

PLAANID. PLAANID

On ideede kogumise ja plaanide kokkupanemise aeg.

Programmitalituse juht **SALME RANNU**:

"Ees seisab uus hooaeg ja enne seda suvi.

Läbirääkimised toimetustega 41. hooaja programmi suhtes toimuvad **aprillikuu jooksul**, samaaegselt suvekavade tegemisega.

Suveprogramm peab olema valmis **15. maiks**.

Eelmisel suvel oli meil üle pika aja igapäevane operatiivne saatesari ja see toimis väga hästi. Enam ei tohi tekitada vaatajas arvamust, et suvel pole televiisorist midagi vaadata. Tuleb teha saateid Eestist sellel suvel, inimesest suvel ja suves. Toimetusteski on juurdunud eelarvamus, et suvel inimesed televiisorit ei vaata. Vaatavad küll, kui on, mida vaadata.

Eelmisel suvel alustas meelelahutustoimetuse "7 vaprat" - ja selle vaatajaskond oli juba sügiseks välja kujunenud. Leidlik idee ja atraktiivsus ongi ilmselt see, mis suvel vaatajat köidab, sest suvi on ju ikkagi lähedam aeg. Noortesaadete toimetuse suveideed olen ma juba näinud, kindlasti on neid korjunud ka teistes toimetustes. Kordusprogrammidele lootma jääda ei saa, kuigi ka neid näitame: nii "Õnnet" kui "Wikmani poisse" kui "Salmoneid" - vaatajate soovil tihedamas tempos, vähemalt üks kord nädalas igaühte. Ootame ka **toimetuste ettepanekuid hooaja parimate saadete kordamiseks**.

Hooaeg algab 1. septembril. **Püsisarjad peavad septembris käivituma**. Elu on näidanud, et kes varem tööle hakkab, saab talve jooksul ka enam-vähem rahulikult töötada. Raskusi tekib neil, kes alustavad sarjaga alles novembris.

Selle hooaja saatekava planeerides on eritählepanu all ajavahemik kell 20-22 ehk *prime time*. See on ajavahemik, mil televiisori ees istub suurim võimalik auditoorium, mitusada tuhat väga erinevat inimest. Kävatagija jaoks tähendab see, et tuleb näidata saateid, mis huvitavad sadu tuhandeid. Kas üks või teine saade üldauditooriumi saavutab või ei, on hooaja

kavandamise staadiumis siiani otsustatud oletamisi. Mujal maailmas peab saate **produtsent prognoosima, milliseks kujuneb vaadatavus**. Abiks on siin põhiliselt praktiline kogemus, mis toetub auditooriumiuuringutele. Praktika on tõestanud, et kitsamale publikuringile orienteeritud saated leiavad oma spetsiifilise vaatajaskonna ka muudel aegadel ja nende paigutamine *prime time* i ei tõsta vaadatavust oluliselt. Meil on seni kell 20-22 eetrisse läinud väga palju nn. *eriauditooriumi* saateid. Me oleme seda pidanud positiivseks - vaataja siiski mitte. Tõele silma vaadates tuleb nentida, et vaataja valib teise kanali, kui pakutav saade teda ei huvita. Peame endalt küsima: kas me suudame erapooletult otsustada, mida vaataja vajab, või loodame ikka, et meil õnnestub inimesi õpetada vaatama saateid, mida me ise tähtsaks peame. Kui saadet ei paigutata *prime time* i, ei tähenda see veel, et saadet pole kellelegi vaja. Nädala saatekava on pisut üle 50 tunni pikk ja *prime time* i on selles vaid neljandik. Vaatajaid aga jagub kõigile tundidele ja aina nõutakse saatekava mahu suurendamist.

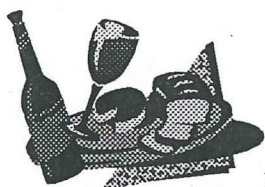
Millistest saadetest on praegu puudus? Ammu on taotletud kõiki kultuurielu valdkondi hõlmava informatsioonilis-publitsistliku saate loomist - kultuurimagasini, mis oleks orienteeritud ka nendele inimestele, kes ise iga päev kultuuriprotsessis ei osale, kuid tahaksid olla asjadega kursis. Suur puudus on harivat tüüpi mängulistest saadetest. Auditooriumi praegust suundumust meelelõhutusele ei maksa ignoreerida - praegune aeg pole just kerge. Väga oodatud näib olevat turvalisuse teema, tarbijainfo ja muidugi publitsistika mistahes elulisel teemal. Teema polegi nii määrav kui käsitusviis - inimlikult lähedane, emotsionaalne ja samas probleemi süvenev saade leiab alati palju vaatajaid. Intrigeerivus ja atraktiivsus tõmbab publikut sama kindlalt kui värske ja elulähedane teema. Kõik need märksõnad puudutavad saate kvaliteeti. Kvaliteet on enamasti kallis, ent mitte tingimata. Telesaate

hind ja kvaliteet ei ole omavahel seotud võrdeliselt.

