

# Uuringud ja teleauditoorium Eestis 1991–2005

## TELEUURINGUD 1991–2005

Põhjalikumad ringhäälingu- ja auditooriumiuuringud hääbusid Teleraadiokomitees 1980. aastate lõpus (vt uuringute osa 1955–1991). 1989. aasta algul läks **Informatsiooni- ja Arvutuskeskus (IAK)** üle täielikule isemajandamisele ja enesefinantseerimisele. 1990. aastate keskel kujundati sellest osaühing **Telirad**, mis lõpetas tegevuse aasta hiljem (1.07.1991). Mitmed IAKs ja Teliradis uurimiskogemuse saanud sotsioloogid läksid tööle 1990. aastatel sündinud avaliku arvamuse, turu- ja meediauuringutega tegelevatesse firmadesse. **Andrus Saar** lõi turu-uuringute firma **Saar Poll** (1988), tekkisid Emor Gallup Media (1990) ja Balti Meediateabe AS – BMF Gallup Media (1992–2000), edaspidi **TNS Emor** ning **ES Turu-uuringute AS** (31. jaan 1994).

Taasiseseisvunud Eesti esimesel aastakümnel põhjalikumaid teleuuringuid ei tehtud, põhiline auditooriumit puudutav andmestik tuli turu-uuringufirmadelt. Reklaamituru elavnemise ja erakanalite loomisega tekkis vajadus auditooriumi vaatajakäitumist ning saadete ja kanalite vaadatavust käsitlevate andmete järele. BMF tegi esimese nädalauuringu märtsis 1993 ja alustas iganädalasi **teleauditooriumi päevikküsitlusi** 1995. a. Olulist teavet telesektori arengu kohta sisaldas ka BMFi välja antud **Baltic Media Book** (1995–2001).

Katsed ETVs uurimistegevust taastada ei õnnestunud. Kuigi 1997. aastal tekkis ETVs mõte luua ER ja ETV ühisjõududega Ringhäälinguinstituut, mis oleks tegelenud nii ringhäälingualaste teadusuuringute, meetodilise töö kui koolitusega, jäi kavatsus mitmel põhjusel teostamata.

Sel perioodil tehti mõned uurimused ka mitteauditoorsetes valdkondades. ETV 40. aastapäevaks koostas Voldemar Lindström **televisiooni faktikogumiku**, mis haaras aastaid 1955–1995 (Lindström 1995). Avaliku

ringhäälingu ja ringhäälingupoliitiliste probleemide mõtestamise vajadusest sündis Hagi Šeini uurimus „**Avaliku ringhäälingu tulevik Eestis**. 12+1 põhiküsimust, teese ja fakte diskussiooniks avalik-õiguslikust ringhäälingust”, mis sai tuntuks kui „**roheline raamat**” (Šein 1996). 1990. aastate alguse meedia- ja ringhäälingumaastiku kujunemist kirjeldasid ning analüüsisid Margo Veskimägi ja Triin Susi (vt 1996). Ilmus kogumik „Materjale avaliku ringhäälingu teooriast ja praktikast. Eesti Televisiooni kontseptsiooni- ja arengüküsimusi 1993–1997”, millesse koondati ETV organisatsioonilist arengut puudutavad materjalid siirdeperioodi algaastatest (Šein 1997). **Ülle Toode** kaitses Walesi Ülikooli Cardiffi kolledžis magistrikraadi uudisteprogrammide rahvusvahelise võrdleva uuringuga (1999).

Perioodi teleproblemaatikat ja olulisi artikleid duaalse telesüsteemi kujunemise perioodist võib leida ka ETV siselehest „**Telekraat**” (1995–1997; toimetajad Tiina Kangro, Heiki Meeri). Uus ilming oli teleproblemaatika väga intensiivne käsitlemine ajakirjanduses alates 1993. a, mis peegeldas nii tol ajal tekkinud avaliku ja eratelevisiooni vahelist vastuolu, meediaturu ja ringhäälingupoliitika pinget kui ka erinevate huvigruppide ja autorite meediapoliitilisi tõekspidamisi (vt bibliograafiat Šein 2002 ja käesoleva väljaande kirjanduse osa). Kaaluka panuse siirdeperioodi uuringutesse andsid nii Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooniosakonna kui ka Concordia Rahvusvahelise Ülikooli (CIUE) ja Audentese Ülikooli meediateaduskonna üliõpilased sadakonna diplomi- ja bakalaureusetööga (tööde nimekiri on esitatud kirjanduse osas).

2001. a algas **uus etapp ringhäälinguga seotud akadeemilistes uuringutes**. Uurimisvaldkond laienes ja mitmekesisus, tööde teadusväärtus tõusis märgatavalt.

Põhivuviks muutusid teleringhäälingu kujunemisprotsessid siirdeperioodil, ringhäälingu- ja meediapoliitika, avalik-õigusliku ringhäälingu probleemid, ringhäälingu-regulatsioon, Euroopa Liidu meediapoliitika rakendamine Eestis, meediaturu, -majanduse ja -omandi küsimused, meediakonvergens, programmide struktuurne ja žanriline areng, Internetitelevision jn.

