud ise, näiteks "Pressiklubi" saates, kus stuudiosse kutsutud ajakirjanikud kommenteerivad päevasündmusi mitte reporterite, vaid valdkonda tundvate isikutena. Spetsialisti rolli võtavad kohati enda kanda ka "Keskpäevatunnis" kommentaatoritena esinevad raadiojaama omanikud Lang ja Luik.

Ametnike suur osakaal tuleb eelkõige hommikuprogrammi ja "Raadioexpressi" arvelt. Päeval vastu võetud seadust, tekkinud lahkeli või muud probleemi kommenteerib mõni ministeeriumi või omavalitsusüksuse ametnik. Telefoniintervjuude ja uudislõikude arvel tuleneb nendest saadetest ka poliitikute suhteliselt suur osakaal.

Tihti kasutatakse ka kultuurivaldkonnas tegelevate inimeste hinnanguid, sageli prominentsusest lähtudes (Mida arvab Mihkel Mutt käibemaksuseadusest?).

Saatesse helistajaid ja uudislõikudes kasutatavaid tavakodanikke kohtab saadetes küllalt harva. Uudislugude puhul piirduakse tavaliselt ametnike, poliitikute ja spetsialistide arvamisega, samal ajal kui "inimene tänavalt" saab harva päevasündmuse kohta arvamust avaldada.

Avaliku teenuse funktsiooni täitvad saated

Avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete suhteliselt suur osakaal Kuku programmis vaatlusalustel päevadel tuleneb peamiselt kolmest tegurist:

- 1) palju uudistesaadeteid ja kultuurisaateid;
- 2) programmi suunatus erinevatele huvigruppidele;
- 3) tavakuulaja arvamuse vahendamine ("Õös on inimesi").

Avaliku teenuse määratlemisel lähtusin eelkõige teemadest, mida ajakirjanik käsitleb, ja sihtrühmadest, kellele saade on suunatud. Nii näiteks pakuvad avalikku teenust uudistesaadet, kultuurisaadet ja mitmetele huvigruppidele suunatud saadet, nagu lastesaade ("Kukupai"), maaelusaade, spetsialistlikud muusikasaated (dzäss, bluus, etnomuusika), keskkonnasaated, merendussaadet ja teised. Need saated kajastavad sotsiaalselt olulisi teemasid, kuid ei pruugi hõlmata suurt auditooriumi ega kuuluda seega kasumit tootvate projektide hulka.

Osaliselt avalikku teenust pakkuvate saadete hulka liigitasin need saated, mis tõstatavad küll olulise teema või edastavad informatsiooni, kuid mille käsitlus jääb poolikuks, muutes saate mittetasakaalustatuks. Näiteks pakub "Raadioexpress" operatiivset informatsiooni, kuid edastab uudislugudes valdavalt vaid ühe poole nägemuse (tavaliselt ametnik või spetsialist), mistõttu kuulajal puudub võimalus kujundada toimunud tasakaalustatud pilti. Näiteks oli 17. veebruari saates ühelainsal telefonintervjuul põhinev uudis sellest, et Viljandi maavanem kaebas kohtusse linna volikogu (intervjuu maavanemaga), ja uudis ettevõtjatele mõeldud internetivärava projekti avamisest Tartus. Viimane uudis anti edasi Tartu Ettevõtjate Koja esindaja Maio Sanderi kui projektijuhi silmade läbi.

Ka "Keskpäevatund" tegeleb ühiskondlikult oluliste sündmuste analüüsiga, kuid kommenteerijate erapoolikuse tõttu ei saa seda pidada täiel määral avaliku teenuse funktsiooni täitvaks saateks.

Avaliku teenuse funktsiooni täitvaks lugesin kuulatud programmist 51% (minutitest), osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvaks 23% ja seda funktsiooni mittetäitvaks 26%.

Kokkuvõte

Nagu uurimus näitas, täitis Raadio Kuku programm analüüsitud päeval avaliku teenuse funktsiooni rohkem kui poole programmi ulatuses. Seega võib ka eraraadio pakkuda avalikku teenust, kui selleks on ühiskonnas soodsad tingimused – eelkõige, kui auditooriumi seas valitseb nõudlus niisuguse programmi järele.

Kuku puhul tuleb avaliku teenuse aspektist välja, et üksikute saadete summa ei anna kokku tervikprogrammi. Kuku suures osas avaliku teenuse funktsiooni täitvad saated annavad kokku programmi kindlale kitsale kuulajaskonnale – eelkõige liberalistliku meelsusega ettevõtlikele meestele.

Minu arvates on Kuku suutnud pakkuda avalik-õigusliku Eesti Raadio Vikerraadio programmiga konkureerivat programmi peamiselt kolmel põhjusel:

1) pärast taasiseseisvumist oli eestlaste poliitiline aktiivsus 1990. aastate alguses kõrge, seega valitses ka suur nõudlus arutleva ja informatiivse programmi järele;

2) 1990. aastate algul oli rahva usaldus erastruktuuride vastu suurem kui riigistruktuuride vastu, mis sümboliseerisid nõukogudeaegset tsensuuri;

3) Vikerraadio programm kaotas palju seoses pidevate reformidega Eesti Raadios, nappis kaadrit ja ressursse, mis andis konkurendile olulise eelise.

Eraraadiojaama teeb haavatavaks tema sõltuvus reklaamiturust. Isegi, kui toimetust töötab missioonitundega ja soovib pakkuda avalikku teenust, tuleb neil arvestada turu nõudmistega ja raadiojaama majandustulemustega. Erajaama esmane ülesanne on teenida kasumit, mistõttu programm kujundatakse vastavalt turu survele. Seega pole erajaama olukord nii stabiilne, kui maksumaksja poolt finantseeritava Eesti Raadio olukord, ja see annab tunda ka programmi muutlikkuses. Kui praegu – kolmveerand aastat pärast eeltoodud analüüsi – taoline programmanalüüs uuesti läbi viia, saaks kirjeldada paljuski teistsugust programmi. Näiteks on tänaseks majanduslikel põhjustel lõpetatud veel kevadel Kuku raadio eetris kõlanud "Õõs on inimesi". Selle asemel võib kuulata kordussaateid.

