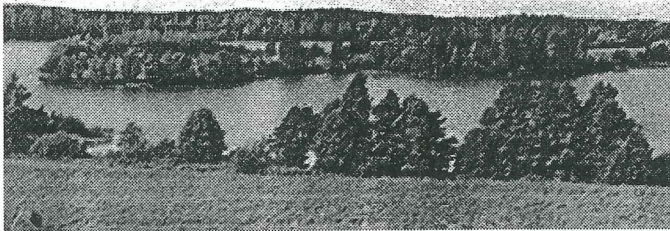


TELEKRAAT

16(36)
29. märts 94



PÜHAJÄRVE JUTUD JÄTKUVAD...



"Pühajärvel ütles Hohensee, et tuleks unustada jutt missioonist ja identiteedist. Kas ETV tulevik on puhas turumajandus?" (T. Kangro küsimus H. Seinile "Telekraadis" nr. 14)

Minu jaoks moodustab küsimus semantilise terviku: **Kas ETV tulevik on missioonita ja identiteedita turumajandus?**

Jah, turumajandus on meist igaühe tulevik. (Kui pole plaanis Põhja-Koreasse ümberasumist.)

Missioon ja identiteet on aga seostatavad subjektiga - ETV-ga, mitte teda ümbritseva sotsiaalmajandusliku suhetesüsteemiga - plaanimajandusega, turumajandusega, kapitalismiga, sotsialismiga jne.

Selles mõttes oli Tiina Kangro küsimuse formuleering eksitav, teataval määral ka hirmutav - missioonita ja identiteedita tulevik. Kuid väljendatud ohutunne on reformi loomulik kaaslane ning sageli avaldub ka verbaalses agressiivsuses.

MISSIOONIST

Minu jaoks on mõiste liiga üldine, et opereerida sellega ETV reformi kontekstis. Kellel on ja kellel ei ole missiooni? Kes omistab missiooni? Kes aktsepteerib missiooni? Kes annab hinnangu missiooni täitmisele?

Juhan Liivil oli missioon. Kas Juhan Liivi emal oli ka missioon?

Kas Juhan Liiv teadis oma missiooni? Kui ta ei teadnud ise sellest, siis kas ta oleks parem või oleks tema looming parem, kui ta oleks teadnud, et tal on missioon?

Mida teha olukorras, kus on missioon, kuid pole võimalusi (ressursse) selle täitmiseks?

Mida teha, kui keegi teine ütleb, et tal on sama missioon ja sellega pretendeerib samadele piiratud ressurssidele?

Need on mõned missiooniga seotud intellektuaalsetest vaevustest.

Minu arvates on otstarbekam rääkida nendest konkreetsetest teenustest, mida ETV töötajad on eesti ühiskonnale võimelised pakkuma ja mis on teenuste hind. Teenuste hulgas tuleks kindlasti nimetada, et ETV müüb eesti ühiskonnale soovi korral kindlusetunnet selles, et valitavad organid on ning jäävad rahva nägu ja tegu. Samal ajal on igale kommertskanali omanikule võimalik teha vastupandamatu pakkumine müüa oma meediaorganisatsioon (aktsiad) ehk vaatajakond.

On väheusutav, et vastupandamatu pakkumise saajaid huvitab raha päritolu ilmakaar või pesumasina lõhn.

Formuleeritud missioonil on oma integreeriv väärtus, mis tuleneb formuleerimise protsessist. Eksistentsiaalsel enesemääramisel, ühiste väärtuste teadvustamisel on missiooni formuleerimine oluline.

ETV kui organisatsiooni missioon on minu teada formuleeritud. See ei sõltu organisatsioonisisest juhtimis- ja majandusmehaanikast.

Kuivõrd vajalik on uuestiformuleerimine? Protsessina? Formuleeringuna? Kuivõrd on vajalik tegeleda ajakirjanike, juhtide jt. professionaalsete gruppide missiooniga, et ETV saaks oma missiooni täita?