Kaitsti mitmeid **magistritöid**: **Raivo Suni** käsitles ETV programmistrateegiaid 1985–2000 (Suni 2001), **Hagi Šein** üldistas telemaastiku kujunemise protsessid 1991–2001 ja avaldas oma magistritöö põhjal ka raamatu (Šein 2002), **Aune Unt** analüüsis teležanrite arenguprobleeme ja nende avaldumist Eesti teleprogrammides alates 1955. a (Unt 2003), **Andres Jõesaar** uuris avalik-õigusliku ringhäälingu probleemideküllast legitimeerimise protsessi Eestis võrdluses rahvusvahelise kogemusega (Jõesaar 2005). Valdkonna arengu mõistmisel tuleb oluliseks pidada ka artikleid Eesti elektroonilise meedia uue struktuuri kujunemisest 1990. aastatel (Lõhmus 2002, Šein & Lauristin 2003), mitmeid TÜs tehtud heatasemelisi bakalaureusetöid: **Sten Hanssoni** uuringut „Auditooriumi maksimeerimine. Eesti telekanalite saatekavade planeerimisest 2000/2001 hooajal” (Hansson 2002), **Andri Maimetsa** käsitlust ETV kriisiperioodi kohta aastatel 1999–2000 (Maimets 2003) ning **Brit Tomingase** uurimust „Ringhäälingusüsteemi euroopastumise mõju avalik-õiguslikule ringhäälingule Eestis” (Tomingas 2005). Tartu Ülikooli ja Concordia Ülikooli meediaõppejõudude ja -üliõpilaste koostööna ilmus 2001. aastal teadustööde **kogumik „Avalik-õiguslik ringhääling Eestis”**. ETV 50 aasta juubeliks ilmus kogumik **„Eesti Television. Arvud, faktid, sündmused 1955–2004”** (toimetajad Renita Timak ja Heiki Meeri, ETV 2005).

Tehti mitmeid ringhäälingu- ja meediapoliitikalaseid empiirilisi uurimusi. Alanud ühinemisprotsess Euroopa Liiduga (piirideta televisiooni Euroopa konventsioon ratifitseeriti Eestis 9. dets 1999) ja EL meediapoliitika põhimõtete sisseviimine ringhäälinguseadusesse (aprill 2000) inspireeris uuringuid, mis keskendusid Eesti telekanalite programmeerisuste analüüsile ning EL piirideta televisiooni direktiivi nõuete täitmise monitooringule (CIUE ja Audentese Ülikooli meediaüliõpilaste jätku-uuringud: Hanna Šein 2002, Rajaleid 2003, Sule 2005). Riigikantselei Eurointegratsiooni Büroo tellimusel tehti 2002. a lõpus uurimus-ekspertküsitlus

**„Euroopa Liiduga liitumise mõjud Eesti audiovisuaalsektorile”** (töögrupp Hagi Šein, Raul Rebane, Raivo Suni, Salme Rannu), võrdlusuurimuse samas valdkonnas tegi **Mai Lepik** („Piirideta televisiooni direktiivi ja Media Plus programmi mõju Eestile”, Lepik 2005). Audentese Ülikooli meediateaduskonna üliõpilased jätkasid Eesti erakondade ringhäälingu- ja meediapoliitiliste hoiakute uurimist (Jensen 2004), saatejuhtide muutuva rolli analüüsi (Tippel 2004), telemängude kujunemist ja rolli programmis (Kööp 2005), võrdlevaid programmiuuringuid (Sule 2005). TÜ üliõpilane **Külli Suurevälja** uuris kultuuriruumi muutumist, vaadeldes televisiooni hankeprogrammi kui kultuuriruumi indikaatorit 1991., 1996., 2003. ja 2004. a võrdluses (Suurevälja 2005).

1. jaan 2003 toimus oluline muutus auditooriumi reaalse käitumise uurimise meetodikas – TNS Emor juurutas **telemõõdikute** süsteemi. TNS Emor tegi 2003. a ka telerivaatamise harjumuste uuringu, mille põhjal eristati neli erineva käitumis- ja meediatarbimismalliga gruppi (Esko 2003).

2004. a algul ühendas Emor telemõõdikute uuringud auditooriumi hoiakute ja väärtussüsteemi kvalitatiiv-uuringutega RISC, tulemuseks oli **TeleRisc meetodika**, mis võimaldas seostada auditooriumi tegelikku käitumist inimeste laiemate sotsiaalsete vajaduste ja väärtusorientatsioonidega ja sellevõrra täpsemalt analüüsida meediavajadusi, auditooriumi ja programmi seoseid.

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna uurimusega **„Mina. Maailm. Meedia”** (lühendatult MeeMa) taastati 2002.–2003. a Eesti meediauuringutes vahepeal ligi kümneks aastaks katkenud suurte esinduslike ankeetküsitluste traditsioon. 19 teaduri ühisjõududega uuriti Eesti ühiskonnas toimunud sotsiaalseid muutusi läbi meediaühiskonna prisma (Kalmus, Lauristin, Pruulmann-Vengerfeldt, 2004). Teoreetiliselt, kontseptuaalselt ja metodoloogiliselt kõrgetasemelise uurimuse tulemused andsid põhjaliku pildi Eesti ühiskonnast, muuhulgas ka paljudest olulistest traditsioonilise meedia ja ringhäälinguga seotud küsimustest.

