

Ringhääling teel Euroopasse

Andres Jõesaar (RiTo 8), Ringhäälingunõukogu esimees

Igal aastal jääb piiratud võimaluste tõttu igaveseks salvestamata 25–30 teatrilavastust. Väga paljud eesti kultuurile olulised oma heliteosed ei jõua kunagi lindistuseni.

Inimühiskond on 21. sajandi alguses keerukam kui kunagi vanem. Maakera eri paikades kohtab veel korilusega tegelevaid sugukondlikke hõime, feodaale, valgustatud monarhe, kommunistlikke ja muid diktaatoreid. Palju erinevaid nähtusi kuni tänapäeva arenenud kapitalismini välja. Eesti üritab jõuda arenguredeli tippu – tahab olla arenev kapitalistlik demokraatlik vabariik. Tahab olla koos Suurbritanniaga liberaalse maksupoliitika teeraja isegi Euroopa Liidus.

Kõigil inimkonna arenguastmetel ja riigikordadel on omad ühiskonna toimimise mudelid, neis omakorda alammudelitena maksusüsteemid ja kultuurireeglid.

Tänapäeva kapitalismi üks tunnus on massikultuur – kultuuri osa, mis mõjutab märkimisväärselt kogu ühiskonda ja igat inimest. Näiteks elektroonilise meedia mõju: enne kui laps õpib tähti kirjutama ja kooli läheb, on ta näinud tuhandeid tunde teleprogramme. Teleri on temale rääkinud rohkem kui ta vanemad. Koolis veedab laps õppeaasta jooksul ligikaudu 800 tundi (väiksemad vähem, vanemad rohkem), teleri ees aga keskmiselt 3,5 tundi päevas, mis teeb aasta peale kokku mõjusad 1300 tundi. Teleri mõjupiirkonnas oleme kõik, ka täiskasvanud. Töönädalas on harilikult 40 töötundi, teleri ees veedavad inimesed nädalas keskmiselt 25 tundi.

Teletundide mõju

Kas teleri ees veedetud tunnid mõjutavad meid kuidagi? Kas see mõju on hea? Kas seda saaks kasutada keskmisest eurooplasest parema kodaniku kujundamiseks või Euroopa Liidus konkurentsivõimelise Eesti arengule kaasaaitamiseks? Kas seda soosiva kultuuripoliitika arendamine on riigi poliitika küsimus või viivad meid edasi ainult liberaalse turumajanduse mehhanismid?

Liberaalse meediaregulatsiooniga Ameerika Ühendriikides tunnistaks Ülemkohus igasugused reklaami edastamisele seatavad ajapiirangud konstitutsiooniga vastuolus olevaks. Reklaami võib sealses televisioonis nüüd näidata 60 minutit tunnis – turg ise peab ennast reguleerima.

Analoogne iseregulatsiooniprotsess, küll hoopis teises eluvaldkonnas ja teistel põhjendustel, leiab aset ka Lõuna-Itaalias Napoli linna liikluses. Hoolimata fooritulede ja liiklusmärkide ammu minetatud tähendusest liiklus põhimõtteliselt toimib. See on küll aeglane, närvesööv ning pakub autoremonditöökodadele ohtralt mõlkis autode üleslõõmise tööd, kuid toimib siiski.

Kas ohjamata reklaamivoogu jäänud (lapseeas) "mõlkis" televaataja "üleslöömisele" kuluvate psühholoogide, pedagoogide, isegi politsei töötundide kulusid saab vaadelda uute töökohtade loomise riikliku programmina? Ka riikliku rahastamise mõttes.

Niisugune väide võib tunduda ülepakutult irooniline, kuid kahjuks on juba eelmise sajandi keskpaigas tehtud uuringud selgelt näidanud meediasõnumite eriti tugevat mõju eelkõige lastele.

Arutelu võib veelgi teravdada. Kui puuduks teleprogrammide sisu reguleerimine – mis toimub meie liberaalses meediakorralduses üksnes mitteküllaldaselt finantseeritud ja seetõttu vaatajaid kaotavas avalik-õiguslikus ringhäälingus –, võiks illustreeriva paralleeli tuua sisult ja olemuselt lähedasest haridussüsteemist.