Avalikku teenust pakkuva programmi tootmine on mitmeid kordi kallim kui muusika jaama käigus hoidmine. Kuku raadio

programm püüab arvestada reklaamiandja jaoks võimalikult atraktiivse sihtrühmaga, jagades saated laias laastus kaheks. Suur osa saateid on mõeldud nn "mõtlevale inimesele" – kõrgharidusega spetsialistile, arvamusiidrile, juhtivtöötajale jt, kellel on suhteliselt suur sissetulek ja kes võib oma käitumisega mõjutada teiste tarbimisharjumusi. Teiseks peegeldub spetsialiseeritud saadete suures osakaalus reklaamiandja huvi jõuda kitsaste tarbijagruppideni (nt arvutihuvilised, etnomuusika huvilised, autoomanikud jne).

Eraraadio programmi majanduslikku sõltuvust peegeldab seegi, et paljusid spetsialiseeritud saateid finantseeritakse Kuku raadios otse sponsorite poolt. Näiteks "Meretundi" toetavad Tallinna Sadam, Pakterminal ja mitmed teised vastava valdkonna firmad, "Roheline värav" sünnib Eesti Looduse Fondi toetusel, samuti on antud võimalus teha oma saateid suuremate ajalehtedele (Postimees, Eesti Päevaleht, Äripäev). Kuigi see ei anna veel alust väita, et sponsoreeritud saated on tingimata kallutatud, näitab see siiski, et ressursside vähesus võib sundida toimetust loobuma täielikust vastutusest oma programmi eest.

Allikad

Intervjuu Raadio Kuku peatoimetaja Harri Tiidoga 03.04.2000.

Eno-Gerrit Link

Uuno *

Uuno on 24 tundi päevas ja 7 päeva nädalas viimaseid hitte mängiv muusikajaam (*current hit radio*), ta sihtauditooriumi moodustavad 15-29 aastased inimesed. Uuno peatoimetaja Laur-Leho Kaljumets jagab kuulajad kahte vanuserühma – 16-24 aastased ja 25-30 aastased. Nende vanuserühmade vahelt jookseb Kaljumetsa hinnangul muusikaliste eelistuste piir (Intervjuu Kaljumetsaga).

Uuno on kommertsjaam, mille eesmärgiks ei ole pakkuda avaliku teenuse funktsiooni täitvaid saateid, vaid üksnes meelelahutust. Seetõttu on Uuno programm peamiselt meelelahutuslik ja osalust pakkuv.

Avaliku teenuse funktsiooni täitmiseks võib Uuno programmis lugeda esitatavaid lühiluudiseid. Samas ei tule uudiseid kommertsraadios vaadelda avalikku teenust pakkuva programmi tunnusena, vaid raadioprogrammi elementaarse osana. Uudiseid edastades täidab raadiojaam ringhäälinguseadust, mille kohaselt programmi päevasest mahust vähemalt viis protsenti peavad moodustama uudistesaadet. Sellele, et uudiseid edastades täidetakse pelgalt seaduse nõudeid, viitab fakt, et nädalavahetusel uudiseid programmis ei ole. Nimelt ei nõua seadus uudiste edastamist laupäeval-pühapäeval.

Uuno lühiluudised algavad kolm minutit enne täistundi ja kestavad kolm-neli minutit. Uuno põhjendab uudiste sellist ajastust sooviga pakkuda kuulajatele võimalust kuulata rohkem uudiseid. Kui inimene kuuleb nende kanalilt midagi huvitavat, saab ta otsida lisainformatsiooni Kuku täistunni-uudistest. Uunoga sarnase formaadiga muusikajaam Sky Plus, mis samuti pakub uudiseid kolm minutit enne igat täistundi, põhjendab uudiste sellist ajastust sooviga anda kuulajatele võimalus uudiseid vältida. Kui nende jaamas on uudised, siis teiselt kanalilt saab samal ajal enamasti muusikat kuulata ja vastupidi. Need seletused illustreerivad kahte erinevat suhtumist uudistesse: uudised kui raadioprogrammi tingimata vajalik osa, ja uudised kui midagi tarbetut, mida tehakse ainult seda nõudva ringhäälinguseaduse pärast (vt Mart Normeti artikkel käesolevas kogumikus lk 135).

* Kuulatud päevad: 18.02-20.02, 03.03-04.03.2000.

Uudised kipuvad olema kõmulised või ebaharilikest asjast. Näiteks 18. veebruaril oli mitmel järjestikusel täistunnil avauudiseks see, et Eesti Spordigümnaasiumi õpilased jäid vahele kanepi suitsetamisega. Uudisena esitati ka näiteks lugu hullunud elevandist, kes tallas Indias inimesi surnuks. Ilmselt püütakse niiviisi tabada sihtauditooriumi ootusi/maitset ja/või seda kujundada. Sotsiaalselt olulist leiab Uno uudistest vähe.

Auditoorium

Uno auditooriumi suurus oli 2000. aasta talvel 155 000 inimest, sellest 12-19 aastaseid 40 000 ja 20-39 aastaseid 85 000 inimest (BMF 01.12.99-29.02.2000). Nii võib öelda, et raadiojaam on jõudnud peatoimetaja poolt nimetatud sihtauditooriumini.