Eeldatavasti taastub ka mitmekümneks aastaks katkenud põhjalikumate teleauditooriumi uuringute traditsioon. Sellega seoses võib teatud optimismiga viidata Eesti Rahvusringhäälingu arengustrateegiale, mis muuhulgas näeb ette ka uurimisgrupi loomist uues ringhäälinguorganisatsioonis.

### Teleauditoorium 1991–2005

Auditooriumi suhe kanalitega muutus 1990. aastate alguses, kui Eesti taasiseseisvumise järel algas järk-järguline üleminek duaalsele ringhäälingukorraldusele. Venemaa telekanalite transleerimise lõpetamine andis tõuke kohaliku **kaabeltelevisiooni** arengule, see omakorda tõi kaasa pakutavate kanalite arvu plahvatusliku kasvu. Globaliseeruv telemeedium jõudis Eestisse, auditooriumi ees avanes kogu kaasaegse telepakumise mitmekesisus. Eesti ekraanidele ilmus maailma parim toodang. Soome kanalid (millele 1993. a lisandus ka MTV) kaotasid Eesti televaatajate silmis oma erilise rolli. Algas konkurents vaatajate (ja tulude) pärast, kanalid hakkasid end aktiivselt turustama, kujundades oma auditooriumi ja vaatajagruppide eelistustele sobivat programmi.

Vaatajaskonna suurendamiseks hakkasid Eesti telekanalid kasutama USAs ja Euroopa kommertsringhäälingutes täiuslikuks lihvitud programmistrateegiaid. ETV jäi Ida- ja Kesk-Euroopa siirderiikide seas erandlikult kauaks vaadatavaimaks kanaliks (vt joonis 21 ja 22), ent kommertsiaalne programmipakkumine viis saandivahetusel erakanalid siiski liidripositsioonile. Kõik

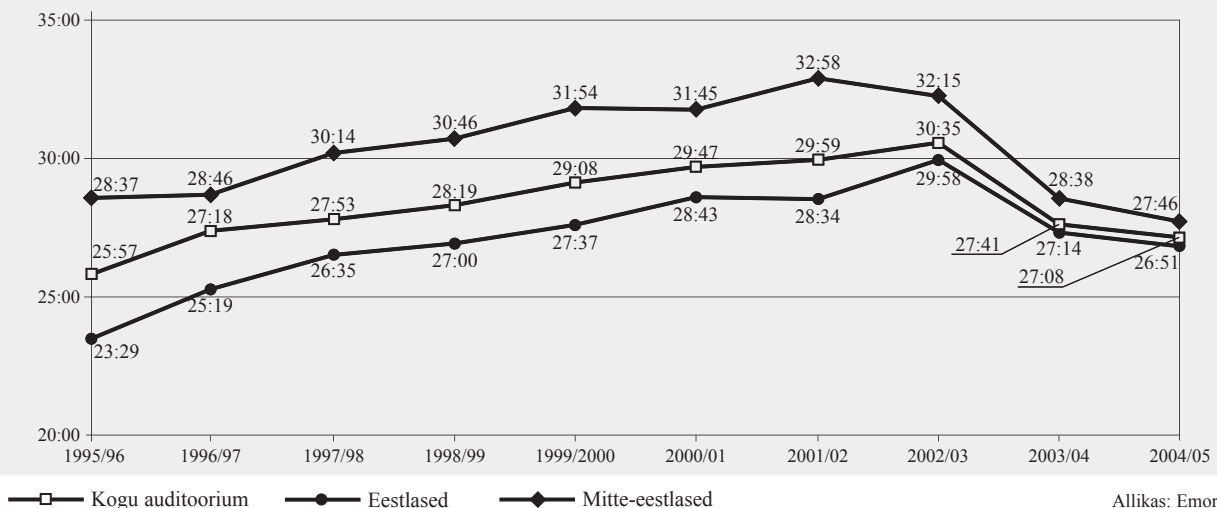
Eesti telejaamad pakkusid 2000. aastate algusest alates külluslikku hankevalikut. Ka kaabelkanalid, mis püüdsid ennekõike vene vaatajaid ja noori, tõid Eestisse rikkalikult alternatiive üldkanalitele.

1990. aastate lõpul hakkas ringhäälingu sotsiaalne roll ühiskonnas muutuma, seda ennekõike televisiooni üha kasvava **meelelahutuslikkuse** tõttu. Auditooriumi käitumist muutis ka telekommunikatsioonivahendite kiire areng. Mobiilside, Internet, satelliittelevisioon, videolaenus, konvergeeruv, digitaliseeruv ja globaliseeruv meedia hakkasid otsustavalt ahendama traditsioonilise teleringhäälingu tegevus- ja kasutamisruumi. Algas auditooriumirühmade eristumine, spetsialiseerumine, meedia vastuvõtu ja tarbimise individualiseerumine.

Allpool on toodud mõned iseloomulikud andmed Eesti auditooriumi huvide, hoiakute ja vaatajakäitumise kohta, sedavõrd kuivõrd autorile kättesaadavad auditooriumi-uuringud seda võimaldavad. Et siirdeperioodil ei tehtud teleauditooriumi põhjalikumaid sotsioloogilisi uuringuid, on meie käsutuses peamiselt vaatajakäitumise uurimistulemused Emorilt.