Tuletades inimestele pidevalt meelde nende missiooni võivad inimesed muutuda misjonärideks, kes asendavad õhtusöögi tööüritamisega. Eriti kurb, kui hiljem selgub, et töö intensiivsus ei osutu samaseks töö tulemuslikkusega.

TEISENEV IDENTITEET

Identiteedist ETV kontekstis rääkides peame vahet tegema ETV vaataja ja ETV töötaja identiteedi vahel.

Identiteet tekib kommunikatsiooniprotsessi tulemusel. Kus me muidu teame millega/kellega identifitseeruda, kui pole eelnenud kommunikatsiooni?

Eesti ühiskond, nagu ETV-gi reprodutseerub, taastoodab ennast kommunikatsiooni-protsessi käigus.

Läbimõtlematu meediapolitiika võib viia selleni, et eesti ühiskond reprodutseerub millekski, mida keegi pole soovunud (amerikaniseerub) ja millega pole praegustel lastel tulevikus midagi peale hakata. Reekspordita Ameerika kultuuri saab, kuid tõenäoliselt teevad ameeriklased seda meie lastest paremini.

Meid endid tõenäoliselt identiteedi kaotus ei ähvarda. Mida tähendab aga pretendentitu identiteedi kaotus suurele hulgale inimestele näeme endise DDR-i ja NLiidu varemestel.

Ma usun, et identiteet, mida toodab Eestimaa ETV programm on suure väärtusega. Ma ei ole veendunud, et eratelevisioonid suudavad/tahavad meie kui eestlaste identiteeti taastoota. Võimalik, et rahvusetu kapitalihuvi hoopiski ohustab selle taastootmist.

Minu meelet on Ameerika Häälest kuulnud väide, et 21. sajandi rahvas on tema televisiooni nägu üpris täpne asjade olemuse määrang.

See ei tähenda, et ma oleksin nõus Salme Rannuga, kes teeb "Nõukojale" etteheite, et Pühajärvel ei käsitletud ETV-d kui juhtiva rolli kandjat. Mulle nimelt tundub, et *kui kellelgi on ühiskonnas juhtiv roll, siis kellelgi peab olema juhtiva roll*. Samuti tundub mulle, et avalik-õiguslike organisatsioonide kaardistatud probleemidest rääkimine ei ole naeruvääristamine. Seda enam, et ETV on praegu ja lähitulevikus kommertsmeedia psühholoogilise sõja objektiks.

Ja mida parem on ETV programm, seda suurem "kommerts-sügelemine" kaasneb. Eratelevisiooni jaoks on kõige parem ETV see, mida ei vaadata ja ei finantseerita.

Tulles tagasi ETV kui organisatsiooni identiteedi juurde, mis avaldub töötajates, väidan järgmist:

ETV identiteet ei kao, vaid teiseneb. Kaob see osa, mis praegu ühtlasi nii ühendab kui muserdab inimesi. Toimub ju ETV-s märkimisväärne osa kommunikatsioonist jaotamise (andmise, lubamise) ja ümberjaotamisega seoses. Selline kommunikatsioon toodab ühtedele jaotajate ja teistele palujate identiteeti, mis koos ongi osake praegusest ETV identiteedist. Reformide käigus andjate ja palujate identiteet kaotab toita alge. Kaotusest tõuseb võit. Vabaneva energia ja aja saab suunata ETV-d ja ETV programmi arendavale ja loovale tegevusele.

Ka reformide teed käies on vaja ETV sisest kommunikatsiooni - inimesi ja nendevahelist suhtlemist. Sellel baasil teisenev identiteet on rohkem seotud töögrupi, loomingulise kollektiivi ja ühise tulemusega.

Nõukoja nimel Jaak Hohensee

PS Täna Salme Rannut, kes andis meie tagasisidet Pühajärve seminarist. Tõepoolest, saavutada korraga rahulolu ja heaolu on küllalt raske.