Suure osa Uno auditooriumist moodustavad arvatavasti tudengid. Tartu piirkonna õppuritest püsib Uno lainel pidevalt iga teine-kolmas. Selle tulemusega lööb Uno Tartus mäekõrguselt kõiki teisi raadiojaamu ning jääb nädala keskmist arvestades alla vaid makimuusika kuulamisele. Arvata võib, et tudengid sätivad oma raadiod Uno lainele, kuulamaks õppimisele pretensioonitult taustamuusikat.

Programm

Uno programm ei ole ajakirjanduslik ja ega ta seda taotlegi. Muusikajaamale omaselt ei kasuta Uno palju muid žanre peale diskori vaba vestluse muusikapalade vaheajal. Siiski on kavas ka (telefoni)intervjuud muusikutega ja lühikesed otsereportaazid Uunoga seotud üritustelt ning operatiivsed liiklusteated, mis altavad programmi veidikenegi mitmekesisemaks muuta.

Uno poolt pakutava võib jagada paaritunnisteks üksteisega sarnanevateks tsükliteks. Iga paari-kolmetunnine tsükkel moodustab saate, mida juhivad tavaliselt tuntud diskorid või muusikaga tihedalt seotud inimesed (näiteks Evelin Samuel). Päevased saatetunnid sarnanevad üksteisega kui kaks tilka vett: igas tunnis tutvustatakse, milliseid lugusid järgmise 60 minuti jooksul kuulda saab, samuti antakse kuulajale teada liiklusolukorrast – suurematest ummikutest, ajutistest liikluskorraldustest.

Uno paiskab eetrisse põhiliselt peavoolu popmuusikat. Nn alternatiivset, väiksemale kuulajaskonnale suunatud muusi-

kat jaam peaaegu ei mängi. See näitab, et raadiojaamal ei ole mingit huvi väiksemate kuulajarühmade huvide rahuldamise vastu. Nii on popkultuuri puhul reeglilik: *"Popkultuuri tarbijad ootavad pigem meelelahutust, juhtnõore või mõlemaid koos kui esteetiliselt naudingut. Massiauditooriumile tootmine tähendab seda, et ei saa tegeleda väikeste gruppide maitseelistustega, enne kui neist saab märkimisväärt turuosa."* (Nye 1978:25)

Lõviosa muusikast on välismaise, põhiliselt Lääne-Euroopa ja USA päritoluga, aeg-ajalt (kord ühe või kahe saatetunni jooksul) satub eetrisse ka mõni kodumaiste popmuusikute heliteos. Laur-Leho Kaljumets: *"Mängime teda [eesti muusikat – E.-G. L.] mitte väga tihti ja lugude valik on väga tagasihoidlik. Võrreldes selle muusikaga, mida me iga päev mängime, ei ole Eestis kahjuks nii häid produtsente, kes suudaks head kvaliteetset muusikat toota. Me kuulame lisaks sellele, kas lugu on hea või ei ole ka loo soundi ja kui heli on nadi, siis ei saa seda eetrisse panna."*

Uuno kujuteldava kuulaja muusikalist maitset mõjutavad taevakanalid *Music Television*, *Viva* ja nende mitmed analoogid. See on omamoodi surnud ring – tarbijani jõuab just selline muusika, mida ta ootab ja soovib. Samas määravad massiauditooriumi muusikalise maitse suures osas muusikatööstuse gigantid ehk meelelahutuskontsernid ja plaadifirmad, kes otsustavad, millist artisti inimestele pähe kinnistada, et tema muusika siis CD või videokasseti kujul maha müüa ja sellega raha teenida.

Peatoimetaja põhjendab Uuno muusikavalikut: *"Playlist pannakse kokku kõhutunde järgi, kuid ka DJ-d saavad vähesel määral ise lugusid valida. Me oleme üsnagi põhjalikult testinud ära oma fonoteegi. Selle põhjal me otsustame, mis lugusid me laseme eetrisse ja milliseid ei lase."*

– Kuidas toimub testimine?

"Testimine toimub oma sihtrühma peal. See on üsnagi kallis lõbu, kutsume kokku hulga inimesi ja nende peal kontrollime, kuidas lood meeldivad ja mis ei meeldi." (Intervjuu Kaljumet-saga).

Uuno reklaamib ennast kui kaaslast aktiivsele inimesele, nädalavahetustel on jaama eesmärk olla *"nädalavahetuse ametlik raadio"*. Raadiojaam on läinud aktiivsete kuulajate sekka sellega, et korraldab kanuumatkasid ja dzübirallisid – asju, mida raadiojaamad tavalisest ei tee.

Samas täidab Uuno kindlasti ka taustaraadio ülesannet – programm koosneb ju põhiliselt popmuusikast, mis tuleb ühest kõrvast sisse ja läheb teisest välja, kuulamist/mõtlemist nõudvaid jutusaateid Uuno programmis ei ole.

Saated

Uuno saatepäev koosneb hommikuprogrammist "Starter", kolmetunnistest enne- ja pealelõuna saadetest, soovilugude edetabelist, varasematel öhtutundidel erinevatest tähtdiskorite saadetest ning ööprogrammist.

Nädalavahetusteks leitakse tihti mingi eriline temaatika. Näiteks laupäev-pühapäev 19.-20. veebruar 2000 oli nimetatud E-Type'i weekendiks. Sel nädalavahetusel mängiti palju Roots! poptähe muusikat, igas saatetunnis mängiti ette lõik temaga tehtud intervjuust ja jagati kuulajatele-helistajatele tema CDsid.

Huvitavaks võib hommikuprogrammis pidada nn varjatud mikrofonilõiku. Saatejuht helistab sünnipäevalapse sõpradelt saadud numbril sünnipäevalapsele ja teeb end kellegi teisena esitledes talle mõne absurdse ettepaneku. Taolise idee on hiljem üle võtnud ka teised raadiojaamad ning kuulajad võtavad seda positiivselt vastu.