**Joonis 19. Keskmine nädalane televaatamisaeg 1995–2005**

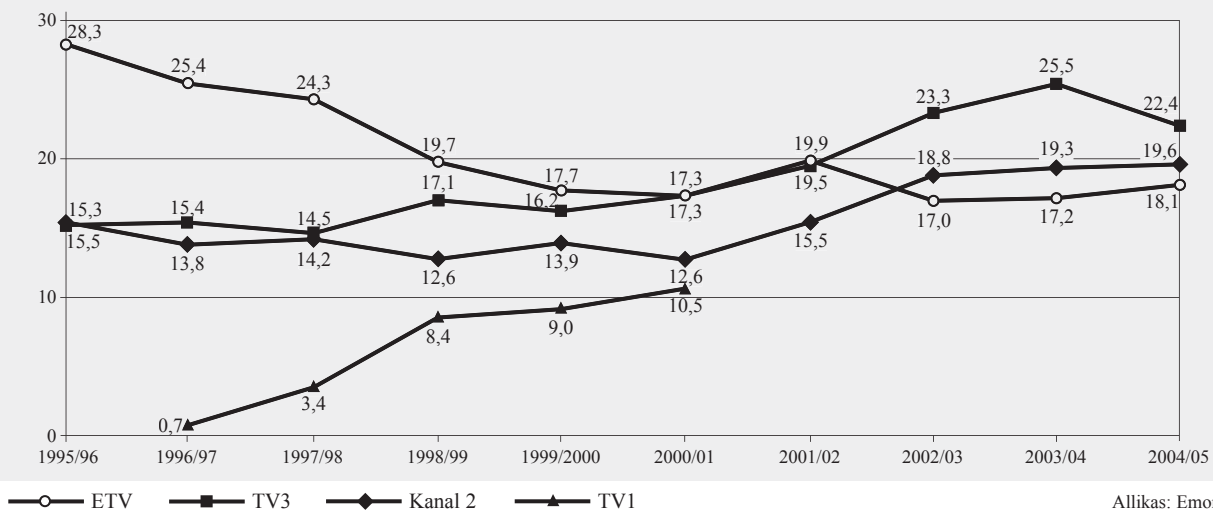
Tunde ja minuteid nädalas televaatamise põhihoajal (sept–mai).  
 1995–2002 elanikkond vanuses 12–74 a, alates 1. jaan 2003 – 4aastased ja vanemad;  
 1995–2002 päeviküsitluste andmed, alates 1. jaan 2003 telemõõdikute andmed



Allikas: Emor

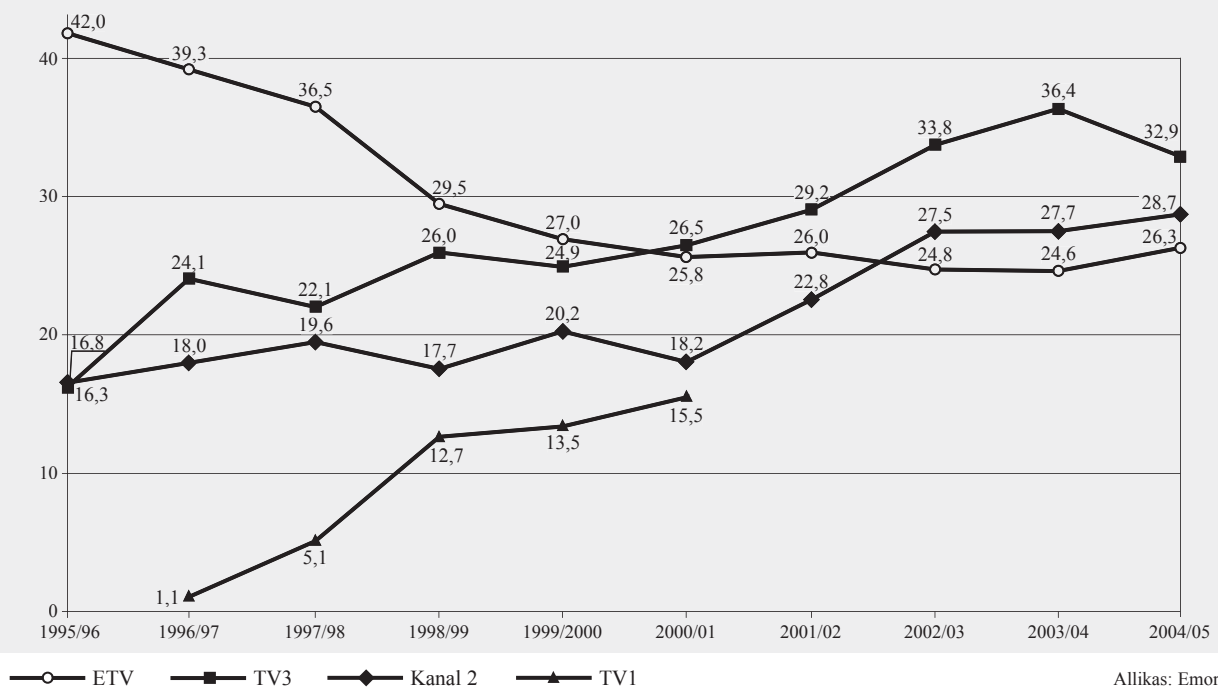
**Joonis 20. Eesti telekanalite osakaal kogu elanikkonna vaatamisajas 1995–2005**