Kahest paralleelsest juhtkonnast niipalju:

Meie tahtest sõltumatult võime eristada ETV-s kahte (makro)juhtimisprotsessi:

Esiteks. ETV kanali identiteeti kujundava teleprogrammi valmimise juhtimine, millel on oma spetsiifika. Programmi mahust, struktuurist ning esitatud nõuetest sõltub ressursside ja programmi omavaheline harmoonia.

Teiseks. Organisatsiooni identiteeti kujundavat, missiooni täitmist organisatsiooniliselt, ressurssiliselt, juriidiliselt, ökonoomiliselt, psüühiliselt jne. kindlustavat, **kaugnägevast tippjuhtimisest**.

Väidan, et mõlema protsessi juhtimine vajab erinevat pädevust ja nõuab **juhtimis-meeskonnalt** palju energiat ja aega.

Telenõukogu liikmena tunnen absurdi, kui pean osalema programmiliste otsuste tegemisel. Ma ei näe põhjust, miks mitte usaldada otsuseid sisuliselt ettevalmistavaid asjatundjaid ja anda neile ka rahakott.

Mõtlemise ainet on rohkemgi. "Telekraat" on hea koht mõttevahetuseks.

TRUMANI SEADUS:

KUI TE EI SUUDA NEID VEENDA, AJAGE NAD SEGADUSSE.

See sõnavõtt pole mõeldud Jaak Hohensee kirjutise kommentaarina. Hohensee kirjatüki kohta on mul üldse vähe öelda, sest minu jaoks on see suuresti tõlkimatu sõnademäng. Küll aga on mul üht-teist öelda selle kohta, kuidas Hohensee teiste kirjatükke loeb.

Minu "Arvamus"-loost on ta lugenud, et ETV-l peaks olema ühiskonnas juhtiv roll, mis ühtlasi (Hohensee järeldus! - S.R.) eeldab kedagi juhitava rollis. Ometigi kirjutasin ma hoopis sellest, et ETV peaks aastal 2000 suutma olla Eesti telekanalite seas juhtpositsioonil. Semantikast (tähendus-õpetusest) niipalju, et sõna "juhtima" ei tähenda ainult seda, et keegi või miski peaks juhitud saama. Kui mõni korvpallimeeskond on võistluste tabelijuht, siis ei tähenda see, et ta teisi meeskondi juhib.

"Kommertsmeedia psühholoogilise sõja objektiks" olemine vajaks ka keelelist analüüsi, asjast endast aga pean ma ütleva, et kui Pühajärvel oleks tööpoolest räägitud "avalik-õiguslike organisatsioonide kaardistatud (? - S.R.) probleemidest, poleks ma piiksatanudki. Asi on eelkõige selles, et probleemidest rääkimist seal vaid markeeriti.

Tiina Kangro küsimuse (intervjuust peadirektoriga) teeb Hohensee lihtsalt ümber ja seejärel teatab, et "Y.../ Tiina Kangro küsimuse formuleering oli eksitav, teatud määral ka hirmutav /.../", kuigi formuleering on ju nüüd hoopis Hohenseelt endalt! - Noh, vähemalt võib olla kindel, et oma vastusega oma küsimusele on Hohensee igati rahul.

Ja lõpuks üks mälestus Pühajärvelt, mis kerkis mu mälus pinnale, püüdes lugeda

peatükki "Teisenev identiteet". Kui seminaril tuli juttu ohtudest, mida me oma majas praegu eriti teravalt tajume, ütles Anne Kirsipuu: "Kui me enne olime oma vaesuses liitlased, siis nüüd saame me aina enam vaenlasteks."

Annel on paraku õigus. Jääb ainult loota, et see on uuenemisprotsessi destabiiliseerumisaasi tundemärk ja et me ikkagi saavutame uue seisundi, kus:

- 1) juhtkond ei võõrandu programmist,
- 2) tehnoloogilised struktuurid ei võõrandu toimetustest,
- 3) loovad töörühmad ei võõrandu üksteisest.

Salme Rannu



ETV 1994. aasta eelarve projektiga on sel aastal koolituse ja arenduse jaoks eraldatud 452.000 krooni.