Ülejäänud saated/saatetunnid on Uunos keskpärased: millegi erilise ja uudsega saatejuhid silma ei paista, aga kuulaja üle domineerima ka ei pääse. Lausigavaid saateid vaadeldud päevade jooksul kõrva ei hakanud. Pikemaajalise Uuno kuulamise jooksul võivad saated (välja arvatud ehk hommikuprogramm "Starter") ja muusika oma rutiinsusega igavaks muutuda. Aga see on maitse küsimus.

Kommertsraadiojaamadele heidetakse tihti ette, et nad teevad oma tööd väga ebaprofessionaalsel tasemel. Tuleb ju kõigile tuttav ette, kuidas raadiodiskorid mitte eriti talplikkude helistajate üle nalja viskavad või neid mõnitavad. Raadiojaamad ei suhtu inimestesse väärikalt ja lugupidavalt. See on üldisem küsimus raadiote telefonimängudes, soovisaadetes, ka raadiodiskodes, kus saatejuht kasutab oma domineerimisvõimalust enda kehtestamiseks, helistava kuulaja alandamiseks ja mõnitamiseks (Lõhmus 1998: 75).

Uuno saatejuhid suhtlevad kuulajatega lugupidavalt. Diskor pole pealetükkiv, ta ei püüa ennast eksponeerida ja laseb saatesse helistajal rääkida, vajadusel suudavad diskorid küsida abistavaid ja suunavaid küsimusi.

Ette võib heita Uuno saatejuhtide keelekasutust – eesti keelele eelistatakse tihti võõrsõnu ja slängi. Samas on sihtauditooriumile omane just selline keel ja kui raadiojaam räägib oma kuulajatele arusaadavalt, siis miks mitte.

Saates osalejad

Uunol on oma kuulajatega tihe kontakt. Pea igas saatetunnis pääsevad eetrisse raadiokuulajad, kellega saatejuht vestleb – öhtul/lähipäevadel toimuvatest pidudest, hellistaja vabast ajast, kaaslase otsimisest vms.

Suurt tähelepanu on raadiojaam pööranud internetileheküljele, mis on kohtumisplatsiks raadio tegijatele ja kuulajatele. *“Uunoveebi uus versioon on eetripärane, annab raadiotele pilti juurde. Internet on tänapäeva raadiojärjest lahutamatu osa ja nad lähevad üha tihedamalt kokku.”* (Intervjuu Kaljumetsaga)

Uuno võrguleheküljelt saab vaadata, mis lugu parajasti mängib või milline on järgmine eetrisse minev lugu. Kuulajad saavad saadete üle diskuteerida. Lisaväärtust pakuvad tasuta lühisõnumite saatmise võimalus mobiiltelefonidele ja otsingumootor, mille abil saab otsida Uuno raadio kodulehekülje materjale, mp3 formaadis muusikat, laulusõnu jne.

Väärtushoiakud

Meelelahutuskanalile omaselt propageerib Uuno popkultuuri. Seda väärtushoiakut kohtab kõigis Uuno saadetes. Olu- lisel kohal väärtushinnangute pingereas leiab veel edukuse/omakasu – raadiojaama reklaamivates klippides süstitakse kuulajale teadmist, et nad kuulavad Eesti parimat raadiojaama, kasu saamisele kutsuvad üles diskorid, kes paluvad kuulajaid auhindu lubades helistada.

Uudiste esitamisel peab Uuno tähtsaks ka informeeritust.

Saatejuhtide vabast vestlusest ja nende suhtlemisest helistajatega võib välja tuua eneseväärikuse mõõtme. Üldjuhul püüavad saatejuhid olla viisakad ja mitte kedagi solvata, ka tüütutest helistajatest püütakse mõnusa huumoriga üle saada. Liiklusinfot edastades kutsutakse inimesi üles üksteisele rohkem tähelepanu pöörama ja viisakad olema.

Kirjandus ja allikad

Avalik-õiguslik ringhääling Eestis: Mõiste, programm, auditoorium (2000).

Uurimistöö 1. vahearuanne. Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond.

Ehand, E., Normet, M., Roonemaa, H., Rudi, E., Link, E., Maimets, A., Möller, M. (1999). *Euroreporter'99: Eesti raadiomaastik'99*. Tartu Ülikooli ajakirjanduse osakond

Lõhmus, M. (1998). Ringhääling muutumises: hetk 1997. *Meediaorganisatsioon I*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Nye, R. B. (1978). *The Popular Culture Reader*. Bowling Green.

Intervjuu Uuno Raadio peatoimetaja Laur-Leho Kaljumetsaga 20.04.2000.

Maarja Lõhmus, Epp Ehand

Programmianalüüside kokkuvõtteks

Ringhäälinguajaamade programme on eelnevates artiklites iseloomustatud nende formaadi, programmis osalejate ja programmi funktsioonide, sihtauditooriumi, programmi vormitunnuste ning edastatavate väärtushoiakute järgi. Eesti 10 ringhäälinguajaama võrdleva analüüsi põhjal võib teha alljärgnevaid tähelepanekuid.

Funktsioonid

Programmide erinevus on seotud programmi funktsioonide erinevusega, kusjuures määratlemise indikaatorfunktsioonideks kujunesid informatiivsus, meelelahutus ja hariv funktsioon (vt tabel 1).

Tabel 1. Iseloomulike funktsioonide täitmine Eesti raadio- ja telejaamades veebruaris-märtsis 2000.