Antud kanali osakaal kogu televaatamisajast (%); põhihoaja (sept–mai) keskmine.  
 1995–2002 elanikkond vanuses 12–74 a, alates 1. jaan 2003 – 4aastased ja vanemad;  
 1995–2002 päeviküsitluste andmed, alates 1. jaan 2003 telemõdikute andmed



**Joonis 21. Eesti telekanalite osakaal eestlaste vaatamisajas 1995–2005**

Antud kanali osakaal kogu televaatamisajast (%); põhihoaja (sept–mai) keskmine.  
 1995–2002 eestlased vanuses 12–74 a, alates 1. jaan 2003 – 4aastased ja vanemad;  
 1995–2002 päeviküsitluste andmed, alates 1. jaan 2003 telemõdikute andmed



## Keskmine vaatamisaeg

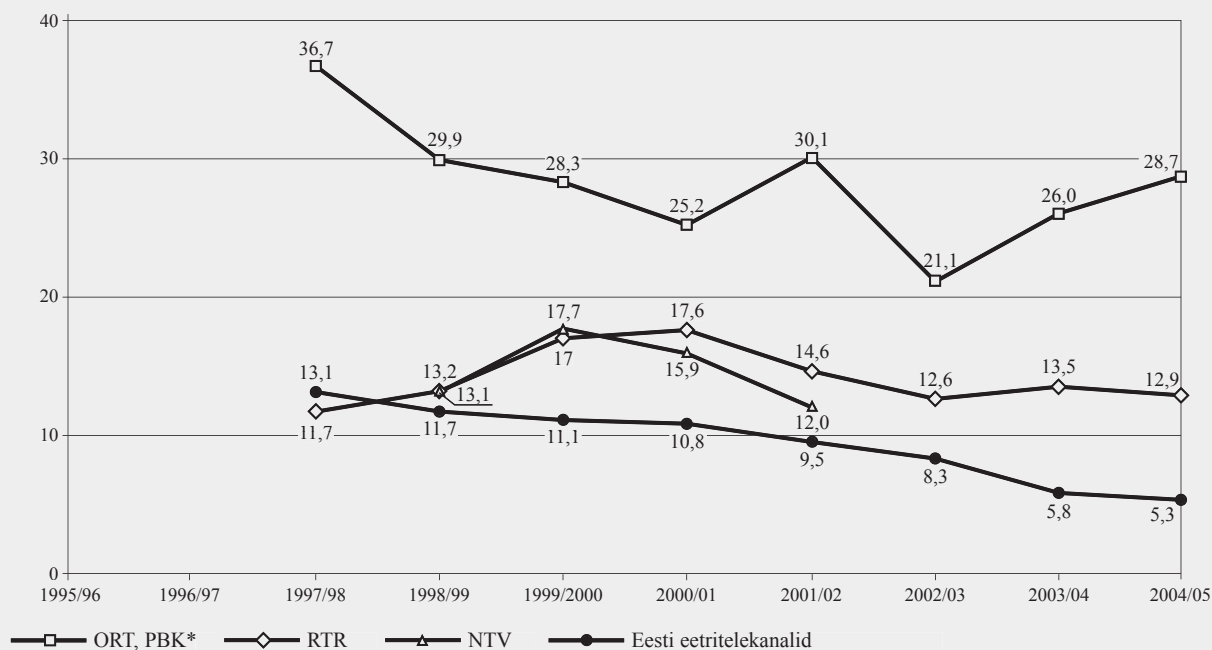
Keskmine telerivaatamisele kulutatud aeg Eestis suurenes koos kanalite lisandumisega ja programmi mitmekesisuse kasvuga. Vaatamisajalt olid Eesti televaatajad kogu siirdeperioodil aktiivsemate seas Euroopas. 2003/2004 hooajal toimunud keskmise vaatamisaja langust (vt joonis 19) võib põhjendada mitmeti. Peamine neist oli kindlasti tingitud uurimismetoodika muutumisest. Esiteks haarasid telemõõdikud laiemat auditooriumirühma (päevikumeetodi puhul küsitleti 12–74aastaseid vaatajaid, telemõõdikud hõlmasid auditooriumi alates 4. eluaastast). Teiseks, päeviku „veerandtunni märkimise meetodika” näitas vaatamisaega veidi suuremana. Elektronilised mõõdikud fikseerisid vaatajate käitumist oluliselt täpsemalt.

Nädalase vaatamisaja keskmine oli 2003/2004 hooajal mitte-eestlastel 1 t ja 24 min võrra suurem kui eest-

lastel, naistel üle 4 tunni suurem kui meestel ja 15–29-aastastel üle kahe korra väiksem kui 60–74aastastel (lisatabel 14). Noorte 18 tunni kõrval veetsid nende vanavanemad teleri ees 37 tundi nädalas. 2004/2005 aasta andmed näitavad üldise vaatamisaja ja noorte telekasutusaaja langust. Noored hakkasid teleri asemel rohkem kasutama Internetti ja videolaenutust. Ilmne on kommertskanalite eelistus noorte seas ja avaliku ringhäälingu eelistus vanemas ja haritumas auditooriumis (lisatabelid 14 ja 15). Emori MeediaRISC uuringud ja teleauditooriumi tüpologiseeringud (<http://www.emor.ee>) kinnitasid juba 1970. aastatel ilmnenu, et televisioon sobitub kultuuriliste, elulaadiliste ja väärtusorientatsioonide poolest erinevate vaatajarühmade elu- ja päevatsükli-tesse väga erineval viisil. Uue aja kanalite rohkus pak- kus selleks mitmekesiseid ja paindlikke võimalusi.