Eelarveprojektis on see summa tsentraliseeritud ja tema jagunemine erinevate osakondade vahel ei ole näha. Meenub, et ühel eelarve koostamise eelisel telenõukogul tõstatati küsimus, kas koolitussummad ei peaks olema hoopis talitustesse ja toimetustesse lahti jagatud. Tookord jädi siiski seisukohale, et tsentraliseeritud on säärase väikest summat ehk hõlpsam mõistlikult kasutada kui torditükkideks lõigatuna. Ka arvati, et abstraktse võitu koolitusrahad on muidu esimesed, mis toimetustel meie vaestes oludes muuks otstarbeks ära kulaksid.

Selgus, et 452.000 krooni ise jaguneb nii:

216.000 krooni - "Nõukoda" *)

201.000 krooni - ETV koolitus

35.000 krooni - Uudiste TV koolitus

Kokku: 452.000 krooni

*) suureneb vastavalt elukalliduse indeksile igakuiselt (väljamaksud lepingu järgi jaanuaris 18.000.-, veebruaris 18.990.-, märtsis ...)

ETV koolitustegevuseks jääb seega igas kvartalis ca 50.000 krooni. I kvartalis on seni raha kulunud järgmiste ettevõtmiste peale:

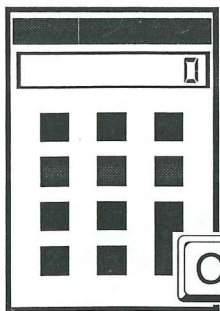
- * Arvutikursus 24 inimesele - 5000.-
- * Juhtide integreerimisseminar Pirita-Kosel - 600.-
- * Personalijuhtimise seminar (E. Tandre) - 1200.-
- * Kursused EMI-s (A. Sauemägi) - 230.-
- * Pühajärve strateegiaseminar. s.h. transport RAS-ist "Mootor" - 7021.-
- * Kompensatsioonid keeltekursustel osalemiseks üksikisikutele (Jaksi, Saar, Mühlbach) - 940.-
- * Eesti Akadeemilise Ajakirjanduse Seltsi nõupidamine ETV-s - 252.-
- * "Telefilmil" esindaja osalemine rahvusvahelisel filmifestivalil (R. Sokman) - 2920.-
- * Igakuine R. Selgmäe õppemaks Moskva režiikursustel - 2229.- kuus

Kokku: 24.850.-

Uued koolitusjuhid on tööle asunud. Selline on nende mängumaa.

P.S. Telenõukogule esitati kinnitamiseks koolitusnõukogu koosseis esimees: Tiina Kangro - haridussaadete peatoimetaja
liikmed: Vilja Palm - "Teleteatri" pearežissöör
Aimar Prous - salvestusosakonna juhataja
Toomas Jürgens - peaoperaator
Helgi Saar - koolitusosakonna juhataja

25. märtsil Telenõukogu seda koosseisu küll ei kinnitatud, kuid ei lasknud ka põhja.



HINNAD OLEMAS!

Tootmistalitusest öeldi, et baashinnad teenustele on ETV-s nüüd olemas.

Tootmistalitus on need välja töötanud oma reaalse olukorra alusel, lähtudes meil olemasolevatest tehnilistest vahenditest ja riigieelarvest selleks aastaks eraldatud rahast põhimõttel, et tulud ja kulud oleksid tasakaalus. Näiteks maksab operaatori töötund 29 krooni, Beta SP kaamera oma 39 krooni jne. Hindade sisse ei ole arvatud kasumit, s. t. tootmistalitus ei planeeri hakata teenima endale lisaraha teenuste tellijate (toimetuste) rahakoti arvelt, mis on praeguste mängureeglite kohaselt ju sama napp, kui ka tehnikaga tegelevatel alajaotustel. Mängureeglite rikkumine meie reaalses olukorras viiks ju arusaadavalt kogu meie majandusliku arvelduse baasi tasakaalust välja. Voldemar Lindströmi sõnusti ei sobi meie majja mudel, kus üks kehval järjel olev alajaotus leiaks väljapääsu teise kehval järjel oleva alajaotuse arvelt teenimises. Teenida võiks ehk välistellija käest, kui meil oma vajadustest midagi üle jääb, ja siis võiks ka hinda sobiva koefitsendiga tõsta. Seega on tootmistalitused praegu välja pakkunud hindade nn. nullvariandi.