Saatetegijad peavad mõtlema ka sellele, et sihtauditooriumi ei saavutata ühe saatega. Vaatajaskonna kujunemine on protsess, millel on omad seaduspärasused. Isegi suhteliselt tihti eetris käiva saate vaatajaskonna tekkimiseks kulub vähemalt kaks kuud. Üldine tendents maailmas on: sarjad käivad eetris vähemalt kord nädalas. See aga eeldab töö ümberkorraldamist, taustmeeskondade loomist, mitme tiimi rakendamist.

Ühise pealkirja all lähevad eetrisse väga erinevad saated, osa nendest hoopis hankeprogrammid. Samal viisil võib rubriikidesse paigutada muidki lähedasi teemasid.

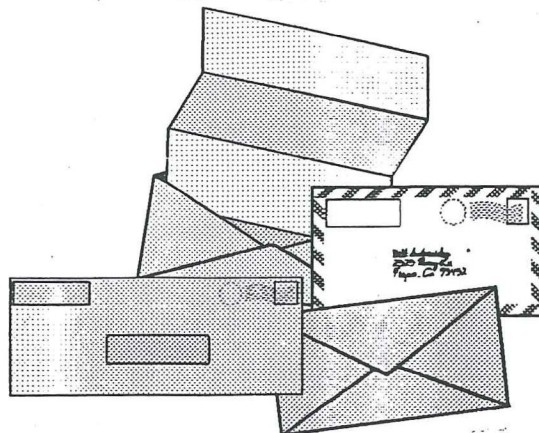
ETV saatemaht muutub sügisel suuremaks, pisut kasvab ka esmaesituste ehk toimetustes tehtavate originaalsaadete maht. Sel kevadel peame otsustama, kuidas see jaguneb meie nelja prioriteedi - informatsiooni, hariduse, kultuuri ja meelelahutuse vahel. Otsuste peamine kriteerium on vaataja, ei miski muu.



KEHV TOIT

on ikka probleemiks. Milline on meie töökeskkond ja mida me sööme pole ka juhtkonna arvates mingi teisejärguline küsimus. Ametiühingud on samuti valmis kaasa aitama, et Telemajas saaks võimalikult odavalt ja võimalikult hästi süüa.

Olukorra muutmine nõuab aga fakte, kaebusi, ettepanekuid. Praegused teenindajad on ETV-ga lepingulistes suhetes, teinud kulutusi, investeerinud - niisama lihtsalt ei saa lõpetada ühtki lepingut. Oodatakse kirjalikke kaebusi. Materjali koguvad ametiühingute esindajad ja majandustalitus (G1-106).



MÄRKAVAD

ETV juhtkonnale saabub tunnustavaid kirju. "Olen pensionär, kuulan-vaatan pidevalt televiisorit. Hiljuti üllatas mind aga väga meeldiva, selge ja sorava häälega diktor. Varsti ilmutas see hää end ka ekraanil - URVE TIIDUS. No küll on hea ja meeldiv kuuulata tema diktsiooni. Soovin talle kogu südamest tervist ja edu edaspidiseks. Lugupidamisega E. Kuusk, pensionär Tallinnast."

ÕPETAVAD

Maailma ühe tuntuma meediakoolitusorganisatsiooni (The Thomson Foundation) vahendusel saanud kaks õppejõudu Inglismaalt (John Boileau ja Arwel Ellis Owen) analüüsisid enne lahkumist, 31. märtsil ka ETV uudisteprogrammi. Leiti, et Aktuaalne Kaamera on hea. Võrreldes mõne teise maaga, kus õppejõud samuti viibinud ja koolitusega tegelenud, on meie uudistel oma stiil. See polevatki nii tavaline ja enesestmõistetav. Meeldiv olevat ka diktorite esitus. Probleemiks peeti pildi- ja helikasutust - oleks soovitud näha paremat pildi ja teksti seost. Pilt olgu kuningas. Ka ajakirjaniku ja operaatori koostöö võiks olla parem. Õpetuse eesmärk polevat aga selles, et me peaksime tegema saateid nagu BBC või mõni Inglismaa kommertsteleviisioon, vaid et seda tehtaks jätkuvalt oma moodi. Entusiasimist ja talendist tegijail puudu ei tulevat.

"Teabetelekraat" on ETV sekretariaadi väljaanne. Vahendanud Milla Mägi. Tel. 4162