

Vaataja meeleheaks: ühe teletootja märkmeid

Raimo Kummer

Kas kõnelda ajakirjandusest meelelahutuses või meelelahutusest ajakirjanduses? Mõlemad kombinatsioonid on televisioonis tähtsad, ent sõnade järjekord muudab mõtet; näitab, mis jääb peale. Minu arvates on televisioon oma põhiolemuselt siiski alati meelelahutus. Sellel, mis üldse meelt ei lahuta, pole televisioonis tegelikult kohta. Nõnda väidan ka, et uudisedki on televisioonis alati mingil viisil meelelahutus. Kord oleksin läinud peaaegu kaklema tegelasega, kellele ei meeldunud minu väide, et Filmimehes toodetud kriminaalkroonika „Raport“ on puhas meelelahutus. Mida inimene tunneb, kui seda saadet vaatab? Enamasti näeb ta kaklusi, mõrvu, räuskavaid tänavakurjategijaid. Alati on esiplaanil emotsionaalsed lood, isegi meie toodetud tarbijakaitsesaates „Kaua võib!“. Ilmselt võib eristada kahte liiki meelelahutust. Niinimetatud madalat, pelgalt emotsioonidel põhinevat meelelahutust võib leida ka ajakirjandusest, sel juhul on meelelahutus teate edastamise viis. Sellised saated pakuvad ikkagi infot, kuigi rakendavad inimlikke emotsioone, et pääseda vaatajatele ligemale, neid kõnetada.

Sõltumatu teleproduktioonifirma, täielikult Eesti kapitalil põhinev Filmimees OÜ asutati veebruaris 1995. Ettevõttest on kujunenud üks suuremaid ja professionaalsemaid kollektiive Eesti teleturul. Filmimehe toodangu põhiosa (75%) moodustavad saated Eesti telekanalitele. Nädalas toodab Filmimees viie tunni jagu originaalsaateid, peamiselt TV3-le, kuid ka Kanal 2-le. Ettevõtte kujundab suurel määral TV3 programmi, sest seal on eetris mitu suure vaatajaskonnaga üldhuvisaadet. Saadete ilmet kujundab suuresti ka raha ning need peegeldavad telekanali programmipoliitika valikuid ja üldiseid loominguulisi taotlusi.

Filmimehe ajakirjanduslikest saadetest võib tuua kolm näidet: „Kaua võib!“, „Raport“, ja „Võlast vabaks“.

„**Kaua võib!**“¹ on tarbijakaitsesaade, kuigi tuleb tunnistada, et see mõiste on pisut piirav. Tarbijate huvide eest seismine on lihtsalt üks ajakirjanduse tegevusvaldkondi, võimalus kõnelda asjadest, millega inimene iga päev kokku puutub. Idee pärineb tegelikult Soomest. „Karpolla on asiaa“² on tüüpiline saade teemal „Sul on mure, tule ja kurda, meie lahendame selle“. Ideaalvariandis on iga lugu loomulikult laiema kõlapinnaga, aga süžee põhineb ikka mõnel üksikul näitel. Meie keerasime algsele ideele veidi vinti peale, lähtudes eesmärgist pakkuda siiski pigem meelelahutust kui klassikalist informatiivset või arutlevat ajakirjandust! Teemaks on aga ikka valdavalt tarbija oma muredega ja tema võimalused täbarast olukorrast välja tulla. Tegijateringis nimetame seda ka nn tatipritsimise saateks ehk siis lugusid valides lähtume ehedast emotsioonist — seega ikka meelelahutusest ja alles siis „tõsise ajakirjanduse“ kriteeriumitest. Kui meil on valida kuivavõitu probleemloo või mõne kirglikult esineva üksiku tarbija lugude vahel, kus ka saatejuht saab rinna kummi ajada ja „lihtsa inimese“ eest seista, siis me valime viimase.

Politseisaates „**Raport**“³, mida ise nimetame ka politseimagasiniks, valisime lugusid samasuguste kriteeriumide alusel. Lähtusime keskmise ehk tüüpvaataja mudelist, mille järgi inimene mõtleb kriminaalkroonikat vaadates enamasti: „Oi kui turvaline on meil siin maal kodus oma diivanil, samal ajal kui pätid linnas tänavatel laiavad.“ Loomulikult tassisime nende lugude seljas kohale ka teatava hulga infot ja panime inimesed kaasa mõtlema, aga põhiliseks sai jällegi emotsioon, mis toob sisu lähemale, paneb kaasa mõtlema.

¹ Saade on eetris TV3-s alates 2007. aastast üks kord nädalas. 2007. aastast kuni 2011. sügiseni oli saade 30-minutilise augus reaalpikkusega u 23 minutit, alates 2011. a sügisest on saade tunnises augus, reaalpikkusega u 43 minutit.

² Wikipedia andmetel oli saade eetris MTV-s ja MTV3-s alates 1981. aasta sügisest ja lõpetas ilmselt 2007. aastal, reaalpikkus 20–25 minutit.

³ Saade oli eetris TV3-s aastatel 2001–2010 üks kord nädalas, vahepeal kolm hooaega kaks korda nädalas, reaalpikkus 23 minutit.