Päris nii madalaks aga hinnad siiski ei jää. Enne kaikulaskmist lisab neile oma osa majandustalitus. Tema määrata on elektri hind, ruumide üür jne. Reedesele Telenõukogule esitatud materjali põhjal (mis seekord küll ajapuudusel läbi vaatamata jäid) võib arvata, et majandustalitus lähtub oma hindade kujundamisel mitte tegelikust, vaid soovitatavast olukorrast. Näiteks on transpordi hinna arvutamiseks pakutud metoodika, mis lähtub 300.000 krooni maksvast sõiduvahendist (milliseid meil praegu vist küllalt vähe on), mis oma eluea jooksul peab läbi sõitma 200.000 kilomeetrit (kui palju on meie autod sõitnud?). Loomulikult on see igati mõistlik püüd leida võimalus investeerida tulevikku. Kas aga valitud tee on meie olukorras vastuvõetav?

Niisiis teevad tehnikahinnad lähitulevikus läbi veel mõned korrektiivid. Tõenäoliselt tuleb neid pisut korrigeerida ka sõltuvalt tehnika vanusest ja nõudlusest selle järele. Seejärel võib hakata uut arvelduskorda kaitsma.

Tootmistalitus on välja töötanud ka uued tellimisblanketid, mille tagumisel küljel peaksid hinnakalkulatsioonid väljenduma hakkama. Kui järgmine Telenõukogu protseduurile viisa annab, alustatakse uuele arvelduskorrale ülemineku esimese etapiga. See ei too toimetustele kaasa veel tehnikateenuste ostmiseks väljajagatavat raha, vaid on nn. asja esmane läbimängimine paberil. See nn. **SIIRDE-periood** võiks tootmistalituse arvates kesta 1. septembrini. Seal võiks kuni aasta lõpuni juba konkreetsetl rahalisele arvestusele üleminekut üleminekut ette valmistada ja uue aasta eelarveid planeerida. Seda muidugi tingimuse, et leitakse võimalus kogu süsteemi viimiseks arvutivõrku. **Rakendusperiood**, s. t. tegelik hindade ja teenustega arveldamine võiks alata 1995. aasta 1. jaanuarist. Ka Soomes ja Rootsis olevat uuele hinnaarvestusele ülemineku võtnud 2,5-3 aastat.

Näis, kas meil õnnestub kõrgemalt hüpata.

KES MIDA KUIDAS JA KUI PALJU

“Koos eraõigusliku, kasumile orienteeritud televisiooni ja raadio tulekuga on ka avalikringhäälinguteenus pidanud oma strateegiad läbi vaatama,” kirjutab EBU ajakirjas “Diffusion” (1993 sügis) Austria Ringhäälingu meediauuringute osakonna juhataja ja Euroopa Auditooriumiuuringute Grupi aseimees hr. Peter Diem.

Algus eelmises “Telekraadis”

Igahommikused vaatajaandmed eelmise päeva saadete kohta on, nagu öeldud, teletegijate jaoks tänapäeval kõige tähtsam informatsioon. Pole mõtet rääkida saate edust või läbikukkumisest ainult toimetustesse tulnud telefonikõnede või ajakirjanduses ilmunud meediajäreldajade põhjal. Otsuse langetamisel on küll oluline ka konkreetsete kanalite poolt kogutud vaatajahulkade võrdlemine oma-ene saadete auditooriumiga, kuid meediauuringud suudavad pakkuda andmeid veel mõnede oluliste momentide kohta. Näiteks sõltuvus eetripäeva ilmast ja aastaajast. Ebatavalised kuumalained, nagu see oli näiteks 1992. aasta suvel ja 1993. aasta kevadel, muudavad televisiooni vaatamist. Seepärast on näiteks Austria Ringhääling oma auditooriumiuuringutesse sisse viinud päeva keskmise temperatuuri, mida siis andmete võrdlemisel hiljem arvestada saab.