Ka siin võiks teoreetiliselt lähtuda eelkõige tarbija enese eelistustest. Õpilane saaks koolis ja vaataja teles ise valida, millega nad täidavad oma tunnid. Milline näeks välja koolilaste endi vabal valikul koostatud õppekava esimesest klassist alates? Küsimuse selline asetus on tavaarusaama järgi kohatu juba kas või sel põhjusel, et ei saa teada kõiki valikuvõimalusi ega ühest või teisest valikust johtuvaid tagajärgi. Ometi on lapsi ümbritsevas massimeedias palju sellist, millest vanemad tahaksid lapsi kindlasti eemal hoida, kui nad teaksid tegelikke tagajärgi.

Turu regulatsioon ja piirangud

Kommertstelevisiooni turg on meil seadusega jagatud kahe suure osalise vahel. Peale nende kahe on televisiooni reklaamiturul veel venekeelse elanikkonna hulgas populaarne, Venemaa rahastatud Balti riikide turule suunatud ning Läti ringhäälinguluba omav Pervõi Pribaltiiski kanal (PBK). Seejuures imestame vahel, miks venekeelne elanikkond ei vaata Eesti telekanaleid. Meie telejaamadel ei ole rahalisi võimalusi võistelda Venemaa telekanalite programmimahtude ja kvaliteediga. Paraku on piiritagused tegijad ka riikliku ideoloogia levitamises tugevad. Kui riigil oleks soov siinsele venekeelsele vaatajaskonnale huvipakkuvat teleprogrammi edastada, siis tuleks avada uus telekanal.

Nüüd tagasi kohalike telekanalite juurde. Peale mainitud kolme tegija on veel mõned üksikud kaabeltelevisioonivõrkude kaudu levivad tunduvalt väiksema vaatajaskonnaga kohalikud teleprogrammid. Kaks üleriigiliste ringhäälingulubade omanikku maksavad riigile turu suletuna hoidmise eest märkimisväärselt suurt litsentsitasu. Täpsustuseks tuleb öelda, et see tasu on siiski tunduvalt väiksem tulude vähenemisest, mis leiaks aset siis, kui turg avataks vabale konkurentsile. (Vabad sagedused, vähemalt ühe televisioonivõrgu jagu, on tegevuseks valmis.)

Milline on õiglane tasu ringhäälinguloa eest? Selle hindamiseks võib kasutada mitut meetodit, aga kui jälgida liberalismi ideoloogiat ja lähtuda ainult maksimaalselt suurest, seekord riigieelarvesse minevast tulust, siis tuleks load panna enampakkumisele.

Kui riigi maksimaalse rahalise tulu kõrvale või isegi asemele seada veel mingeid muid parameetreid, siis ei saa lahendus enam nii lihtne olla. Kuidas arvestada mitterahalisi, näiteks programmi kvaliteeti kirjeldavaid lubadusi?

Vaatajatele edastatava programmi kvaliteedi kriteerium peaks olema riigi seisukohalt kõige tähtsam ringhäälinguloa omadus. Lihtne on oletada, et kui turg oleks suletud ja erakanalite litsentsid tasuta, saaks televaataja parimaid, mitmekesisemaid programme. Paraku on tegelikkus näidanud, et erakapitali (täiesti loomulik) eesmärk on toota maksimaalset kasumit, kulutada nii vähe kui üldse võimalik ja edastada ainult sellist programmi, mis toodab maksimaalset reklaamiraha.

Nii näiteks pole üks erakanal, kuigi teenis 2002. aastal rohkem kui 27 miljonit krooni puhaskasumit, sama aasta ega ka järgmise, veelgi suurema kasumiga tegevusaasta jooksul salvestanud ühtegi Eesti teatrite algupärandit, tootnud ühtegi lastesaadete sarja, teinud ühtegi "eksisammu" hariduse valdkonda.

Võib küsida, kas riik saaks eratelekanalitele litsentsi andes seada neile sellise kohustuse? Või veelgi kaugemale minnes, kas riik saaks oluliseks peetavate asjade jõudmist eratelekanalite ekraanile tellida?

Kuna peamiselt toodavad saateid sõltumatud väiketootjad (erakanalitest on asjakohane pädevus ja tootmisbaas eemaldunud), tuleks nn riiklik tellimus jagada kaheks: kõigepealt tuleb tellida sisu (raha läheb tootjatele) ja seejärel peab riik tellima, täpsemalt öeldes ostma erakanalilt säärase programme edastamiseks eetriaega.

Kui ülesande esimeses pooles muutub tähtsaks tellija asjatundlikkus, sõltumatus ja vajadus lähtuda eelkõige vaataja huvidest, siis otsest, s.t riigiametniku tehtavat riiklikku tellimust võib väga selgelt pidada riigivõimu sooviks teha ja suunata propagandat. Kes maksab, see tellib ka muusika. Vähemalt arenenud demokraatiaga riikides käsitletakse sekkumist avalikkusele suunatud sõltumatu teleprogrammi, sealhulgas ka avalik-õigusliku ringhäälingu sisusse täpselt nii.

Ja kui riigiametnik tellib saateid eratelevisioonilt, siis miks ei peaks tal olema sama õigus või isegi kohustus(!) tellida juhtkirju ja artikleid ka ajalehtedesse?

Eetriaeg riigile müügiks

Kui jätame need äärmiselt tähtsad küsimused hetkeks kõrvale ja tuleme tagasi riikliku tellimuse teise poole, edastamise juurde, siis millise hinnaga saab riik erakanalilt eetriaega osta?

Öisel või keskpäeval ajal on eetriaeg vaatajate puudumise tõttu teadupärast odavam, aga kui siin raha kokku hoida, ei jõua riigi poolt edastamisvajalikuks tunnistatud sisu küllaldase arvu vaatajateni. Seega peaks siiski rõhuma parimale vaatamisajale. Aga see on juba tunduvalt kallim.

Kindlasti ei ole erakanalid huvitatud meelelahutussaadetele publikuhuviga alla jäävaid laste-, haridus- ja kultuurisaateid ise parimal eetria ajal ilma piisava rahalise kompensatsioonita näitamast. Reklaamiandja napima huvi tõttu jääks ju neil suur osa kasumist saamata. Tekib ebavõrdne konkurents muude meediate vahel. Riik peab kompenseerima saamata jäänud tulu.

Kuidas riiklikku tellimust kõigi turupoolte vahel õiglaselt jaotada?

Oletades, et riik peab vajalikuks tellida kahelt erakanalilt poole sellest saatemahust, mida praegu edastab Eesti Televisioon, ja edastada need saated peamiselt parimal vaatamisajal, siis peaks ta ainuüksi eetria aja ostule kulutama poole summast, mida erakanalid teenivad praegu reklaamituludena, ehk ligikaudu 100 miljonit krooni.

Peale selle on vaja maksta ka nende saadete tootmise eest. Vajaliku 2500 tundi kvaliteetse saate tellimine aastas teeb eraettevõtjate praegust hinnataset arvestades (50 000 – 100 000 krooni tund) lisaks veel 125–250 miljonit krooni. Eesti Televisiooni sulgedes seda raha kokku ei hoia.

Ka vaatajale pakutava programmi kogumaht väheneb kolmandiku võrra. Või avatakse tehniliselt vabad sagedused kolmandale ja ka neljandale eratelejaamale? Kumba eelistaksid vanad olijad – kas reklaamivaba Eesti TV-d või uusi kommertskanaleid? Korra on nad sellise valiku juba teinud. Miks peaksid nad nüüd teisiti otsustama?

Keskpärase maitse

Jättes kõrvale tehnilised spekulatsioonid ja hindamata avalik-õigusliku teenuse loodavat efekti, tulen tagasi massikultuuri mõjuvõljas oleva inimese juurde.

Võiks ju spekuloida inimese mudeliga, kes tööpäeva lõpus läheb kaubanduskeskustesse tarbimissuhtlusele ja täidab kõik talle ekraani vahendusel edastatud tarbimiskäsklused. Ülesanne täidetud, asub ta koju jõudes uusi korraldusi endasse imema. Loomulikult ei tahaks enamik inimesi ainult kommertsmeediumi eksistentsi kõige olulisemat osa – reklaami – vabatahtlikult suurtes kogustes omastada. Et asi meile meelepäraseks teha, tuleb meie tähelepanu hajutada, pakkuda midagi sellist, mis annaks ka "midagi hingele ...". Võimalikult paljudele hingedele.

Paraku on kõikjal massikultuuris nii, et mida rohkem on tarbijaid, seda ühtlustatum, et mitte öelda keskpärasem, on maitse. Nii on ajalehtede, raadiojaamade ja ka telekanalitega. Analoogselt n-ö tavamajandusega kehtivad ka meedias lihtsad majandusreeglid: omanikele maksimaalse kasumi tootmiseks on vaja saada maksimaalseid reklaamituluseid võimalikult väikeste kuludega.

Kogu kommertsmeedia tegevus lähtub reklaamiandja soovist/tahtest: tarbimise käsk tuleb võimalikult odavalt ja tõhusalt anda võimalikult suurele tarbimisvõimelisele massile. Aga kas televisioon-raadio ise loovad tarbimisvõimet? Jah, kui edastatud sõnum/saated aitavad vaatajal/kuulajal muutuda järjest konkurentsitihedamal tööturul läbilöögivõimelisemaks; jah,

kui ta annab tööandjale parema töötaja. Head töötajad on heade firmade alustööd. Head, arenevad firmad on hea riigi eksistentsiks vältimatud.

Heas riigis saavad inimesed väarikat palka, pensionärid pensioni, lapsed taskuraha ...

Heas riigis on inimestel, mille eest ja mida tarbida. Sellisest väärtuste ringlusest lähtub ka meie lähima sihtmärgi – Euroopa Liidu – kultuuripoliitika. Euroopa Liidus on juba ammu mõistetud elektroonilise meedia väga tähtsat rolli.

Lubadused ei seo

Tagamaks elektroonilise meedia positiivset mõju, on kõik Euroopa Liidu riigid ühiselt otsustanud panustada avalik-õiguslikku ringhäälingusse. Ükski liikmesriik ei vaidlusta selle tähtsust kultuuris. Küll aga käivad mitmes riigis tulised vaidlused avalik-õiguslike ja eratelekanalite vahel reklaamiturujagamise üle.

Eesti on selles vallas järginud Põhjamaade, eelkõige Soome mudelit, ning tänu poliitilisele tahtele on Eesti Televisiooni programm praegu vaba reklaamiandja surve all. Ka Eesti Raadio kaks programmi on reklaamivabad. Eesti Televisioon ja reklaamita Klassikaraadio ning Vikerraadio saavad põhimõtteliselt täita neile seadusega pandud kohustust osutada avalik-õiguslikku teenust. Teenust, mis aitaks kaasa nn hea inimese heaolule.

Säärase teenuse saamisele on suunatud ka ringhäälingulubade konkursid. Paraku peab nentima, et soovitud tulemust pole paljudel juhtudel niisugusel viisil saavutatud.

Tagantjärele kultuuriministeriumi ringhäälingulubade komisjonile esitatud raadioringhäälingulubade konkursi materjale lugedes on selgelt näha tohutu erinevus toona lubatu ja tegelikult toimiva vahel. Loataotlustes kirjeldatakse tulevase programme kui Eesti elu edasi viivaid, noori harivaid, keeleliselt korrektseid, žanrilt mitmekesiseid kultuurikanaleid.

Nende lubaduste täitmist on igaühel endal väga lihtne raadiot kuulates jälgida. Väljaantud ringhäälingulubade tingimustes pole neist lubadustest kirjas murdosagi. Ja ka nende vähest tingimuste täitmise jälgimine on ebapiisav, et mitte öelda juhuslik.

Loa taotlemisel antud lubadused harilikult loa enda tingimustes ei kajastu, seepärast pole ka lubaduste täitmine enam tähtis. Kas peaks olema? Ei, seadus seda ei nõua. Ringhäälinguluba, mille andmise otsustamisel olid lubadused määravad, ei fikseeri lubatut ja seega olid lubadused jõus ainult loa saamise hetkeni, nende täitmist ei loodetagi. Lubaduste täitmine segaks ju toota võimalikult odavalt, kuid samas massilist auditooriumi haaravat programmi. Võimalikult suur reklaamiraha eeldab võimalikult vähest (kõrg)kultuuri ja haritust, eeldab massikultuuri ja selle tarbijate domineerimist.

Sama konflikt peitub ka Eesti Raadio reklaami edastavas programmis Raadio 2. Tegelikult on Raadio 2 kõigi oma tunnuste poolest täiesti tüüpiline kommertsraadiojaam. Ainult tema juriidiline vorm ja leviala on erakanalitest erinev.

Kuidas aitab Raadio 2 kaasa eelnimetatud hea inimese heaolule? Sama palju kui teisedki sarnase programmiga raadiokanalid. Kas avalik-õiguslik Eesti Raadio peaks sellist programmi üldse edastama? Pigem mitte.

Puudus eesti saadetest

Paraku on aga probleem selles, et parema saatekava jaoks ei ole raha. Ja kui reklaamimüük lõpetada, siis jääks raha veelgi vähemaks. Probleem laheneks, kui riik kompenseeriks reklaamimüügi lõppemise tõttu eelarve paratamatult veelgi suureneva puudujäägi. Nii tagaks riik ka raadioringhäälingus ühele arenenud demokraatiaga riigile kohase avalik-õigusliku teenuse. Teenuse, mis aitaks kaasa tema kodanike heaolule.

Heaolule, mis seisneb ka selles, et enne kooliminekut saaks laps telerist vaadata häid eestikeelseid lastesaateid, mis ei ole üleilmse massikultuuri surrogaat, vaid eesti lapsele mõeldud ja tema arengust hoolivad oma saated. Heaolu seisneb ka näiteks Eesti teatrite algupärandite salvestistes, mängu-, dokumentaal- ja telefilmides, lauluvõistlustes, meie oma tegijate reportaažides maailma eri paikadest ja paljus-paljus muus, millest me viimasel neljateistkümnel aastal oleme ilma jäänud. Igal aastal jääb piiratud võimaluste tõttu igaveseks salvestamata ainuüksi 25–30 teatrilavastust, paljud eesti kultuuris olulised oma heliteosed ei jõua kunagi lindistusteni. Need on ainult kaks näidet väga pikas tegemata asjade reas. Võlg, mida tulevased põlvkonnad meile ette heitma hakkavad, kasvab päevast päeva, aastast aastasse.

Samas peab nentima, et selles valguses ei ole meil Euroopa Liidult mitte alati selget mõistmist oodata. Euroopa Liit küll räägib kultuuride mitmekesisusest ja vajadusest kohalike kultuure toetada, kuid televisiooni reguleeriv direktiiv seab meie telekanalitele kohustuse täita vähemalt pool programmi mahust Euroopa Liidu riikide toodanguga. Direktiiv ei räägi midagi meile olulise Eesti oma toodangu näitamise vajadusest. See piir on jäetud meie endi otsustada. Kui me seda ise ei tee, siis võib kasumi maksimeerimise eesmärgil Euroopast ja mujalt maailmast sisseostetav programm omamaise toodangu erakanalite ekraanilt täiesti välja tõrjuda. Paraku on ju nii, et kohapeal toodetavad programmid on (kümneid) kordi kallimad kui sisseostetavad seriaalid ja filmid. Eriti kui massitarnijad on Hollywood ja Ladina-Ameerika "seebivabrikud".

Rahal on oma kindlad seadused. Eriti olukorras, kus meie teleturg on Euroopa vabaturu põhimõtetele väljakutset esitades uutele tulijatele suletud. See on suur ja sektori majandusliku arengu seisukohalt vajalik piirang. Loodetavasti mõistavad kõik osalised ka selle privileegi omanike vastutust ning aktsepteeritakse hinda, mis selle eest ühiskonnale nii otseselt kui ka kaudselt tasuda tuleb.

Ka avalik-õiguslik ringhääling, mis, nagu juba öeldud, on oma olemuselt määratud teenima eelkõige avalikkust, vajab selle Eesti ühiskonnale nii tähtsa rolli täitmiseks vahendeid. Eraldatavate summade suuruse järgi saab otseselt hinnata, kui tähtsaks peavad otsustajad heale inimesele hea riigi loomist. Eraldatavate vahendite vähesus on aga märk sellest, et seni on riiklik elektroonilise mediakultuuri poliitika suunatud eelkõige erasektori kasumi ja massikultuuri leviku maksimeerimisele.

Digitaalringhäälingu areng

Avalik-õigusliku ringhäälingu teenuse tagaja kohustusele (Eesti oludes tähendab see ka rahastamist) lisaks on riigil tähtis roll ka digitaalringhäälingu arengus nii Eesti Ringhäälingu Saatekeskuse enamusaktsiate omaniku kui ka vedava jõuna.

Maailmapraktika näitab üheselt, et ainult avalik-õigusliku ringhäälingu eestvedamisel toimuv digitaalajastule üleminek saab olla edukas. Erakanalid ei soovi investeerida alles kauges tulevikus raha tagasi toovatesse tehnoloogiatesse.

Digitaalringhääling pole odav ega jõua ka kiirelt massidesse. Vähemalt mitte loomuliku arengu korral. Ainult rikkad riigid on võtnud endale julge kohustuse lõpetada analoogringhääling seaduse jõudu kasutades, USA näiteks juba aastaks 2006.

Eestil selliseid ressursse praegu ei ole, samas ei tohi me ka tehnoloogia arengus liiga kaugele maha jääda. Tegelikult on see juba juhtunud – Eestis ei ole maailma tootmisstandardile vastavat teletehnikat ja see on juba saanud takistuseks välismaise programmi impordile ning omamaise toodangu ekspordile. Meie televisioonides kasutatav tehnoloogia on liiga palju ajast maas.

Loodame, et on saabumas tasakaalukas ja tulevikku suunatud arenguga uue poliitika ajajärk.