„**Võlast vabaks**“⁴ osutab võimalustele kuhjunud võlgadega toime tulla. Originaalis on tegemist puh-takujulise meelelahutusliku tõsielusarjaga,⁵ kus keskklassi pere peab oma majandusliku olukorra parandamiseks loobuma näiteks mootorrattast. Meie otsustasime sellist tüüpi saate välja tuua just masuaja alguses, kui õhus oli selgeid olukorra halvenemise märke. Nii võtsime endale ka mõnes mõttes suurema ülesande: saatel pidi olema laiem sotsiaalne mõju kui lihtsalt üksikutest juhtumitest kõnelemine. Ometi sai põhiliseks ikkagi emotsioon. Kindlasti võis igast saatest ka midagi õppida, midagi kõrva taha panna – püüdsime jagada õpetusi, kuidas kulused kokku hoida, muuhulgas lahata rahamurede tõttu parimateski perekondades tekkinud lahkkelisid. Kuid nagu karmil telemaastikul kombeks: vaadatavus otsustab saateprojektide edu, tegelikuks eesmärgiks sai toota eelkõige meelelahutust. Võlavõitluse tegid vaadatavaks just inimlikud lood, mitte niivõrd jutt kainest kalkuleerimisest, ratsionaalsest tegelikkusega toimetulekust.

Kiretut ehk ilma tunneteta ajakirjandust on ikka tehtud ja tehakse ka edaspidi. Meie üritame vahendada tundeid või äkki võiks öelda isegi rohkemalt: toota tundeid.

Kui telekanal mõnelt tootjalt saateid tellib, siis on tal kindlad ootused. Eeskätt on need seotud reitingute ja ühiskondliku mõjuga. Eriti hea on, kui ajalehed kirjutavad saadetest, tekitavad nendega seoses täiesti uusi lugusid. Selle juures on põnev küsida, kas Eesti telekanalid seavad ka mingeid üldiseid nõudeid sõltumatus tootjafirmas valminud saadetele. Kas on ka mingid üldised nõudmised näiteks professionaalsusele või loomingulisele kvaliteedile? Või kuidas mõõta emotsiooni tõhusust? Kas saade toimib, täidab neid eesmärgi, mis olid tellijal algselt mõttes? Materjaliks on ikka elu ise ja Eesti inimesed ehk tegelikkus. Me ei saa seda muuta — manipuleerida, asju välja mõelda ega valetada. Aga me saame tüürida emotsioone, kõike seda, mis määrab televisiooni põhiolemuse — lahutada meelt. Kui rääkida meelelahutuslikust ajakirjandusest, siis see vahendab tundeid, aga peab andma ka kas või minimaalse annuse vajalikku infot õigete otsuste langetamiseks. Ja seda lihtsa inimese seisukohalt.

Paraku kipub Eestis olema nii, et erakanalites sõltub kõik rahast. Kanalid on valmis suurte ja võimsate meelelahutusprojektide eest maksma oluliselt rohkem kui asjaliku ajakirjanduse puhul. Näiteks on projekte, mille puhul kujuneb saate minuti hinnaks 260–320 eurot. Samas tuleb ette saateid, mille minutihind jääb vaid 64 euro kanti. Viimaste hulka kuuluvad paraku just tõsise ajakirjandusliku sisuga saated. Väike eelarve aga tähendab seda, et tihti teevad neid vaid 1–2 inimest (nii ettevalmistava töö kui ka kõik pildi ja heliga seotud toimingud). Nii on loominguline jõud piiratud, tippkvaliteeti on raske tagada. Saatega „Kaua võib!“ seotud ideed võivad küll head olla, nii ka lood ja esinejad, kuid napib raha, et neid paremini läbi töötada ja esitada. Võrdluseks võib tuua teistes kanalites jooksvad ajakirjanduslikud saated. „Pealtnägijas“ tegutseb neli reporterit, kes saavad töötada koormusega üks lugu nädalas. Enamasti ei pea nad mõtlema režii, valguse ega muu tehnilise peale, vaid saavad keskenduda sisule. Sõltumatus tootjafirmas peab üks töötaja sageli tegema mitme inimese töö. Pealegi on tootmises mitu saadet korraga, ja ikka on rakendatud seesama väike tehniline meeskond. Sõltumatu tootja peab hoolikalt jälgima tulusid-kulusid. Sageli teeb režissöör töö ära kogenud monterija. Seegi on tootjale oluline kokkuhoid.

Mis on muutumas? TV3 programmis on tähtsad uudised. Ajakirjandusliku sisu poolest on oluline ka Mihkel Raua juhitud intervjuusaade „Kolmeraudne“, samuti kahe Riigikogu poliitiku, Aivar Riisalu ja Igor Gräzini aktuaalseid sündmusi lahkav diskussioonisaade. Tõenäoliselt on žanre ja saateid, mis eratelevisioonikanalitesse kunagi ei jõua, näiteks ETV-s toodetud väitlussaade „Forum“ ning vestlussaade „Kahekõne“. Need pole piisavalt emotsionaalsed. Tundeelamus peab sageli katma ka üldist ideedepuudust. Eesti telekanalites näib elu kulgevast lainetena. Hiljaaegu said tõelise hoo sisse lavastuslikud seriaalid, ka nn nutusaated ehk puhtalt kirgedel toimivad projektid. Samas on märke, et üksnes puhtal emotsioonil põhinev meelelahutus hakkab ära tüütama. Rahvusvahelised telemängud ei paku enam erilist pinget.

Päris ajakirjandusel on teletootmises ikkagi võimalus. Ikka veel puuduvad saated, mis aitaksid meil oma igapäevaelus olulisi otsuseid langetada või tegelikkuses paremini orienteeruda.

⁴ Saade oli eetris TV3-s 2009. aastal üks kord nädalas, kokku 12 episoodi, reaalpikkus 43 minutit.

⁵ Originaal on „Overdraft Family“, tootja Armoza Formats.