Teleri ees istunud inimeste hulga määramise kõrval muutub aasta-aastalt üha tähtsamaks vaatajahinnangu saamine - seda eriti seoses kommertsmeedia poolt pakutava konkurentsi tugevnemisega. Kommerts-telvisioon on oma põhiolemuselt kasumi tootmise instrument. Tema sissetulekud sõltuvad otseselt auditooriumi suuruselt.

Rahvatelevisioon esitab oma programmile suuremad nõudmised. Järgnevalt mõned tähelepanekud sel teemal.

Vaatajate hulk ja saatele antav hinnang ei ole omavahel otseses seoses. Arvukas publik ei ole mitte alati rahulolev publik. Arvukas publik moodustub enamasti mitut tüüpi vaatajatest, mis tähendab, et tema hulgas on alati hulk inimesi, kes pole teleri ette istunud ainult siirast soovist ja huvist seda saadet vaadata. Mõnikord ilmneb, et terve hulk vaatajaid lausa vihkab seda, mis telerist tuleb. Ja seda mitte ainult siis, kui on tegemist rahvusliku jalgpallimeeskonna rumala lüüasaamisega mitte eriti tugeva vastase käest või kui oma maa suusakangelasel jääb võidust puudu vaid mürdosa sekundist. Selliseid olukordi, kus suured vaatajagrupid suhtuvad saatesse põlastusega, on teisi. Võtke näiteks uudisteprogramm, kus näidatakse ohtrasti julmi kaadreid sõjatandril, või telearutlus mõnel täiesti ebapopulaarsel teemal. Selliseid puhkusi, kus (1) **madal vaatajahinnang** võib käia koos kõrge vaadatavusega, on teisi.

Muidugi on võimalik ka vastupidine: (2) **madal hinnang koos väikese vaadatavusega.** Sellisel juhul on küllap tegemist mõnele vähemusgrupile suunatud saatega, mis aga pole oma sihtauditooriumi hulgas läbi löönud. Seda juhtub küllalt sageli näiteks saadetega modernkunstist või kaasaegsest muusikast. Sellised saated koguvad tavaliselt vaid väikese spetsiifilise vaatajaskonna, kes siis omakorda ilmutavad nähtu kohta ülimalt kriitilisust, mis väljendub madalas vaatajahinnangus. Kolmas grupp saateid on niisugused, kus (3) **kõrge hinnang kombin**

saanud, et avalik-õiguslik meedia tuleb välja küllalt suure hulga selliste saadetega. Need on suunatud väikestele sihtauditooriumidele - näiteks ooperisõpradele - kes siis asjaga igati rahule jäävad. Saate tegijatele endile meeldib aga põhiliselt just neljas grupp: (4) **kõrge vaadatavus koos kõrge vaatajahinnanguga.** Ka see on tegelikkuses võimalik. On olemas teatud saadete kategooriad, mis annavad häid tulemusi mõlema momendi osas. Need on tavaliselt saated loodusest, head filmid, levimuusika jne.

Telesaate poolt kogutud auditooriumi tegelik suurus on muidugi tihedalt seotud sedalaadi saate potentsiaalse võimaliku auditooriumiga. Perioodiliste meediaküsitlustega püütakse välja selgitada, kui suurt huvi avalikkus (või mõni selle kitsam demograafiline alagrupp) telejaama poolt edastatavate erinevate kategooriate vastu huvi tunda võiks. Nii määratakse potentsiaalsed auditooriumid, mis saate tegijale esitatakse tavaliselt “programmialastena”, kust võib välja lugeda, missugused programmitüübid missugusel ajal kui palju vaatajaid koguda võiksid. See annab kindlustunde näiteks minoriteetidele mõeldud saadete tegijatele, kelle vaatajaprotsendid üleüldistele standarditele kuidagi vastu panna ei suudaks, küll aga võivad olla täiesti mõistlikud, kui võtta arvesse nende saate spetsiifilise sihtgrupi võimalikku potentsiaali.

Võtame ühe lihtsa näite: Kui hea jalgpallimaitsi potentsiaalne auditoorium võib olla 30%, siis džässikontserdi puhul ei ole ka potentsiaal üle 3%. Seda arvesse võttes on jalgpallimaitsi poolt kogutud 15% täpselt sama hea kui džässikontserdi 1,5%.



VEEL ÜKS VARIANT MAAILMA AVARAMAKS MUUTA



Väga loogiline ja mõistetav on meie praegune innukas pyrgimine Lääne poole. Tahtmata küll kulunud tõdesid korrata, aga siiski - mitmepalgelisus teeb elu huvitavamaks.

ETV korraldab 17.-20. oktoobrini yhe loodetavasti tulemusriikka seminari - nimelt soome-ugri televisioonide koostöö teemadel. Ja jumalapärast! Ärge kohkuge ja põlastage sõna lsoome-ugri" (loe: ugri-mugri, kui lisad sõnasse hellust!). Ugri-mugri ei tähenda ilmtingimata põdraliha, šamaanitrummi ja joigamist; see ei tähenda vaid etnograafiat ja folkloori. Tegu on rahvusvaheliste sidemete loomisega. Seminar paneb aluse igakylgsele ja loodetavasti mitmepalgelisele (kujutage ette: rahvuskysimused Venemaal, teemandi- ja kullakaevandused, nafta ja gaas, hr. Galašnikov ja tema praegune firma, saamide kogemused rahvuse säilitamise alal 4-s riigis, teater, kino, uudisväärtusega syndmused jne. jne. jne.) koostööle.

Seminaril tulevad arutusele järgmised teemablokid:

1. Soome-ugri telestuudiote infovõrgu loomine
2. Video- ja filmitoodangu vahetus ja myyk
3. Kõikvõimalikud yhisprojektid filmide ja telesaadete tegemiseks
4. Väljaõppe ja stažeerimisega seotud kysimused

Kõik teemad tuleb enne suve yksipulgi läbi arutada. Selleks, et iga valdkond oleks tihke ja tihe ja arukas ja teostatav, on vaja todasama kallihinnalist mõttetööd. Kellel iganes huvi tärkab, silm sarama lööb ja ideed realiseerimist nõuavad, võtku ometi lahkesti ühendust ja aidaku oma väärtusliku nõu ja jõuga.

Piret Suurväli
folkloorisaated
☎ 4683

P.S.

Yks soome härrasmees on teinud huvitava pakkumise: uhke (soomus?)auto asub peatselt teele soome-ugrilaste aladele Venemaal. Aga sinna autosse nemad lausa igatsevad teletöötajaid Eestist. Pakkumised: kõikide kulude kate, hea kaamera, vaba loominguline töö ja kõik õigused sellele tööle. On ju fantastiline? Kui keegi tahab asjast kinni haarata — palun.

Telemajas TAGRI baari tööd kontrollimas käies palus selle peadirektor **REIN AUVÄÄRT**, et Telemaja inimesed annaksid talle teada oma mõtetest või soovidest, mida võiks TAGRI toitlustuskohas teisiti või paremini teha; olgu siis tegemist sortimendi või millegi muuga.

"Telekraat" on valmis teie mõtteid ja soove vahendama. Andke siis minna, sest söömine on ju ainus töö, mis toidab.



**KRAAT
TELE-**

Kirjutage meile, joonistage meile.
(Postikana, nov. 1983)
Vahendame küsimusi!

Toimetaja **TIINA KANGRO** (tuba 611, tel. 4613)
Heiki Meeri (tuba 401, tel. 4062)
Riho Raie, Tarmo Tilsen (tuba 105, tel. 4605)
Fotod: A. Rätsep, ENE Paljundatud ETV paljunduskontoris.