### Joonis 22. Telekanalite osakaal mitte-eestlaste vaatamisajas 1997–2005

Antud kanali osakaal kogu televaatamisajast (%); põhihooaja (sept–mai) keskmine. 1997–2002 eestlased vanuses 12–74 a, alates 1. jaan 2003 – 4aastased ja vanemad; 1997–2002 päeviküsitluste andmed, alates 1. jaan 2003 telemõõdikute andmed



\* Endise üleliidulise telekanali programmi nimetus on muutunud järgmiselt: 1995 – Ostankino TV, 1996–1999 ORT, 2000 – ORT Balt + ORT, 2001–2002 ORT TEM + ORT, alates 2003 – PBK.

Allikas: Emor

## Kanalite osakaal

Nagu juba rõhutatud, säilis ETV suur vaadatavus teiste siirderiikide avalik-õiguslike kanalitega võrreldes suhteliselt kaua, sisuliselt kuni 1999. a kevadeni. ETV-l oli küllalt tugevusvaru, erakanalid vajasisid oma näo ja auditooriumi kujundamiseks aega. Ka auditoorium vajasis aega ümberorienteerumiseks ja selgema arusaamise kujunemiseks, mida kanalid pakuvad, mille pooldest nad erinevad ja kuidas see sobib vaatajate eelistuste ja huvidega. Kanalite tugevnemise, konkurentsi teravnemise ja programmimahu hüppelise tõusu perioodist algas kanalite osakaalu lähenemine.

TV3 osakaal kuu keskmises vaatamisajas ületas ETV osakaalu nii kogu elanikkonnas kui eestlaste hulgas esmakordselt märtsis 1999 ning seejärel hakkas see üha sagedamini korduma (vt joonised 21 ja 22, lisatabelid 9–12). TV3 ülekaal muutus püsivaks alates 2001/2002 hooajast. Kanal 2 suutis esmakordselt ületada ETV osakaalu eestlaste hulgas augustis 2001 ja põhihooaja keskmise vaatamisaja arvestuses 2002/2003. Siiski oleks ebaõige käsitleda neid muutusi vaid kanalite edu või ebaedu seisukohast, sest kanalite taotlused ja eesmärgid ning sellest tulenevalt ka programmide struktuur erinesid oluliselt.

Mis puutub mitte-eestlastest vaatajaskonda, siis nende valiku tipus olid peamised Venemaa telekanalid (ORT, RTR ja NTV), kolme eestikeelse kanali osakaaluks nende seas jäi kokku veidi üle 10% vaatamisajast, mis aga järjekindlalt vähenes (vt joonis 22, lisatabel 9 ja 12). Kaabeltelevisioonis oli saadaval ülirikkalik Vene ja venekeelsete kanalite valik. Eesti kanalitel oli raske venekeelse auditooriumini jõuda eelkõige seetõttu, et ETV ja Kanal 2 venekeelseid saateid ei olnud võimalik paigutada vene auditooriumile sobivale vaatamisajale. Et avalik-õigusliku ringhäälingu üheks oluliseks kohustuseks on ka vähemuste vaatajahuvide rahuldamine, on ETV arengukavades juba 1990ndate aastate algusest eesmärgiks seatud 2. programmi avamine, mille üks oluline eesmärk on ka venekeelsetele saadetele parema eetriaaja võimaldamine. Majanduslikel põhjustel pole see õnnestunud.

**Tabel 28. Eesti telekanalite põhiliste uudistesaadete vaadatavus 1999–2005**

Reiting (vaatajate % kogu potentsiaalsest auditooriumist).  
1999–2002 eestlased vanuses 12–74 a, alates 1. jaan 2003 – 4aastased ja vanemad;  
1999–2002 päeviküsitluste andmed, alates 1. jaan 2003 telemõõdikute andmed

	1999		2000	2001		2002	2003	2004		2005
	Jaan	Nov	Märts	Mai	Nov	Nov	Nov	Veebr	Nov	Märts
ETV “Aktuaalne kaamera”	24,4	23,9	24,2	18,3	23,3	20,7	14,7	15,2	14,7	14,7
TV3 “Seitsmesed uudised”	9,3	8,5	10,2	11,9	10,2	19,7	14,0	15,4	14,0	11,3
Kanal 2 “Uued uudised”	–	–	–	–	7,8	12,1	10,1	10,1	10,1	–
Kanal 2 “Reporter”*	–	–	–	–	–	–	–	–	–	15,0
TV1 “Uudised. Ilm”	5,6	5,6	5,3	7,2	–	–	–	–	–	–

\* “Reporter” on pigem uudisteajakiri kui klassikaline uudistesaaade.

Allikas: Emor



## Uudistesaadete vaadatavus

Huvitav on olnud jälgida Eesti telekanalite uudistesaadete vaadatavuse muutumist. 1994. a ringhäälinguseaduse kohaselt peavad kõik üleriigilised kanalid tegema uudistesaaeteid vähemalt 5% ulatuses argipäevade saatemahust. Seega pidid kõik telejaamad leidma lahenduse, kuidas õhtusele tippajale koondunud uudistesaadete konkurentsist toimida. Traditsioonilisel „Aktuaalsel kaameralt” oli esialgu suur edumaa ning see innustas erakanaleid aktiivselt otsima konkurentsivõimelisi vorme.