	ETV	TV 1	TV 3	Viker- raadio	Klassi- kaara- dio	Raa- dio 2	Raa- dio 4	Kuku	Uuno
1.	Infor- meeriv	Meele- lahu- tus	Meele- lahutus	Hariv	Hariv	Meele- lahutus	Kombi- neeri- tud funktsio- onid	Infor- meeriv	Meele- lahutus
2.	Hariv- sotsia- liseeriv	Infor- meeriv	Kange- lastega samas- tumist pakkuv	Infor- meeriv	Esteeti- line	Osalev (kerge- tes vald konda- des)	Infor- meeriv	Meele- lahu- tus	Osalev, osalust pakkuv
3.	Meele- lahu- tus		Infor- meeriv	Meele- lahutus	Infor- meeriv	Infor- meeriv	Hariv- sotsia- liseeriv	Tõlgen- duslik- sotsia- liseeriv	Infor- meeriv
4.	Esteeti- line		Hariv- sotsia- liseeriv	Koge- muse vahe- tus		Hariv	Meele- lahutus	Hariv	

Informeerivat funktsiooni kandsid enam jaamade Raadio 4 (40% saatemahust), ETV (koos kergemate *infotainment* saadetega 32% saatemahust), Vikerraadio, Kuku ja ka TV3 saated. Suhteliselt enam määratleti hariva funktsiooni esinemist (24%) ETV ja Vikerraadio puhul ning Kuku raadio tõlgenduslikes-analüütilistes saadetes.

Meelelahutus domineeris funktsioonina Raadio Uno (95% saatemahust), TV3 (82%), TV1, Raadio 2 (79%) programmis ja oli kokkuvõttes küllalt standardne. Ehedat kvaliteetset kodumaist meelelahutust esines suhteliselt harva.

Programmidel ja saadatel ilmneb domineerivaid spetsiifilisi funktsioone: nii on Klassikaraadio domineerivalt hariv-esteetiline, Raadio 2 osalemist pakkuv. Raadio 4 puhul oli iseloomulik saadete suur polüfunktsionaalsus (49%) ning ka suur informatsioonilisus (40%). Avalik-õiguslike kanalite ETV ja ER programmidele on iseloomulik, et harivate saadete osa programmist on $\frac{1}{4}$.

Osalejad

Eri ringhäälingukanalite puhul on võimalik eristada erinevaid domineerivaid esinejaid-osalejaid. Kuku Raadiole iseloomulikud osalejad on ametnikud ja eksperdid (nt "Raadioexpress"), mitmetes saadetes (nt "Pressiklubi") võtavad endale erinevate valdkondade eksperdi rolli ajakirjanikud (vt. tabel 2.).

Tabel 2. Ringhäälinguprogrammide olulisemate osalejate määratlemine veebruaris-märtsis 2000.

Kuku Raadio	Raadio 2
Spetsialistid	Ajakirjanik kui vahendaja või DJ
Ametnikud	Helistajad kergetel teemadel (nt vabast ajast, kaaslaste leidmisest)
Ajakirjanikud spetsialisti rollis	Popkultuuri spetsialistid
Probleeme arutavad helistajad	
Ajakirjanikud kui vahendajad	

Raadioprogrammides on laialt kasutatud erinevaid helistajaid – Vikerraadio hommikuprogrammis sotsiaalsel temadel, Kuku Raadio saates “Õös on inimesi” üldinimlikel temadel jne. Helistaja tüüproll on suuresti seotud saatejuhi tüübiga ning saate teema ja esitatud küsimusega. Muusikajaamades on mõnelgi juhul teemad tühised, saatejuht ja helistajad lärmakad.

Rahvahulga sümbboolne stuudiosse toomine, emotsionaalse osavõtuõhkkonna loomine on iseloomulik telejaamade meelelahutussaadetele (nt “Reisiga sinule” Kanal 2s, “Tähed muusikas” ETVs, “Bingo Loto” ETVs). Meelelahutusliku efekti annavad nn rolli vahetavad osalejad (nt ETV saates “Kuulus ja kummaline”).

Ajakirjanike ja avaliku elu isikud annavad/kujundavad hinnanguid mistahes teemal.

Osalejarollid on jagunenud ka ajakirjanike vahel, kelle hulgas on nn ekspert-asjatundja, (nt Harri Tiido Kuku või Indrek Treufeldt ETV “Brauseris”); mängujuhid ja DJd (nt Märt Rannamäe Raadio 2s); ideoloogia kujundajad (nt Mart Ummelas Vikerraadio “Rahva teenrites”, Rein Lang ja Hans H. Luik Raadio Kuku “Keskpäevatunnis”), humanistid-kultuuri tõlgendajad (nt Mari Tärand, Lembit Lauri ja Martin Viirand Vikerraadios, Ilmar Raag Eesti Televisioonis); sotsiaalsed osalejad (nt Kaja Kärner); vahendajad-reporterid (Anne Osvet Vikerraadios, Ulla Lääts Kuku) jt.

Sihtauditoorium

Kujuteldava sihtauditooriumi üldpildist selgub, et eriti telekanalid orienteerivad oma saated kõige enam üldauditooriumile (ETV 61%, TV1 ja TV 3 39%). Seda teevad ka mitmed raadiojaamad (Raadio 4 76%, Kuku 64%, Vikerraadio 26%), ent seejuures on tähtsamat viisil orienteeritus ka spetsiifilisematele sihtgruppidele (Raadio 2 noortele 64%, Vikerraadio 29% keskealistele jm) vt tabel 3.

Eri kanalite sihtauditooriume võrreldes ilmneb, et tüüpiliselt on erajaamade programm kujundatud reklaamijaid silmas pidades, mis tähendab, et võitlus käib reklaamijate atraktiivseima seltskonna pärast ja saateid ning kogu programmi tehakse eelkõige neile, teiste seltskondadega eriti arvestamata.

Televisioonis väljendub see suunatus üldisele ja laiapõhjalisele auditooriumile. Eraraadiojaamade programme on üldistuste tegemiseks analüüsitud liiga vähe.

Tabel 3. Saadete ja programmi sihtauditoorium, määratletud veebr.-märts 2000 saadete järgi

ETV	TV 1	Kanal 2	TV 3	VR	Raadio 2	Raadio 4	Kuku	Uuno
üld-auditoorium	üld-auditoorium	keskealised	üld-auditoorium	keskealised	noored	üld-auditoorium	üld-auditoorium	noored
noored	noored	noored	noored	üld-auditoorium	keskealised	lapsed	keskealised	noored keskealised
pensioonärid	spetsialiseeritud: tervisehuv	pensioonärid		meheh	üld-auditoorium	spetsialiseeritud huv	meheh	
spordihuvilised					lapsed			

Kuku Raadio on seda raadiojaama analüüsinud Erle Rudi hinnangul sihtauditooriumiks valinud jõukad ja teiste inimeste arvamust kujundava seltskonna ning kitsad sihtauditooriumid. Uuno Raadio on sihtauditooriumi määratlenud ealiselt ja pakub sellele vanusegrupile kitsalt määratletud toodet – *current hit radio*.

Televisioonis väljendub see suunatuses üldisele ja laiapõhjalisele auditooriumile.

Avalik-õiguslikud kanalid on sihtauditooriumide poolest erakanalitest tasakaalustatumad, kuigi Andri Malmets väidab ETVd analüüsides, et ka avalik-õiguslik televisioon on oma programmis erakanalilikult auditooriumi reitinguid püüdnud. Nii on vanuserühmadest vähe lastele mõeldud saateid, vaatamata sellele, et näiteks TV3 ja Kanal 2 programmis on animafilme 14% ja 12%. ETV programmis oli saateid lastele 0,8%.

Vormid ja žanrid

Saadete vormilist üldpilti iseloomustab kombineeritud e segažanride märgatav osakaal kogupildis, eriti originaalsaadete puhul; nii on näiteks ETV saadetest 38%, Raadio 4s 34%, Ku-

kus 25%, TV3s ja Kanal 2s 13% kombineeritud elementidega segasaated (vt tabel 4). TV3s ja TV1s on valdavaks žanriks seriaalid (vastavalt 44% ja 27%).

Muusikajaamades on rohkesti vabavestlust, aga ka nõrgalt struktureeritud ja fokuseerimata teksti (Raadio 2 puhul on seda määratletud 40% ulatuses).

Tabel 4. Enamkasutatud vormid Eesti raadio- ja telejaamade saateprogrammis veebruaris – märtsis 2000.

ETV	TV 1	Kanal 2	TV 3	Raadio 2	Raadio 4	Kuku	Uuno
kombineeritud žanrid	seriaal	sarifilmid	seriaal	struktureerimata kõne	kombineeritud žanrid	kombineeritud žanrid	diskoritekst
saatejuhi või diktori tekst	infotekst	seebiooperid	animafilmid	saatejuhi ja diskoritekst	diktoritekst	intervjuu	muusika
lavastused	mängufilm	animafilmid	kombineeritud žanrid	muusika	vabavestlus	vabavestlus	
	muusika	sit-comid					

Nii televisioonis kui raadios on laialt levinud kombineeritud žanrid, domineerivad veel vaba vestlus ja struktureerimata kõne. Kombineeritud saated sisaldavad mitmeid elemente, tüüpiliselt vaba vestlust, intervjuud, kommentaari, muusikat jm.

Mõni saatevorm on liikunud raadiost televisiooni, nt "Vanad ja kobedad" Sky Plusist ETVsse, "Kreisiradio" ja "Tehnokratt" Kuku Raadiost ETVsse.

Nii televisioonis kui raadios on rohkesti mängu, välja arvatud Vikerraadios ja Klassikaraadios.

Eratelekanalite programmis on palju kogu maailmas tuntud seriaale, nagu "Vaprad ja ilusad" TV 3s, "Sunset Beach" Kanal 2s.

Edaspidi oleks huvitav uurida, miks on žanriline mitmekesisus piiratud ja kas see on paratamatu? Milles väljendub kuulajate/vaatajate ning ajakirjanike loominguline suhe – mil-listesse rollidesse on eri žanrides määratud kuulaja/vaataja?

Edastatavad väärtused

Kanalite väärtushoiakud on seotud programmi tüübi, teemaatika ja osalejatega ning nendes väljendub omakorda kanali laiem filosoofiline suundumus. Väärtushoiakute üldist võrdlevat klassifikatsiooni programmide analüüsil ei kasutatud, küll aga võib selgelt välja tuua erinevate kanalite väärtushinnangu-
te dominandid (vt tabel 5).

Tabel 5. Ülevaade raadio-ja telesaadetes domineerinud väärtushinnangutest veebruaris-märtsis 2000.

ETV	TV 1	VR	Raadio 2	Raadio 4	Kuku
informeeritus	teave ja informeeritus	haritus	informeeritus	informeeritus	informeeritus (poliitika, majandusest, protsessidest)
majanduslikust kasust lähtumine	massikultuur	informeeritus	popkultuur, alternatiivmuusika	Eesti kui 'oma' keskkond	Lääne ühiskonna demokraatia
lõõgastus ja mängulisus	lapsepõlv, kodu, inimsuhted	kultuur	lõdvestus ja hedonism	sotsiaalne osalemine	aktiivne ettevõtlikkus, läbilõõgivõime
professionaalsus	tervis ja sport	eesti kultuur ja traditsioonid	haritus	kogemuslikkus	eesti kultuur
haritus	äriline omakasu ja enesekeh-testus	riigikaitse / tervis	isetegevus	inimlikkus	Eesti maailma kontekstis liberalism

Ent kui ka väärtushinnangute üldnimed on sarnased, võivad sisemised tähendused ja orienteeritused olla küllalt erinevad. Nii tähendab 'informeeritus' ETV saadetes ning Raadio 2 saadetes erinevaid nähtusi, hõlmates esimesel juhul nii sot-

siaalse kui kultuurilise välja ja piirdudes teisel juhul rohkem popkultuuri, tarbimise ja meelelahutus(tööstus)e konkreetsete valdkondadega.