1998/1999 hooajal alustanud TV3 mitme uudisankruga nn ”jutustav” uudisesaade „Seitsmesed uudised” erines stiililt ja käsitluselt oluliselt ametlikumast „Aktuaalsest kaamerast” ning hakkas samm-sammult oma auditooriumi suurendama (vt tabel 28). Kui TV3 uudistele lisandus TV 1 tasemelt üha paranev „Uudised. Ilm” (eetris kell 20.00), suutsid kaks erakanalit võita ETV-lt 2000/2001 hooajal märkimisväärse osa vaatajaskonnast.

Rahaliste raskuste tõttu 2001. a septembris lõpetanud TV 1 koha täitis uudistekonkurentsist Kanal 2 uudisteprogramm „Uued uudised”, millel kulus oma auditooriumi kättevõitmiseks küll veidi aega. 2001/2002 telehooajal võttis ETV kasutusele uudisteankrud, mille tagajärjel kasvas taas AK auditoorne edu. Järgnevatel hooaegadel stabiliseerusid kõigi kanalite uudisteformaadid ja vaatajate eelistused. TV3 uudiste vaadatavus võrdsustus „Aktuaalse kaameraga”, Kanal 2 jäi mõnevõrra maha. Olukorra analüüsimisel tuleks kindlasti arvesse võtta asjaolu, et AK oli kanalite põhiuudistesaadetest eetris viimasena ning alates 2002. aasta keskelt, pärast reklaamist loobumist on ETVs tippvaadatava aja algustund laste- ja haridussaadete päralt, mis ei tööta auditooriumi „ülesvedavate” programmimagnetitena. Tõenäoliselt oli päevikuuringute metoodika AK vaatamise mahtu mõnevõrra suurendanud. Telemõdikute tulek 2003. a selgitas tõesema auditoorse pildi.

Uus situatsioon tekkis 2004/2005 telehooaja alguses, kui n.ö tagaajaja rollis olnud Kanal 2 otsustas loobuda traditsioonilisest uudistesaaete formaadist, asendades selle *infotainment*-ajakirjaga „Reporter”. „Kõvade uudiste” maht vähenes, asemele tulid elulaadi-, seltskonna- ja meelelahutus uudised ning reklaam. Kanal 2 „ründas” TV3, planeerides oma tunniajase ajakirja alguse samale ajale „Seitsmeste uudistega”. Algul mõneti riskantsena tundunud samm tõi Kanal 2-le edu –

„Reporter” tõusis vaadatavuselt „Seitsmestest uudistest” ettepoole ja võrdsustus AKga. Et „Reporter” pole klassikaline uudisteformaat, näitab juhtunu küllaltki olulisi suundumusi auditooriumi infoelistustes.

Vaatamata muutustele uudistesaadete reitingutes säilis nii ETV kui „Aktuaalse kaamera” kõrge usaldusväärsus. MeeMa uurimuse andmetel pidas 2003. a „Aktuaalset kaamerat” uudiste, info ja teadmiste allikana oluliseks 62% eestlastest, TV3 „Seitsmeseid uudiseid” 54% ja Kanal 2 „Uusi uudiseid” 43% eestlastest. Sama uurimuse andmetel usaldas ETVd 61% ja erakanaleid 44% eestlastest. ETV veelgi kõrgemat usaldusväärst mõõtis Faktumi uuring 2005. a – 77%. Uudistesaadete arenguprotsess on huvitav tõend vaatajaskonna infovajaduste diferentseerumisest, hinnangute selgusest ja kanalite strateegiate edust tasakaaluseisundi saavutamisel konkurentsirikkal telemaastikul.

## Populaarsemad saated

Lisatabelites 16 kuni 18 on toodud andmed vaadatavamate Eestis toodetud saadete kohta. Dokumentide ja selgituste osast võib leida ka ajakirja „Nädal” lugejate poolt valitud parimad saated, nais- ja meessaatejuhid 2000–2005.<sup>66</sup>

Ootuspäraselt olid vaatajate lemmikute seas saated, mida tegid populaarseimad teletegijad – **meelelahutus-saadet**: „Ob-la-di, ob-la-da” (Reet Linna), „Kreisiradio” (Hannes Võrno, Tarmo Leinatamm, Peeter Oja), „Vanad ja kobedad” (Henrik Normann, Madis Milling), „7 vaprat” (Kirsti Timmer, Villu Tamme), „Teletaip” (Tarmo Leinatamm, Indrek Tarand, Mait Malmsten), „Tondi jutud” (Peeter Oja, Mart Juur), „Klaver põdsas” (Marko Reikop), „Hoi ja keela” (Antti Kammiste), „Täna õhtul Alex Lepajõe”; **kohalikud seriaalid**: „Õnne 13”, „Kodu keset linna”, „V.E.R.I” ja „Õpetajate tuba”; **huumorisaated ja -lavastused** „Wigla show”, „Wremja”, „Teeveejahutaja”; „Pehmed ja karvased”, „Ärapanija” (Mart Juur, Peeter Oja), „Kuldsuu” ja „Viva Las Vegas” (Jan E. Uuspõld), „Varivalitsus” (Indrek Tarand); **telemängud**: „Kuulus või kummaline” (Reet Linna), „Tähed muusikas” (Mart Sander), „Reisile sinuga” (Henrik Normann), „Kuldvillak” (Mart Mardisalu),