Eesti kultuur, traditsioonid ja eluviis ning sotsiaalsed ühishuvid polnud kommertstelekanalites (eriti TV1s) väärtustatud.

Kordussaadet/esmaesitlused telejaamades

Kordussaadete osakaal teleprogrammides on kõikidel kanalitel samas suurusjärgus (vt tabel 6). Oluline on aga valik, milliseid saateid korratakse. Kui ETV kordab puhkepäeviti valdavalt harivaid ja informeerivaid saateid, siis erakanalites korratakse tüüpiliselt seriaale – argipäeviti seriaalide eelmise päeva osasid.

ETV suundumust näidata arhiveeritud kultuurisaateid (nt teatrisaade "Lennud"), aga ka Kuku "Külalise" 1993. aasta lüüdistuste esitamist võib käsitleda kultuuriruumi ja mälu aktualiseerimisena, milles ajalise distantssi tekkimine toob erilise selgusega esile muutused.

Omasaadet/hankeprogramm telejaamades

Eratelekanalid pakuvad laias laastus keskmiselt kaks korda rohkem hankeprogrammi kui ETV (vt tabel 7). Hankeprogramm TV3s (kokku 88%) koosnes vaadeldud päevadel 88% USA, 7% Briti, 6% Lääne-Ameerika, 3% Austraalia päritolu saadetest.

2/3 moodustab hankeprogramm TV1 puhkepäevil, 3/4 on hankeprogrammi Kanal 2s argipäevil ja TV3s kõigil päevil.

Eesti kohaliku toodangu esitamine on suurim ETVs: nädalalõppudel 70% ja argipäevil 47%, samuti TV1 argipäevil (45%, mis tuleneb põhiliselt "Info TV" suurest mahust).

Omasaadetest on Eesti televaldkonna tippsaadeteks infoaadet (ETV "Aktuaalne kaamera"; TV3 "Seitsmesed uudised"), ümbritseva keskkonna ja toimuvate protsesside analüüsid ("Pealtnägija" ETVs; "Politsekroonika" Kanal 2s; "Brauser" ETVs jt), ning meelelahutussaadet, millest kõige vaadatavam (303 000 vaatajat) oli hooajal 2000/2001 Eesti seriaal "Õnne 13" (ETV).

Avalik teenus

Koondtabelid selle kohta, kui võrd analüüsitud raadio- ja teleprogrammid vastavad avalikkuse huvile (vt tabelid 8, 9 ja 10) peegeldavad eelkõige üldtendentse.

Iga programmi analüüsis eri ültõpilane ja hoolimata ühistest arutlustest seminarides, esineb mõningaid erinevusi saadete tõlgendamisel. Siiski võib saadete liigitamist sellisteks, mis selgelt ei täida avaliku teenuse funktsiooni, pidada üsna usaldusväärseks.

Ootuspäraselt selgub Eesti Raadio ja erajaamade võrdluses, et Eesti Raadios on keskmisest rohkem avalikku teenust pakkuvaid saateid. Põhiraskust kannavad Vikerraadio, Klassikaraadio ja Raadio 4. Raadio 2s oli täielikult avalikule teenusele suunatud saateid märkimisväärselt vähem kui Kuku Raadios.

Vikerraadio programm koosnes 82% ulatuses saadetest, mis käsitlesid sotsiaalselt olulisi teemasid, olid hariva või kultuurikeskkonda pakkuva iseloomuga.

Klassikaraadio kui esteetiline ja hariv, maailma avardav programm, vastas täiel määral avalikkuse huvidele. Raadio 2 saadetes on probleemiks, kuidas eristada popkultuuri kui identiteedi kujundajat ja popkultuuri kui tarbekaupa.

Raadio 4 programmi iseloomustab inimese väärtustamine, saatevormide ajakirjanduslik mitmekülgsus ja korrektsus; saatejuhtide emotsionaalsus, empaatilisus ning rikas keel.

Eesti Raadio puhul on otstarbekas rääkida avaliku teenuse funktsiooni täitmisest mitte kogu terviku, vaid nelja programmi lõikes eraldi, sest erinevused programmide vahel on suured. Vikerraadio, Raadio 2 ja Raadio 4 erinevad eelkõige vanuse ja rahvuse pinnal eristatud sihtauditooriumi poolest. Klassikaraadio erineb nendest eelkõige esteetilise funktsiooni domineerimise poolest, mis täiendab esimese kolme sotsiaalset suunitlust, nagu kirjutab Klassikaraadiot analüüsinud Anu Mägi.

Uuno raadiot analüüsinud Eno-Gerrit Link rõhutab jaama iseloomustavat väärikat suhtlemiskultuuri, mis on muusika-jaamades sageli üsna madal.

Raadio Kuku saadetest täitsid veebruaris-märtsis 2000 üle poole (51%) täielikult avaliku teenuse funktsiooni, seega on see jaam Eesti Raadiote tõsiseks konkurendiks. Tugevas konkurentsis püsimine on mõjunud hästi saadete ja kogu programmi kvaliteedile.

Tabel 6. Kordussaadete osakaal programmis

	ETV				TV 1				Kanal 2				TV 3				Erakanalite keskmine			
	argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Kokku	2475	100	2980	100	3370	100	3115	100	4640	100	1860	100	3265	100	3065	100	11275	100	8040	100
Esmaesitus	2187	88,4	2332	78,3	2785	82,6	2670	85,8	4095	88,3	1660	89,2	2065	63,2	2155	70,3	8945	79,3	6485	80,7
Kordus	288	11,6	642	21,5	585	17,4	445	14,3	545	11,7	200	10,8	1200	36,8	910	29,7	2330	20,7	1555	19,3

Tabel 7. Omasaadete osakaal programmis

	ETV				TV 1				Kanal 2				TV 3				Erakanalite keskmine			
	argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev		argipäev		puhkepäev	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Kokku	2475	100	2980	100	3370	100	3115	100	4640	100	1860	100	3265	100	3065	100	11275	100	8040	100
Omasaadete	1162	46,9	2090	70,1	1530	45,4	985	31,6	1215	26,2	850	45,7	740	22,7	795	25,9	3485	31,0	2630	32,7
Hange	1313	53,1	890	29,9	1840	54,6	2130	68,4	3425	73,8	1010	54,3	2525	77,3	2270	74,1	7790	69,1	5410	67,3

Erle Rudi hinnangul on Kuku raadio suutnud pakkuda Vikerraadioga konkureerivat programmi peamiselt kolmel põhjusel:

1) pärast iseseisvumist oli eestlaste poliitiline aktiivsus 1990. aastate alguses kõrge, seega valitses ka nõudlus arutleva ja informativse programmi järele;

2) 1990. aastate alguses oli rahva usaldus erastruktuuride vastu suurem kui riigistruktuuride vastu, mis sümboliseerisid nõukogudeaegset tsensuuri, ja seega pöördusid kuulajad pigem eraraadio kui Vikerraadio laele;

3) Vikerraadio programm kaotas palju seoses pidevate reformidega Eesti Raadios, nappis kaadrit ja ressursse, mis andis konkurendile eelise. *

Neile põhjustele lisandub veel üks väga põhimõtteline asjaolu – nimelt on demokraatlikus avatud kultuuriruumis oluline mitme kvaliteetse kanali üheaegne olemasolu, mis tagaks laiem ja mitmekülgsema informatsiooni ning tõlgenduste spektri ning annaks kuulajatele erinevaid vaatepunkte oma käsitlemiseks.

Avaliku teenuse funktsiooni täitsid telejaamad silmatorkavalt erinevalt, ETV1 oli programmis 82% vastavaid saateid, komertskanalitel oli vastavate saadete hulk 15% (Kanal 2) kuni 27% (TV1).

Teleprogrammide puhul on eraldi vaadeldud ka programmi vastavust avalikkuse huvile televaatamise tippajal – öhtuti 19.00-22.00 (vt tabel 10).

Tippaja programm annab selles plaanis ülevaate ka programmist tervikuna.

TV 1 puhul täidavad tippajal eetrisse minevad saated avaliku teenuse funktsiooni veidi vähem kui programm tervikuna – hommikul ja päeval tunde kestev tekstitelevisioon "Info TV" on liigitatud osaliselt avaliku teenuse funktsiooni täitvaks. TV 3 puhul aga on tippaja programm veidi enam avalikkuse huvidega arvestav.

Kokkuvõtlikult võib tehtud analüüsi põhjal öelda, et ETV programmis oli varakevadel 2000 vähemalt kolm korda rohkem avalikku teenust pakkuvaid saateid kui erakanalites.

* Tuleb rõhutada, et käesolev analüüs põhineb 2000. a. kevadisel raadio-programmil; Kuku programm on aasta jooksul mitmel korral oluliselt muutunud. Mõnikord tundub, et võib rääkida juba teistsugusest raadiojaamast sama nime all.

Tabel 8. Avaliku teenuse funktsiooni tähtvatet saadete osakaal raadios

	Vikerraadio		R 2		Klassikaraadio		Raadio 4		ER kokku		Kuku		Uuno	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Kokku	6625	100	4200	100	6480	100	4200	100	21505	100	6120	100	5760	100
Ei ole avalik teenus.	520	7,8	1962	46,8	0	0	0	0	2482	11,5	1591	26,0	5472	95,0
Avalik teenus	6105	92,2	2238	53,3	6480	100	4200	100	19023	88,5	4529	74,0	288	5,0
Osaline avalik teenus.	685	10,3	1246	29,7	0	0	130	3,1	2061	9,6	1408	23,0	0	0

Tabel 9. Avaliku teenuse funktsiooni tähtvatet saadete osakaal televisioonis

	ETV		TV 1		Kanal 2		TV 3		Erakanalid kokku	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Kokku	5455	100	6485	100	6500	100	6330	100	19315	100
Ei ole avalik teenus	982	18,0	3745	57,7	5525	85,0	4940	78,0	14210	73,6
Avalik teenus	4473	82,0	2740	42,3	975	15,0	1390	22,0	5105	26,4
Osaline avalik teenus	1258	23,1	1640	25,3	91	1,4	140	2,2	1871	9,7
Täielik avalik teenus.	3215	58,9	1100	17,0	884	13,6	1250	19,7	3234	16,8

Tabel 10. Avaliku teenuse funktsiooni täitvate saadete osakaal tippajal (*prime-time*)*

Tippaeg (kell 19–22)*	ETV		TV 1		Kanal 2		TV 3		Erakanalid kokku	
	min	%	min	%	min	%	min	%	min	%
Kokku	1189	100	1800	100	1080	100	1425	100	4305	100
Ei ole avalik teenus	226	19,0	1420	78,9	890	82,4	1020	71,6	3330	77,4
Avalik teenus	963	81,0	380	21,1	190	17,6	405	28,4	975	22,6
Osaline avalik teenus	335	28,2	60	3,3	63	5,8	60	4,2	183	4,3
Täielik avalik teenus	628	52,8	320	17,8	127	11,8	345	24,2	792	18,4