„Kahevõitlus”, „33 küsimust” ja „Rooside sõda” (K. Jõe-kalda), „Kes tahab saada miljonäriks?” (H. Võrno), „Bingo loto”, „Õige valik”, „Maie ja Valduri vägitegu”, „Nõrgim lüli” (T. Roosma); *reality-TV* tooted: „Džunglistaar”, „Baar”; „Hirmu faktor”; „Tenerife”, **poliitisaated** „Politseinaadal”, „Kriminaalkroonika”, „Avatud toimik”, „Politseikroonika”, samuti „112” ja „Kuritöö ja karistus”.

Faktipõhises programmis saatis jagamatu ekraani-  
edu 1999–2000 suveräänsesse tippu tõusnud „Pealtnä-  
gijat” (V. Kersna, M. Kärmas), ajakirjanduslikest saa-  
detest suutsid 1999–2005 telehooaegadel 10% ehk u  
110 000 vaataja piiri ületada vaid tippajakirjanike teh-  
tud saated – nädalalõpu sündmusi kokkuvõtavad ja ana-  
lüüsivad saated „Brauser” (I. Treufeldt) ja „Aeg luubis”  
(A. Ruusaar), „Happy hour” (U. Ott) ja „Meie”  
(M. Aunaste), *infotainmenti* laadis stuudioshow  
„Kahvel” (H. Võrno, K. Aarma), magasin „A4”, „Tähe-  
laev”, samuti „Insider” (M. Lillemets), „Knopka” (M. Tuus),  
„Prillitoos” (H. Tartu), „Mamma mia” (T. Roosma) ja  
spordiudised, kohaldatud formaatidest „60 minutit”  
(T. Made) ja „Guinnessi rekordid” (E.-I. Etti).

Saadete vaadatavusele mõjus kindlasti programmide  
aktiivse turustamise algus. Kanalite ja saatejuhtide imago  
ülestöötamiseks kasutati palju jõudu ja vahendeid. Ala-  
tes 2003. a ja eriti alates 2004/2005 täitsid kommerts-  
kanalid parima eetriaja Eesti kohaliku meelelahutustoo-  
danguga, mis kindlustas TV3 edu ja pani aluse Kanal 2  
vaadatavuse tõusule. Sõltumatu produtsendisektor oli  
saanud küpseks tippvaadatavale ajale nõutavate saadete

tootmiseks, kommertskanalitel oli selleks ajaks ka pii-  
savalalt vahendeid kvaliteetsema ja töömahukama too-  
dangu tellimiseks. See oli rajajoon, millest alates võib  
kõnelda küpsest telemaastikust, kus turul on ressursi ja  
tegijatel potentsiaali. Panustati populaarsusele. Saate-  
juhtide rolli uurinud Liis Toppel näitas, kuidas Eesti tele-  
kanalites perioodil 1995–2003 saateid teinud 790 saate-  
juhi seas hakkas vähenema ajakirjanike-publitsistide  
arv ja suurenema meelelahutajate *show*-juhtide osakaal.  
Samuti ilmnes saatejuhtide esiletõus kanalite imago  
kujundamisel nii ekraanil kui pressis (Toppel 2004).

Vaatajatele pakuti alates 2001. a rikkalikku filmi-  
valikut. Enamik maailmas tähelepanu äratanud teletoo-  
dangust (ja osa menufilmidestki) jõudis väga kiiresti  
Eesti ekraanidele ja sai kõrgeid reitinguid (vt Lisatabel  
16). Samas jätkus Ladina-Ameerika seepide edu. Hanke-  
toodangu tulvas ei leidnud paljud väärt sarjad ja filmid  
oma kvaliteedile kohast tähelepanu. Teleprogrammid  
levitasid üha intensiivsemalt mitmekesisist laiatarbekaupa  
(hanketoodangu kohta vt ka Suurevälja 2004).

2000. aastate esimese poole lõpuks võis Eestis  
edastatavates programmides näha pea kõiki globalisee-  
ruvale televisioonile omaseid arengutrende, mis kujun-  
dasid aktiivselt auditooriumi. Üldprogrammikanalite  
osakaal hakkas aeglaselt, ent järjekindlalt vähenema,  
auditooriumi integreerivate saadete hulk ja reitingud  
hakkasid kahanema. Seevastu hakkas kasvama kaabel-  
kanalite, Interneti-TV, VHS ja DVD kodukasutus.  
Auditooriumi diferentseerumisprotsess jätkus.

## **Olulisemad uurimused 1991–2005, mis sisaldavad ka andmeid teleauditooriumi kohta:**

Teleauditooriumi uuringud vaatajapäevikute meetodil (alates 1995. aastast, Emor).

Teleauditooriumi uuringud telemõõdikute abil (alates 2003. aastast, Emor).

Teleauditooriumi uuringud TeleRISC meetodika abil (alates 2004. aastast, Emor).

Mina. Maailm. Meedia (2002. a lõpul, 2003. a algul, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond)