

**Tallinna Ülikool**

**Balti filmi, meedia ja kunstide instituut**

**Raul Lobanov**

**Teleauditooriumi mõõtmine digiajastul.  
Mõõdikuuringu tulemuste ja voogedastusteenuse kasutusstatistika  
võrdlev analüüs ERR-i audiovisuaalse programmi näitel**

**Magistritöö**

**Juhendaja: Indrek Ibrus, PhD**

**Tallinn 2022**

## Autorideklaratsioon ja lihtlitsents

Mina, Raul Lobanov

1. olen koostanud magistritöö iseseisvalt. Teiste autorite uurimistööd, olulised seisukohad kirjandusest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.
2. annan Tallinna Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Teleauditooriumi mõõtmine digiajastul. Mõõdikuringu tulemuste ja voogedastusteenuse kasutusstatistika võrdlev analüüs ERR-i audiovisuaalse programmi näitel,

mille juhendaja on Indrek Ibrus,

2.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja elektroonilise avaldamise eesmärgil Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Ülikooli Akadeemilise Raamatukogu repositooriumis alates lõputöö positiivsele tulemusele hindamisest kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

3. olen teadlik, et punktis 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

4. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitset reguleerivatest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Töö autor: \_\_\_\_\_

(digitaalne) allkiri, kuupäev

Töö on kaitsmisele lubatud.

Juhendaja: Indrek Ibrus, PhD \_\_\_\_\_

(digitaalne) allkiri, kuupäev

Kaitsmine toimub Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia ja kunstide instituudi magistritööde kaitsmiskomisjoni avalikul koosolekul.

## RESÜMEE

Tallinna Ülikool	Balti filmi, meedia ja kunstide instituut
<p><b>Autor</b> Raul Lobanov</p> <p><b>Pealkiri</b> Teleauditooriumi mõõtmine digiajastul. Mõõdikuuringu tulemuste ja voogedastusteenuse kasutusstatistika võrdlev analüüs ERR-i audiovisuaalse programmi näitel</p>	
<p><b>Õppekava</b> Nüüdismeedia</p>	<p><b>Tase</b> Magistritöö</p>
<p><b>Kuu ja aasta</b> Mai 2022</p>	<p><b>Lehekülgede arv</b> 86+46</p>
<p><b>Kokkuvõte</b> Magistritöö esimene osa kaardistab digiteerumise tulemusel killustunud teleauditooriumi mõõtmise erinevaid võimalusi andmestunud meediamaastikul ning kirjeldab erinevate meetodite eeliseid ja puudusi. Samuti leiavad käsitlemist voogedastusplatvormidel tekkivate andmete analüüs ja kasutusvõimalused. Töö empiirilise uuringu eesmärk on tuvastada ja kirjeldada Eesti Rahvusringhäälingu (ERR) audiovisuaalse programmi populaarse sisu erinevusi erinevate vaatamispraktikate lõikes. Võrdluse kaasatud neli vaatamispraktikat on telerist otse- ja järelvaatamine, veebist otsevaatamine ning voogedastusteenuse Jupiter vaatamine. Kasutatud on Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuringu andmeid, ERR-i veebilehtede kasutusstatistika serveriandmeid ja sisu kohta käivaid metaandmeid. Võrdleva analüüsi teostamisel on kasutatud protsentjaotusi, sagedusi, keskmiseid ja Student t-teste ning Hirschmann-Herfindahli indeksi väärtusi. Töö peamiseks järelduseks on, et telerist otsevaatamise ja voogedastusteenuse Jupiter vaatamise populaarne sisu erineb žanrite, tootjate ja tootmisperioodide lõikes olulisel määral, samas kui telerist ja veebist otsevaatamise puhul olulisi erinevusi ei esine. Uuringu tulemusel ilmnes ka, et esineb arvestatav hulk sisu, mille puhul jääb mõõdikuuringuga hinnangulist katmata 10-50% auditooriumist. Töö lõpus on esitatud ettepanekud edasiste multidimensionaalsete teleauditooriumi uuringute läbiviimiseks ning voogedastusteenuse Jupiter ja ERR-i analüüsipraktikate arendamiseks.</p>	
<p><b>Märksõnad</b> televisioon, audiovisuaalne meedia, auditooriumi mõõtmine, reitingud, mõõdikuuring, voogedastusteenus, Eesti Rahvusringhääling</p>	
<p><b>Säilitamise koht</b> Tallinna Ülikool, Balti filmi, meedia ja kunstide instituut</p>	
<p><b>Lisainformatsioon</b></p>	

**ABSTRACT**

Tallinn University	Baltic Film, Media and Arts School
<p><b>Author</b> Raul Lobanov</p> <p><b>Heading</b> Audience Measurement in the Era of Digitized Television. Comparison of People Meter TV Ratings and Video On Demand Analytics in Estonian Public Broadcasting</p>	
<p><b>Curriculum</b> Contemporary Media</p>	<p><b>Level</b> Master</p>
<p><b>Month and Year</b> May 2022</p>	<p><b>Page Count</b> 86+46</p>
<p><b>Abstract</b></p> <p>The first part of the thesis maps different possibilities of measuring fragmented television audiences in the context of digitized and datafied media landscape highlighting advantages and shortages of various measuring methods. Analysis and usage of data generated on video on demand platforms will be discussed as well.</p> <p>The aim of the empirical study is to recognise and describe different patterns among popular content of audiovisual programme of Estonian Public Broadcasting across different viewing practices. Four viewing practices compared are live viewing from TV sets and web sites, time shifted viewing form TV sets, and consumption of video on demand service.</p> <p>Kantar Emor’s people meter data, Estonian Public Broadcasting site centric data and metadata of popular content is used. Comparative analysis of viewing practices is conducted using shares, frequencies, means, Student t-tests and values of Hirschmann-Herfindahl index.</p> <p>The main finding of the study states that there are significant differences in popular content between live viewing from TV sets and consumption of video on demand service. No significant differences were found between live viewing from TV sets and web sites. Considerable number of content with a notable amount of unmeasured audience exists. The estimated amount not measured by people meter is from 10 to 50 percent.</p> <p>The thesis is summarized with suggestions for future approaches of multidimensional television audience studies and development options for video on demand service and analysis practices in Estonian Public Broadcasting.</p>	
<p><b>Keywords</b> television, audiovisual media, audience measurement, ratings, people meter, video-on-demand services, VOD, Estonian Public Broadcasting</p>	
<p><b>Place of Preservation</b> Tallinn University, Baltic Film, Media and Arts School</p>	
<p><b>Additional Information</b></p>	

## SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b>	7
<b>1. EMPIIRILINE JA TEOREETILINE RAAMISTIK</b>	11
1.1 Televisiooni digiteerumine	11
1.1.1 Pakutava sisu mahu kasv	12
1.1.2 Järeivaatamise kasv	12
1.1.3 Ekraanide paljusus	14
1.1.4 Meedia andmestumine	14
1.1.5 Voogedastusteenuste võidukäik	15
1.2 Teleauditooriumi mõõtmine ja sellega kaasnevad väljakutsed	18
1.2.1 Teleauditooriumi mõõtmise eesmärgid	18
1.2.2 Teleauditooriumi mõõtmise ajalugu ja mõõdikuuring	19
1.2.3 Mõõdikuuringu metoodika kriitika	22
1.2.4 Mõõdikuuringu väljakutsed digiteerunud telemaastiku kontekstis	24
1.3 Teleauditooriumi mõõtmise uued perspektiivid	29
1.3.1 Suurandmed ja sotsiaalmeedia kasutamine teleauditooriumi mõõtmisel	29
1.3.2 Teenuste serveriandmed	32
1.3.3 Digibokside andmed	33
1.3.4 Mõõdikuuring muutub mobiilseks	34
1.3.5 Multidimensionaalne teleauditooriumi mõõtmine	35
1.4 Andmed ja analüütika voogedastusplatvormidel	36
1.5 ERR-i audiovisuaalne programm	40
1.5.1 ERR-i audiovisuaalse programmi vaatamise võimalused	41
1.5.2 ERR-i audiovisuaalse programmi mõõtmine	42
1.5.3 ERR-i audiovisuaalse programmi vaatamise trendid	43
<b>2. METOODIKA</b>	50
2.1 Uurimisküsimused	50
2.2 Andmeallikad	51
2.3 Andmete valik ja teisendused	52
2.4 Uurimisstrateegia ja kasutatavad analüüsimeetodid	55
<b>3. TULEMUSED JA ARUTELU</b>	58
3.1 Žanrite esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes	59
3.2 Tootjate esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes	63
3.3 Tootmisperioodide esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes	65
3.4 Sisu esmaetri kanalite esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes	67

3.5 Žanrite, tootjate ja tootmisperioodide keskmised kohad vaatamispraktikate edetabelites	70
3.6 Valitud saadete, sarjade ja filmide koondpilt	74
3.7 Järeldused	77
3.8 Jupiteri arendamise perspektiivid ja potentsiaali kasutamine	81
3.9 Edasised uuringuvõimalused ja võimalikud mõõtmismudelid	83
<b>KOKKUVÕTE</b>	85
<b>KASUTATUD ALLIKAD</b>	87
<b>LISAD</b>	95
LISA A	95
LISA B	130

## SISSEJUHATUS

Televisioon ja audiovisuaalmeedia tööstus tervikuna on viimastel kümnenditel seoses valdkonna digiteerumisega seisnud silmitsi oluliste ja põhjalike muutustega. Digitaalsete teleteenuste levik, audiovisuaalse sisu pakkumise suurenemine, järelvaatamise võimaluste laienemine nii teleris, arvutis kui nutiseadmetes, sotsiaalmeedia võidukäik ning voogedastuse edu nii veebis kui nutirakendustes on põhjustanud reaalajas toimuva televaatamise ehk lineaarse televisiooni rolli vähenemise (Napoli, 2012; Kelly, 2019).

Audiovisuaalse meedia tarbimise harjumused ja praktikad on muutumas ning diferentseerumas. Auditoorium on üha enam killustunud nii tarbitava sisu, sisu tarbimiseks kasutatavate platvormide kui ka sisu tarbimiskoha ja -aja lõikes. On toimunud üleminek pakkumis põhistelt nõudluspõhistele turgudele, mis eelkõige väljendub digimeedia kiires arengus ning traditsioonilise ja uue meedia vaheliste piiride hägustumises (Galik & Vogl, 2015).

Kõik nimetatud muutused on esitanud väljakutse ka teleauditooriumi mõõtmisele. Traditsiooniline lineaarse televisiooni elutoa keskne mõõdikuuring on auditooriumi killustatuse tingimustes tõstatanud mitmeid küsitavusi. Nimetan siinkohal vaid muret, kuivõrd suudab traditsiooniline mõõdikuuring mingi konkreetse sisu auditooriumit tervikuna tabada ja kirjeldada või kuivõrd väljendab tänapäeval mõõdikuuringuga saadud auditooriumi suurus mingi konkreetse programmi tegelikku populaarsust või edu.

Digiteerumise tulemusel on meediatööstuses toimunud ulatuslik andmestumine, mis väljendub suure hulga uute kasutusandmete ja analüüsivõimaluste esiletõus. Digimeedia tarbimisel tekkivate kasutajate digitaalsete jalajälgede ning nii professionaalse kui kasutajate loodud sisu analüüsimise võimekus on avanud uued perspektiivid ka auditooriumi mõõtmisel, teleprogrammide vastuvõtu hindamisel ja edu ennustamisel. Uued avanevad võimalused on oluliselt kasvatanud teletööstuse huvi kasutada uusi digitaalsetel platvormidel loodud suurandmeid (Kelly, 2019), mille analüüsi ja kasutamise abil soovivad meediaorganisatsioonid kogu maailmas oma sisuloomet erinevate auditooriumitega paremini vastavusse viia, et seeläbi edukamalt globaalsel meediaturul võistelda (Arsenault, 2017).

Digimeedia platvormide kasutamise tulemusel loodud andmed ei võimalda üksnes täpsemat ja mitmekihilist kasutajaskonna mõõtmist. Keskkonnad nagu Google, Facebook, aga ka Netflix ja YouTube kasutavad enda keskkondades kasutajate loodud andmeid näiteks ka personaliseeritud kasutajakogemuse loomiseks, paremini sihitud turunduseks ja sisuloome sisendina (Napoli & Roepnack, 2018). Audiovisuaalse tööstuse vaatepunktist on suurt tähelepanu pälvinud Netflix'i edu suurandmete (*big data*) kasutamisel, mille abil on suudetud suurendada sisu vastavust auditooriumi ootustele ning arendada võimekust edukate programmide loomisel ja ennustamisel (Fagerjord & Kueng, 2019).

Võib eeldada, et erinevad auditooriumi mõõtmise meetodid erinevatel platvormidel annavad erinevaid tulemusi. Nii ongi tuvastatud, et näiteks traditsioonilise telemõõdikuuringu ja sotsiaalmeedia andmete põhjal saadud telesisu edetabelite tulemused erinevad olulisel määral (Kosterich, 2016). Samuti on täheldatud erinevusi sama audiovisuaalse sisu edus televisioonis ja voogedastusplatvormidel (Neira et al., 2021). Seega võib eeldada, et erinevatel platvormidel ning mõõtmismeetoditega saadud tulemuste võrdlev analüüs avaks oluliselt mitmekülgsema ja tõepärasema pildi kaasaegsest teleauditooriumist ning oleks oluliseks täienduseks diferentseerunud auditooriumi mõistmisel.

Magistritöö teoreetilise osa eesmärk on kaardistada erinevaid teleauditooriumi mõõtmise võimalusi ning kirjeldada erinevate meetodite eelseid ja puudusi. Samuti leiavad käsitlemist voogedastusplatvormidel tekkivate andmemahtude analüüs ja kasutusvõimalused.

Töö empiirilise uuringu eesmärk on tuvastada ja kirjeldada ERR-i audiovisuaalse programmi tarbimise erinevusi erinevate vaatamispraktikate (otsevaatamine, järelvaatamine, voogedastus) lõikes ning kujundada seeläbi terviklikum koondpilt ERR-i audiovisuaalse programmi auditooriumist. Võrdleva analüüsi peamisteks kategooriateks on kaks vaatamispraktikat: telerist otsevaatamine ja voogedastusteenuse Jupiter vaatamine. Oluline on rõhutada, et analüüs püüab korraga kombineerida kolme aspekti: audiovisuaalse sisu populaarsust kui vaatajate eelistust, erinevaid vaatamispraktikaid ning populaarse sisu metaandmeid.



Selleks viin läbi telejaamade ETV ja ETV2 programmi mõõdikuuringu tulemuste ja ERR-i veebiteenuste kasutusstatistika 2021. aasta andmete võrdleva analüüsi otsides vastuseid järgnevatele küsimustele:

1. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eetri ning voogedastusteenuse Jupiter kasutusstatistika alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?
2. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eetri ning mõõdikuuringu järelvaatamise populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?
3. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otsevaatamise ning veebist otsevaatamise kasutusstatistika alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?

Samuti analüüsin konkreetseid valitud saateid, filme ja sarju hinnates nende vaadatavust erinevate vaatamispraktikate lõikes. Analüüs püüab seeläbi luua koondpilti valitud sisunimetuste auditooriumi jagunemisest erinevate vaatamispraktikate vahel.

Andmeallikadena on kasutatud Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuringu andmeid, ERR-i veebilehtede kasutusstatistika serveriandmeid (läbi analüüsiliideste gemiusPrism ja Microsoft Power BI) ja ERR-i audiovisuaalse sisu andmebaasi Provys TV*office* andmeid.

Minu motivatsioon antud teemaga tegelemiseks tuleneb asjaolust, et töötan 2020. aasta aprillist ERR-i voogedastusteenuse Jupiter toimetajana. Oma igapäevases töös näen, et valdav teleprogrammi hindamise kriteerium on jätkuvalt koht teleauditooriumi mõõdikuuringus. Kuigi märgatav on ka huvi kasv sisu tarbimise vastu ERR-i järelvaatamist võimaldavatel digiplatvormidel, siis süsteemset sisu tarbimise mõõtmist üle erinevate platvormide ja seadmete ei toimu.

Hagi Šein (2021) on oma “Digiajastu teleraamatu” teletarbimist puudutavas peatükis öelnud, et järelvaatamise kasv on tuleviku telekorralduse huvitavamaid küsimusi. Samuti leiab ta, et teleauditooriumi mõõdikuuringust välja jääva veebis ja teistel digiplatvormidel toimuva (järel)vaatamise mõistmiseks on vaja uusi usaldusväärseid mõõtmisvahendeid ja meetodeid. Antud uurimus püüab sellesse arengusse anda oma panuse analüüsides ühe meediamaja pakutava audiovisuaalse programmi tarbimist seadmete ja vaatamispraktikate lõikes ning nende üleselt.

Töö kuulub meediauuringute valdkonda.

## 1. EMPIIRILINE JA TEOREETILINE RAAMISTIK

### 1.1 Televisiooni digiteerumine

Televisiooni senise arengutee periodiseerimisel on kasutatud erinevaid lähenemisi.

Ameerika Ühendriikide teleajaloo kontekstis räägitakse peamiselt kolmest etapist - telejaamade ajastu (*network era*), paljukanaliline üleminek (*multi-channel transition*) ja telejaamade järgne ajastu (*post-network era*). 1950-ndatest 1980-ndate keskpaigani väldanud telejaamade ajastut iseloomustas suurte telejaamade domineerimine ja lineaarse kavapõhise televisiooni stabiilne areng. Mitmekanaliline üleminek lähtus telekommunikatsiooniturgude liberaliseerimisest ja vältas 1980-ndatest uue sajandi alguseni, mil kaabeltelevisiooni levik suurendas auditooriumile kättesaadavate kanalite hulka ning esimesed salvestust ja taasesitust võimaldavad seadmed ning kaugjuhtimispultide turuletulek muutsid mõnevõrra telesisu tarbimise kogemust, kuid suurt murrangut väljakujunenud teleturule veel ei toonud. Telejaamade järgse ajastu peamiseks märksõnaks on aga kujunenud digiteerumine, mis on endaga kaasa toonud pakutava sisu mahu olulise suurenemise ja vaatamispraktikate mitmekesisustumise (Lotz, 2014).

Eesti ja Euroopa kontekstis on Hagi Šein (2021) defineerinud teleajastuid järgnevalt. 1955. aastast 1970-ndateni väldanud ringhäälingutelevisiooni iseloomustas pakkumise kasinus ning ühtses kultuuriruumis toimiv massiauditoorium. Pööre paljukanalilise televisiooni poole toimus Lääne-Euroopas sarnaselt Ameerika Ühendriikidele turgude liberaliseerimise tulemusena 1980-ndatel ja Eestis taasiseseisvumise järel 1990-ndate alguses. Ajastu sai suurema hoo sisse aastast 1995 ning sealt alates iseloomustab telemaastikku duaalne süsteem, kus avalik-õiguslike ringhäälingute kõrvale astus eraõiguslik kommertstelevisioon ning kus avalik ja eraõiguslik televisioon hakkavad juhinduma erinevatest sotsiaalsetest ja kultuurilistest eesmärkidest. Aastast 2007 saame aga rääkida televisiooni digiajastust, mille märksõnadeks on sisu küllus, mittelineaarsete tele- ja videoteenuste rohkus ning killustunud auditoorium.

Teleajastute ajaliste piiride ja definitsioonide mõningatele erinevustele vaatamata võib tõdeda, et viimaste aastakümnete pöördelisi arenguid käsitletakse valdavalt seoses televisiooni (ja kogu meedia) digiteerumisega.

Televisiooni digiteerumisega kaasnevatest muutustest tuleb antud töö kontekstis eelkõige esile tõsta pakutava audiovisuaalse sisu mahu olulist suurenemist, järelvaatamise kui uue telesisu tarbimispraktika esiletõusu, sisu levikut telerist teistesse seadmetesse ja mobiilsetele ekraanidele, meedia konvergensti ja ristmeediastumist ning meedia üldist andmestumist ja voogedastusteenuste arengut.

### **1.1.1 Pakutava sisu mahu kasv**

Vaatajatele pakutava sisu maht on alates televisiooni digiteerumisest märgatavalt kasvanud. Nii näiteks tegutses Eestis 2000. aastal viis siin tegevusloa saanud telekanalit (Statistikaamet, kuupäev puudub), 2022. aasta mais aga 27 kanalit (Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet, 2022). Eesti tegevusloaga teleprogrammide aastamaht suurenes ajavahemikus 2008-2020 80 tuhandelt tunnilt 147 tuhande tunnini (Statistikaamet, kuupäev puudub). Lisaks võistlevad Eesti televaatajate silmapaaride eest üle 40 mujal registreeritud, kuid Eestis oma programmi pakkuvat telekanalit, millele lisandub veel ligi 30 audiovisuaalset sisu pakkuvat voogedastusteenust ja veebilehte (Mavise, kuupäev puudub). Üleeuroopalises koondvaates on auditooriumile kättesaadavate telekanalite arv 48 Euroopa Audiovisuaalse Observatooriumi liikmesriigis kasvanud 2000. aasta 849 telekanalilt 11 418 kanalini 2019. aastal. Digiajastul täiesti uue nähtusena esile kerkinud voogedastusteenus jõudis 2019. aastal Euroopa tarbijateni 3069 platvormi või veebilehe vahendusel (Ene, 2020). Sellise pakkumise kasvu juures on mõistetav, et vaatajate tähelepanu on jagatud üha enamate kanalite ja platvormide vahel.

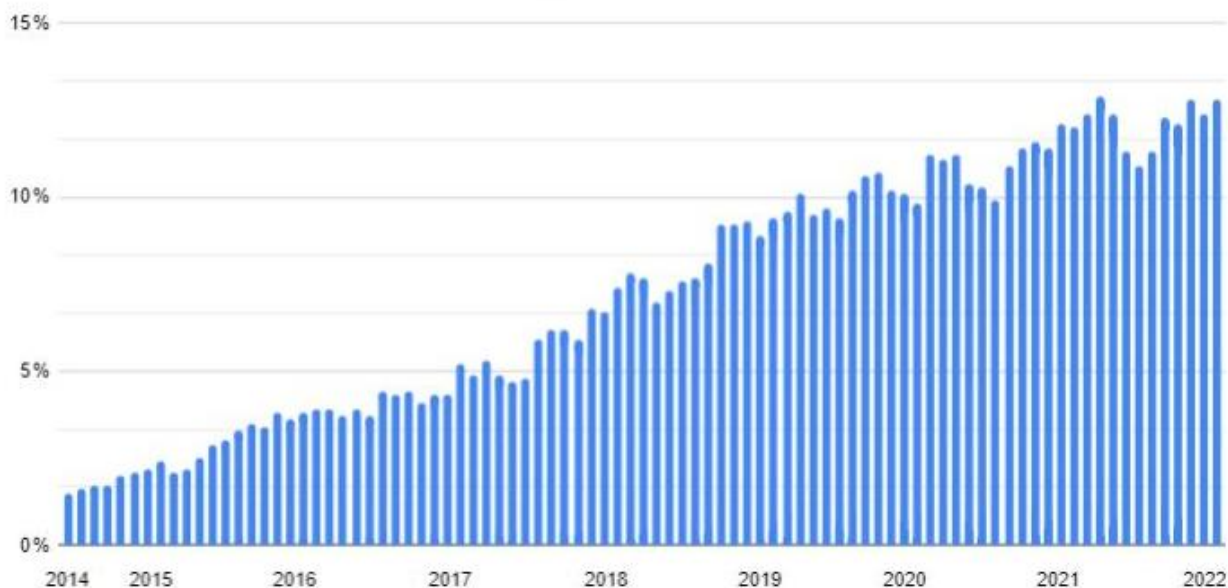
### **1.1.2 Järelvaatamise kasv**

Olulise muutuse on telesisu tarbimismustritesse toonud sõltumatus reaalses telepildi vaatamisest. Järelvaatamise esimesed ilmingud saabusid koos salvestusseadmete levikuga juba 1980-ndatel (Lotz, 2014), kuid laiema kasutajaskonna on mittelineaarne telesisu vaatamine

saanud kahtlemata digiajastul (Portilla, 2015). Seejuures ei saa mittelineaarsuse kontekstis rääkida mitte üksnes järelvaatamisest, vaid sageli jõuab telesisu platvormide ja veebiportaalide kaudu vaatajateni ka enne tele-eetrit.

Järelvaatamise kasvu on seostatud ka üldise telesisu pakkumise kasvuga (Neira et al., 2021). Näiteks võib konkreetse vaataja eelistatud erinev telesisu olla samaaegselt eetris erinevatel kanalitel. Järelvaatamine võimaldab vaatajal soovi korral mõlemast eelistatud telesisust siiski osa saada. Seega on järelvaatamisest saamas teleprogramm, mille saab vaataja lähtuvalt oma eelistustest ise kokku panna (Šein, 2021).

Eestis on telekomioperatorite vahendusel ja telerite kaudu pakutava järelvaatamisteenuse kasutamine olnud stabiilselt kasvav. Kantar Emori mõõdikuringu tulemused näitavad, et alates 2014. aastast, mil järelvaatamist mõõtma asuti (Oja, 2013), on järelvaatamise osakaal kogu vaatamisajast 1,5% tasemelt 2022. aasta märtsiks tõusnud 12,9% tasemele (Kantar Emor, kuupäev puudub, a).



Joonis 1. Järelvaatamise osakaal kogu vaatamisajast (%) 4-aastaste ja vanemate Eesti elanike hulgas, 2014-2022  
Allikas: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring

Tuleb silmas pidada, et joonisel 1 välja toodud järelvaatamise kasv kajastab vaid mõõdetavat teleripõhist järelvaatamist. Teistel seadmetel nagu arvutid, tahvlid ja nutitelefonid toimuv voogedastusteenuste ja veebilehtede vahendusel pakutav järelvaatamine nendes arvudes ei kajastu.

### **1.1.3 Ekraanide paljusus**

Digiteerunud meediale on omane konvergens ehk liidestatus. See tähendab, et meediasisu seotus mingi kindla platvormiga väheneb ja erinev meediasisu on kättesaadav paljudel erinevatel tehnilistel platvormidel ja formaatides - näiteks televisioon, raadio, internet mobiilsetes seadmetes või raadio ja internet nutitelerites (Dwyer, 2010). Telesisu jõudmine teleri ekraanilt teistesse, sageli mobiilsetesse seadmetesse, on lisaks kavapõhise lineaarse televaatamise loogika lõhkumisele väljakutse esitanud ka telesisu elutoa kesksele kohaspetsiifikale (Buzzard, 2012). Uue ja vana meedia põimumine ning omavaheline liidestatus ei tekita raskusi üksnes auditooriumi mõõtmisel, vaid viib ka hägustunud ja ebaselge meedia tarbimise kontekstini.

### **1.1.4 Meedia andmestumine**

Meedia digiteerumine on kaasa toonud meedia andmestumise, mis võiks paljude meediaorganisatsioonide nägemuses aidata leevendada ebakindlust, mida digiteerumine on meediatööstusesse läbi auditooriumite fragmenteerumise ja tarbimiskonteksti hägustumise toonud (Arsenault, 2017).

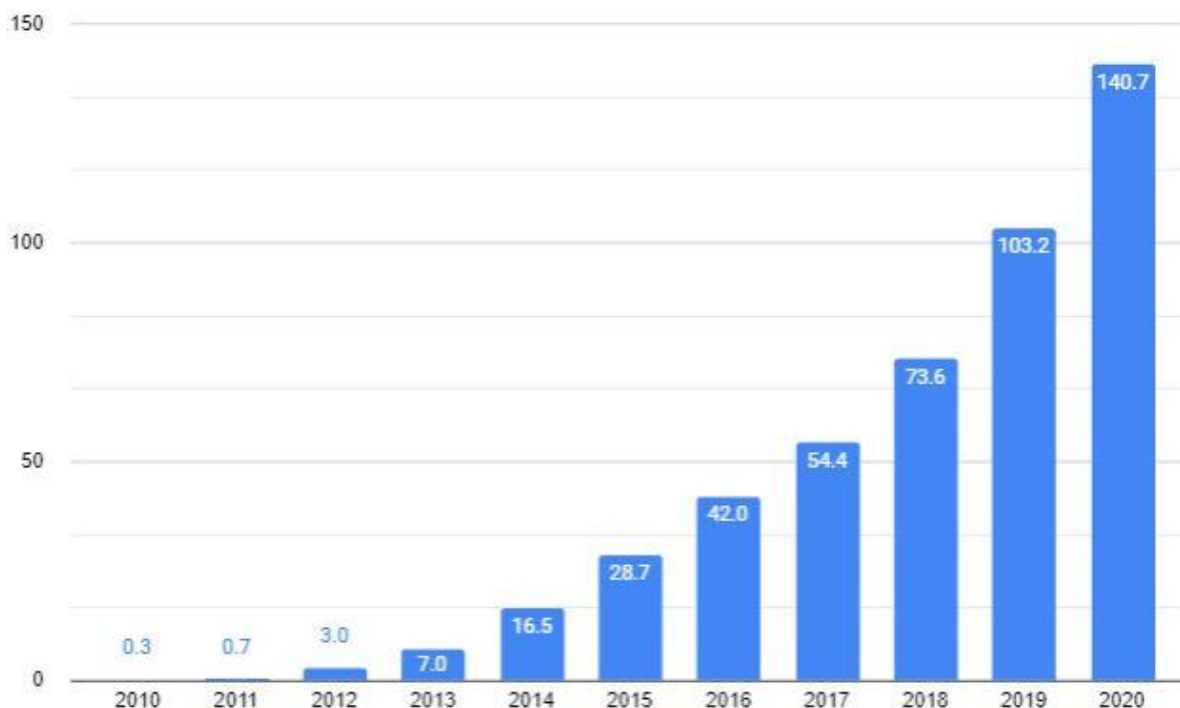
Digimeedia võimekus registreerida ja talletada pea kõiki kasutaja tegevusi on loonud uued analüüsivõimalused, mis on ümber kujundanud nii meedia sisuloome, sisu levitamise kui turunduse praktikad. Paljud digiteerunud meediatööstust vaevavad küsimused (kellele näidata, mida näidata, kuidas näidata, millal näidata, mida luua) saavad vastuse läbi suurandmete kasutamise ja meediaanalüütika. Nii näiteks võimaldavad kasutajate tarbimiskäitumise digitaalsed jalajäljed kombineeritult sisuelementide analüüsiga luua personaliseeritud kasutuskogemust ja sihitud soovitusi. Kasutajate füüsilisele kontekstile viitavad andmed (geograafiline asukoht, tarbimise aeg, kasutatav seade) võimaldavad ennustada tarbimise

konteksti. Kasutajate tarbimiskäitumine ja sotsiaalmeedia sisu analüüs annab aga sisendi sisuloome planeerimisse (Manovich, 2018).

### 1.1.5 Voogedastusteenuste võidukäik

Televisiooni ja audiovisuaalse meedia kontekstis on digiteerumise tulemid ja andmestumine enim väljendunud voogedastusteenuste toime loogikas. Voogedastusteenust defineeritakse kui teenust, mis pakub koheseks tarbimiseks suurt valikut audiovisuaalset sisu, tehes selle tarbijale kättesaadavaks üle erinevate andmesidevõrkude (interneti) ning platvormide (veebilehed, rakendused) ja seadmete (teler, arvuti, mobiiltelefon jne) (Fagerjord & Kueng, 2019). Voogedastusteenused on oma teistlaadsest teenusloogikast lähtuvalt püüdnud televisioonist eristuda ning seda erinevust ka alati rõhutanud. Mittelineaarsus, personaliseeritud kasutajakogemus, võimalus vaadata sarju katkestusteta (*binge-watching*) ning sageli ka sõltumatus reklaamiklientidest on olnud digiteerumisest ja andmestumisest tulenevad voogedastusteenuste võimalused ja eelised (Wayne, 2021). Andmete kasutus ja nende analüüs läbi erinevate tehnoloogiliste rakenduste on globaalsete voogedastusteenuste nagu Netflix, HBO, Amazon Prime Video või Spotify puhul niivõrd keskseks funktsiooniks, et sageli käsitletakse neid mitte meediaettevõtete, vaid tehnoloogiaettevõtetenä (Fagerjord & Kueng, 2019).

Voogedastusteenuste kasutamise kasv on olnud kiire. Joonisel 2 on näha kuidas Euroopa Liidu 28 liikmesriigis on SVOD (kuutasupõhine voogedastusteenus) tellimuste arv kümne aastaga kasvanud pea olematult tasemelt 141 miljonini. Samal ajal on tasuliste teleteenuste (kaabel- või internetiteleviioon) ja SVOD tellimuste arv võrdsustunud. Kui veel 2015. aastal oli Euroopa Liidus sõlmitud tasuliste teleteenuste ja SVOD tellimuste vahe ligi viiekordne tasuliste teleteenuste kasuks, siis aastaks 2019 oli tellimuste arv sisuliselt sama - 144 miljoni tasulise teleteenuse lepingu kõrval olid Euroopa Liidu tarbijad sõlminud ka 141 miljonit SVOD lepingut (Grece, 2021).

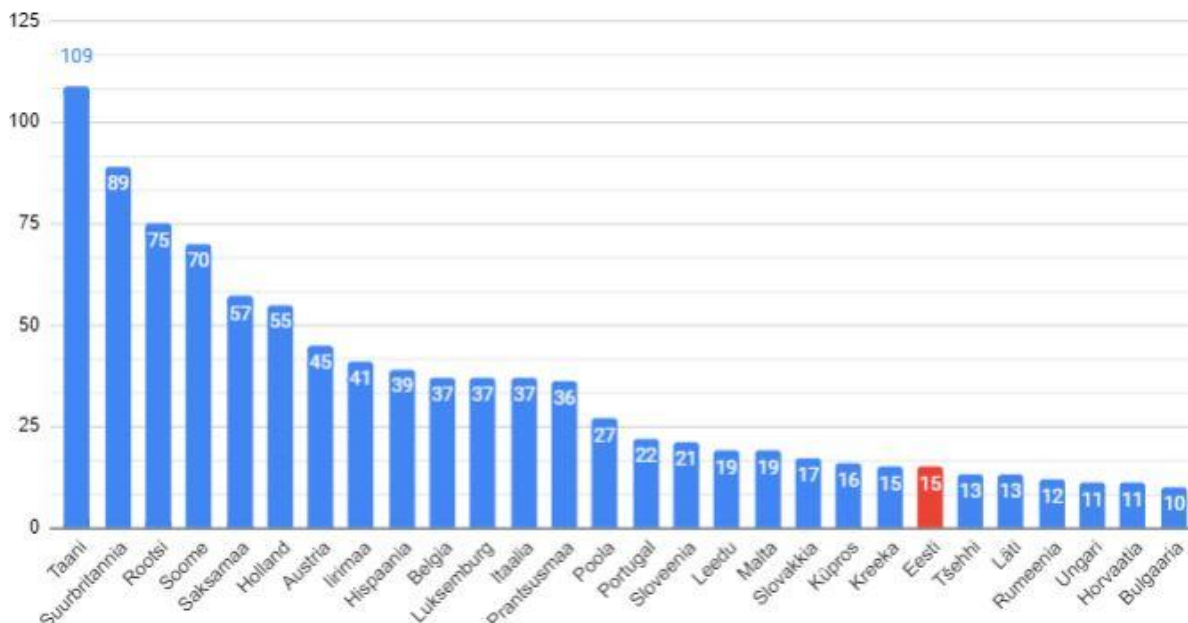


Joonis 2. SVOD (kuutasupõhine voogedastusteenus) tellimused Euroopa Liidus (miljonites), 2010-2020  
Allikas: Euroopa Audiovisuaalne Observatoorium

Eesti kohta käivad andmed on mõneti vastukäivad. Näiteks kasutas 2020. aasta lõpus ja 2021. aasta alguses läbi viidud dentsu Eesti (2021) uuringu kohaselt 15-64 aastastest Eesti inimestest telesisu vaatamiseks aasta jooksul mõnda voogedastusteenust 68% ehk ligi 570 tuhat inimest ning 20% telesisu vaatamisele pühendatud ajast toimus *online* platvormide vahendusel. Euroopa Audiovisuaalse Observatooriumi andmetel oli 2019. aastal 100 Eesti majapidamise kohta aga 15 SVOD ja 87 tasulise televisiooni tellimust. Selle tulemusega liigitub Eesti kõrge tasulise televisiooni ja madala SVOD levikuga riikide hulka (Grece, 2021). Joonisel 3 on näha Eesti positsioon SVOD tellimuste osas võrdluses teiste Euroopa Liidu riikidega.

Ilmselt saab eelpool kirjeldatud mõningast vastuolu selgitada asjaoluga, et dentsu Eesti uuring käsitles kogu telesisu *online*-tarbimise laia spektrit (televisiooni otse- ja järelvaatamine veebist ning erinevat liiki voogedastusteenused), Euroopa Audiovisuaalse Observatoorium aga spetsiifiliselt vaid ühe voogedastusteenuse liigi (SVOD) levikut.





Joonis 3. SVOD (kuutasupõhine voogedastusteenus) tellimusi Euroopa Liidus 100 majapidamise kohta riigiti, 2019  
Allikas: Ampere Analytics

Sellele vaatamata tuleb tõdeda, et käesolevaks ajaks on televisioon ja audiovisuaalne meedia tervikuna jõutud ka Eestis arengufaasi, kus digiteerumine on põhjalikult muutnud nii sisu pakkumist, selle levitamist kui ka tarbijate käitumismustreid ja harjumusi.

Tänane vaataja võib kujundada oma sisutarbimise praktikad välistades nii sõltuvuse telekavast kui reklaamipausidest ning valida, kas teha seda jätkuvalt oma elutoas teleri ees või hoopis mujal talle sobivas kohas. Uute tehnoloogiliste võimaluste ja vaatamispraktikate tulemusel on telesisu tarbimine muutunud järjest keerukamaks, teadlikumaks ja individuaalsemaks. Televisioon kui massimeedium, mille pakutav programm jõuab laia heterogeense auditooriumi ette, ei ole enam norm. Televisioon on viimastel aastakümnetel muutunud meediumiks, mis suunab sageli oma programmi fragmenteerunud ja spetsiifilistele vaatajagruppidele (Lotz, 2014).

Digiteerumise käigus muutunud telemaastik esitab uued väljakutsed ka teleauditooriumi mõõtmisele.

## **1.2 Teleauditooriumi mõõtmine ja sellega kaasnevad väljakutsed**

Teleauditooriumi kui massiauditooriumi täpne mõõtmine on olnud alati keerukas. Aastate jooksul on kasutusel olnud mitmeid erinevaid mõõtmismeetodeid. Uute meetodite kasutuselevõtu eesmärk on olnud püüd muutuva telemaastikuga kohaneda ja ilmsiks tulnud puudusi kõrvaldada (Milavsky, 1992). Nagu eelnevalt kirjeldatud, on digiteerumise käigus toimunud auditooriumi fragmenteerumine ja telesisu tarbimismustrite mitmekesistumine. See pole aga kaugeltki esmakordne muutus, mis auditooriumi mõõtmise praktikaid kahtluse alla on seadnud. Ka 1980-ndate tehnoloogilised uuendused nagu kaugjuhtimispult ja salvestusseadmed tõstasid auditooriumi adekvaatse mõõtmise problemaatika (Hessler, 2021; Lotz, 2014; Milavsky, 1992). Seega on iga mõõtmissüsteem oma ajastu nähtus ning telemaastikul toimuvate arengute peegeldus.

### **1.2.1 Teleauditooriumi mõõtmise eesmärgid**

Auditooriumi mõõtmine on meediajuhtidele ja reklaamijatele olnud kriitilise tähtsusega pea sajandi. Mõõtmise tulemusel saadud auditooriumi suurus ja koosseis toimivad meediaturul kui “valuuta”, mille kaudu kommertsmeedia toimib (Nelson & Webster, 2016). Ühel poolt vajavad telejaamad infot, millist programmi ja millal eetrisse lasta, püüdes nii koguda võimalikult suurt ja väärtuslikku vaatajaskonda. Teisalt vajavad turundajad ja reklaamijad infot teadmaks kellele ja millal oma reklaamisõnumeid edastada (Portilla, 2015). Teleauditooriumi reitingud on vahend, mille kaudu need kaks huvi kohtuvad ning toimub reklaami müük ja ost meediaturul (Buzzard, 2012; Webster, 2014; Portilla 2015). Seetõttu on teleauditooriumi mõõtmist ning reitinguid käsitletud ka kui auditooriumi infosüsteemi (Napoli, 2012) või turu inforežiimi (Anand & Peterson, 2000). Kuigi avalik-õiguslikud telejaamad üldjuhul reklaami ei müü, on reitingud programmi planeerimiseks ja vastuvõtu hindamiseks ka nende jaoks vajalikud.

Käsitledes teleauditooriumi mõõtmist ja sellest tulenevaid telereitinguid kui turu funktsioneerimiseks olulist vahendit, tuleb silmas pida, et ainult teatud omadustele vastav mõõdik saab olla turuosaliste poolt ühiselt aktsepteeritav.

Esmalt peaks mõõtmist teostav organ olema sõltumatu uuringufirma ehk mitte üks turu osapooltest (Anand & Peterson, 2000), mille kasutatav standardiseeritud mõõdik (Webster, 2014) peab olema turu osapoolte vahel ühiselt heakskiidetud (Nelson & Webster, 2016; Bourdon & Meadel, 2011). Seejuures on oluline, et mõõdik oleks lihtsasti mõistetav, läbipaistev ning piisavalt taskukohane (Nelson & Webster, 2016). See tähendab, et turu osapooltel peab olema arusaam, mida ja kuidas mõõdetakse ning valmidus meetodika väljatöötamise ja uuringute läbiviimise eest tasuda.

Oluline on silmas pidada, et muudatused mõõtmise meetodikas mõjutavad mõõtmise tulemusi ning toovad esile auditoriumi teistsuguseid nüansse (Napoli, 2005; Bourdon & Meadel, 2011) ning et iga mõõdiku muudatusega kaasneb nii võitjaid kui kaotajaid.

Muudatuste valulikkust illustreerib kohtukaasus 2009. aastast, mil Sunbeam TV Corp kaebas pärast mõõdiku muudatustest tulenenud oma telekanalite reitingute langust uuringufirma Nielsen'i kohtusse (McAdams, 2009). Muutused mõõtmismetoodikas ja seeläbi turu inforežiimis on seega keerukad ning kohtavad sageli vastuseisu (Anand & Peterson, 2000).

### **1.2.2 Teleauditoriumi mõõtmise ajalugu ja mõõdikuuring**

Elektroonilise meedia mõõtmine algas 1920-ndatel raadioauditoriumi uuringutega. Selleks kasutati näost-näkku või telefoni teel läbi viidud intervjuusid, küsitlusi ja päevikuuringut. Kuid juba 1940-datel võeti Ameerika Ühendriikides kasutusele esimene elektrooniline mõõteseade (*audimeter*), mis registreeris, kas mingi kindel raadiokanal on kodus sisse lülitatud. Seega oli tegu peamiselt vaid seadme töötamise mõõtmisega. Samaaegselt televisiooni sünni ja levikuga võeti 1940-ndate lõpus sarnane süsteem kasutusele ka televisiooni mõõtmisel (Kim, 2018).

Erinevalt Euroopast, kus 20. sajandi keskpaigas erajaamad puudusid, domineeris Ameerika Ühendriikide telemaastikul eratelevisioon, mis sõltus reklaamimüügist ja reitingutest. Seetõttu on sealsed teleauditoriumi mõõtmise arengud olulised ja teedrajavad. 1940-ndate lõpust kuni 1980-ndate keskpaigani oli Ameerika Ühendriikides kasutusel kaks teleauditoriumi mõõtmise viisi. Üleriiklikuks süsteemiks oli eelpool kirjeldatud teleri töötamist mõõtev elektrooniline

seade. Osariiklikul tasemel oli valdavaks aga päevikuuring. Päevikuuringu valim pidi olema esinduslik ehk kajastama üldkogumi omadusi ja proportsioone. Valimi liikmed pidid päevikut täites registreerima oma teleri vaatamise 15 minuti täpsusega. Päevikud koguti kokku iga neljanädalase perioodi lõppedes, millele järgnes andmete analüüs ja avaldamine. Võrreldes üksnes seadme töötamise mõõtmisega oli see samm edasi, kuna võimaldas teha järeldusi ka auditooriumi sotsiaaldemograafiliste näitajate kohta (Hessler, 2021).

Päevikuuringu kui vastaja aktiivset osalust nõudva uuringu puuduseks on loetud võimalust, et vastajad unustavad telerivaatamised üles märkida, ei mäleta tagantjärele täpselt oma vaatamisi ning märgivad seetõttu üles juhuslikku infot (Hessler, 2021). Samuti täheldati, et vaatajad mäletavad paremini suurte telekanalite ning õhtuse vööndi (*prime time*) vaatamisi, mis moonutab tulemusi ja viib nimetatud jaamade ja ajavööndite ülesindatuseni reitingutes (Buzzard, 2012; Hessler, 2021).

Uute mõõtmisvõimaluste otsingud olid ühelt poolt tingitud nimetatud päevikuuringu puudustest, teisalt aga muutustest telemaastikul. Nimelt algas kaabeltelevisiooni levikuga ning sellest lähtuva telesisu pakkumise suurenemisega 1980-ndatel teleauditooriumi fragmenteerumine. Samuti suurenes kaugjuhtimispultide turuletulekuga tõenäosus, et vaatajad vahetavad reklaamipauside ajal kanalit (Hessler, 2021). Reklaamijate ja turundajate fookus hakkas samal perioodil liikuma massturunduselt sihitud lähenemisele (Buzzard, 2002). Seega kujunes muutunud telemaastikul vajadus täpsemate mõõtmisandmete järele, mida asus pakkuma mõõdikuuring.

Mõõdikuuring (*people meter*) võeti esmakordselt kasutusele 1984. aastal Suurbritannias (Bourdon & Meadel, 2011). Sealt levis uus mõõtmistehnoloogia kiiresti teleturgudele Lääne-Euroopas ja Ameerika Ühendriikides (Buzzard, 2002). Eestis võeti mõõdikuuring kasutusele 2003. aastal (Neudorf, 2002).

Mõõdikuuring toimib läbi vaadatava programmi tuvastamise selle heliriba kaudu (*audio matching*) (Buzeta & Moyano, 2013). See tähendab, et mõõdikuuringu seadme tuvastatud heliriba võrreldakse telekanalite programmide heliribadega. Seejuures ei ole mõõdikuuringusse

kaasatud lõputu hulk telekanaleid, vaid mingi kindel uuringufirma poolt määratud valik (Napoli, 2012).

Mõõdikuuringu seade on paigaldatud valimisse kuuluva leibkonna teleri külge ning see mõõdab, kas televiisor töötab ja millist kanalit vaadatakse. Mõõteseadmel on kaasas pult, mille iga nupp vastab ühele pereliikmele ning mille kaudu tuleb igal pereliikmel oma telerivaatamise algus ja lõpp registreerida. Samuti tuleb registreerida vaatajad, kes pole leibkonna liikmed ehk külalised. Toorandmed liiguvad igal ööl keskserverisse, kus need pannakse vastavusse telekavade ja reklaamipausidega. Kogu populatsioonile üldistatud tulemused ehk üleööreitingud avaldatakse juba järgmisel hommikul (Bourdon & Meadel, 2011; Buzzard, 2002; Alla, 2014).



Pilt 1 ja 2. Kantar Emori telemõõdik ja vaatamist registreeriv pult (Alla, 2014).

Mõõdikuuringul on seega olulisi eeliseid võrreldes päevikuuringuga. Mõõdikuuring pakub pidevat demograafiliste andmetega rikastatud televaatamise andmestikku, mis avaldatakse juba telepäevale järgneval päeval. Suurenenud on andmete hulk ja nende detailsus. Vähenenud on vead, mida valimi liikmed võisid paberpäevikute täitmisel teha. Samuti on vähenenud unustamise risk, kuna mõõdikuuringu seade meenutab vaatajale vajadust oma vaatamine registreerida (Buzzard, 2012).

Mõõdikuuring laiendas ka uuritavate televaatajate vanuseskaalat, kaasates uuringusse lapsed vanuses 4-12 (Kinks, 2002). Keerukama päevikuuringu puhul algas uuritavate vanus 12. eluaastast.

Mõõdikuuring õigustas end stabiilsetel aastakümnetel, kus valdavaks oli elutoa keskne lineaarne televisioon. Kuna mudel oli efektiivne, muutus see peagi valitsevaks turu inforežiimiks (Kelly, 2019). Mõõdikuuringu kujunemine turu keskseks instrumendiks tugevdas selle dominantset positsiooni ning vähendas osapoolte huvi selle muutmiseks või asendamiseks. Valitseva inforežiimi kujunemist võib selgitada ka võrgustiku efekti (*network externalities*) kaudu - turuosalisi kannustab suurenev stiimul kasutada samu tehnoloogilisi lahendusi üksnes seetõttu, et märkimisväärne osa teistest on selle juba kasutusele võtnud (Ibrus, 2013).

### **1.2.3 Mõõdikuuringu metoodika kriitika**

Kuigi mõõdikuuring parandas oluliselt teleauditooriumi mõõtmisel saadud andmete hulka, detailsust ja kvaliteeti, on seda sageli ja paljude aspektide osas kritiseeritud. Kriitika tuleneb ühelt poolt mõõdikuuringu enda metoodikast ehk sellest kuidas mõõtmine toimub. Teisalt aga muutunud tele- ja meediamaaastikust, mistõttu ei taga mõõdikuuring enam piisavalt täpset ja adekvaatset teleauditooriumi mõõtmist.

Kriitika telemõõdiku metoodika kohta võiks kokku võtta tõdemusega, et vaatamata positiivsele võrdlusele veelgi aktiivsemat valimi liikmete osalust nõudva päevikuuringuga, pole ka mõõdikuuringu puhul tegemist täielikult passiivse auditooriumi mõõtmisega. Mõõdikuuringus osalemine nõuab valimi liikmete nõusolekut ja pühendumist (Buzzard, 2012; Bourdon & Meadel, 2011).

Nagu ka päevikuuringu puhul, värvatakse mõõdikuuringu valimi (paneeli) leibkonnad silmas pidades üldkogumi omadusi ja proportsioone (Neudorf, 2002; Alla, 2014). Pole aga teada, kas värbamisest keeldujaid ühendab midagi ainuomast. Nii näiteks on tuvastatud, et kõrgharidusega inimesed keelduvad tõenäolisemalt uuringus osalemast. Ometi vajalik hulk neid uuringusse

värvatakse. Kuna keeldujaid ei saa uurida, jääb teadmata, mis eristab keeldujate ja nõustujate käitumist ning harjumusi (Bourdon & Meadel, 2011).

Mõõdikuuringu passiivne iseloom on suhteline. Uuringus osalejate jaoks tähendab see uuringu juhustega tutvumist, uue mitmeid kordi päevas korratava tegevusega (nupu vajutus puldil) harjumist ning lastele ja külalistele vaatajaks registreerimise meenutamist. Samuti uuringufirma kontrollkõnedele vastamist ja intervjuudes osalemist (Bourdon & Meadel, 2011).

Küsimusi on tõstatanud vanuserühma 4-12 kaasamine mõõdikuuringusse. On küsitav, kas ja kui iseseisvalt lapsed oma vaatamisi registreerivad (Buzzard, 2012; Hessler, 2021). Võib eeldada, et mingis osas nad ei oska või unustavad seda teha ning mingis osas teevad seda nende asemel vanemad. Vaatajaks registreerimine eeldab subjektset käitumist ning pole üksmeelt, millisest vanusest seda lapselt oodata saab (Bourdon & Meadel, 2011).

Võib eeldada, et esineb ka juhtumeid, kus ühe teleriga leibkonnas teeb mingil ajahetkel teistele leibkonna liikmetele vastumeelse vaatamisvaliku üks leibkonnaliige. Jääb ebaselgeks, kas sellisel juhul on teiste vaatajaks registreerimine ka tegelikult käsitletav vaatamisena või mõõdetakse sel juhul vaid teleriga samas ruumis viibimist (Morley, 1986; Bourdon & Meadel, 2011 kaudu). Võib oletada, et sellises situatsioonis valdab teisi leibkonnaliikmeid vastumeelsus oma vaatamist registreerida vaatamata sellele, et programmi siiski vaatama asutakse.

Kuna mõõtmisseade tuletab vaatamise registreerimist meelde vaid juhul, kui ükski vaataja seda teinud pole (Buzzard, 2012), tuvastas Nielsen ühes oma 2009. aasta uuringus, et mida rohkem inimesi korraga samas ruumis telerit vaatab, seda suurem on tõenäosus, et osa vaatajatest jätab oma vaatamise registreerimata. See puudutab aga enim just suuri mitmeliikmelisi leibkondi, Ameerika Ühendriikide kontekstis näiteks hispaaniakeelseid perekondi, kelle vaatamiseelistused võivad teistest leibkondadest märgatavalt erineda. Sellise registreerimata vaatajatehulga suuruseks hinnati 8% (Mandese, 2009).

Nagu eelnevast näha, on mõõdikuuringu meetodika puhul sageli küsimuseks, kas kõik teleriga samas ruumis viibijad on vaatajateks registreeritud. See tähendab aga keskendumist nõ “kehade”

mõõtmisele (Hessler, 2021) ja hägustab piiri telesisu vaatamise ning telesisule eksponeerituse mõõtmise vahel (Bourdon & Meadel, 2011).

Sellele probleemile on mõõdikuuringu eksistentsi jooksul püütud leida mitmeid tehnilis-biomeetrilisi lahendusi. Üks sellistest oli 1987. aastal Percy Co. loodud Voxbox 1200 süsteem, mis infrapuna sensorite abil püüdis tuvastada inimeste arvu ruumis. Kui sensoriga tuvastatud arv ning mõõdiku seadmes registreeritud vaatajate arv ei kattunud, anti sellest vaatajatele märku teleri musta ekraaniga (Barbieri, 1987; Hessler, 2021 kaudu). Uuringufirma Nielsen on mõõdikuuringu täiustamiseks eksperimenteeritud ka ultraheli lainete ja näotuvastuse tehnoloogiatega. Esimesel juhul püüti sarnaselt Voxbox lahendusele tuvastada toas viibivate inimeste arvu ja liikumist (Kiewit & Lu, 1987). Näotuvastuse eesmärk oli tunda ära iga üksik leibkonnaliige ning registreerida tema paiknemine ruumis ja asend teleri suhtes (Lu, 1989).

Biomeetriliste mõõteseadmete arendamine viitab Hessleri (2021) arvates uuringufirmade kahtlusele, et valimi liikmed ei tee mõõtmisprotsessis piisavalt koostööd või teevad seda ebatäpselt. Suurenev tähelepanu privaatsusega seotud küsimustele ning avalikkuse kriitika ei viinud biomeetrilise mõõtmise lahendusi laialdase kasutuseni (Napoli, 2011; Hessler, 2021 kaudu).

Teleauditooriumi mõõdikuuringu kriitika näitab, et kasutatav tehniline lahendus ja meetodika ei taga telesisu vaatamise passiivset mõõtmist, vaid selline mõõtmine koosneb paljudest sotsio-tehnilistest teguritest, mille keskmes on inimene, kes on samaaegselt nii mõõdetav objekt kui mõõtmist läbi viiv subjekt (Bourdon & Meadel, 2011).

#### **1.2.4 Mõõdikuuringu väljakutsed digiteerunud telemaastiku kontekstis**

Lisaks meetodikale on mõõdikuuring kriitika all seoses muutuva telemaastiku ja vaatamispraktikatega. Nagu eelpool kirjeldatud, on digiteerunud telemaastiku märksõnadeks sisu pakkumise suurenemine, järelvaatamise võimaluste laienemine, ekraanide paljusus, konvergens, sotsiaalmeedia võidukäik ja voogedastusteenuste edu. Kuna klassikaline mõõdikuuring



keskendub elutoa keskele programmi telerist vaatamise mõõtmisele (kindel koht, aeg ja seade), siis on ilmne, et muutuvad olud on mõõdikuuringule mitmeid väljakutseid esitamas.

Juba enne digiajastut kritiseeriti mõõdikuuringu keskendumist vaid kodustele teleritele. Paljud ekraanid paiknevad avalikus ruumis (baarid, pubid, koolid, haiglad, lennujaamad jne) (Hessler, 2021) ja ajuti võib nende ette eriti näiteks spordiülekannete ajal koguneda märkimisväärne vaatajaskond (Bourdon & Meadel, 2011). Samuti on paljudel leibkondadel mitu kodu või ühes eluruumis mitu telerit (Bourdon & Meadel, 2011). Viimati nimetatud probleem on Eestis nüüdseks lahendatud - Kantar Emor varustab mõõdikuga kõik valimisse kuuluva leibkonna telerid (Alla, 2014).

Samuti on lahendatud järelvaatamise kui digiajastu ühe oluliseima uue vaatamispraktika mõõtmine. Mittelineaarse vaatamise kasv jättis suureneva osa teleisu vaatamisest mõõtmata ning mõõdikuuringu metoodika vastav muutmine oli paratamatu (Portilla, 2015). Järelvaatamise mõõtmine sai võimalikuks tänu programmi tuvastamisele selle heliriba kaudu. Programmi heliriba on salvestatud mõõdiksüsteemi serverisse ning on mõõtmisseadmest tuleva heliriba kaudu tuvastatav sõltumata programmi vaatamise ajast (Buzeta & Moyano, 2013).

Järelvaatamist mõõdetakse kahel ajaskaalal. Eetripäeva järelvaatamine või ühe päeva vaatamine (VOSDAL - *viewing on the same day as live*) kajastab järelvaatamisi, mis on tehtud eetripäevaga samal päeval (Portilla, 2015). Eestis on lühema ajaskaalana kasutusel reiting, mis mõõdab 24 tunni jooksul pärast eedit tehtud järelvaatamisi (Oja, 2013). Teise järelvaatamist kajastava ühikuna on kasutusel seitsmepäevane järelvaatamine, mis kajastab kuni seitsme päeva jooksul pärast eetripäeva tehtud järelvaatamisi (Oja, 2013; Portilla, 2015; Šein, 2021). Järelvaatamise uuringute andmeil tehakse valdav osa järelvaatamisi 24 tunni jooksul pärast programmi eedit (Evens & Berte, 2014). Seega pole väga pika järelvaatamise ajaakna mõõtmine õigustatud.

Tuleb rõhutada, et mõõdikuuringuga kaetakse ära vaid teleri vahendusel toimuv teleprogrammi järelvaatamine. Teistes seadmetes veebilehtede või rakenduste kaudu toimuv järelvaatamine mõõdikuuringu numbrites ei sisaldu (Šein, 2021). Sama kehtib ka teistes seadmetes toimuva otsevaatamise kohta. Seega on teatud osa telesisu tarbimisest mõõdikuuringuga mõõtmata.

Järelvaatamine ning sisu edastamiseks kasutatavate seadmete ja platvormide paljus on vaid mõned aspektid auditooriumi fragmenteerumise paljude komponentidega protsessis. Pakutava telesisu mahu suurenemine on nimetatud aspektide kõrval üks peamisi tegureid, millele on mõõdikuuringul keeruline vastata ja mis on põhjustanud traditsiooniliste reitingute täpsuse ja adekvaatsuse kahanemist (Napoli, 2012). On isegi leitud, et jätkuv auditooriumi fragmenteerumine on viinud traditsioonilise valimipõhise mõõtmismeetodi selle võimaluste piirini (Nelson & Webster, 2016).

Pidevalt suurenev pakkumine tekitab telesisu tarbimises “pika saba” efekti (*long-tail effect*). See tähendab, et teiste telekanalitega võrreldes suurema auditooriumiga kanalid on koondunud üheks juhtklastriks. Sellele järgneb suur hulk kanaleid, millel igaühel eraldi on väga väike auditoorium, kuid mis tervikuna võivad olla suurema vaatajaskonnaga kui populaarne väheste kanalitega juhtklaster. (Anderson, 2006; Napoli, 2012 kaudu).

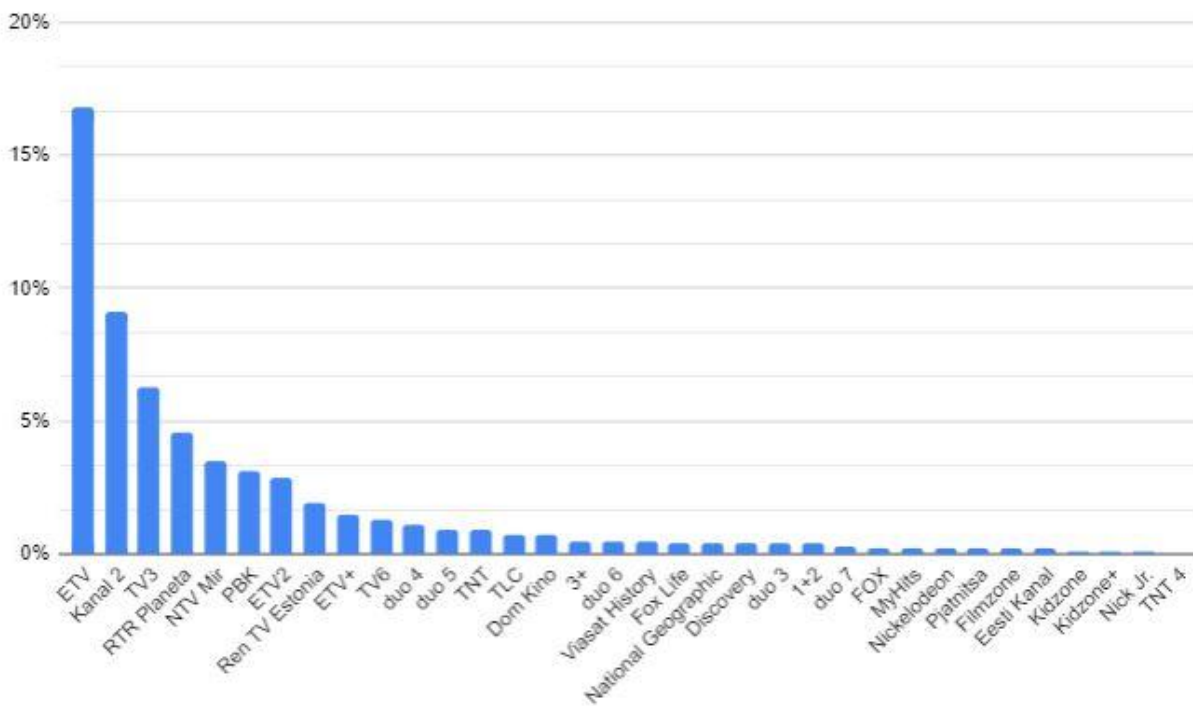
Kuna mõõdikuuringu valimid on piiratud suurusega, ei suuda need suureneva hulga väikeste nišikanalite vaadatavust mõõta. Praktika on näidanud, et valimite suurendamisest kaotavad enim suured telekanalid samas, kui väikesed kanalid suudavad oma tulemusi kergitada. “Pika-saba” mõõtmine eeldaks olulisemalt suuremate ja vaatamiseelistuste suhtes enam esinduslike valimite loomist, mis pole aga selle kulukuse tõttu mõistlik (Nelson & Webster, 2016; Buzzard, 2012).

Kuna valimite oluline suurendamine on kallis, pole ka väga väikeste kanalite uuringusse lisamisel mõtet. Mõõtmisel osutuks nende tulemused pea olematuks või ei pakuks uuring nende kanalite vaatajate kohta piisava üldistusvõimega sotsiaaldemograafilisi andmeid.

Nii mõõtiski Nielsen 2007. aastal Ameerika Ühendriikides enam kui 500 kaabelvõrgus levivast telekanalist vaid 80. Ülejäänud kanalid olid nii väikesed, et mõõtmisesse kaasatud 25 000 leibkonda ei suutnuks nende vaadatavust piisava täpsusega kajastada. Ometi moodustasid mõõtmisest välja jäävad kanalid 25% kogu televaatamise ajast (McClellan, 2008).

Eestis on täna pilt üsna sarnane. Mõõdikuuringu tulemuste kohaselt oli 2022. aasta jaanuaris kolme suure telekanali (ETV, Kanal 2 ja TV3) osakaal vaatamisajast 32,2%, ülejäänud 31

mõõdetavat kanalit haarasid enda alla 28,4% vaatamisajast ning 26,8% vaatamisajast kuulus kanalitele, mida mõõdikuuring ei kata (Kantar Emor, kuupäev puudub, a). Uuringuga katmata kanalite osakaal vaatamisajast on seejuures aasta-aastalt kasvanud - 2003. aastal moodustasid sellised kanalid veel vaid 6% eestaste vaatamisajast (Šein, 2021). Joonisel 4 on näha, kuidas ka Eesti telekanalite vaadatavuses on märgata “pika saba” efekti kujunemist.



Joonis 4. Telekanalite vaatamisaja osakaal (%) 4-aastaste ja vanemate Eesti elanike hulgas, jaanuar 2022  
Allikas: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuuring

Ekraanide ja sisu paljususega seostub ka erineva meediasisu samaaegne tarbimine mitmel erinevat tüüpi ekraanil (*media multi-screening, media multitasking*). Mitmete uuringute käigus on tuvastatud, et selline meediatarbimise vorm on kiirelt kasvamas (Angell, et al., 2016). Telejaamad ja reklaamijad on ajalooliselt olnud eelkõige huvitatud auditooriumi puudutavatest kvantitatiivsetest näitajatest (mida, kui palju ja kes vaatavad) ning vähem kvalitatiivsest infost (kuidas ja miks vaadatakse) (Kosterich, 2016). Mitmikiekraanide ajastul on aga mure telesisu tegeliku jälgimise ja vaatajate tähelepanu osas kasvanud (Portilla, 2015) ning järjest enam pakub meediamastikul tegutsejatele huvi sisuga seotuse, huvitatuse või kaasatuse (*engagement*) mõõtmine (Nelson & Webster, 2016). Eriti on sellest väljavaatest huvitatud reklaamijad ja

turundajad, kelle huvides on oma sõnumite paigutamine sisusse, millega vaatajad on tugevalt seotud ning nišikanalid, kelle puhul saab eeldada sisuga seotuse ja huvitatuse kõrgeid näitajaid (Kosterich & Napoli, 2015).

Sisuga seotuse mõõtmise probleemistik algab sellest, et pole üheselt selge, mida seotuse või kaasatuse all mõeldakse (Napoli, 2012; Portilla, 2015). Ameerika Ühendriikide reklaamiuuringute sihtasutus uuris 2006. aastal meediaekspertide arvamusi *engagement* mõiste osas ning tuvastas 25 erinevat definitsiooni (Nelson & Webster, 2016). Nii võib mõistega siduda näiteks lojaalsust ja tähelepanu, aga ka heakskiitu ja mäletamist (Napoli, 2012).

Seotuse mõõtmisega seoses on palju viidatud suurandmete kasutusvõimalustele, näiteks sotsiaalmeedia sisu kaudu (Kosterich, 2016), kuid esmalt peaks tuvastama, kas sisuga seotust saaks uurida ka mõõdikuuringu abil.

Ajalooliselt on meediatööstuses ja akadeemilistes meediatarbimise uuringutes eristatud kahte tarbimisega seotud mõõdet - tarbimise sagedust ja kestust. Kui tarbimise sagedust on eelkõige seostatud tarbija lojaalsusega, siis tarbimise kestust nähakse tähelepanu mõõtmise instrumendina. Kuigi seotuse definitsiooni osas on palju ebaselgust, valitseb siiski teatav konsensus, et sisuga seotuse üks kindlaimaid tulemeid on sisu mäletamine. Kuna mäletamise uurimine nõuab aktiivseid uuringumeetodeid nagu intervjuud või küsitlused, on mäletamise eeldusena hakatud käsitlema tähelepanu, mida omakorda püütakse mõõta sisuga veedetud aja kaudu (Nelson & Webster, 2016).

Kuna nii vaatamise sagedus kui kestus on mõõdikuuringuga tuvastatavad, võib nentida, et teatavate seotuse või huvitatuse mõistega seotud komponente saaks mõõdikuuringuga mõõta - näiteks mingi konkreetse kanali või saate vaatamise keskmist sagedust ja kestust mingi perioodi jooksul. See võimaldaks muuhulgas tuvastada, kui võrd on kanali või konkreetse sisu vaatajate arv ja vaatamise kestus seotud.

Nimelt on mitmed uuringud tuvastanud, et sellist seost ei esine (Webster & Ksiazek, 2012; Nelson & Webster, 2016). Näiteks Nelsoni ja Websteri (2016) uuring 861 Ameerika

Ühendriikide uudissaidi hulgas näitas, et populaarsematel (suurema arvu külastajatega) veebilehtedel ei veedetud kauem aega kui keskmise või väikese külastajate arvuga veebilehtedel.

Seetõttu võib eeldada, et traditsioonilisele vaatajate arvule keskenduva mõõdikuuringu ja sisuga seotuse uuringute tulemused võivad anda telesisu populaarsuse kohta üsna erineva pildi.

### **1.3 Teleauditooriumi mõõtmise uued perspektiivid**

Digiteerumine ja meedia andmestumine on avanud uusi auditooriumi mõõtmise võimalusi. Teletööstus, nagu ka ülejäänud meediamaastikul tegutsejad, panustab järjest rohkem kasutajate ja sisu kohta tekkivate suurandmete kogumisse, salvestamisse, süstematiseerimisse ja analüüsi (Arsenault, 2017).

#### **1.3.1 Suurandmed ja sotsiaalmeedia kasutamine teleauditooriumi mõõtmisel**

Kui teatav ebakindlus arengusuundade ja tegevusstrateegiate osas oli meediatööstuses valitsev juba enne digiajastut (Napoli & Roepnack, 2018), siis fragmenteerunud auditoorium ja muutunud vaatamispraktikad suurendasid ebamäärasust ja ennustamatust veelgi (Kelly, 2019). Web 2.0 kui kasutajate loodud sisu, sotsiaalmeedia ning nendega seotud andmete tekkimine suurendas teletööstuse huvi erinevate suurte andmemahtude kasutamise vastu, et seeläbi efektiivsemalt telesisu edu hinnata ja sisuloomet paremini planeerida (Kelly, 2019).

Stone (2014) on suurandmeid meedia kontekstis defineerinud “katusterminina paljudele strateegiatele ja taktikatele, mis ühelt poolt sisaldavad andmemassiive ning teisalt tehnoloogiaid, mis püüavad neid ülisuuri ja keerukaid andmehulki mõistetavaks teha”. Suurandmete puhul on oluliste aspektidena esile tõstetud mahtu, kiirust ja mitmekesisust - tuntud kui 3V kontseptsioon (*volume, velocity, variety*) (Laney, 2001). Näiteks eelpool nimetatud sotsiaalmeedia andmed on oma mahult suured, neile on ligipääs reaalsajas ning need koosnevad väga mitmesugustest andmetüüpidest (tekstid, pildid, lingid, loomise aeg ja koht, jagamised, kommentaarid, meeldimised jne). Olulise aspektina on suurandmete definitsiooni hiljem lisandunud lakkamatuse

(*continuity*) mõiste, mis viitab sellele, et suurandmed tekivad pideva ja lakkamatu voona (Kitchin, 2014).

Teletööstus ei ole aga kindlasti olnud suurandmete kasutamisel esimeste seas (Kosterich, 2016). Uue meedia gigandid nagu Google (Alphabet), Facebook (Meta) ja Amazon, keda võibki pidada suurandmete valdkonna pioneerideks, olid juba mõnda aega rakendanud uusi ärimudeleid ja kasutanud suurandmeid nii kasutajakogemuse personaliseerimiseks ja sihitud turunduseks kui ka kasutajaskonna detailseks analüüsiks (Napoli & Roepnack, 2018). Teletööstuse vaatepunktist sai aga laialdase diskussiooni objektiks Netflix'i kui uue audiovisuaalsisu pakkuva voogedastusteenuse edu vaatajate ootustele vastamisel, populaarse sisu ennustamisel ja sisuloome planeerimisel, tehes seda peajasjalikult suurandmete kaasabil (Fagerjord & Kueng, 2019). Meediatööstuse kui terviku peamine huvi suurandmete kasutamisel lähtubki soovist ennustada, milline sisu millisel ajahetkel ja millise auditooriumi puhul kõige paremini toimiks (Arsenault, 2017).

Nii viis teletööstuse ebakindlus ja järjest suurenev usk suurandmete kasutamise vajalikkusesse mitmete uute teleauditooriumi mõõtmist uuendavate lahendusteni. Peamiselt on need seotud veebi- ja sotsiaalmeedia andmete analüüsiga eesmärgiga haarata vaatajaskonna interaktiivse kommunikatsiooni kihte, mis digiajastu eelsel ajal jäid valdavalt varjatuks (Napoli, 2012). Esile tasub tõsta Ameerika Ühendriikide teleturul oma mõõdikuringuga domineerinud Nielsen'i, mis tuli 2013. aastal turule uue teleauditooriumi mõõtmise meetodiga (Kelly, 2019).

Uue meetodi aluseks on sotsiaalmeedia andmed. On oluline, et sellisena on mõõtmine ühelt poolt avatud kõigile, kes on sotsiaalmeedias aktiivsed ning teisalt avatud mitte üksnes valitud kanalitele ja programmidele nagu mõõdikuringu puhul, vaid tele- ja audiovisuaalsele sisule tervikuna (Kosterich, 2016). Sotsiaalmeedia andmetele tuginev mõõdik tõstab esile telesisu, millele reageerimise määr (postitused, meeldimised, kommentaarid, jagamised jne) on sotsiaalmeedias kõrge. Kuna kasutaja sotsiaalmeedia aktiivsust seostatakse tema suurema huviga, kujundas uus meetod ootuse, et silmapaaride asemel on nüüd võimalik tõhusamalt mõõta auditooriumi huvi konkreetse telesisu vastu (Kelly, 2019).

Uus mudel võimaldab peaaegu reaalsajas mõõta kui palju, millal, mida ja millise profiiliga kasutajad sotsiaalmeedias ühe või teise teleprogrammi kohta öelnud on või kuidas sellele reageerivad. Uue mudeli eeliseks võib pidada kiirust ja pea reaalsajas toimuvat analüüsi, aga ka võimet hinnata senisest palju laiemas sisuspektri populaarsust ja vastuvõttu. Kosterich'i (2016) läbi viidud uuring näitab, kuidas uus sotsiaalmeedia andmetel põhinev telesisu analüütika (*social TV analytics*) suudab mõõdikuringuga võrreldes tuvastada palju enam programme, žanreid ning kanaleid. Sama oluline tõdemus on, et sotsiaalmeedias kõrge reageerimise määraga sisu ei ole sageli edukas mõõdikuringu järgi - rohkelt sotsiaalmeedia reageeringuid koguv sisu ei pruugi sama edukalt silmapaare koguda (Kelly, 2019).

Paraku ei saa öelda, et uus sotsiaalmeedia andmetel põhinev mudel oleks veatu. Tuvastati, et sotsiaalmeedias reageerimise määr on tunduvalt kõrgem suurürituste otseülekannete ja otsesaadete puhul ning madalam lavastusliku sisu puhul. Samuti on reageerimise määr oluliselt erinev erinevates vanusegruppides olles selgelt kaldu nooremate vanuserühmade poole (Kelly, 2019). Samuti on tuvastatud, et sisuga seotuse või huvitatuse mõõtmisel tõuseb lavastusliku sisuga võrreldes enam esile *reality*-tüüpi telesisu (Friedman, 2009).

Teise uue mudeli probleemina saab esile tõsta info paljususest tulenevat kakofooniat. Nagu eelpool kirjeldatud, toob uus mudel esile rohkelt sisu, mis seni jäi mõõdikuringu edetabelitest välja. Sellega kaasneb küll televaatajate eelistuse parem esindatus, kuid tekib ka tohutult müra, milles orienteerumine ning valikute ja otsuste tegemine muutub keerukamaks - rohkem andmeid ei tähenda alati paremaid andmeid (Kelly, 2019).

Vaatamata kirjeldatud puudustele näitas uus auditooriumi mõõtmismeetod, et telesisu edukust ning atraktiivsust reklaamijatele võib ja saab käsitleda vägagi erinevalt (Kosterich, 2016). Kuna sotsiaalmeedia kasutajate aktiivsuse mõõtmine ja analüüsimine on auditooriumi mõistmisel järjest levinum, võib öelda, et uus meetod ja selle tulemused on kujunemas uueks alternatiivseks (või täiendavaks) turu inforežiimiks (Nelson & Webster, 2016).

Sotsiaalmeedia andmetel põhineva telesisu analüütika juurutamise kaasnähtuseks võib pidada televisiooni muutumist sündmuste ja otseülekannete rohkemaks. Kuna sellised teleprogrammid

tõusevad uue meetodi reitingutes enam esile ning näivad vaatajates enam kaasatust ja reageeringuid esile kutsuvat, on need reklaamijatele ja turundajatele meelepärased. Samuti muudavad otse-eetri saated või reaalaaja sündmuste ülekanded reklaamide vahele jätmise keerukamaks. Need trendid on põhjustanud suureneva hulga otse-eetri telesisu tootmist (Kelly, 2019). Ilmselt on otsetelevisiooni ja sündmuslikku sisu tootmise suurenemist tinginud ka televisiooni konkurents voogedastusega - otse-eeter on klassikalise televisiooni konkurentsieelis, mida voogedastusel on keerukas jäljendada.

Kuna uus meetod toob senisest enam esile väikseid ning eripalgelisi vaatajagruppe, soodustab see ka suurema hulga nišisisu tootmist. (Kelly, 2019). Samalaadsele seosele viitab ka Buzzard (2012) tõdedes, et mida täpsemalt suudame erinevaid vaatjagruppe ja nende eelistusi mõõta, seda enam süveneb teletoodangu sihtimine kindlatele sihtrühmadele, süvendades fragmenteerumist veelgi.

### 1.3.2 Teenuste serveriandmed

Digiteerumise tulemusel on iga üksiku veebiteenuse kasutamise maht ja trendid täpselt ning kiirelt mõõdetavad (Mytton et al., 2016). Teletööstuse kontekstis tähendab see, et iga üksiku televõi muud audiovisuaalset sisu pakkuva veebilehe, voogedastusteenuse või nutitelefone, tahvlisse ja telerisse paigaldatud rakenduse kasutamise kohta on vastava veebilehe või rakenduse haldajal läbi teenuse serveriandmete (*site-centric*) hea ja täpne ülevaade.

Serveriandmete baasil auditooriumi mõõtmine annab detailse ülevaate teenuse pakutava sisu ja funktsionaalsuse kasutamisest, sest mõõdab passiivselt kõiki teenuse kasutajaid (mitte üksnes valimit) kõigil teenuse poolt toetatud seadmetel ja platvormidel. Serveriandmetele laiema üldistuse andmisel tuleb aga seetõttu olla ettevaatlik. Kuna mõõdetakse konkreetse teenuse kasutajaid, ei saa saadud tulemust kogu tele ja audiovisuaalse sisu auditooriumile laiendada. Tegu pole ei audiovisuaalse sisu tarbijate esindusliku valimi ega üldkogumiga (Mytton et al., 2016).



Serveriandmete suurimaks probleemiks on, et kuna mõõdetavateks ühikuteks on tegelikult teenuse kasutuspunktid (veebilehitseja, rakendus), pole sellised andmed enamasti seostatavad kasutajate sotsiaaldemograafiliste profiilidega (Napoli, 2012) ega ka kasutajate arvuga (Mytton et al., 2016). Pole teada, palju vaatajaid ühe “kasutaja” taga reaalselt on ega see, mis konkreetseid kasutajaid sotsiaaldemograafiliselt iseloomustab.

Siiski on ka nende probleemide ületamiseks mitmeid võimalusi. Paljud teenused võimaldavad kasutamist üksnes sisse logitult. Sel juhul võib teenuse pakkuja kasutajalt konto loomisel küsida infot, mille hilisem rikastamine kasutaja sisueelistustega võimaldab tema eeldatava profiili kokku panna (Wayne, 2021). Suuri kasutajate andmemassiive omavad uue meedia hiud suudavad erinevatest allikatest pärinevate suurandmete analüüsi kaudu kasutaja profiili luua ka kasutajalt endalt midagi küsimata (Arsenault, 2017). Samuti on levinud praktikaks, et juhuslikult valitud teenuse kasutajatel palutakse täita enesekohane täpsustav digiankeet, millele abil viiakse hiljem kokku kasutaja profiil ja tema poolt vaadatud sisu (Mytton et al., 2016). Viimasel juhul loob teenuse haldaja oma kasutajatest sotsiaaldemograafiliste andmetega rikastatud valimi, mida üldistab tervele teenuse kasutajaskonnale.

### **1.3.3 Digibokside andmed**

Sarnaselt serveriandmetele on telesisu tarbimist tänapäeval võimalik kiirelt ja odavalt mõõta teleteenuse tarbimiseks kasutatavate digibokside (*set-top box*) abil (Portilla, 2015). Paraku on aga taolise mõõtmise probleemid sarnased serveriandmete kasutamise puudustega. Taas kerkib esile tõdemus, et mõõdetavaks ühikuks pole kasutaja ega vaataja, vaid seade. Pole teada, kui palju ja milliste sotsiaaldemograafiliste näitajatega vaatajad konkreetse digiboksi kaudu telepilti tarbivad (Evens & Berte, 2014). Digiboksi mõningase puudusena saab välja tuua ka asjaolu, et teoreetiliselt pole isegi teada, kas keegi üldse telesisu vaatamas on - kui digiboks on kasutusel telerivälise seadmena, võib esineda olukord, kus kasutaja on sulgenud vaid teleri, vaatamist tegelikult ei toimu, kuid digiboks on endiselt aktiivne (Veski, 2016).

Digiboksi kaudu saadud andmeid ei saa sarnaselt serveriandmetele üldistada tervele populatsioonile. Kuigi Eestis on telekomioperaatoreid vähe ja suuremad teenusepakkujad suurte

turuosadega, võib erinevate operaatorite kliendibaas olla siiski mõnevõrra erinev. 2016. aastal jõudsid meediasse Telia digibokside kaudu mõõdetud televaatamise andmed, mis erinesid mõõdikuuringu omadest olulisel määral (Veski, 2016). Samas artiklis toodud Emori selgituse kohaselt polnud saadud tulemus neile aga üllatuseks - kui analüüsida vaid mõõdikuuringu valimis olevaid Telia kliente, oleks tulemus olnud sarnane Telia digibokside mõõtmise tulemusega.

Digiboksi andmetest oleks mõnevõrra abi väikeste nišikanalite vaadatavuse hindamisel. Kuna mõõdikuuringusse pole selliseid kanaleid lisatud või jääb valim nende vaadatavuse mõõtmiseks väikseks, võiks üldine, küll ilma sotsiaaldemograafiliste näitajateta andmestik, telemaastiku terviklikumal mõistmisel abiks olla (Heinlaid, 2018).

Isegi kui kõik telekomioperaatorid avaldaksid regulaarselt oma digibokside kaudu mõõdetud telesisu vaatamise andmeid, jääksid vabalevi, hübriid-TV või interneti vahendusel telesisu vaatamised sellise meetodiga mõõtmata. Probleemiks on ka asjaolu, et digibokside andmed lähtuksid ühelt turu osapoolelt, mitte sõltumatult uuringufirmalt ning seetõttu kerkiks esile andmete usaldusväärsuse küsimus (Gunzerath, 2012).

#### **1.3.4 Mõõdikuuring muutub mobiilseks**

Tänu audiotuvastuse võimalustele on mõõdikuuring arenemas mobiilsemaks ja senisest passiivsemaks (Portilla, 2015; Hessler, 2021). On tekkinud suur hulk arendusi ja erinevaid uurimisalgatusi, mille peamiseks ideeks on mõõteseadme sidumine senise elutoas paikneva teleri asemel konkreetse inimesega. Sisuliselt tähendab see seda, et mõõteseade liigub koos inimesega (*portable people meter*) ning sisu tarbimist saab mõõta inimese asukohast ja kasutatavast seadmest sõltumatult (Hessler, 2021).

Kuna seade on seotud konkreetse inimesega, ei pea inimene võrreldes traditsioonilise mõõdikuuringuga enam registreerima oma vaatamiste alguseid ja lõppe. Seega vähenevad aktiivsemate mõõtmismeetoditega kaasnevad unustamisest tulenevad vead. Inimesed võivad aga unustada hoopis mõõteseadme kandmise. Esimesed sedalaadi rakendused kasutasid spetsiaalseid

taskumöödikuid ja käe peal kantavaid seadmeid (Hessler, 2021), kuid viimasel ajal on liigutud valimi liikmete nutitelefonidesse vastava mõõtmistarkvara paigaldamise poole (Portilla, 2015). Telefone kannavad inimesed tänapäeval pidevalt kaasas, seega on mõistlik vältida valimi liikmete koormamist spetsiaalsete lisaseadmetega.

Inimesega seotud mõõtmine võimaldab mõõtmist üle erinevate seadmete ja ekraanide. Samuti muutub mõõtmine paindlikuks tarbimise koha ja aja suhtes. Probleemiks on aga endiselt sisu paljusus. Traditsiooniline mõõdikuuring võrdleb mõõdiku tuvastatud heli vaid kindlate serverisse salvestatud telekanalite heliribadega (Napoli, 2012; Buzeta & Moyano, 2013). Laiema sisu tuvastamiseks tuleks välja töötada uus sisule lisatavate identifikaatorite standard, mis oleks avatud kõigile sisupakkujatele. Identifikaatorid võiksid kanda endaga erinevat infot alates sisu loojast kuni vaatamiseks kasutatava seadmeni. Hetkel puudub turuosalistel mõõtmisstandardi osas konsensus ning arenduses ja katsetamisel on palju erinevaid meetodeid ning mudeleid (Portilla, 2015).

Nagu eelpool kirjeldatud, vähendab laiem auditooriumi mõõtmine suurte kanalite osatähtsust ja enam tõusevad esile väiksemad nišikanalid. Turul domineerivad tegijad pole seetõttu uutest laiemat mõõtmist võimaldavatest meetoditest ja standarditest huvitatud. Samas on konsensuse leidmine vajalik, sest ilma keskse inforežiimita ei toimi turg efektiivselt (Portilla, 2015).

### **1.3.5 Multidimensionaalne teleauditooriumi mõõtmine**

Nagu eelnevalt nägime, on auditooriumi analüütika liikumas seadme või teenuse mõõtmiselt tervikliku kasutajakeskse mõõtmise suunas. Teine paralleelselt arenev suund on multidimensionaalsed või hübriiduurid, mille puhul kaasatakse uuringusse suur hulk erinevaid andmeallikaid ja -tüüpe. (Napoli, 2012; Portilla, 2015). Selliseid uurid võib erinevate andmemahude kasutamise tõttu liigitada ka suurandmete uuringute alla, kuid oluliseks erinevuseks on, et hübriiduurid puhul on soovituslik kaasata ka valimipõhised uuringumeetodid (Portilla, 2015).

Multidimensionaalsed uuringud püüavad kombineerida ja võrrelda erinevaid passiivselt kogutud platvormide ja teenuste kasutusandmeid valimipõhisel meetodil saadud andmetega. See tähendab, et lähenemine kombineerib seadmete ja platvormide andmeid inimeste andmetega. Sageli lisatakse hübriiduuringutesse ka erinevaid sisuga seotuse või huvitatuse mõõtmise andmeid (Portilla, 2015). Näiteks võib mõõdikuuringut kombineerida digiboksi ja/või sotsiaalmeedia andmetega, serveriandmeid valimipõhiste uuringutega või mobiilseid inimesekeskseid uuringuid erinevate suurandmetega.

Selline andmete kombineeritud kasutamine viib uute uurimisküsimusteni, mis seavad esiplaanile seosed digiajastu teleauditooriumi, tehniliste võimaluste ja pakutava sisu vahel. Keskseks teemaks kerkib küsimus kuidas ja millises ulatuses on sisu vaadatavus ja sellest huvitatus seotud auditooriumi, sisu tüüpide ja erinevate platvormide omaduste (Napoli, 2012) ning tarbimis- ja kultuurikontekstiga (Portilla, 2015).

Teletööstuse jaoks on praegune erinevate mõõdikute rohkus kahtlemata väljakutse. Kuna võimalusi ja valikuid on palju ning kesket uut turu inforežiimi pole välja kujunenud, võib teleauditooriumi mõõtmise tulevikust rääkida just multidimensionaalses võtmes (Napoli, 2012). Uued meetodid ei asenda täielikult vanu, vaid täiendavad neid, avades uusi auditooriumi mõistmise perspektiive (Taneja & Mamoria, 2012) ning laiendades reitingute ja telesisu edukuse kontseptsioone (Napoli, 2012). Oluliseks muutub erinevate mõõtmismeetodite omaduste kui ka nende omavaheliste seoste mõistmine.

#### **1.4 Andmed ja analüütika voogedastusplatvormidel**

Eraldi käsitlust väärivad voogedastusteenuste andmekeskne toime loogika. Kui ülejäänud tele- ja audiovisuaaltööstus on andmestumisest tulenevaid võimalusi oma olemasolevatesse protsessidesse integreerinud peamiselt muutuva keskkonna survele, siis voogedastusteenused ja nende ärimudelid on algusest peale loodud andmetele ja analüütikale toetudes (Fagerjord & Kueng, 2019).

Voogedastusteenuseid käsitlen järgnevalt Netflix'i näitel. Netflix tuli turule 2007. aastal ning on üks esimesi ning enimkäsitletud voogedastusteenuseid, mille toimeleotikad ja -praktikad on tugevalt mõjutanud kogu valdkonda (Wayne, 2021).

Netflix'i kui sisu pakkuva teenuse peamine eesmärk on kasutajate ning pakutava sisu kokku viimine viisil, mis tagaks olemasolevate kasutajate lojaalsuse ning oleks atraktiivne uutele kasutajatele (Fagerjord & Kueng, 2019; Neira et al., 2021). See eesmärk on saavutatud läbi erinevat tüüpi andmete kogumise ja nende detailse analüüsi. Seejuures on Netflix'i analüüsitud oluline koht võrgustiku mastaabiefektil (*network externalities*). Mida rohkem on Netflix'il kasutajaid ja mida rohkem nad sisu tarbivad, seda täpsemalt oskab masinõppel baseeruv soovitusanalüütika kasutajaid neile sobiva sisuga kokku viia ning väiksemaid erihuvidega vaatajagruppe teenindada (Fagerjord & Kueng, 2019).

Oluline on, et selles protsessis ei analüüsita üksnes kasutajate käitumist ja eelistusi, vaid sama suurt rõhku pannakse sisu ja selle omaduste analüüsile (Fagerjord & Kueng, 2019). Lisaks ei analüüsita sisu vaid olemasolevate metaandmete (žanr, näitlejad, ajastu, tegevuspaik) baasil, vaid olulised on ka mitmeti tõlgendatavad karakteristikud nagu peategelase moraal, sisu seksuaalsuse ja vägivaldsuse tase või ka loo lõpu selgus või ebamäärasus (Madrigal, 2014).

Kasutajate andmete ja sisu analüüsi tulemused kombineeritakse personaliseeritud soovitusteks, mis hõlbustavad nii kasutajal suure sisukataloogis orienteerumist (Fagerjord & Kueng, 2019), kui teenivad Netflix'i eesmärke kasutajaskonna sihtimisel ja suurendamisel (Neira et al., 2021; Wayne, 2021).

Personaalsed soovitused aitavad konkreetsel sisul jõuda võimalikult paljude huvitatud kasutajateni. Televisioonis on sarja välja toomise puhul oluline kohene esimese episoodi kõrge reiting, sest üldiselt kaotab sari televisioonis iga episoodiga samm-sammult vaadatavust (Neira et al., 2021). Netflix võib aga eksperimenteerida või luua nišisisu, mis läbi soovitude oma vaatajaskonda pika perioodi jooksul otsib ja kasvatab (Fagerjord and Kueng, 2019).

Telekanali puhul on sisu jaotatud telekavasse ning seetõttu otseselt omavahel ei konkureeri. Pigem on oluline, milline sisu hõivab koha vaadatuimas ajavööndis (*prime time*) ning jõuab seeläbi suurema hulga vaatajateni. Voogedastusteenuste puhul pole ajavöönd aga oluline - igal ajahektel konkureerib kogu vastava voogedastusteenuse sisu pidevalt omavahel (Neira et al., 2021).

Netflix pole ajalooliselt oma sisu populaarsuse kohta andmeid olulisel määral avaldanud. Põhjuseks on peamiselt asjaolu, et Netflix teenib oma tulu kasutajate tellimustest ning ei pretendeeri reklaamirahale. Samal põhjusel ei keskendu nad oma kasutajate analüüsimisel nende sotsiaaldemograafilistele näitajatele - vaatajaskonda ja nende silmapaare pole vaja reklaamijatele edasi müüa. Sotsiaaldemograafilistest andmetest on Netflix'i jaoks olulisemad kasutajate käitumine, huvid ja maitse (Wayne, 2021).

Andmeid populaarse sisu kohta pole Netflix Wayne'i (2021) arvates avaldatud ka seetõttu, et ettevõtte läbiv strateegiline liin näib olevat eristumine traditsioonilisest televisioonist. Läbipaistmatus võimaldab neil oma edu ise defineerida ning hoiduda võrdlustest telereitingutega. Netflix'i juht Ted Sarandos on öelnud, et üleööreitingud ja nende põhjal tehtavad otsused töötavad telesisu kvaliteedile vastu ning seetõttu ei taha ta midagi sarnast Netflix'i puhul rakendada (Chmielewski, 2013). Netflix on alati rõhutanud, et nad suudavad oma kasutajaid analüüsida ja mõista viisil, mis on telejaamadele kättesaamatu. Samuti näeb Netflix järjepanu vaatamises (*binge-watching*) eelist, mis seob vaajad sisuga senisest tugevamalt (Wayne, 2021). Viimasel ajal on Netflix'i retoorika siiski pisut muutunud ning avaldatud on rohkem andmeid. Nii näiteks on aastast 2020 Netflix'i kasutajatele kättesaadav info kohaliku turu kümne populaarsema sarja ja filmi kohta ilma konkreetseid numbreid avaldamata. Teatav avanemine näitab, et Netflix püüab ühelt poolt end kehtestada telemaastiku olulise tegijana ning teisalt siiski kõigele traditsiooniliselt telepärasele vastanduda (Wayne, 2021).

Eraldi nähtuseks on avalikkuse teavitamine populaarsust koguvast sisust ja uutest platvormisestest rekorditest (Neira et al., 2021). Nii teatas Netflix näiteks 2018. aastal, et sari "Money Heist" on nende kõigi aegade enim vaadatud mitte ingliskeelne sari (Heisler, 2018). 2021. aastal reklaamiti aga sarja "Squid Game" kui Netflix'i läbi aegade kõige kiiremini

populaarsust koguvat sarja (Tassi, 2021). Sellised sõnumid on turundusstrateegia osa ja suunatud eelkõige platvormivälisele publikule (Neira et al., 2021). Teated avaldatakse alati vaid võrdluses oma platvormi muu sisuga vältides seeläbi kõrvutamist teiste platvormide või telesisuga (Wayne, 2021).

Netflix arvestab konkreetse sisu edukuse hindamisel selle võimet tuua uusi kasutajaid ning hoida olemasolevaid. Olemasolevate kasutajate vaatamised on seejuures arvestatud madalama väärtusega kui uute kasutaja vaatamised. Sarnasele mudelile toetudes kaalub Netflix ka olemasolevate sarjade uute hooegade platvormile toomist (Neira et al., 2021).

Liites personaalsete soovitude võime leida sisule ajapikku õige ja sisuga seotud audioorium ning platvormivälisele publikule suunatud sõnumid, võib üks võimalik Netflix'i sarjade lansseerimisstrateegia näha välja järgnevalt. Platvormile tuuakse sari, mis ajapikku leiab endale läbi suunatud soovitude piisavalt suure andunud publiku. Seejärel hinnatakse suurandmete abil fännkonna ootusi uuele hooajale. Sarja uue hooaja platvormile toomise eel mobiliseeritakse vaatajaskond, kes on esimese hooaja hästi vastu võtnud ning selle tulemusel saavutab sarja uus hooaeg lansseerimisel võrdluses Netflix'i muu sisuga kiire populaarsuse tõusu. Kiirest populaarsuse tõusust teavitatakse avalikkust, sihtides fännkonnale sarnaseid inimesi, kes pole veel Netflix'i kasutajad. Seeläbi saavutatakse uute kasutajate platvormile tulek ning sarja veelgi suurem edu. Lõpuks analüüsitakse sarja hooaja edu tervikuna (rahaline pool, olemasolevate kasutajate hoidmine, uute kasutajate lisandumine) ning otsustatakse, kas minnakse uuele ringile.

Netflix'i kui suletud ja läbipaistmatu teenuse keerukuse tase on kõrge ning paljud Netflix'i kohta tehtud eeldused või avaldatud arvamused on seega spekulatiivsed. See viitab muuhulgas asjaolule, et platvormi toimimist ja analüüsimudeleid on raske kopeerida ning seeläbi on Netflix saavutanud olulise konkurentsieelise (Fagerjord & Kueng, 2019).

Eelnevalt nägime, et mitmed teleauditooriumi uued mõõtmismeetodid on oluliselt laiendanud telesisu edukuse mõistet (Napoli, 2012). Netflix'i eristuv toime loogika ja edu on vaid kinnistunud arusaama, et audiovisuaalse sisu populaarsus pole enam üksnes funktsioon vaatajaskonna suuruselt (Wayne, 2021).

## 1.5 ERR-i audiovisuaalne programm

Järgnevalt leiab käsitlust ERR-i audiovisuaalne programm, selle vaatamisvõimalused ja vaadatavus erinevate võimaluste lõikes. Eesmärgiks on kaardistada praeguse mõõtmise võimalused ning luua seeläbi töö empiirilise uurimuse läbiviimiseks vajalik raamistik.

ERR-i audiovisuaalset programmi edastavad kolm telekanalit - eestikeelsed ETV ja ETV2 ning venekeelne ETV+.

ERR-i arengukava 2022-2025 (2021) kohaselt on ETV üldhuvi rahvakanal ehk Eesti elanike jaoks kõige olulisem ja usaldusväärsem telekanal. Programmis on olulised uudised ja päevakajalised teemad, sotsiaalteemad, ühiskonda ühendavad kultuurisündmused ning kvaliteetne meelelahutus.

ETV2 pakub alternatiivina ETV-le perekesket laste- ja haridusprogrammi ning intrigeerivat kultuuri- ja meelelahutussisu. ETV2 eesmärk on pakkuda mitmekülgset vaatamist ja mõtestatud kunstilisi elamusi, mis annavad vaatajale võimaluse oma maailmapilti rikastada, end harida ja inspiratsiooni ammutada (ERR, 2021).

ETV+ on venekeelne telekanal, mis on eeskätt suunatud venekeelsele kogukonnale Eestis, aga ka eestikeelsele auditooriumile ja digitaalmeedia vahendusel välismaalastele, kes on huvitatud Eesti elust. (ERR, 2021).

Kanalite programm on lisaks traditsioonilistele telepildi vaatamise moodustele kättesaadav ka iga kanali veebilehel ning nutitelefonide ja -telerite rakendustes. Kõik nimetatud platvormid on oma ülesehituselt telekava kesksed. Peamisteks funktsioonideks on vastava kanali otsepildi vaatamine ning ajajoonena kuvatud telekavast sobiva saate leidmine ja järelvaatamine.

Paari aasta eest avatud voogedastusteenustega astus ERR aga teistlaadse, telekavast sõltumatu kataloog-tüüpi voogedastusmudeli suunas. 2019. aasta sügisel avatud lastesisu koondav Lasteekraan ja 2020. aasta kevadel avatud Jupiter on voogedastusteenused, mis koondavad sisu



ERR-i tele- ja raadiokanalite üleselt ning esitavad seda kategooriate, žanrite ja teemade kaupa. ERR-i arengukava 2023-2026 (2022) kohaselt on Jupiter voogedastusteenus, mis lihtsustab ja mitmekesistab ERR-i sisu tarbimise võimalusi. Jupiteri programm loob kasutajale meediatarbimise elamuse, pakkudes mugavaimal moel ERR-i tele-, raadio- ja arhiivisaateid ning hankesisu.

ERR-i arengukava (2021) sätestab ühe järgnevate aastate fookusteemana vajaduse jõuda erinevate vaatajaskonna gruppideni olenemata ajast, kohast ja vastuvõtuseadmest. Seda tingib vajadus olla üleilmsete meediaplatformide ja sotsiaalmeedia konkurentsivõimelise kättesaadav uues vormis ning kasvatada oma auditooriumit eelkõige voogedastuse valdkonnas. Keskne roll on selles arengus Jupiteril. Tõdetakse, et kui ERR ei lähe selle valdkonna tehnilise arenguga kaasa, liigub Eesti auditoorium rahvusvaheliste meediavahendajate juurde ning sellega kaotab kogu Eesti meediaturg. Digikeskkondade arenguga peab arengukava kohaselt kaasas käima pidev investering infotehnoloogilistesse arendustesse. Selleks, et pakkuda kasutajamugavust ning personaliseeritud lahendusi, seatakse eesmärk arendada analüütikat ja IT arendusvõimekust.

### **1.5.1 ERR-i audiovisuaalse programmi vaatamise võimalused**

ERR-i telekanalid on telerist vaadatavad vabalevis, hübriid-TV lahendusega ning telekomiooperaatorite Telia, Elisa, STV, Levikom ja Telset ning sateliittelevisiooni operaatori Home3 teenuspaketide vahendusel. Kõik nimetatud lahendused (v.a vabalevi) pakuvad tänaseks ka kuni 14-päevast järelvaatamise võimalust.

Veebilehitsejate kaudu on ERR-i telekanalite otsepilti võimalik vaadata kanalite endi kodulehtedel, ERR-i voogedastusteenuse Jupiter lehel, ERR-i lehel [otse.err.ee](http://otse.err.ee) ning Telia TV, Elisa Elamuse, Go3 ja Apollo TV veebilehtedel. Järelvaatamine on piiratud aja jooksul (kuni 14 päeva) võimalik Telia TV, Elisa Elamuse, Go3, Apollo TV lehtedel. Piiramatu või litsentsilepingus sätestatud perioodi jooksul on järelvaatamine võimalik kanalite endi kodulehtedel ja ERR-i voogedastusteenuse Jupiter lehel. ETV2 lastesisu ja valikuliselt teiste kanalite lastele sobivat sisu on võimalik järelvaadata ERR-i voogedastusteenuse Lasteekraan lehel. Loetletud veebilehti saab kasutada kõigi seadmete kaudu, mis on ühendatud internetiga

ning milles on olemas mõni veebilehitseja. See tähendab, et lisaks arvutitele, nutitelefonidele ja tahvlitele võib sellisel moel telepilti vaadata ka nutiteleritest.

Lisaks veebilehitsejale on nutitelefonides ERR-i telekanaleid võimalik vaadata kanalite endi rakendustest, ERR-i ülesest rakendusest ning Telia TV, Elisa Elamuse, Go3 ja Apollo TV rakendustest. Lastesisu on võimalik vaadata ERR-i voogedastusteenuse Lasteekraan rakendusest. Järelevaatamise osas kehtivad samad põhimõtted, mis veebilehtede puhul.

Nutiteleritest on ERR-i telekanaleid võimalik vaadata ka kanalite endi rakendustest, ERR-i voogedastusteenuse Jupiter rakendusest ning Elisa Elamuse, Go3 ja Apollo TV rakendustest. Kõik nimetatud rakendused ei pruugi olla kättesaadavad kõigis nutitelerites. Järelevaatamise osas kehtivad rakendustes samad põhimõtted, mis veebilehtede puhul.

Nagu näha, on vaatajatel ERR-i telekanalite vaatamiseks palju erinevaid võimalusi. Osa neist on tasuta (vabalevi, hübriid-TV, kanalite endi ning Jupiteri ja Lasteekraani pakutavad võimalused), osad aga tasulised (telekomiooperaatorite ning Go3 ja Apollo TV pakutavad lahendused).

### **1.5.2 ERR-i audiovisuaalse programmi mõõtmine**

ERR-i telekanalite auditoriumi mõõtmisel katab suurema osa telerist toimuva vaatamise ära Kantar Emori teleauditoriumi mõõdikuuring. Katmata jääb järelevaatamine, mis toimub seitse päeva pärast programmi eetris olekut.

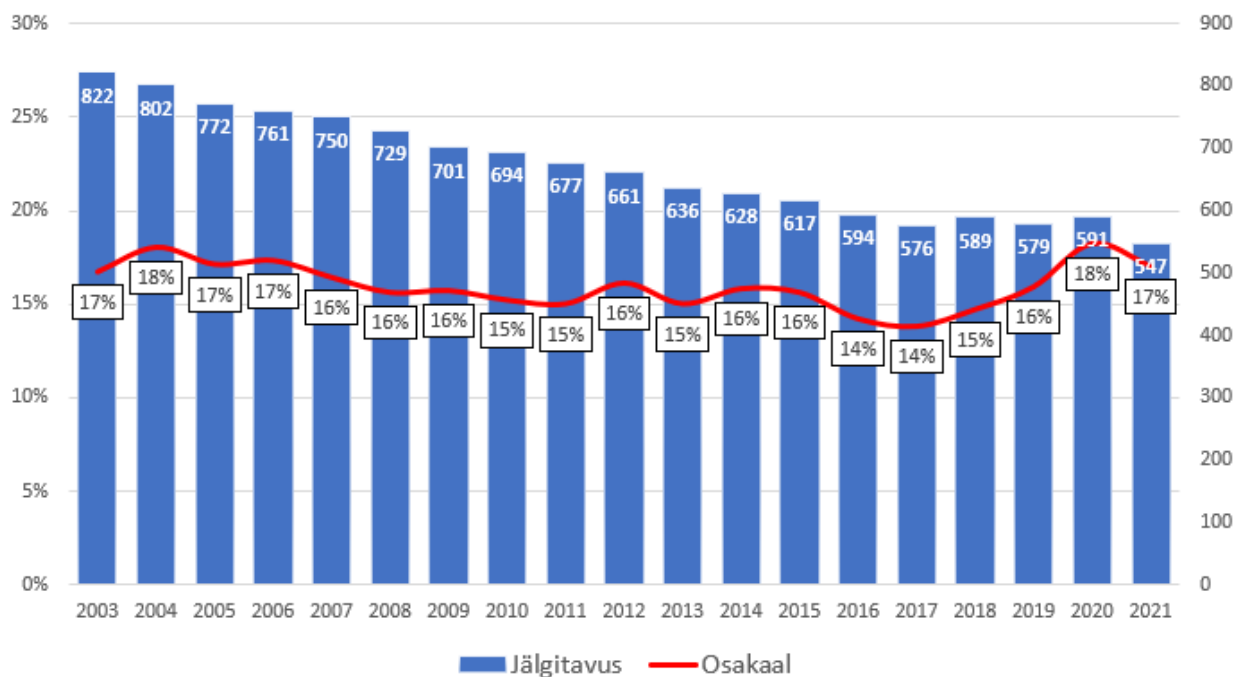
Kõigi muude vaatamisvõimaluste mõõtmine on teenuspõhine. See tähendab, et iga teenus veebilehe või rakenduse näol on eraldi mõõdetav ning vastava teenuse serveriandmed on kättesaadavad vaid teenuse haldajale.

Lisaks veebilehtedele ja rakendustele on teenuspõhiselt mõõdetavad ka mõõdikuuringuga kaetud telekomiooperaatorite kliendid (täpsemalt nende digiboksid). Iga telekomiooperaatori digiboksid on mõõdetavad eraldi ning vastava telekomiooperaatori digibokside andmed on kättesaadavad vaid sellele telekomiooperaatorile.

Seega on ERR-il võimalik oma audiovisuaalse programmi vaadatavuse, auditooriumi ja sisu tarbimise kohta pidevat ja usaldusväärset infot saada Kantar Emori mõõdikuuringu ning kanalite endi, Jupiteri, Lasteekraani, otse.err.ee veebilehtede ja rakenduste serveriandmete kaudu.

### 1.5.3 ERR-i audiovisuaalse programmi vaatamise trendid

ETV osakaal kogu vaatamisajast 4-aastaste ja vanemate Eesti elanike hulgas on Kantar Emori mõõdikuuringu järgi viimase 20 aasta jooksul püsinud suhteliselt stabiilsena, jäädes vahemikku 14-18% ja saavutades 2020. aastal 18,2%-ga perioodi kõrgeima näitaja. Eestlaste seas on ETV osakaal püsinud vahemikus 20-25%. Samas on kanalit iganädalaselt vähemalt 15 minutit järjest jälgivate inimeste arv (jälgitavus) tasapisi pidevalt langenud. Viimastel aastatel on nädalane keskmine jälgitavus jäänud 550-590 tuhande inimese vahemikku (Kantar Emor, kuupäev puudub, a).



Joonis 5. ETV vaadatavuse osakaal kogu vaatamisajast (%) 4-aastaste ja vanemate Eesti elanike hulgas ja nädalane keskmine jälgitavus (tuhandetes), 2003-2020

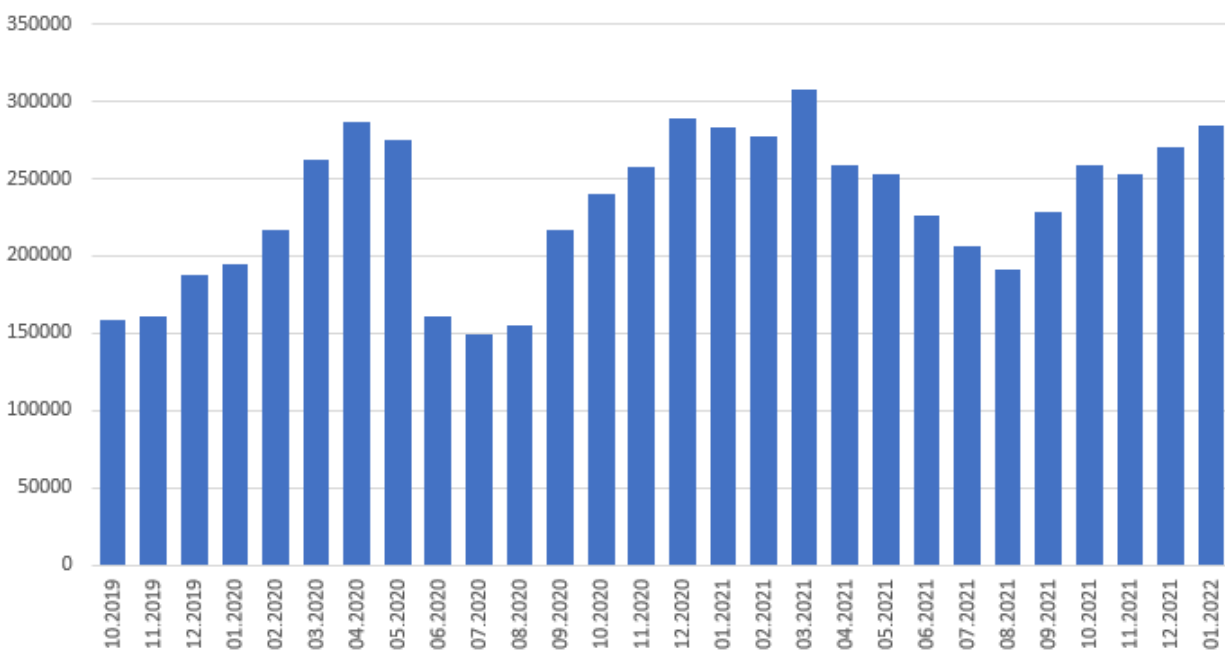
Allikas: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuuring

ETV2 loodi 2008. aastal. Kanal saavutas oma neljandal tegevusaastal 4%-lise osakaalu eestlaste vaatamisajast ning on suuresti sellel tasemel püsinud tänaseni (Šein, 2021). Kõigi 4-aastaste ja

vanemate Eesti elanike hulgas on kanali osakaal olnud vahemikus 2,5-3% (Kantar Emor, kuupäev puudub, a).

ERR-i telekanaleid on võimalik vaadata ka erinevate ERR-i veebilehtede vahendusel. Tuleb silmas pidada, et veebist vaatamise korral ei saa rääkida inimestest. Kasutusel on termin striimivaataja, kelleks kvalifitseerub kasutaja, kes on kas otsestriimi või mõnda faili striiminud vähemalt ühe sekundi. Tegelikuses on olukord veelgi komplitseeritum - striimivaatajana läheb kirja iga unikaalne veebilehitseja, kus striimimine on aset leidnud. Reaalsuses tähendab see, et kui üks ja sama inimene striimib sisu nii oma arvutis kui telefonis, läheb kirja kaks striimivaatajat.

Joonisel 6 on näha, et kõigi ERR-i veebilehtede striimivaatajate koguarv on alates 2019. aasta oktoobrist hooajalisi kõikumisi arvestamata püsitud sügisel ja kevadisel hooajal 200 000 ja 300 000 striimivaataja vahel (gemiusPrism, kuupäev puudub). Sellel ja järgnevatel joonistel on ajaliseks algpunktiks Lasteekraani loomishetk 2019. aasta oktoobris. See võimaldab vaadelda uute voogedastusteenuste mõju ERR-i lehtedel toimuvale striimivaatamisele.

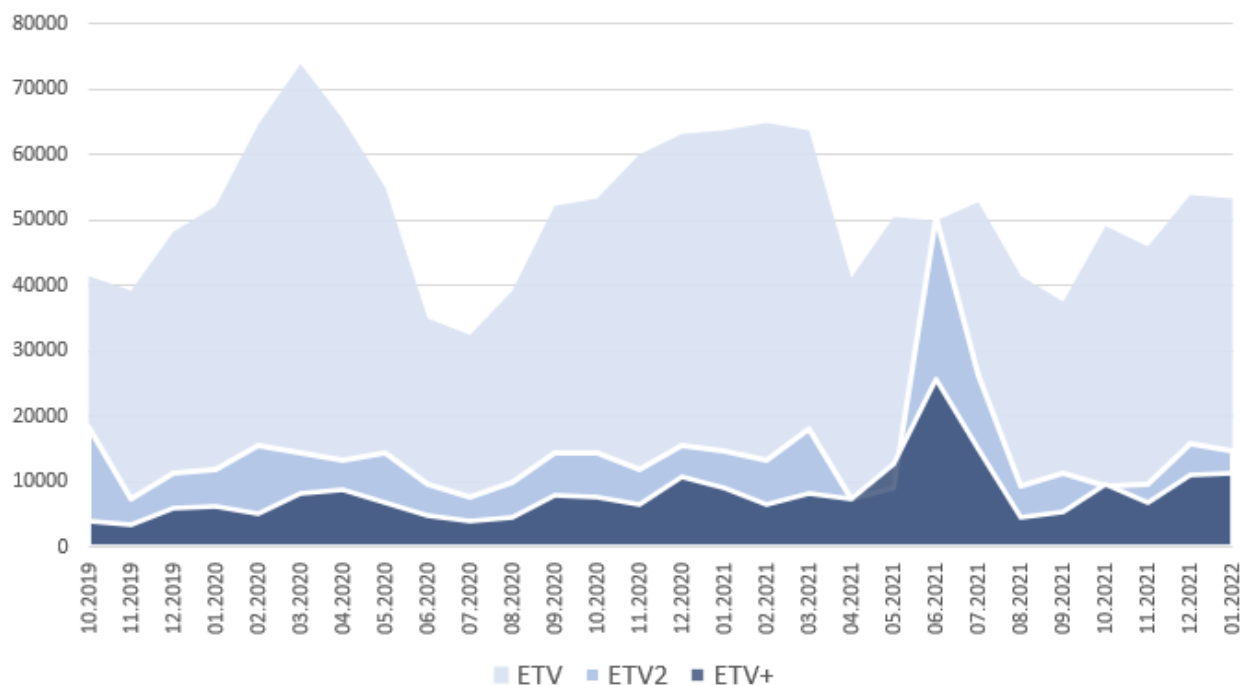


Joonis 6. Kõigi ERR-i veebilehtede vaatamine kokku (striimivaatajaid kuus, tuhandetes), oktoober 2019 - jaanuar 2022

Allikas: Gemius Eesti, gemiusPrism

Striimivaatajate koguarv jaguneb otse- ja järelvaatamise striimivaatajateks. Seega on oluline jälgida otse- ja järelvaatamise striimivaatajate trende erinevate veebilehtede lõikes.

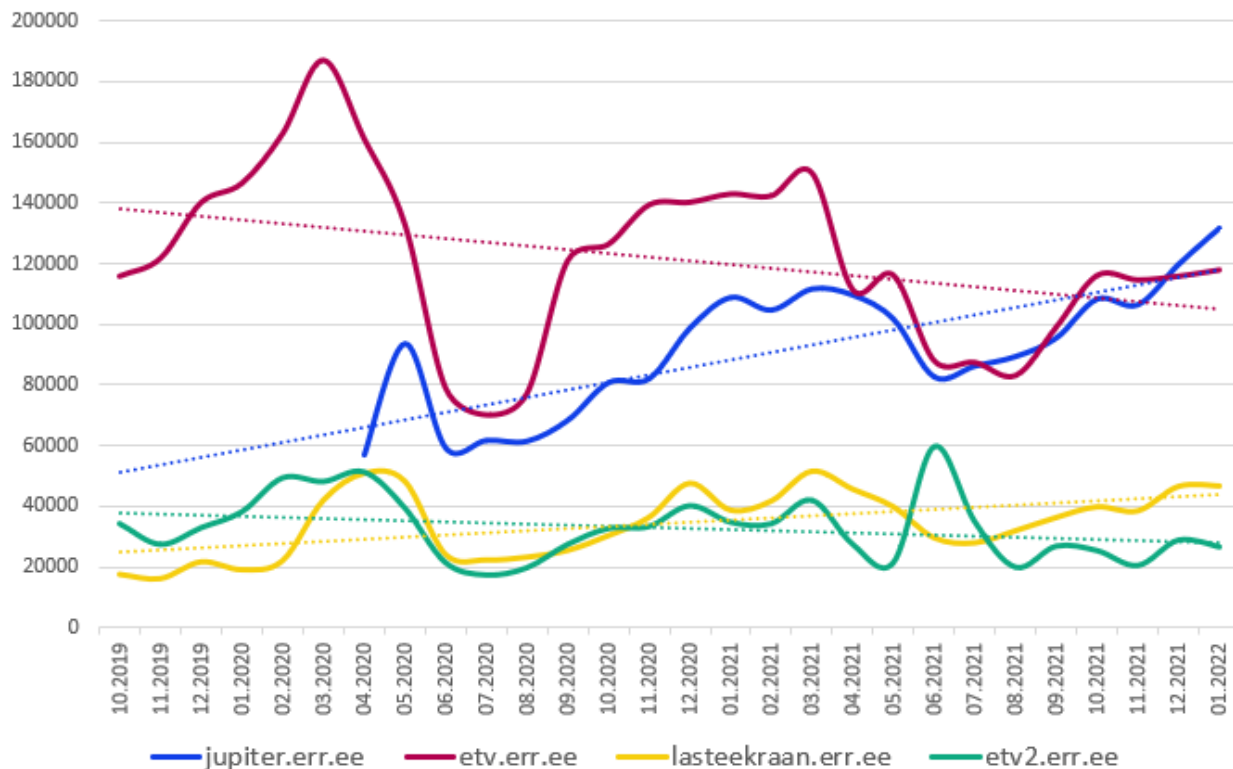
Joonisel 7 on näha ETV, ETV2 ja ETV+ otse-etri striimivaatajate arv, arvestades kõiki ERR-i veebilehti. Jaanuaris 2022 oli ETV otse-etri striimivaatajate arv 53 000, ETV2 ja ETV+ otse-etri striimivaatajate arvud olid vastavalt 15 000 ja 11 000 (gemiusPrism, kuupäev puudub).



Joonis 7. ETV, ETV2 ja ETV+ otse-etri vaatamine ERR-i veebilehtedel (striimivaatajaid kuus, tuhandetes), oktoober 2019 - jaanuar 2022

Allikas: Gemius Eesti, gemiusPrism

Joonis 8 illustreerib kuidas telekava välised kataloog-tüüpi voogedastusteenused Jupiter ja Lasteekraan on asunud tasapisi vähendama telekanalite veebilehtede striimivaatajate arvu. Jaanuaris 2022 oli Jupiter 132 000 striimivaatajaga ERR-i kõige suurema striimivaatajate hulgaga veebileht, möödudes seni suurimast ETV veebilehest (gemiusPrism, kuupäev puudub).



Joonis 8. ERR-i programmi vaatamine jupiter.err.ee, etv.err.ee, etv2.err.ee ja lasteekraan.err.ee veebilehtedel (striimivaatajaid kuus, tuhandetes), oktoober 2019 - jaanuar 2022  
Allikas: Gemius Eesti, gemiusPrism

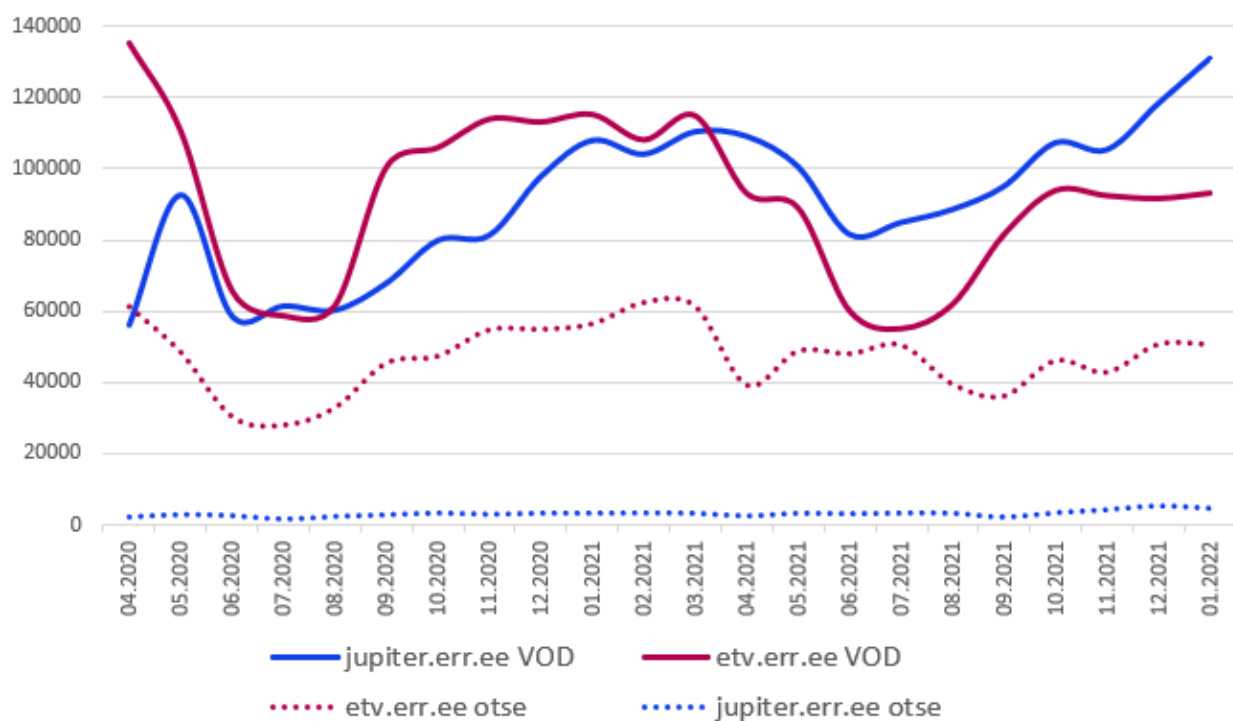
Lasteekraani ja ETV2 veebilehede omavaheline seis on muutunud üsna sarnaselt. On tõenäoline, et ETV2 lasteprogrammi atraktiivne ja mugav esitamine Lasteekraani lehel on põhjustanud ETV2 veebilehe striimivaatajate arvu langust. Jaanuaris 2022 oli Lasteekraanil 47 000 striimivaatajat.

Kõrvutades jooniseid 6 ja 8 ilmneb, et voogedastusteenuste loomisega ei ole ERRi-i kogu striimivaatajate arv suurenenud. Pigem on toimunud kasutajate liikumine üht tüüpi lehtedelt teistele.

Erinevad veebilehed võivad kasutuspraktika poolest oluliselt erineda. Näiteks Lasteekraani eesmärk on olla turvaline ja kontrollitud lastesisu keskkond ning seetõttu puudub veebilehel võimalus otse-eetri vaatamiseks. Jupiteri ja ETV veebilehede striimivaatajate vaatamispraktikate võrdlemisel paistab aga silma oluline erinevus. Kui ETV veebilehel on otse- ja järelvaatamise

suhe tasakaalustatum, siis Jupiter on tugevalt kaldu järelvaatamise poole. Jupiteri puhul tuleks järelvaatamise kui telekava- või eetrikeskse termini asemel kasutada küll terminit voogedastus.

Joonisel 9 on näha, kuidas Jupiter on oma striimivaatajate arvu kasvatanud peamiselt voogedastuses ning ETV veebilehe järelvaatamise striimivaatajate arvelt. Oluline on märkida, et ETV veebilehe otse-etri striimivaatajate arv pole alates 2020. aasta aprillist oluliselt muutunud. See viitab, et konkreetse kanali otsepilti minnakse jätkuvalt vaatama vastava kanali veebilehele. Järelvaatamiseks või eetriga mitte seotud sisu vaatamiseks endale sobival ajal liigutakse järjest enam aga kanaliteülestele voogedastusteenuste veebilehtedele.

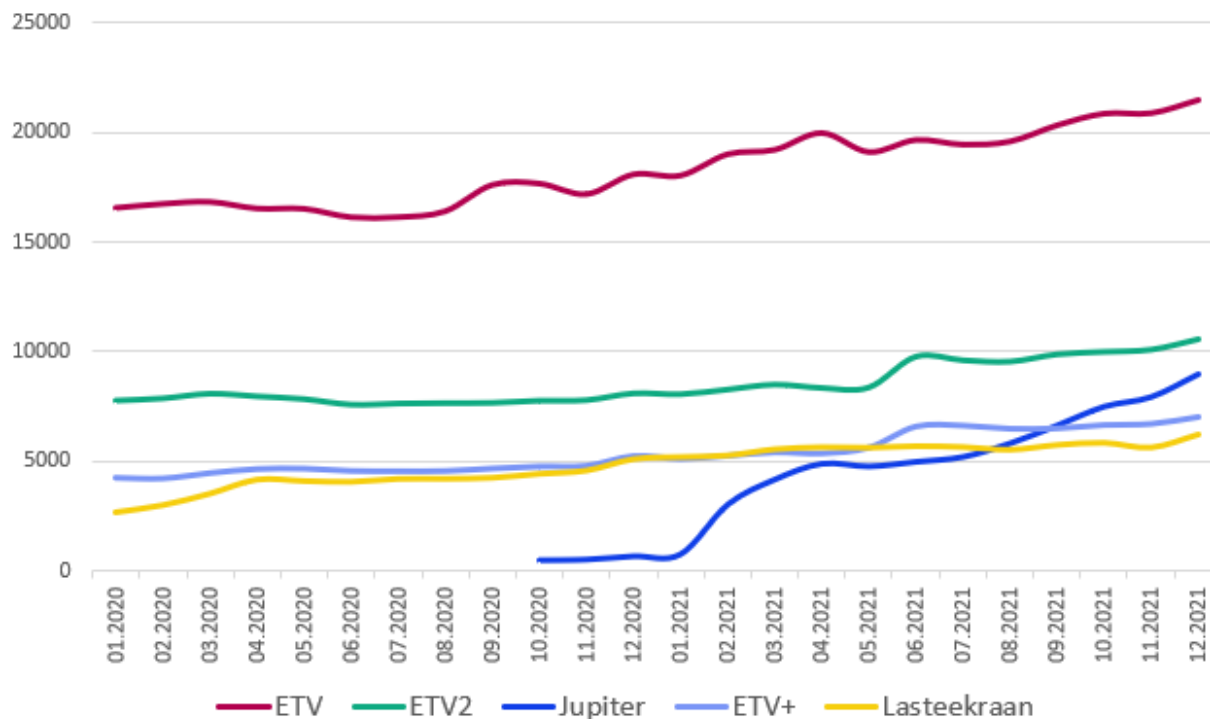


Joonis 9. Jupiter.err.ee ja etv.err.ee veebilehtede vaatamise jagunemine otse- ja järelvaatamise (voogedastuse (VOD)) vahel (striimivaatajaid kuus, tuhandetes), aprill 2020 - jaanuar 2022

Allikas: Gemius Eesti, gemiusPrism

ERR-i telekanaleid on võimalik vaadata ka telefoni ja nutiteleri rakendustest. Joonisel 10 on näha aktiivsete rakenduste arv erinevate programmide lõikes. Oluline on märkida, et iga konkreetse programmi aktiivsete rakenduste arv koondab nii telefonide kui telerite rakendusi. Kõik programmid ei ole oma rakendustega esindatud kõigil erinevatel seadmetel ja

operatsioonisüsteemidel. Näiteks koondab ETV näitaja nii Android ja iOS telefonirakendusi kui Android ja tvOS telerirakendusi. Jupiteri näitaja aga vaid Android ja tvOS telerirakendusi.



Joonis 10. ERR-i audiovisuaalset programmi vahendavate kanalite aktiivsed telefoni ja teleri nutirakendused kuus, 2020-2022

Allikas: Gemius Eesti, gemiusPrism

Võrreldes ERR-i audiovisuaalse programmi tarbimist erinevatel ekraanidel ja platvormidel tuleb silmas pidada, et erinevad vaatamisharjumused on valdavad erinevates vanusegruppides. Teleri vaatamine on selgelt kaldu vanemaeliste poole. Kantar Emori mõõdikuringu alusel mõõdetud teleri päevane vaatamisaeg oli 2020. aastal üle 60-aastaste hulgas üle kuue tunni. Seevastu vanusegrupi 20-29 päevane vaatamisaeg jäi alla kolme tunni (Šein, 2021). Noored on aga selgelt eelistamas väiksemaid mobiilsete seadmete ekraane. Kantar Emori 2019. aasta meediapäeva uuringust selgub, et vanusegrupp 15-24 veedab erinevates nutiseadmetes meediat tarbides rohkem aega kui traditsioonilise meedia (teler, raadio, ajaleht) seltsis (Kantar Emor, 2019).

Digitiseerunud telemaastikul tegutseva auditooriumi, selle vaatamispraktikate ja sisueelistuste mõistmiseks on vajalik avardada mõõdikute arsenalit ning liikuda multidimensionaalse auditooriumi mõõtmise poole. Seejuures on oluline kombineerida kasutajate, sisu ning



kasutatavate platvormide andmeid. See aitab paremini mõista, kuidas kasutajate vaatamiseelistused üle paljude ekraanide ja platvormide seostuvad kultuuriliste (sisu) ja tehnoloogiliste (platvormid) omadustega.

## 2. METOODIKA

Empiirilise uuringu eesmärk on multidimensionaalse võrdleva analüüsi käigus tuvastada ja kirjeldada ERR-i audiovisuaalse programmi vaatamiseelistusi erinevate platvormide (teler, veebilehed) ja vaatamispraktikate (otsevaatamine, järelvaatamine, voogedastus) lõikes. Seejuures keskendub analüüs peamiselt ETV ja ETV2 programmide otsevaatamise ja voogedastusteenuse Jupiter vaatamiseelistuste võrdlemisele. Jupiter alustas tegevust 2020. aasta aprillis. Seetõttu on analüüsi perioodiks valitud 2021. aasta kui esimene Jupiteri tegevuse täisaasta.

Analüüs kombineerib kolme aspekti:

- audiovisuaalse sisu populaarsus,
- erinevad vaatamispraktikad,
- populaarset sisu iseloomustavad metaandmed.

Selleks kasutan multidimensionaalsele uuringule omaselt erinevatest allikatest pärinevaid andmeid. Seniste empiiriliste uuringute põhjal võib öelda, et erinevate mõõtmismeetoditega tuvastatud vaatamiseelistused erinevad teineteisest olulisel määral. Lisaks erinevad otsevaatamine, järelvaatamine ja voogedastus mitmete kriteeriumite osas. Esimesel juhul on tegemist valdavalt elutoa- ja telerikeskse, telekavast lähtuva vaatamispraktikaga. Järelvaatamine lähtub samuti telekavast, kuid võimaldab programmi vaatamist ajas endale sobivale hetkele edasi lükata. Voogedastus on aga ajast ja kohast sõltumatu teenus, kus vaataja saab paljude pakkumiste seast koostada oma soovidest ja huvidest lähtuva valiku. Seetõttu vajab Jupiter kui uus kataloog-tüüpi vaatamisteenus täpsemat teiste vaatamispraktikatega suhestuvat uurimist.

### 2.1 Uurimisküsimused

Kombineerides sisu populaarsust, erinevaid vaatamispraktikaid ja populaarse sisu koha käivaid metaandmeid ning lähtudes võrdleva analüüsi loogikast, on kolm keskset uurimisküsimust sõnastatud järgnevalt:

1. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eetri ning voogedastusteenuse Jupiter kasutusstatistika alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?
2. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eetri ning mõõdikuuringu järelvaatamise populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?
3. Kuidas erinevad ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otsevaatamise ning veebist otsevaatamise kasutusstatistika alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodi osas?

## 2.2 Andmeallikad

Telerist otse- ja järelvaatamise andmed pärinevad Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuringust. Teleauditooriumi mõõdikuuring on uuring, mille eesmärk on koguda teavet 4-aastaste ja vanemate Eesti elanike televaatamise harjumuste kohta. Tegemist on paneeluuringuga, mille käigus kogutakse andmeid telepaneelilt, kuhu kuulub 440 leibkonda kokku 925 inimesega (Kantar Emor, kuupäev puudub, b).

Paneel (valim) järgib oma koosseisult Eesti elanikkonna sotsiaaldemograafilist struktuuri. Samuti jälgitakse, et paneelis oleks üldkogumile vastavalt esindatud erinevad teleri vaatamise viisid (vabalevi, hübriid-TV ja telekomiooperaatorite teenused) (Veski, 2016). Mõõdikuuringus saadud vaatajate arv väljendab saate jooksul telekanalil olnud vaatajate keskmist. Mõõtmise protsessi ja tehnoloogilist lahendust on pikemalt käsitletud peatükis 1.2.2. Saadud mõõdikuuringu andmed üldistatakse kõigile 4-aastastele ja vanematele Eesti elanikele.

Uurimuses on kasutatud teleauditooriumi mõõdikuuringu andmeid perioodist 28.12.2020 kuni 2.01.2022 kattes kogu 2021. aasta 53 täisnädalaga. Kasutatud on telekanalite ETV ja ETV2 otsevaatamise ja seitsmepäevase järelvaatamise andmeid.

ERR-i veebilehtedel toimuva otse- ja järelvaatamise ning voogedastuse andmed pärinevad ERR-i veebiteenuste serveriandmetest. Veebilehtede [jupiter.err.ee](http://jupiter.err.ee), [etv.err.ee](http://etv.err.ee), [etv2.err.ee](http://etv2.err.ee) järelvaatamise ja voogedastuse andmeid on kasutatud läbi analüüsiliidese gemiusPrism. Otsestriimi vaatamise serveriandmeid üle kõigi otse-eetri pildi vaatamist võimaldavate ERR-i veebilehtede on kasutatud läbi analüüsiliidese Microsoft Power BI. Mõlemat tüüpi andmed pärinevad perioodist 28.12.2020 kuni 2.01.2022, kattes kogu 2021. aasta 53 täisnädalaga. Serveriandmete puhul kasutatakse terminit striimivaataja, kelleks ei ole tehniliselt inimene, vaid unikaalne veebilehitseja, kust vastavat sisu on striimitud vähemalt ühe sekundi. Otsestriimi vaatamise puhul on oluline märkida, et lisaks otse-eetri telepildile võimaldab selline vaatamispraktika ka kuni 2-tunnist järelvaatamist. Seega on rangelt võttes tegu otse-eetrit ja lühiajalist järelvaatamist võimaldava hübriidpraktikaga.

Saateid, filme ja sarju kirjeldavad metaandmed pärinevad ERR-i audiovisuaalse sisu andmebaasist ja planeerimisrakendusest Provys *TVoffice*. Metaandmetest on kasutatud järgnevat sisu iseloomustavaid Provys *TVoffice* kirjeid: temaatiline valdkond (žanr), tootja, tootmisaasta ja telekanal, kus sisu esmakordselt eetris oli.

### **2.3 Andmete valik ja teisendused**

Nagu eelpool kirjeldatud, on üheks analüüsitavaks kategooriaks sisu populaarsus. Populaarse sisu tuvastamiseks moodustasin mõõdikuuringu ja serveriandmete alusel kolmekümne enim vastavalt vaatajaid ja striimivaatajaid kogunud saate, filmi ja sarja edetabelid (TOP30) 53 nädala kohta 4 vaatamispraktika lõikes. Valik langes TOP30 ja nädalaste edetabelite kasuks põhjusel, et selline kombinatsioon võimaldab analüüsi haarata erinevat sisu. Kui piirduda kümne enim vaatajaid kogunud sisunimetusega, oleks mõne vaatamispraktika puhul TOP10 edetabel nädalast nädalasse väga sarnane. TOP30 võimaldab seevastu analüüsi haarata vaatajate eelistusi suurema variatiivsuse ja dünaamikaga.

Neli uuritavat vaatamispraktikat on uurimisküsimustest lähtuvalt järgnevad:

- telerist otsevaatamine (mõõdikuuringu andmed ETV ja ETV2 otsevaatamise kohta),
- telerist järelvaatamine (mõõdikuuringu andmed ETV ja ETV2 järelvaatamise kohta),

- voogedastusteenuse vaatamine (serveriandmed jupiter.err.ee vaatamise kohta),
- veebist otsevaatamine (serveriandmed ETV ja ETV2 otsestriimi vaatamise kohta).

Nagu eelpool nimetatud, kasutasin mõõdikuuringu puhul ETV ja ETV2 vaatamise andmeid koos. ETV+ andmed jäid mõõdikuuringu TOP30 edetabeli koostamisest välja, kuna kombineeritud TOP30 edetabelitesse jõudnuks väga vähe ETV+ sisu. Peab möönma, et mõõdikuuringu TOP30 edetabelitesse jõudis vähe ka ETV2 sisu. Siiski on ETV2 programm edetabelites esindatud mahus, mis õigustas kanali kaasamist nädalaste edetabelite koostamisse. Üks ETV2 programmi kaasamise põhjuseid oli muuhulgas see, et ETV2 on võrreldes otse-eetri edetabelitega märkimisväärselt enam esindatud järeelvaatamise edetabelites.

Analüüsitavate vaatamispraktikate hulgast jäi erinevatel põhjustel välja etv.err.ee ja etv2.err.ee veebilehtede kasutamine. Esiteks kajastavad telekanalite veebilehed vaid konkreetse telekanali programmi. Jupiteri valikus on aga kanalite üleselt kaetud kogu ERR-i audiovisuaalne programm. Teiseks oli Jupiter 2021. aasta lõpuks tõusnud suurima kasutajaskonnaga audiovisuaalse sisu vaatamiseks mõeldud ERR-i veebileheks (vt joonis 8), mistõttu kujunes antud töö fookuseks otsevaatamise ja voogedastuse kui uut tüüpi vaatamispraktika võrdlemine. Analüüsi teises faasis, kus vaatluse all on konkreetset saated, sarjad ja filmid, on etv.err.ee ja etv2.err.ee veebilehtede andmed vaadatavuse koondpildi hindamiseks kaasatud.

Nelja vaatamispraktika ja 53 nädala kombinatsioonina moodustus 212 nädalast TOP30 edetabelit. Edetabelitesse jõudnud igale sisunimetusele lisasin kolmanda analüüsitava kategooriana sisu metaandmed žanri, tootja, tootmisaasta ja esma-eetri telekanali kohta.

Kolme esimese sisu kirjeldava tunnuse osas viisin läbi vääruste grupeerimise. Grupeerimise tulemusel moodustusid järgnevad žanri tunnuse väärtused:

- audio (Jupiteri TOP30 edetabelites esinev audiosisu),
- info, dokumentaal (informatiivsed saated, elusaated ja dokumentaal),
- *infotainment* (meelelahutusliku kallakuga infosaated, telemagasid),
- kultuur (kultuurisaated, religioonisaated),

- lapsed, animatsioon (lavastuslikud saated - animatsioon, lastele suunatud mängufilmid ja sarjad),
- lavastuslikud sarjad (lavastuslikud saated - TV sari ja TV seriaal),
- meelelahutus, mängud, elustiil (meelelahutussaated),
- muusika (muusikaesitused),
- mängufilm, lavastus (lavastuslikud saated - mängufilm, telemängufilm, lühimängufilm ja -telelavastus ning näidend),
- sport (spordisaated),
- teadus, haridus (haridussaated),
- uudised, poliitika (uudised).

Tootja tunnuse puhul on oluline välja tuua, et eraldi väärtuseks tõusis ERR-i omatoodang. Ülejäänud väärtused on tootjariigi põhised ning grupeeritud ERR-i vaatest olulisemate tootmispiirkondade alusel. Grupeerimise tulemusel moodustusid järgnevad tootja tunnuse väärtused:

- ERR (ERR-i omatoodang),
- Eesti (Eesti, v.a ERR),
- Euroopa Liit (Euroopa Liidu 28 liikmesriiki, v.a Soome, Rootsi, Taani),
- Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra, Island),
- Suurbritannia,
- USA+Kanada (Ameerika Ühendriigid ja Kanada),
- Venemaa (Venemaa, k.a Nõukogude Liit),
- Muu maailm.

Kuna suurem osa TOP30 edetabelites kajastanud sisust on toodetud viimastel aastatel, jaotasin viimase kümnendi kolmeks. Seevastu andmetes esinenenud kolm varasemat aastakümnet koondasin üheks. Grupeerimise tulemusel moodustusid järgnevad tootmisperioodi tunnuse väärtused:

- 2021,
- 2018-2020,
- 2011-2017,

- 2001-2010,
- 1991-2000,
- 1981-1990,
- 1951-1980.

## 2.4 Uurimisstrateegia ja kasutatavad analüüsimeetodid

Andmekorje, andmete teisendamiste ning koondamise tulemusel moodustus uus 6360 kirjega (4 vaatamispraktikat, 53 nädalat ja 30 edetabelikohta) andmebaas, kus iga kirje kohta on järgnev info:

- vaatamispraktika,
- nädala number,
- koht vastava nädala TOP30 edetabelis,
- saate, filmi või sarja nimi,
- žanr,
- tootja,
- tootmisperiood,
- kanal, kus sisu oli esmakordselt eetris või vaadatav.

Nende andmete baasil arvasin kõigi žanrite, tootjate, tootmisperioodide ja kanalite esinemissagedused iga nädala ja vaatamispraktika kohta. Näiteks esines 2021. aasta 7. nädala TOP30 edetabelitesse jõudnud saadete, filmide ja sarjade hulgas žanrit “uudised, poliitika” nelja vaatamispraktika lõikes järgnevalt:

- telerist otsevaatamise puhul 4 korda,
- telerist järelvaatamise puhul 2 korda,
- voogedastusteenuse vaatamise puhul 1 kord,
- veebist otsevaatamise puhul 3 korda.

Saadud esinemissageduste baasil koostas esmalt kõigi žanrite ja teiste sisu iseloomustavate tunnuste protsentjaotuse iga vaatamispraktika kohta. Tunnuste empiirilise jaotuse koostamine on

esimene samm tunnuse variatiivsuse iseloomustamisel ning see võib olenevalt andmetest olla kokkuvõttena väga täielik, vähese infokaoga ning ülevaatlik (Tooding, 2007).

Protsentjaotuse baasil arvutasin iga sisu iseloomustava tunnuse ja vaatamispraktika kohta Hirschmann-Herfindahli indeksi (HHI) väärtused. HHI hindab, kuivõrd on mingi tunnuse protsentjaotus kontsentreeritud või hajutatud. Algselt on indeksit kasutatud majanduses mingi kindla tööstusharu turu kontsentratsiooni hindamiseks. Indeksi väike väärtus väljendab olukorda, kus turul tegutseb palju väikese turuosaga ettevõtteid. Väärtus 10 000 iseloomustab aga monopolset olukorda, kus ühe ettevõtte käes on 100% turust (Eurostat, kuupäev puudub). Antud uuringu puhul aitab HHI hinnata kuivõrd on mingi vaatamispraktika žanrite, tootjate või tootmisperioodide suhtes kontsentreerunud. Indeksit on varem korduvalt kasutatud teleprogrammide žanrilise kontsentreerituse hindamiseks (Kosterich, 2016; Li & Chiang, 2001).

Sisu iseloomustavate tunnuste väärtuste esinemissageduste baasil arvutasin iga žanri, tootja, tootmisperioodi ja kanali aastased aritmeetilised keskmised kõigi nelja vaatamispraktika kohta. Aritmeetiline keskmine ei väljenda tunnuse ei tüüpilist ega ühist väärtust, vaid pigem on tegu teatava väärtuste jaotust kokkuvõtva abstraktse jaotusdiagrammi raskuskeskmega väärtuste teljel (Tooding, 2007). Seetõttu kasutasin väärtuste hajuvusastme hindamiseks standardhälvet, mis on aritmeetilise keskmise suhtes arvatud hälvete ruutjuur-keskmine. (Tooding, 2007).

Kuna kasutan erinevate vaatamispraktikate kõrvutamisel žanrite ja teiste sisu tunnuste kohta arvatud keskmiste võrdlemist, on oluline teha kindlaks, kas erinevate kogumite võimalikud keskmiste erinevused on statistiliselt olulised või on need pigem juhuslikud. Selleks kasutasin iga keskmiste paari võrdlemisel Student t-testi, mis hindab, kas ja millisel usaldusnivool saab keskmiste erinevust kinnitada (Tooding, 2007).

Lisaks oleks huvitav vaadelda, millistel TOP30 kohtadel sisu iseloomustavate tunnuste väärtused asuvad. Näiteks esines 2021. aasta 7. nädala telerist otsevaatamise TOP30 edetabelis žanrit “uudised, poliitika” neli korda. Kui nende nelja esinemiskorra keskmist edetabeli kohta võrrelda mõne teise vaatamispraktika sama žanri keskmise edetabelikohaga, avardaks see vaatamispraktikate võrdlemise võimalusi. Näiteks võiks kõrgem koht koos kõrge



esinemisagedusega viidata, et vastav žanr on antud vaatamispraktika eelistustes olulisel kohal. Seetõttu arvutasin iga žanri, tootja ja tootmisperioodi edetabeli keskmised kohad kõigi nelja vaatamispraktika kohta.

Viimasena võtsin vaatluse alla 65 valitud saadet, filmi ja sarja ning hindasin nende vaadatavust erinevate vaatamisvõimaluste (telerist otse- ja järelvaatamine, veebist otse-eeetri vaatamine, järelvaatamine etv.err.ee ja etv2.err.ee veebilehtedel ja voogedastusteenuse kasutamine jupiter.err.ee veebilehel) ülese koondpildina. Koondvaate loomisel ei ole kasutatud erinevates nutitelefonide ja -telerite rakendustes toimuvat vaatamist. Seda põhjusel, et hetkel seda ei mõõdetata. Mõõdetakse rakenduste allalaadimist ja aktiivsust mingi perioodi jooksul, kuid rakenduste vahendusel tarbitud sisu kohta info puudub.

Tuleb rõhutada, et koondvaates toodud arvud on saadud erinevate mõõtmismeetodite tulemusel ja erinevate perioodide arvestuses. Kui otsevaatamine mõõdab auditoriumi vaatajaskonda konkreetsel ajahetkel ja järelvaatamine seitsme päeva jooksul pärast tele-eeetrit, siis veebis toimuv vaatamine on mõõdetud striimivaatajatena kogu käsitletava perioodi jooksul. Kuna voogedastuse üks omadusi ja eesmärke ongi koguda vaatajaid pikema perioodi jooksul, ei oleks õige hinnata veebis järelvaatamise või voogedastuse vaatajaskonda üksnes ühe päeva, nädala või kuu alusel. Nimetatud puuduste tõttu on sellisena loodud koondpilt tinglik ning ei anna vastuseid vaatajaskonna absoluutsuuruse kohta. Pigem annab selline analüüs võimaluse hinnata erinevate vaatamispraktikate osatähtsusi erineva sisu vaatajaskonna hulgas.

65 saadet, filmi ja sarja on valitud iga vaatamispraktika kõige populaarsema sisu hulgast jälgides, et esindatud oleks nii ERR-i omatoodang kui ka hankesarjad ja -filmid.

### 3. TULEMUSED JA ARUTELU

Nelja vaatamispraktika 2021. aasta nädalastes TOP30 edetabelites esines kokku 1010 sisunimetust (LISA A). Kõigi nelja vaatamispraktika edetabelites esines neist 86 nimetust ehk 8,5%. Tabelis 1 on näha iga vaatamispraktika edetabelites esinenud nimetuste arv ja vaid üksnes konkreetse vaatamispraktika edetabelites esinenud nimetuste arv. Silma torkab Jupiteri edetabelites esinenud nimetuste suurem hulk ja telerist otsevaatamise nimetuste väiksem hulk võrreldes teiste vaatamispraktikatega. See on kooskõlas eeldusega, et mida pikem on järelvaatamise aeg (ja seega suurem vaatamiseks pakutava sisu hulk), seda enamate nimetuste vahel vaatamine jaguneb. Samasugusele järeldusele võib jõuda vaadeldes nimetuste hulka, mis on esinenud vaid ühe vaatamispraktika edetabelites. Jupiteri edetabelites oli 70% nimetustest sellised, mida teiste vaatamispraktikate edetabelites ei esinenud.

Tabel 1. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste hulk vaatamispraktikate lõikes

	Nimetusi kokku	Ainult antud vaatamispraktika edetabelites esinenud nimetusi	Ainult antud vaatamispraktika edetabelites esinenud nimetuste osatähtsus, %
<b>Otsevaatamine telerist</b>	349	28	8%
<b>Järelvaatamine telerist</b>	430	108	25%
<b>Voogedastus, Jupiter</b>	551	387	70%
<b>Otsevaatamine veebist</b>	416	89	21%

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Tabel 2 näitab edetabelites esinenud nimetuste kattuvust vaatamispraktikate võrdluspaarides. Eelneva põhjal on oodatav, et väikseim kattuvus (11%) esineb Jupiteri ja telerist otsevaatamise edetabelitesse jõudnud sisu seas. On aga mõnevõrra üllatav, et ka telerist ja veebist otsevaatamine kattuvad populaarse sisu osas vaid 38% ulatuses. Telerist ja veebist otsevaatamise ning telerist järelvaatamise populaarsete nimetuste vähene kattuvus viitab, et hoolimata nimetatud vaatamisvõimaluste identsele programmile, tingivad teatud aspektid nende kolme vaatamispraktika kasutajate erinevaid eelistusi. Võib eeldada, et nendeks aspektideks on

võimalus vaadata sisu kasutajale sobival ajal või selle võimaluse puudumine ning telerist ja veebist otsevaatamise erinev seotus kindla koha ja kontekstiga.

Tabel 2. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste kattuvus (%) vaatamispraktikate võrdluspaarides

	<b>Otsevaatamine telerist</b>	<b>Järelvaatamine telerist</b>	<b>Voogedastus, Jupiter</b>	<b>Otsevaatamine veebist</b>
<b>Otsevaatamine telerist</b>	100%	32%	11%	38%
<b>Järelvaatamine telerist</b>	32%	100%	15%	29%
<b>Voogedastus, Jupiter</b>	11%	15%	100%	12%
<b>Otsevaatamine veebist</b>	38%	29%	12%	100%

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

### 3.1 Žanrite esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes

Eelnevalt tuvastatud erinevused edetabelites esinevate saadete, filmide ja sarjade nimetuste arvus viitavad eelkõige vaid erinevate vaatamispraktikate kasutajate võimalusele teha vaatamisotsuseid suurema või väiksema valiku hulgast. Sellisena ei anna eelnev võrdlus aga infot selle kohta, kas erinevate vaatamispraktikate kasutajate eelistused erinevad ka sisuliselt.

Sisulisi erinevusi aitab mõista vaatamispraktikate edetabelitesse jõudnud sisu žanrilise esindatuse võrdlemine. Tabelis 3 kajastuvad vaatamispraktikate TOP30 edetabelites esindatud sisu žanrilise kuuluvuse osatähtsused. Selgub, et telerist otsevaatamise puhul on ligi 25% edetabelitesse jõudnud sisust informatiivne või dokumentaalne. Sellele järgnevate sarjade, meelelahutuse ja uudiste osatähtsused on vastavalt 21%, 14% ja 10%.

Tabel 3. 2021. aasta TOP30 nädalastes edetabelites esinenud sisunimetuste žanrite keskmised osatähtsused ja HHI väärtused vaatamispraktikate lõikes

Žanr	Otsevaatamine telerist	Järelvaatamine telerist	Voogedastus, Jupiter	Otsevaatamine veebist
Audio*	0,00%	0,00%	2,26%	0,00%
Info, dokumentaal	24,84%	20,44%	7,04%	25,35%
<i>Infotainment</i>	6,10%	6,04%	3,65%	9,50%
Kultuur	7,11%	3,21%	1,70%	6,73%
Lapsed, animatsioon	0,31%	5,60%	1,01%	0,44%
Lavastuslikud sarjad	20,88%	26,98%	48,87%	19,37%
Meelelahutus, mängud, elustiil	13,77%	14,21%	4,47%	13,90%
Muusika	4,09%	2,96%	1,38%	3,46%
Mängufilm, lavastus	0,88%	3,14%	24,78%	1,64%
Sport	9,62%	9,18%	1,19%	7,04%
Teadus, haridus	1,95%	0,75%	0,19%	1,38%
Uudised, poliitika	10,44%	7,48%	3,46%	11,19%
HHI	1465	1572	3104	1435

\* Audiosisu on võimalik antud vaatamispraktikate puhul tarbida vaid voogedastusteenuse Jupiter vahendusel.

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Telerist järelvaatamise puhul on märgata, et võrreldes otsevaatamisega on edetabelitesse jõudnud vähem informatiivset ning uudis- ja kultuurisisu. Osatähtsuste tõusu näitavad aga lavastuslik sisu (sarjad ja mängufilmid) ning lastele mõeldud sisu. Sport ja *infotainment* püsivad telerist otsevaatamisega võrreldes samal tasemel.

Veebist otsevaatamise populaarse sisu žanriline jaotus sarnaneb telerist otsevaatamise jaotusele. Mõnevõrra on suurema osatähtsusega vaid *infotainment* ja mängufilmid.

Kõigist kolmest eelpool kirjeldatud vaatamispraktikast erineb oluliselt aga Jupiter. Märkimisväärselt väiksemate osatähtsusega on informatiivne ja uudissisu, samuti sport ja

meelelahutussaated. Oluliselt suuremate osatähtsustega on aga kogu lavastulik sisu - sarjad ja mängufilmid, mille osatähtsused on vastavalt 49% ja 25%.

Tuvastatud erinevused viitavad, et otsevaatamise puhul on eelistatumad informatiivne ja dokumentaalne sisu ning uudised. Järelvaatamise võimaluste laienedes liiguvad žanrilised eelistused päevakajaliselt sisult lavastuslikuma sisu poole. Kui otsevaatamise puhul on lisaks päevakajalisele sisule ka sarjade osatähtsus suhteliselt kõrge, siis mängufilmid jõuavad otsevaatamise edetabelitesse väga harva. Just need asjaolud näivad viitavat otsevaatamise edetabelites kajastuva sisu tugevale seotusele telekavaga. Kuigi antud töö fookuses pole teleprogrammi planeerimise ja selle erinevatesse ajavöönditesse paigutamise analüüs, võib siiski nentida, et otsevaatamise TOP30 edetabelitesse jõuab rohkem parimale eetriajale paigutatud informatiivset sisu ja uudiseid ning vähem näiteks hilisõhtul eetrisse minevaid mängufilme. Voogedastusteenuse puhul on aga vaatajale meelepärane sisu kättesaadav igal ajal. Samuti kaotavad infosaated ja uudised ajas kiiresti aktuaalsust ning pole tõenäoliselt seetõttu järelvaatamise seisukohalt atraktiivsed, samas kui lavastusliku sisu väärtus püsib ajas kauem. Sarjade puhul võib voogedastus olla mõnel juhul ka eelistatum, kuna võimaldab vaadata katkestusteta tervet sarja, samas kui otse-eetrist sarja jälgimisel võib mõni osa erinevatel põhjustel vaatamata jääda.

Tabeli 3 viimasel real on ära toodud Hirschmann-Herfindahli indeksi väärtused iga vaatamispraktika kohta. Indeks näitab, kuivõrd on vastava vaatamispraktika sisueelistused žanriliselt kontsentreerunud. Nagu näha, on kõige vähem žanriliselt koondunud telerist ja veebist otsevaatamine. Jupiteri vaatajate žanrilised eelistused on aga üsna kontsentreerunud ja seda just lavastusliku sisu kõrgete osatähtsuste tõttu.

Järgnevalt on oluline välja selgitada, kas tuvastatud erinevused on statistiliselt olulised või on need juhuslikku laadi. Tabelis 4 on toodud žanrite keskmised esinemissagedused TOP30 edetabelite sisu hulgas vaatamispraktikate lõikes. Üldine pilt on sarnane osatähtsuste baasil tuvastatud tulemusega - otsevaatamise puhul on informatiivsete ja uudissaadete keskmine esinemissagedus kõrgem ning lavastusliku sisu esinemissagedus madalam kui järelvaatamise ja

voogedastuse puhul. Näiteks esineb Jupiteri TOP30 nädalastes edetabelites otsevaatamisega võrreldes sarju ja mängufilme keskmiselt 8,4 ja 7,2 nimetust rohkem.

Tabel 4. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised žanrite esinemissagedused, standardhälbed ning keskmiste vahed võrreldes telerist otsevaatamisega vaatamispraktikate lõikes

Žanr	Otsevaatamine telerist		Järeivaatamine telerist			Voogedastus, Jupiter			Otsevaatamine veebist		
	Keskmine	St. hälve	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe
Audio****	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,68	0,77	0,68***	0,00	0,00	0,00
Info, dokumentaal	7,45	1,71	6,13	2,16	-1,32***	2,11	1,33	-5,34***	7,60	1,43	0,15
Infotainment	1,83	0,77	1,81	0,75	-0,02	1,09	0,85	-0,74***	2,85	1,38	1,02***
Kultuur	2,13	0,91	0,96	0,99	-1,17***	0,51	0,69	-1,62***	2,02	0,94	-0,11
Lapsed, animatsioon	0,09	0,29	1,68	1,53	1,58***	0,30	0,53	0,21**	0,13	0,39	0,04
Lavastuslikud sarjad	6,26	2,01	8,09	1,51	1,83***	14,66	2,06	8,40***	5,81	1,85	-0,45
Meelelahutus, mängud, elustiil	4,13	1,89	4,26	1,64	0,13	1,34	1,06	-2,79***	4,17	1,66	0,04
Muusika	1,23	1,14	0,89	1,14	-0,34	0,42	0,60	-0,81***	1,04	1,30	-0,19
Mängufilm, lavastus	0,26	0,68	0,94	1,17	0,68***	7,43	1,97	7,17***	0,49	0,82	0,23
Sport	2,89	2,95	2,75	2,39	-0,13	0,36	0,48	-2,53***	2,11	1,25	-0,77*
Teadus, haridus	0,58	0,74	0,23	0,46	-0,36***	0,06	0,23	-0,53***	0,42	0,53	-0,17
Uudised, poliitika	3,13	1,23	2,25	0,89	-0,89***	1,04	0,19	-2,09***	3,36	1,13	0,23

\*\*\* Statistiline olulisus  $p < 0.01$ , \*\* Statistiline olulisus  $p < 0.05$ , \* Statistiline olulisus  $p < 0.10$ .

\*\*\*\* Audiosisu on võimalik antud vaatamispraktikate puhul tarbida vaid voogedastusteenuse Jupiter vahendusel.

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Kui telerist otse- ja järelvaatamise omavahelised erinevused on statistiliselt olulised üle poolte žanrite puhul, siis Jupiteri vaatamiseelistuste erinevused telerist otsevaatamisega võrreldes on pea kõigi žanrite puhul statistiliselt olulised usaldusnivool 0.01. Vaid animatsiooni ja lastesisu puhul jääb usaldusnivoo tasemele 0.05.

Samuti leiab kinnitust, et väikesed erinevused telerist ja veebist otsevaatamise vahel pole statistiliselt olulised.

### **3.2 Tootjate esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes**

Järgnevalt vaatlen, kas ja kuidas erineb vaatamispraktikate populaarne sisu tootjate lõikes. Tabelis 5 on näha, et nii telerist kui veebist otsevaatamise puhul on üle poolte TOP30 edetabelite sisust ERR-i toodang. Telerist järelvaatamise ja Jupiteri puhul väheneb ERR-i osatähtsus ning kasvavad teiste tootjate osatähtsused. Jupiteri puhul tõuseb suurima osatähtsusega (26%) tootjaks hoopis Suurbritannia ning samuti paistab silma Euroopast väljas asuvate tootjate populaarsus võrreldes teiste vaatamispraktikatega. Kui telerist otsevaatamise edetabelites esindatud sisu puhul moodustavad Euroopast väljas asuvad tootjad vaid 2,5%, siis Jupiteris esineb TOP30 sisu seas nende toodangut 17,5%.

Kui žanrite puhul paistis Jupiter teiste vaatamispraktikatega võrreldes silma kõrgema kontsentratsiooniga, siis tootjate puhul on olukord vastupidine - Jupiter on tootjate osas kõige madalama HHI väärtusega ehk kõige hajusama jaotusega. ERR-i kõrge osatähtsuse tõttu on otsevaatamine aga tootjate osas kõige kontsentreeritum vaatamisviis. Saab väita, et Jupiteri populaarne sisu on võrreldes teiste vaatamispraktikatega geograafiliselt kõige mitmekesisem.

Tabel 5. 2021. aasta TOP30 nädalastes edetabelites esinenud sisunimetuste tootjate keskmised osatähtsused ja HHI väärtused vaatamispraktikate lõikes

Tootja	Otsevaatamine telerist	Järelvaatamine telerist	Voogedastus, Jupiter	Otsevaatamine veebist
ERR	50,69%	37,61%	14,84%	52,89%
Eesti	25,91%	23,02%	14,09%	25,47%
Euroopa Liit	8,18%	12,64%	18,36%	5,35%
Suurbritannia	10,69%	16,92%	26,48%	11,13%
Põhjamaad	2,08%	3,65%	8,68%	2,52%
USA+Kanada	0,75%	1,82%	5,97%	0,88%
Venemaa	0,94%	3,40%	6,92%	1,01%
Muu maailm	0,75%	0,94%	4,65%	0,75%
HHI	3429	2421	1625	3608

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Tabelist 6 ilmneb, et tootjate keskmiste esinemisageduste erinevused telerist otsevaatamise ning Jupiteri ja telerist järelvaatamise vahel on statistiliselt olulised. Samuti peab tõdema, et telerist ja veebist otsevaatamise väikesed erinevused pole statistiliselt olulised.

ERR-i ja Eesti toodangu keskmiste standardhälbed on nii otse- kui järelvaatamise puhul kõrged. See viitab sellele, et nende tootjate esinemissagedus populaarse sisu hulgas on nädalati väga erinev. Vaadates algandmeid selgub, et põhjus on sesoonne - suvel väljaspool põhihooaegu langeb TOP30 edetabelites esineva ERR-i ja Eesti tootjate sisu esinemissagedus märgatavalt.

Vaatamispraktikate žanrite ja tootjate alusel võrdlemise järel võib mõõnda, et kaks nimetatud sisu iseloomustavat aspekti näivad teatud osas seotud olevat. Otsevaatamise edetabelites esile tõusev informatiivne, dokumentaalne, meelelahutuslik ja uudissisu on valdavalt ERR-i toodetud. Seevastu järelvaatamises ja Jupiteris populaarsed lavastuslikud sarjad ning mängufilmid on peamiselt hankesisu ja toodetud väljaspool Eestit.



Tabel 6. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised tootjate esinemissagedused, standardhälbed ning keskmiste vahed võrreldes telerist otsevaatamisega vaatamispraktikate lõikes

Tootja	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist			Voogedastus, Jupiter			Otsevaatamine veebist		
	Keskmine	St. hälve	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe
ERR	15,21	3,24	11,28	2,86	-3,92***	4,45	1,41	-10,75***	15,87	2,48	0,66
Eesti	7,77	2,19	6,91	2,01	-0,87**	4,23	1,53	-3,55***	7,64	2,19	-0,13
Euroopa Liit	2,45	2,57	3,79	2,38	1,34***	5,51	2,49	3,06***	1,60	1,26	-0,85**
Suurbritannia	3,21	1,59	5,08	1,60	1,87***	7,94	1,65	4,74***	3,34	1,75	0,13
Põhjamaad	0,62	0,56	1,09	0,90	0,47***	2,60	1,10	1,98***	0,75	0,70	0,13
USA+Kanada	0,23	0,42	0,55	0,53	0,32***	1,79	1,38	1,57***	0,26	0,48	0,04
Venemaa	0,28	0,45	1,02	1,21	0,74***	2,08	1,06	1,79***	0,30	0,46	0,02
Muu maailm	0,23	0,42	0,28	0,56	0,06	1,40	1,07	1,17***	0,23	0,42	0,00

\*\*\* Statistiline olulisus  $p < 0.01$ , \*\* Statistiline olulisus  $p < 0.05$ , \* Statistiline olulisus  $p < 0.10$ .

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

### 3.3 Tootmisperioodide esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes

Eelneva põhjal võib eeldada, et sarnaselt on tootja ja žanriga seotud ka tootmisperiood. Tabelist 7 ongi näha, et telerist ja veebist otsevaatamise puhul on rohkem kui pool TOP30 edetabelite sisust toodetud 2021. aastal. Kuna eelnev analüüs näitas, et nende vaatamispraktikate puhul on enam esindatud päevakajaline omatoodang, on selline tulemus igati ootuspärane.

Telerist järelvaatamise puhul 2021. aasta osatähtsus mõnevõrra väheneb. Jupiterist vaatamise puhul langeb aga juba oluliselt ning esile tõusevad perioodid 2018-2020 ja sellele eelnev 2011-2017. Kui telerist otsevaatamise puhul on 50-aastase perioodi 1951-2000 osatähtsus populaarse sisu seas vaid 0,7%, siis Jupiteris on vastav näitaja 10,8%.

Tabel 7. 2021. aasta TOP30 nädalastes edetabelites esinenud sisunimetuste tootmisperioodide keskmised osatähtsused ja HHI väärtused vaatamispraktikate lõikes

Tootmisperiood	Otsevaatamine telerist	Järelvaatamine telerist	Voogedastus, Jupiter	Otsevaatamine veebist
2021	54,40%	46,10%	16,67%	54,40%
2018-2020	27,67%	27,74%	33,90%	29,56%
2011-2017	14,28%	16,98%	31,51%	12,70%
2001-2010	2,96%	4,59%	7,11%	2,70%
1991-2000	0,19%	1,51%	3,02%	0,19%
1981-1990	0,25%	2,08%	5,85%	0,19%
1951-1980	0,25%	1,01%	1,95%	0,25%
HHI	3938	3212	2517	4002

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Jupiter on tootmisperioodi osas ka kõige madalama HHI väärtusega ehk kõige hajusama jaotusega. See tähendab, et Jupiteri populaarse sisu hulgas on erinevate perioodide esindatus võrreldes teiste vaatamispraktikatega kõige ühtlasem. Tuleb esile tõsta, et HHI indeksi väärtused on tootmisperioodi puhul seni vaadeldud sisu iseloomustavatest teguritest pea kõigi vaatamispraktikate kõrgeimad. See tähendab, et võrreldes žanrilise ja tootjate kontsentreerumisega on uuema sisu poole kontsentreerumine veelgi suurem. Vaid Jupiteri puhul ületab žanriline kontsentratsioon tootmisperioodi vastavat näitajat.

Tootmisperioodide keskmiste TOP30 esinemissageduste võrdlemisel tabelis 8 selgub, et Jupiteri ja telerist otsevaatamise võrdluses on statistiliselt olulised kõigi tootmisperioodide erinevused. Telerist ja veebist otsevaatamise keskmised tootmisperioodide esinemissagedused on aga sedavõrd sarnased, et väikesed erinevused mõningate perioodide puhul pole statistiliselt olulised.

Tabel 8. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised tootmisperioodide esinemissagedused, standardhälbed ning keskmiste vahed võrreldes telerist otsevaatamisega vaatamispraktikate lõikes

Tootmisperiood	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist			Voogedastus, Jupiter			Otsevaatamine veebist		
	Keskmine	St. hälve	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe
2021	16,32	3,88	13,83	3,45	-2,49***	5,00	1,96	-11,32***	16,32	3,69	0,00
2018-2020	8,30	2,69	8,32	1,96	0,02	10,17	2,77	1,87***	8,87	3,13	0,57
2011-2017	4,28	1,85	5,09	1,73	0,81**	9,45	2,06	5,17***	3,81	1,77	-0,47
2001-2010	0,89	1,14	1,38	1,53	0,49*	2,13	1,45	1,25***	0,81	1,01	-0,08
1991-2000	0,06	0,23	0,45	0,79	0,40***	0,91	0,96	0,85***	0,06	0,23	0,00
1981-1990	0,08	0,26	0,62	0,83	0,55***	1,75	0,97	1,68***	0,06	0,23	-0,02
1951-1980	0,08	0,33	0,30	0,63	0,23**	0,58	0,71	0,51***	0,08	0,26	0,00

\*\*\* Statistiline olulisus  $p < 0.01$ , \*\* Statistiline olulisus  $p < 0.05$ , \* Statistiline olulisus  $p < 0.10$ .

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Otse- ja järelvaatamise puhul on näha suuri standardhälbe väärtusi 2021. aasta keskmiste juures. Tegu on taas hooajalisusest tuleneva suure hajuvusega. Näiteks telerist otsevaatamise puhul langes 2021. aastal toodetud sisu esinemissagedus populaarse sisu hulgas suvekuudel võrreldes põhihooajaga ligi kaks korda.

### 3.4 Sisu esmaetri kanalite esinemissagedused vaatamispraktikate lõikes

Viimase sisu iseloomustava aspektina vaatlen sisu esmaetri kanalite erinevat esinemisagedust vaatamispraktikate lõikes. Nagu eelpool kirjeldatud, jõudis otse- ja järelvaatamise TOP30 edetabelitesse valdavalt ERR-is toodetud päevakajaline sisu. Seega võib esmaetri kanali puhul eeldada suurt kontsentratsiooni just ETV poole. Tabelis 9 on näha, et see eeldus peab paika. Telerist ja veebist otsevaatamise edetabelites on peaaegu kogu sisu ETV päritolu.

Tabel 9. 2021. aasta TOP30 nädalastes edetabelites esinenud sisunimetuste esmaetri kanalite keskmised osatähtsused ja HHI väärtused vaatamispraktikate lõikes

Esmaetri kanal	Otsevaatamine telerist	Järelvaatamine telerist	Voogedastus, Jupiter	Otsevaatamine veebist
ETV	99,62%	87,74%	58,68%	96,98%
ETV2	0,31%	12,26%	21,13%	3,02%
ETV+	0,06%	0,00%	12,64%	0,00%
Jupiter	0,00%	0,00%	5,28%	0,00%
Muud*	0,00%	0,00%	2,26%	0,00%
HHI	9925	7848	5559	9414

\* Koondab audiosisu, mida on võimalik antud vaatamispraktikate puhul tarbida vaid voogedastusteenuse Jupiter vahendusel.

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Järelvaatamise puhul suureneb ETV2 programmi osatähtsus populaarse sisu hulgas. Nagu eelpool nimetatud, oli see üks põhjustest, miks muidu üldiselt vähe TOP30 edetabelites esinenud ETV2 siiski edetabelite moodustamisse lisatud sai. Võrreldes otsevaatamisega tõuseb ETV2 programmist järelvaatamise edetabelitesse peamiselt lastesisu ning mõnevõrra ka mängufilme. Jupiteri puhul on kanalitevaheline jaotus ühtlasem, kuid ka siin on populaarse sisu seas pea 59% esmalt ETV kanalis olnud programmi. ETV2 21% osatähtsus Jupiteri populaarse sisu seas tuleneb peaaesjalikult ETV2 mängu- ja dokumentaalfilmide panusest.

Võrreldes teiste vaatamispraktikatega tõuseb Jupiteris esile ETV+. Kaheksandik Jupiteri TOP30 sisust on esimest korda olnud eetris just selles kanalis. ETV+ jäi telerist otse- ja järelvaatamise TOP30 edetabelite moodustamisest välja, kuna kanali sisu poleks peaaegu üldse edetabelitesse jõudnud. Sama trendi peegeldab tabelis 9 ka veebist otsevaatamine. Selle vaatamispraktika puhul pole ETV+ programmi jõudmine edetabelitesse uurija valikuga piiratud. Ometi pole ETV+ programm ka sel juhul TOP30 sisu hulka pääsenud. Seega paistab ETV+ programmi esindatus Jupiteri populaarse sisu hulgas eriti silma. See näitab, et kui ETV+ sisu voogedastuse võimalusi kasutades teislaadselt esitleda ja esile tõsta, on sellel võimalus populaarse sisu sekka tõusta.

Esmalt Jupiteri jõudnud sisu pole teiste vaatamispraktikate edetabelites esindatud. See tuleneb peamiselt asjaolust, et vastav sisu polnud 2021. aasta jooksul veel telekanalite programmi planeeritud. Jupiteri enda puhul jõuab selline sisu pea alati edetabelitesse. Seega viitab suhteliselt madal 5%-line osatähtsus üksnes asjaolule, et esmalt Jupiteri jõudvat sisu on Jupiteri programmis suhteliselt vähe.

Tuleb märkida, et hankesisu ei kuulu ERR-is konkreetselt ühele või teisele kanalile. Sageli on sarjad, filmid ja saated vaadatavad erinevatel perioodidel erinevates kanalites. See seletab ka asjaolu, miks vaatamata ETV+ programmi puudumisele otse- ja järelvaatamise TOP30 edetabelites, esineb telerist otsevaatamise populaarse sisu seas seda 0,06%. Tegu on sisuga, mille esmaeeter oli küll ETV+ kanalil, kuid mis nüüd on otsevaatamise edetabelisse jõudnud ETV eetri kaudu. Sisu ristikasutusele vaatamata näib esmaetri kanalite esinemssageduste võrdlemine vaatamispraktikate lõikes oluline. See näitab muuhulgas kuidas esmalt väikekanalites eetris olnud sisu tõuseb esile sedamööda, mida enam on seda võimalik vaadata eetriaja väliselt ning seadmete üleselt kasutajale sobival ajal ja kohas.

HHI indeksi väärtused on esmaetri kanalite jaotuse puhul ootuspäraselt kõrged ehk valdav on kontsentreerumine ETV esmaetriga sisu poole.

Tabelis 10 on näha, et kuna telerist otsevaatamise populaarne sisu on niivõrd ETV poole kaldu, on pea iga erinevus teiste vaatamispraktikatega statistiliselt oluline. Jupiteri ja telerist otsevaatamise omavahelised erinevused kõigi esmaetri kanalite keskmiste vahel on statistiliselt olulised.

Tabel 10. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised esmaetri kanalite esinemissagedused, standardhälbed ning keskmiste vahed võrreldes telerist otsevaatamisega vaatamispraktikate lõikes

Esmaetri kanal	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist			Voogedastus, Jupiter			Otsevaatamine veebist		
	Keskmine	St. hälve	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe	Keskmine	St. hälve	Vahe
ETV	29,89	0,37	26,32	1,84	-3,57***	17,60	1,76	-12,28***	29,09	1,10	-0,79***
ETV2	0,09	0,35	3,68	1,84	3,58***	6,34	1,55	6,25***	0,91	1,10	0,81***
ETV+	0,02	0,14	0,00	0,00	-0,02	3,79	1,71	3,77***	0,00	0,00	-0,02***
Jupiter	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,58	1,12	1,58***	0,00	0,00	0,00
Muud	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,68	0,77	0,68***	0,00	0,00	0,00

\*\*\* Statistiline olulisus  $p < 0.01$ , \*\* Statistiline olulisus  $p < 0.05$ , \* Statistiline olulisus  $p < 0.10$ .

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

### 3.5 Žanrite, tootjate ja tootmisperioodide keskmised kohad vaatamispraktikate edetabelites

Lisaks TOP30 edetabelites esineva sisu žanrite, tootjate ja tootmisperioodide esinemissageduste erinevustele võib eeldada, et infot kannavad endas ka vastavate sisu iseloomustavate aspektide keskmised kohad edetabelites. Näiteks võib esineda olukord, kus mingi žanr on küll TOP30 edetabelite sisus rohkelt esindatud, kuid esindatus koondub näiteks edetabeli viimastele kohtadele.

Tabelis 11 on kõrvutatud iga vaatamispraktika žanrite keskmised esinemissagedused ja kohad. Telerist otsevaatamise puhul on näha, et kõrgeima keskmise koha saavutab *infotainment*, mille esinemissagedus on aga suhteliselt madal. Kõrged keskmised kohad on ka uudistel ja spordil. Kõrge sagedusega informatiivse sisu keskmine koht jääb aga TOP30 keskpunktist allapoole.

Järelvaatamise puhul on kõrgeimate kohtadega esindatud lavastuslikud sarjad ja samuti *infotainment*. Madalaima keskmise kohaga on lastesisu, mis otsevaatamise TOP30 sisus on peaaegu üldse esindamata. Seetõttu on loogiline, et järelvaatamise edetabelitesse tõusmisel ei söösta lastesisu edetabelite etteotsa, vaid peab leppima TOP30 viimaste kohtadega.

Tabel 11. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised žanrite esinemissagedused ja kohad vaatamispraktikate lõikes

Žanr	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist		Voogedastus, Jupiter		Otsevaatamine veebist	
	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht
Audio*	0,00	0,00	0,00	0,00	0,68	23,08	0,00	0,00
Info, dokumentaal	7,45	18,31	6,13	17,47	2,11	19,62	7,60	17,94
<i>Infotainment</i>	1,83	7,76	1,81	11,97	1,09	20,95	2,85	10,29
Kultuur	2,13	17,57	0,96	18,89	0,51	18,88	2,02	16,75
Lapsed, animatsioon	0,09	19,20	1,68	22,81	0,30	17,82	0,13	13,50
Lavastuslikud sarjad	6,26	15,91	8,09	11,90	14,66	12,90	5,81	18,94
Meelelahutus, mängud, elustiil	4,13	15,97	4,26	13,05	1,34	19,43	4,17	18,30
Muusika	1,23	17,15	0,89	16,70	0,42	14,47	1,04	16,63
Mängufilm, lavastus	0,26	20,60	0,94	20,60	7,43	16,77	0,49	22,65
Sport	2,89	9,55	2,75	19,16	0,36	15,47	2,11	6,80
Teadus, haridus	0,58	25,04	0,23	22,68	0,06	23,33	0,42	17,14
Uudised, poliitika	3,13	9,32	2,25	14,84	1,04	16,37	3,36	6,75

\* Audiosisu on võimalik antud vaatamispraktikate puhul tarbida vaid voogedastusteenuse Jupiter vahendusel.

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Jupiteri puhul kuulub kõrgeim keskmine koht lavastuslikele sarjadele, mille olulist rolli Jupiteri sisueelistustes rõhutab ühtlasi ka žanri kõige suurem sagedus Jupiteri edetabelites. Silma torkab *infotainmenti* oluliselt madalam koht võrreldes teiste vaatamispraktikatega.

Veebist otsevaatamine sarnaneb nii keskmiste sageduste kui kohtade osas telerist otsevaatamisele. Märkimist väärib, et *infotainment* on telerist vaatamisega võrreldes madalama keskmise kohaga, samas kui uudised ja sport on aga telerist vaatamisega võrreldes veelgi kõrgema kohaga. Veebist otsevaatamisel saavutavad sport ja uudised sealjuures kõigi žanrite ja vaatamispraktikate kõrgeimad keskmised kohad.

Tabel 12 näitab millised on iga vaatamispraktika tootjate keskmised esinemissagedused ja kohad. Telerist otsevaatamise kõrgeimad keskmised kohad on Venemaa ja muu maailma toodangul, mis on aga väga vähese esinemissagedusega ning seetõttu käsitletav pigem anomaaliana. Jättes Venemaa ja muu maailma kõrvale, on kõrgeima keskmise kohaga ERR-i omatoodang, millele järgneb muu Eesti toodang.

Tabel 12. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetuste keskmised tootjate esinemissagedused ja kohad vaatamispraktikate lõikes

Tootja	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist		Voogedastus, Jupiter		Otsevaatamine veebist	
	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht
ERR	15,21	14,10	11,28	14,98	4,45	18,94	15,87	13,16
Eesti	7,77	15,55	6,91	14,57	4,23	19,65	7,64	16,03
Euroopa Liit	2,45	19,99	3,79	19,37	5,51	13,99	1,60	18,66
Suurbritannia	3,21	20,13	5,08	13,95	7,94	12,80	3,34	22,09
Põhjamaad	0,62	17,19	1,09	14,77	2,60	12,64	0,75	18,78
USA+Kanada	0,23	17,50	0,55	19,45	1,79	17,07	0,26	20,19
Venemaa	0,28	11,33	1,02	18,19	2,08	15,71	0,30	15,44
Muu maailm	0,23	10,25	0,28	8,95	1,40	13,58	0,23	9,75

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Telerist järelvaatamise puhul on pilt eelnevaga üsna sarane. Kõrgemale kohale kerkib Suurbritannias ja Põhjamaades toodetud sisu. Jupiteri edetabelite sisu puhul muutuvad kaks viimati mainitud piirkonda aga juba selgelt kõige kõrgemate kohtadega tootjateks. On täheldatav seos juba varem tuvastatud sarjade kõrge esindatusega Jupiteri populaarse sisu seas. Siiski lisab antud võrdlus infot - selgub, et sarjade kõrge esindatuse seas pälvivad kõrgeid kohti eelkõige Suurbritannia ja Põhjamaade sarjad. Vastupidiselt telerist otse- ja järelvaatamisele on Jupiteri populaarse sisu hulgas madalamate keskmiste kohtadega ERR-i ja Eesti toodang.



Veebist otsevaatamine sarnaneb taas telerist otsevaatamisele. Märkimist väärivad, et ERR saavutab võrreldes teiste vaatamispraktikatega just siin kõige kõrgema keskmise koha.

Viimase sisu iseloomustava tegurina analüüsin tootmisperioodide keskmisi esinemissagedusi ja kohti populaarse sisu hulgas. Tabelis 13 esitatud tulemustest paistab, et otse- ja järelvaatamise puhul on kõrgeima keskmise kohaga 2021. aasta toodang.

Tabel 13. 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud nimetuste keskmised tootmisperioodide esinemissagedused ja kohad vaatamispraktikate lõikes

Tootmisperiood	Otsevaatamine telerist		Järelvaatamine telerist		Voogedastus, Jupiter		Otsevaatamine veebist	
	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht	Sagedus	Koht
2021	16,32	13,23	13,83	14,54	5,00	17,66	16,32	12,86
2018-2020	8,30	16,29	8,32	16,21	10,17	14,75	8,87	17,07
2011-2017	4,28	20,20	5,09	16,04	9,45	14,05	3,81	20,65
2001-2010	0,89	19,24	1,38	15,29	2,13	17,52	0,81	22,15
1991-2000	0,06	24,00	0,45	20,28	0,91	17,03	0,06	29,33
1981-1990	0,08	27,75	0,62	19,07	1,75	14,64	0,06	22,67
1951-1980	0,08	22,50	0,30	22,56	0,58	18,03	0,08	21,33

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Jupiteri puhul on aga 2021. aastast kõrgemate keskmiste kohtadega pisut varasemate perioodide (2018-2020 ja 2011-2017) sisu. Samuti on TOP30 keskpunktist kõrgema keskmise saavutanud 1990-ndatel valminud sisu.

Antud peatüki kokkuvõtteks saab öelda, et kõrgete keskmiste kohtade ja esinemissageduste kombinatsioonis on vaatamiseelistused vaatamispraktikate lõikes järgnevad:

- telerist ja veebist otsevaatamine - *infotainment*, uudised, sport ja meelelahutus, mis on toodetud ERR-is või teiste Eesti tootjate poolt 2021. aastal;

- telerist järelvaatamine - lavastuslikud sarjad, meelelahutus ja *infotainment*, mis on toodetud Eestis (k.a ERR-is), Suurbritannias ja Põhjamaades 2021. aastal,
- voogedastusteenus Jupiter - lavastuslik sisu ja meelelahutus, mis on toodetud Suurbritannias ja Põhjamaades perioodil 2011-2020.

Kahtlemata on tegu üldistusega ja see ei tähenda nagu muud žanrid, tootjad ja tootmisperioodid vaatamispraktikate populaarses sisus ei esineks. Eelkõige rõhutab eelnevalt sõnastatud üldistus vaatamispraktikate omavahelisi erinevusi.

### **3.6 Valitud saadete, sarjade ja filmide koondpilt**

Lõpuks vaatlen valitud saateid, filme ja sarju, hinnates nende vaadatavust erinevate vaatamisvõimaluste koondpildina. Lisaks eelnevalt käsitletud neljale vaatamispraktikale on analüüsi kaasatud ka telekanalite veebilehtedel toimuv järelvaatamine. Kokku analüüsisin selliselt 65 saadet, filmi ja sarja (LISA B), mis said valitud iga vaatamispraktika kõige populaarsema sisu hulgast jälgides, et esindatud oleks nii ERR-i omatoodang kui hankesisu. Järgnevalt vaatlen 65 nimetuse hulgast neid, mis paistavad silma vaatajaskonna erineva jaotumisega vaatamisvõimaluste vahel.

Veelkord tuleb rõhutada, et koondvaates toodud arvud on saadud erinevate mõõtmismeetodite tulemusel ja erinevate perioodide arvestuses. Seetõttu on esitatud koondpilt tinglik ning ei anna vastuseid vaatajaskonna absoluutsuuruse kohta. Pigem pakub sedalaadne võrdlus võimaluse hinnata erinevate vaatamisvõimaluste osatähtsusi erineva sisu puhul.

Tabelis 14 on toodud 24 sisunimetuse vaadatavuse jagunemine erinevate vaatamisvõimaluste vahel. Esimese eristuva grupi moodustavad tähtpäevade ja sündmustega seotud otseülekanded, mida vaadatakse suures enamuses otse telerist. Mõningase lisanduse annab sellistele saadetele telerist järelvaatamine ja veebist otsevaatamine, kuid veebist järelvaatamine ja voogedastuse kaudu vaatamine on sellise sisu puhul pea olematu.

Tabel 14. Valitud saadete, filmide ja sarjade vaadatavus erinevate vaatamisvõimaluste lõikes (% koondtulemusest), koondtulemus tuhandetes

Saade	Teler, otse, %	Teler, järel, %	Jupiter, %	Veeb, otse, %	ETV veeb, järel, %	ETV2 veeb, järel, %	Kokku, tuhandetes
President Kaljulaidi kõne	83%	14%	0%	3%	0%	0%	222
Eesti Laul 2021	82%	11%	2%	4%	1%	0%	237
Presidendi uusaastatervitus	82%	14%	0%	4%	0%	0%	223
Kuulsuste lahing	81%	16%	1%	1%	2%	0%	183
Orkestri mängud	78%	12%	4%	2%	5%	0%	137
Aktuaalne kaamera	58%	6%	4%	2%	29%	0%	259
Pealtnägija	62%	16%	3%	1%	18%	0%	272
Ringvaade	55%	6%	2%	1%	35%	0%	209
Af Sipsik	25%	72%	2%	1%	1%	0%	41
4x4. Türgi	44%	39%	9%	0%	0%	8%	64
Mf Narkomemm	39%	31%	24%	1%	0%	5%	23
Dokf Rasvarinne	39%	30%	26%	1%	0%	4%	33
Mf Ärtuemand	37%	21%	35%	1%	0%	6%	43
Salateenistus	25%	27%	35%	1%	0%	12%	47
Babülon-Berliin	19%	5%	74%	0%	0%	2%	31
Jalgpalli EM EURO 2020	66%	4%	7%	7%	11%	5%	94
Laskesuusatamise MK sari	73%	12%	4%	2%	4%	4%	96
Hommik Anuga	60%	18%	4%	1%	16%	0%	190
Maahommik	52%	29%	4%	1%	14%	0%	125
Plekktrumm	55%	4%	7%	1%	12%	21%	37
Paradiis	49%	23%	23%	1%	5%	0%	106
Äraostmatud	65%	10%	18%	1%	6%	0%	101
Vigil	58%	21%	18%	1%	2%	0%	121
Vaga vesi	69%	11%	14%	2%	4%	0%	79

Allikad: Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuring; Gemius Eesti, gemiusPrism

Sarnase mustri on ka meelelahutuslikud telemängud, mida esindavad näidetena ETV saated “Kuulsuste lahing” ja “Orkestri mängud”. Mõlema puhul on näha ka mõningast vaatajate lisandumist veebist järelvaatamise ja voogedastuse kaudu.

Järgmise grupi moodustavad informatiivsed ja uudistesaadet ning *infotainment*. Näidetena toodud “Aktuaalse kaamera”, “Pealtnägija” ja “Ringvaate” puhul on näha, et oluliseks saab ETV veebilehel järelvaatamine. Telerist järelvaatamine pole enam nii esil (v.a “Pealtnägija”). Ilmselt on nimetatud saated ETV brändiga väga tugevalt seotud ja nende järelvaatamine seostub vaatajatele seetõttu eelkõige just ETV veebilehega.

Järgneva suure grupi moodustab ETV2 sisu. Nagu näha, kukub siin telerist otsevaatamise osatähtsus tugevalt. Samas kasvavad aga telerist järelvaatamise ja Jupiterist vaatamise osatähtsused. Näiteks animafilm “Sipsik” sai lausa 72% vaatajatest telerist järelvaatamise kaudu. Eraldi tuleb esile tõsta sarju “Salateenistus” ja “Babülon-Berliin”. Mõlema puhul ületab Jupiteri osatähtsus kõiki teisi vaatamisvõimalusi. Sealjuures on oluline märkida, et sari “Salateenistus”, mis jõudis esmalt ETV2 ekraanile, sai palju vaatajaid ka telerist järelvaatamise kaudu. Sari “Babülon-Berliin” jõudis aga esmalt Jupiteri ning hilisema ETV2 eetri järel järelvaatamises erinevalt otsevaatamisele enam vaatajaid ei leidnud. See võib viidata asjaolule, et telerist järelvaatamist ja Jupiterist vaatamist kasutatavate vaatajate hulgas esineb üsna suur kattuvus.

Sportiülekanded koguvad valdava osa vaatajatest telerist otsevaatamise kaudu, kuid märkimisväärne lisa tuleb ka kõigilt teistelt vaatamisvõimalustelt. Veebist otsevaatamise kohta paistab kõrge osatähtsusega silma Jalgpalli EM EURO 2020. Kuna võistlused toimusid suvekuudel, võib eeldada, et paljude jaoks oli otsepildi veebi vahendusel jälgimine telerist eemal viibides ainus arvestatav alternatiiv.

Mõnevõrra erandlikud on ETV elusaated “Hommik Anuga” ja “Maahommik”. Mõlema saate puhul on märgata telerist järelvaatamise kõrget osatähtsust. Saateid vaadatakse järele ka ETV veebilehel, kuid vähem kui teisi ETV lipulaevu “Aktuaalset kaamerat”, “Pealtnägijat” ja “Ringvaadet”. Eriti suur on telerist järelvaatamise osatähtsus “Maahommiku” puhul, moodustades hinnangulisest koondvaatajaskonnast 30%. Ilmselt mängib siin taas mõningast rolli

saadete paigutus telekavas. On ju nii “Maahommik” kui “Hommik Anuga” eetris nädalavahetuste hommikuti, mis pole kõige atraktiivsem ajavöönd. Nagu eelnevalt ka mängufilmide puhul näha oli, tõuseb järelvaatamises otsevaatamisega võrreldes enam esile sisu, mis pole paigutatud kõige suurema vaadatavusega ajavöönditesse.

Sarnaselt ETV brändiga seotud saadetele kogub ka tugevalt ETV2 programmiga seostatav “Plekktrumm” suure osa (21%) vaatajaskonnast kodukanali veebilehelt. Sarnaselt “Maahommikule” tuleb “Plekktrummi” vaatajaskonnast ligi pool mujalt kui telerist otsevaatamise kaudu.

Järgmise ploki moodustavad ETV esmaeetriga hankesarjad, mille puhul annavad telerist järelvaatamine ja Jupiterist vaatamine kokku märkimisväärse osa (30-50%) vaatajaskonnast. Tabelis 14 on näidetena toodud sarjad “Paradiis”, “Äraostmatud” ja “Vigil”.

Sari “Vaga vesi” on näide sellest, kuidas esmalt ETV+ eetris olnud sisu kogus Jupiteris ja seejärel läbi ETV eetri otse- ja järelvaatamises ka arvestatava eestikeelse vaatajaskonna. Kui sisu on lisaks eestikeelsetele kanalitele olnud eetris ka ETV+ programmis, tuleks koondvaate loomisel arvesse võtta ka ETV+ otse- ja järelvaatamise ning ETV+ veebilehe vaatajaskonda.

### 3.7 Järeldused

ERR-i audiovisuaalse programmi erinevate vaatamispraktikate puhul eelistatava sisu võrdlev analüüs näitas, et mõnede vaatamispraktikate vahel esineb olulisi erinevusi. Lähtuvalt püstitatud uurimisküsimustest on analüüsi peamised järeldused järgnevad:

- ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eeetri ning voogedastusteenuse Jupiter kasutusstatistika alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid erinevad sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodide osas olulisel määral. Mõõdikuuringu otse-eeetri (telerist otsevaatamise) puhul on eelistatud sisuks informatiivsed, meelelahutuslikud ja uudissaated ning lavastuslikud sarjad. Jupiteri vaatamise puhul on eelistatud sisuks lavastuslik sisu nii sarjade kui mängufilmide näol.

- ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otsevaatamise ja mõõdikuuringu järelvaatamise alusel tuvastatud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid erinevad sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodide osas osaliselt. Telerist järelvaatamine on kui segu otsevaatamise ja Jupiteri eelistustest - jätkuvalt on eelistatud informatiivne, meelelahutuslik ja uudissisu, kuid otsevaatamisest oluliselt rohkem on esil ka erinev lavastuslik sisu.
- ETV ja ETV2 mõõdikuuringu otse-eetri ja veebist otsevaatamise alusel saadud populaarsemate saadete, filmide ja sarjade edetabelid ei erine sisu žanrite, päritolu ja tootmisperioodide osas. Eeldus, et kahe otsevaatamise võimaluse sisueelistused erinevad kasutatavast seadmest lähtuvalt, kinnitust ei leidunud. Telerist ja veebist otsevaatamise sisueelistused on žanrite, tootjate ja tootmisperioodide võrdluses väga sarnased.

Telerist otsevaatamise ja Jupiteri vaatamise sisueelistuste erinevuste puhul tuleb kindlasti välja tuua eristuvat programmi ülesehituse loogikat. Otse-eetri puhul on saade eetris kindlal ajal ning igal üksikul ajahetkel on vaatajal võimalik vaadata vaid ühte konkreetset sisu. Voogedastusteenuste puhul on vaatajal igal ajahetkel aga suur hulk valikuid. Juba ainuüksi see asjaolu tingib erinevas mahus sisu jõudmise edetabelitesse.

Võib ka eeldada, et erinevused sisueelistustes tulenevad mingis osas erinevast programmi struktuurist. Näiteks võib oletada, et ETV kavas on suurem rõhk informatiivsel sisul ja uudissaadetal, Jupiteris aga vastavalt lavastuslikul sisul. Kuna antud töö fookuses ei ole programmide struktuuri võrdlemine, siis piirdun siinkohal vaid ühe faktiga, mis näitab, et Jupiteri programmi puhul ei saa täheldada suurt lavastusliku sisu domineerimist. 2022. aasta aprillis oli Jupiteris võimalik vaadata ligikaudu 900 saadet, 100 sarja ja 500 filmi, millest omakorda 70% olid dokumentaalfilmid. Jupiteris on esindatud kõik ERR-i erinevate toimetuste saated, k.a otsevaatamises domineerivad informatiivsed, meelelahutuslikud ja uudissaated.

Pigem näib vihje peituvat antud töös tuvastatud telerist otse- ja järelvaatamise osalistes erinevustes. Nende kahe vaatamispraktika puhul on programm identne, kuid järelvaatamine laiendab ajaraami, milles endale sobivat sisu tarbida. Seega võib järeldada, et järelvaatamise

eelistuste eemaldamine otsevaatamise eelistustest ning liikumine Jupiteri eelistuste poole on tingitud järeelvaatamise võimalusest kui sellisest. Kui Jupiteri puhul lisada valemisse suurem sisuvalik, võimalus vaadata sarju järjest, suur paindlikkus koha, aja ja kasutatava seadme osas, ongi tulemuseks otsevaatamisest oluliselt erinevad sisueelistused. Jupiteri sisueelistuste kujunemisel võib olla seos ka üldiselt voogedastusele seatavate eelduste ja ootustega - Netflix'i ja teisi suuri voogedastusteenuseid seostatakse peamiselt lavastusliku sisuga ning seda minnakse sinna peamiselt ka otsima. Nii kandub sarnane ootus ja tarbimismuster ka ERR-i voogedastusteenusele Jupiter.

Analüüsi oluliseks leiuks võib pidada ka otsevaatamise erinevate võimaluste (teler vs. veeb) sisueelistuste puudumist. See näitab, et erinevaid sisueelistusi ei tingi niivõrd kasutatav seade või ekraan, vaid pigem vabadus vaatamisajas ning pakutava sisu hulk.

Ajalise vabaduse olemasolu või õieti selle puudumine toob tagasi otsevaatamise sisueelistuste juurde. Analüüsi käigus oli märgata, et otsevaatamise edetabelites esines ohtralt sisu, mis oli telekavas paigutatud erinevate päevade enim vaadatavatesse ajavöönditesse. Loomulikult paigutataksegi nendesse vöönditesse paremad saated ja olulisemad teemad, kuid teatav loomuliku "sunni" mõju näib siin siiski ilmnevat - edetabelitesse jõuab sisu, mis on eetris ajal, mil enamus inimesi õhtuti telerite ette istub.

Ei saa siiski eeldada, et seos sisu populaarsuse ja selle esitlemise vahel eksisteerib vaid saatekavast lähtuva otsevaatamise puhul. Kindlasti esineb sarnane tendents ka voogedastuse sisueelistuste kujunemisel. Kui lineaarses televisioonis paigutatakse paremad, eksklusiivsemad ja olulisemad saated enim vaadatavatesse ajavöönditesse, siis voogedastuses tehakse selline sisu veebilehtedel ja rakendustes samuti erinevate meetoditega enam nähtavaks (tõstetakse kõrgemale, paigutatakse ettepoole, märgistatakse erisõnumitega jne) ning suunatakse seeläbi samuti kasutajate valikuid.

Vaadeldes telerist otsevaatamise sisueelistuste struktuuri, saab tõdeda, et ERR-i arengukavas ETV-le seatud eesmärgid on hästi täidetud. Oluliseks peetavad uudised ja päevakajalised teemad, sotsiaalteemad, ühiskonda ühendavad kultuurisündmused ning kvaliteetne meelelahutus on eriti

otse-, aga ka järelvaatamise populaarses sisus hästi esindatud. Telekavast tuleneva “sunni” ja populaarse sisu seoste viitava teema valguses jääb hetkel siisi lahtiseks, mil määral on selline tulemus saavutatud vastava sisu paigutamise ja parimatele eetriaegadele ja mil määral muude vahenditega.

Otsevaatamise populaarse sisu sõltuvusele eetriaegast ja nähtavusest viitab ka asjaolu, et järelvaatamise ja eriti voogedastuse puhul jõuab edetabelitesse sisu, mis on telekavas enim vaadatavatest võõnditest väljas. Samuti tõuseb mõlema vaatamispraktika puhul enam esile väikekanalite ETV2 ja ETV+ sisu. Ühelt poolt võib eeldada, et selle tingib tele-eetris tähelepanuta jäämine - selline sisu mõjub suurele vaatajaskonnale värskest ja toob kaasa “seda polegi näinud” reaktsioone. Teisalt võib aga arvata, et toimib ka Netflix'i toime loogika puhul kirjeldatud voogedastusteenuste võime koguda aja jooksul konkreetsest (spetsiifilisemast) sisust huvitatud vaatajaskonda. Voogedastusel näib seega olevat oluline roll spetsiifilise, temaatilise ja nišisisu nähtavamaks tegemisel.

Analüüsi käigus leidis kinnitust varasemates uurimustes tuvastatud tendents, mille kohaselt võib niši- ja väikekanalite sisu auditooriumi mõõtmise laiendamise suhteliselt rohkem. Nii vaatamispraktikate edetabelite võrdlus kui 65 valitud saate, sarja ja filmi analüüs näitas, et mida enam erinevaid vaatamisvõimalusi koondpilti lisada, seda enam võib vaatajaid tele-eetris suure tähelepanuta jäänud sisu. Seevastu laiale auditooriumile suunatud õhtustesse võõnditesse paigutatud sisule lisandub telerist vaatamise kõrval teiste vaatamisvõimaluste kaudu suhteliselt vähem publikut. Nagu eelpool kirjeldatud, peabki informatiivne ja uudissisu võimalikult suure auditooriumi leidma nüüd ja kohe ning seetõttu võib öelda, et sellisena maksimeerib selline sisu oma vaatajaskonda otse-eetris efektiivselt. Selle kõrval tuleb aga üha enam teadvustada järelvaatamise ja voogedastuse võimalusi teistlaadse sisu vaatajaskonna maksimeerimisel.

65 valitud sisunimetuse analüüs üle paljude vaatamisvõimaluse näitas, et kui sündmuste ja suurte ülekannete puhul on mõõdikuringu tulemused jätkuvalt üsna adekvaatsed, siis *infotainmenti*, lavastusliku sisu ja eriti väikekanalite sisu puhul tuleb hakata süsteemselt vaatama multidimensionaalset koondpilti üle paljude vaatamisvõimaluste. Analüüs näitas, et esineb üsna palju sisu, mille puhul jääb mõõdikuringuga hinnangulist katmata 10-50% vaatajaskonnast.



Nagu metoodika osas kirjeldatud, jäi ka praegusest koondpildist välja nutitelefonide- ja telerite rakendustes toimuv vaatamine. Seega võib eeldada, et mõõdikuuringuga katmata osa on mõnevõrra veelgi suurem.

### **3.8 Jupiteri arendamise perspektiivid ja potentsiaali kasutamine**

Netflixi ja teiste voogedastusteenuste toimeleogikate käsitlustes on kesksel kohal sisu personaalsed soovitused. Nende roll voogedastusteenuste täieliku potentsiaali rakendamisel on paljude autorite arvates määrav. Soovitusmootorid viivad kasutajad ja sisu kokku viisil, mis aitab ühelt poolt kasutajal suures sisukataloogis orienteeruda ning teisalt loob teenuse pakkujale võimaluse mõista kasutajate eelistusi ning selle baasilt oma arendustegevusi ja sisuloomet juhtida. Soovitusmootorid tagavad, et kindlast teemast, žanrist, persoonist või muust sisuga seotud aspektist huvitatud kasutajani jõuaks vastav uus sisu. See võimaldab rahuldada kasutaja ootusi ja sisul pikema aja jooksul leida oma auditoorium ning seeläbi maksimeerida vaatajaskonda.

Eelnevalt väljendatud arvamus, et ka Jupiteril on võime nišisisu ja tele-eesris tähelepanuta jäänud sisu esile tuua, peab paika osaliselt ning kogu sellealane potentsiaal realiseeritud pole. Nimelt puuduvad Jupiteril hetkel kaks olulist voogedastusteenuse tunnust - sisu kättesaadavaks tegemine üksnes tuvastatud kasutajale ning seeläbi kasutajate käitumise kohta saadud andmete baasil personaalsete soovitusmootorite arendamine. Jupiteri on küll võimalik sisse logida ja sellega kaasneb teatud lisateenuste kasutamise võimalus, kuid konto loomine ja sisse logimine on vabatahtlik. See on ka mõistetav, kuna tegu on ERR-i kui avalik-õigusliku organisatsiooni teenusega, millele ebamõistlik juurdepääsu piiramine pole õigustatud. Ometi seab see Jupiteri arengule takistusi, mis avalik-õiguslikule loogikale ja eesmärkidele vastu töötavad.

Nimelt oleks soovitusmootorite olemasolul võimalik avaliku raha eest toodetud või ostetud sisu vaatajaskonda paremini maksimeerida. Hetkel on uue sisu pealevool sedavõrd kiire, et kasutaja jaoks, kes teenust iganädalaselt ei kasuta, võib suur osa teda potentsiaalselt huvitavast sisust kaduma minna. Sisu liigub suhteliselt kiiresti fookuspunktidest lehe erinevatesse sektsioonidesse laiali ja pole konkreetsele kasutajalele tema eelistustest lähtuvalt mugavalt ühte kohta kokku

koondatud. See muudab praeguse voogedastusteenuse lahenduse otsevaatamisega sarnasemaks - kui õigel ajal peale ei satu, on suur risk mingit konkreetset sisu mitte märgata ja sellest ilma jääda. Olukorra teeb vaataja jaoks keerulisemaks asjaolu, et voogedastuses puudub ka programmi kava, mis ajast sõltuva otsevaatamise puhul talle abiks on.

Soovituste tugev mõju on mitmel moel Jupiteris aga juba praegu täheldatav. Näiteks on veebilehel eraldi sektsioon, kuhu koondub sisu, mis peagi platvormilt kaob. Analüüsidest sisu vaadatavuse kõveraid ilmneb, et niipea kui sisu jõuab vastavasse sektsiooni, kasvab selle vaadatavus märgatavalt. Seega ei saa voogedastusteenuse puhul soovitude keskset mõju kuidagi alahinnata. Personaalsete sihitud soovitude olemasolu vähendaks sisu esitlemisest tulenevat toimetuse suunatud mõju ning suurendada konkreetse kasutaja eelistuste mõju maksimeerides nii ka erineva sisu vaatajaskonda.

Seni pole ERR-i voogedastusteenused Jupiter ja Lasteekraan ERR-i arengukava eesmärki kasvatada oma auditooriumit eelkõige voogedastuse valdkonnas täies mahus ja kogu potentsiaali arvestades saavutanud. Voogedastuse statistikast nähtus, et kogu ERR-i striimivaatajate arv pole viimasel kahel aastal oluliselt tõusnud. Pigem on toimunud striimivaatajate liikumine telekanalite veebilehtedelt uutele voogedastusteenuste lehtedele. Arengukava näeb voogedastuse auditooriumi kasvatamise eeldusena aga eelkõige just kasutajamugavuse ja personaliseeritud lahenduste pakkumist ning eesmärgiks seatakse analüütika ja IT arendusvõimekuse arendamine.

Personaalsete soovitusmootorite roll on luua iga kasutaja eelistustest lähtuvat ainulaadset vaatamiskogemust. Kindlasti ei peaks ERR-i voogedastusteenuste soovitusmootor olema suunatud järjepanu vaatamise (*binge-watching*) soodustamisele, vaid peaks olema osalt algoritmiline, osalt kureeritud - vaataja huvidest ja eelistustes lähtuv, kuid tema silmaringi avardav ja uusi seoseid loov.

Avalik-õiguslikus meedias kasutatavad soovitusmootorid ei saa olla optimeeritud erameedia eeskujul üksnes kasutajaskonna ja tarbimise suurendamisele, vaid peavad lähtuma avalik-õigusliku meedia väärtustest, edendades arvamuste paljusust, mitmekesisust ning läbipaistvust. Kuna sellise tehnoloogia loomine nõuab palju uuringuid ning arendustööd, on

Euroopa Ringhäälingute Liidu (EBU) osad liikmesorganisatsioonid ühinenud avalik-õiguslike soovitusmootorite loomiseks ning algatanud projekti “PEACH” (*Personalisation for Each*), mille käigus loodud soovitusmootorid on kasutusel juba mitmete EBU liikmete digimeedia platvormidel (PEACH, kuupäev puudub). Personaliseeritud lahendusi juurutades tasub ERR-il algatusega kindlasti liituda, kasutades eeliseid, mida ühine võrgustunud arendustegevus nii ressursside kokkuhoiu kui teadmiste akumulatsiooni osas pakub. Personaliseerituse ja soovitustehnoloogiate kasutamata jätmisel on oht kaotada küllastunud ja võrgustunud meediamaaistikul auditooriumi tähelepanu ning marginaliseeruda.

Samuti võiks Jupiter olla ERR-i audiovisuaalse sisu katsepolügoon. Voogedastuse toime loogika võimaldaks platvormile tuua eksperimentaalset ja uuenduslikku sisu, mille sihtauditoorium detailse analüüsi tulemusel selgemalt kindlaks teha ja seeläbi seda muudes kanalites paremini sihtuda või enne suure teleauditooriumi ette toomist sihtrühmale paremini kohandada. Kuna praegu kasutajaid üldistatud tasemel ei tuvastata, siis sellisel tasemel kasutajakäitumise analüüsimise võimalused puuduvad.

### **3.9 Edasised uuringuvõimalused ja võimalikud mõõtmismudelid**

Digiajastu teleauditoorium on killustunud ümber suure hulga sisu, paljude vaatamisvõimaluste ning uute platvormide ja teenuste. Samaaegselt esineb palju vaatamispraktikaid ning nagu käesolev uurimus näitas, vajab auditooriumi mõõtmine ja käitumise mõistmine multidimensionaalseid uuringuid ja meetodeid.

Käesoleva töö eesmärk oli võrrelda, kuidas erineb populaarne sisu oma omadustelt erinevate vaatamispraktikate lõikes. Töö käigus ilmnisid aga ka mitmed muud aspektid, mis näivad vaatamispraktikate erinevusi põhjustavat ning mille edasine uurimine oleks seetõttu soovitatav. Programmi struktuuri võimalikust mõjust erinevate vaatamispraktikate populaarsele sisule oli eelpool juba juttu. Järgnevates uuringutes tuleks sellele aspektile läheneda teadlikumalt ning konkreetselt võrrelda programmi struktuuri ja edetabelitesse jõudnud sisu struktuuri. Samuti tuleks järgnevates uuringutes sisu omadusena käsitleda seda, kas konkreetne sisunimetuse on kanalite telekavas paigutatud parimatesse ajavöönditesse või mitte. See aitaks täpsemalt mõista,

kuivõrd toovad otse- ja järelvaatamise edetabelid esile parimate ajavööndite sisu ja voogedastus vastavalt muudesse ajavöönditesse paigutatud ehk suurema auditooriumi tähelepanuta jäänud sisu. Voogedastuse populaarse sisu hindamisel tuleks sarnaselt analüüsida konkreetse sisu esitlemise praktikad ehk arvestada, kui nähtavatel positsioonidel seda esitleti.

ERR-i audiovisuaalse sisu mõõtmise puhul tuleks liikuda süsteemse multidimensionaalse mudeli poole, mis kajastaks tulemusi mitte vaatamispraktikate, kanalite või teenuste kaupa, vaid sisu ja kasutaja keskselt. See tähendab, et olulisemaks peaks muutuma konkreetse sisu tarbimise analüüs üle kõigi vaatamispraktikate ning ka kasutaja ja tema teekond läbi erineva ERR-i sisu ja vaatamisvõimaluste. Esimese eesmärgi saavutamiseks tuleks luua standardiseeritud mudel, mille alusel kogu ERR-i audiovisuaalse sisu sooritust analüüsida ja võrrelda. Võimalusel tuleks koostöös telekomiooperaatoritega alustada ka ERR-i telekanalite kohta käivate digibokside andmete analüüsiga. Teise eesmärgi saavutamiseks tuleks luua kasutajate digivalimeid, mis aitaks eraldi paiknevate veebilehtede, rakenduste ja seadmete kasutusandmed siduda ühtseks kasutaja teekonnaks ning rikastaks ühtlasi praeguseid serveriandmed sotsiaaldemograafiliste andmetega.

Nagu eelnevad uuringud on näidanud, ei pruugi suur vaatajaskond automaatselt tähendada, et vaatajad konkreetse sisuga tugevat seotust tunnevad või sellele tähelepanu pööravad. Samaaegne mitmel ekraanil meediatarbimise kasv on tekitanud kahtlusi, kuivõrd väljendab mõõdikuring tegelikku vaatamist ja mil määral mõõdetakse vaid telesisule eksponeeritust. Seetõttu tuleks täiendavalt luua ka mudeleid, mis erinevate mõõtmismeetodite kaudu hindaksid vaatajate huvitatust sisust. Sotsiaalmeedia andmed ei tule Eesti puhul ilmselt kõne alla, kuid vaatamise sageduse ja kestuse abil võiks eksperimentaalseid seotust või huvitatust hindavaid mudeleid luua. Kuna järelvaatamine ja voogedastus nõuavad kasutajalt otsevaatamisega võrreldes konkreetse sisu valikul selgemat aktiivsust ja otsust, võiks ka siin voogedastuse võimalusi kasutada. Võimalik oleks analüüsida sisu keskmist vaatamise aega, vaatamise katkestuste sagedust ja katkestust esilekutsuvaid kohti ning edasikerimise dünaamikat.

## KOKKUVÕTE

Magistritöö eesmärgiks oli ühelt poolt kaardistada ja anda ülevaade digiteerumise tulemusel killustunud teleauditooriumi mõõtmise erinevatest võimalustest ning kirjeldada erinevate meetodite eelseid ja puudusi. Teisalt oli empiirilise uuringu eesmärk tuvastada ja kirjeldada ERR-i audiovisuaalse programmi populaarse sisu erinevusi erinevate vaatamispraktikate lõikes.

Empiirilise uuringu ideeline raamistik lähtus eelnevate uuringutega tuvastatud järgnevatest tendentsidest:

- erinevad auditooriumi mõõtmise meetodid erinevatel platvormidel või erinevate vaatamispraktikate puhul annavad erinevaid tulemusi,
- voogedastuse ja lineaarse televisiooni toime loogika erinevused toovad kaasa erinevused sisueelistustes,
- digiteerunud telemaastikul on auditooriumi mõõtmiseks ja selle käitumise mõistmiseks vaja rakendada multidimensionaalseid uurimismeetodeid.

Uurimisküsimustele vastuste leidmiseks viisin läbi võrdleva analüüsi, kombineerides kolme aspekti: audiovisuaalse sisu populaarsust, erinevaid vaatamispraktikaid ja populaarse sisu metaandmeid. Sisu populaarsust on käsitletud läbi iganädalaste TOP30 edetabelite, nelja vaatamispraktikana olid vaatluse all telerist otse- ja järelvaatamine, veebist otsevaatamine ning voogedastusteenuse Jupiter vaatamine. Sisu kohta käivate metaandmetena leidsid kasutamist žanr, tootja, tootmisperiood ja ERR-i programm, milles sisu esmakordselt eetris või vaadatav oli. Andmeallikadena kasutasin Kantar Emori teleauditooriumi mõõdikuuringu andmeid, ERR-i veebilehtede kasutusstatistika serveriandmeid (läbi analüüsiliideste gemiusPrism ja Microsoft Power BI) ja ERR-i audiovisuaalse sisu andmebaasi Provys TVoffice andmeid.

Analüüsi tulemusel ilmnes, et telerist otevaatamine ja voogedastusteenuse Jupiter vaatamine erinevad populaarse sisu žanrite, tootjate ja tootmisperioodide võrdluses oluliselt. Osaliselt erinevad ka telerist otse- ja järelvaatamine. Tuvastatud erinevused viitavad, et mida suurem on vabadus valida endale sobivat vaatamisaega ja kohta ning mida suurem on pakutava sisu hulk,

seada enam tõuseb informatiivsete, dokumentaalsete ja uudissaadetega võrreldes esile lavastuslik sisu sarjade ja mängufilmide näol. Samuti leiab järeelvaatamises ja voogedastuses suhteliselt rohkem lisanduvaid vaatajaid niši- ja temaatiline sisu ning sisu, mis on eetris ERR-i väiksemates telekanalites ETV2 ja ETV+. Selline tendents viitab voogedastuse võimele žanrilise ja temaatilise sisu esitlemise kaudu maksimeerida spetsiifilisemat vaatajaskonda pika vaatamist võimaldava perioodi jooksul.

Valitud sisunimetuse analüüs üle paljude vaatamisvõimaluse näitas, et sündmuste ja otseülekannete puhul tuleb valdav osa vaatajaskonnast endiselt telerist otsevaatamise kaudu. Lavastusliku sisu, *infotainmenti* ja väikekanalite sisu puhul esineb aga arvestatav hulk sisu, mille puhul jääb mõõdikuuringuga hinnanguliselt katmata 10-50% vaatajaskonnast.

Analüüsi tulemuste valguses sõnastasin soovitusel ERR-i voogedastuse ja analüütika valdkonna edasisteks arenguteks:

- voogedastusteenuse Jupiter soovitusmootori loomine, et veelgi paremini maksimeerida pakutava sisu vaatajaskonda,
- kasutada voogedastusteenust Jupiter uue või eksperimentaalse sisu testkeskkonnana, mis võimaldaks paremini tuvastada sisu sihtrühmi ja testida vastuvõttu, seeläbi hiljem teistes ERR-i kanalites sisu paremini sihtida ning vajadusel sisus muudatusi teha,
- liikuda auditooriumi mõõtmisel sisu- ja kasutajakesksete multidimensionaalsete uuringute suunas, kus sisu sooritust ja kasutaja teekonda analüüsitaks üle kõigi ERR-i pakutavate vaatamisvõimaluste ning programmide.

Järgnevate samalaadsete uuringute korral oleks soovitav lisaks vaadelda ja võrrelda erinevate programmide struktuurset erinevusi ning võtta arvesse, kas sisu on olnud telekanalis eetris parimates ajavööndites või voogedastusteenuse puhul nähtavalt ja olulisena esile tõstetud. Nende kahe elemendi analüüsi lisamine võimaldaks lisaks vaatamispraktikate toimeoloogiate erinevustele tuvastada, kuivõrd on populaarse sisu erinevused erinevate vaatamispraktikate puhul tingitud programmide erisusest või sisu erinevast esitlemisest.

## KASUTATUD ALLIKAD

Alla, H. (2014, 6. november). Ekspert seletas, kuidas töötab telemõõdik. *Postimees*. <https://kultuur.postimees.ee/2981759/ekspert-seletas-kuidas-tootab-telemoodik>

Anand, N., & Peterson, R. A. (2000). When Market Information Constitutes Fields: Sensemaking of Markets in the Commercial Music Industry. *Organization Science*, 11(3), 270-284. <https://doi.org/10.1287/orsc.11.3.270.12502>

Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion.

Angell, R., Gorton, M., Sauer, J., Bottomley, P., & White, J. (2016). Don't Distract Me When I'm Media Multitasking: Toward a Theory for Raising Advertising Recall and Recognition. *Journal of Advertising*, 45(2), 1-13. <https://doi.org/10.1080/00913367.2015.1130665>

Arsenault, A. H. (2017). The datafication of media: Big data and the media industries. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 13(1+2), 7–24. [https://doi.org/10.1386/macp.13.1-2.7\\_1](https://doi.org/10.1386/macp.13.1-2.7_1)

Barbieri, R. (1987, 15. juuni). Perfecting the Body Count. *Channels*.

Bourdon, J., & Meadel, C. (2011). Inside television audience measurement: Deconstructing the ratings machine. *Media, Culture & Society*, 33(5), 791-800. <https://doi.org/10.1177/0163443711404739>

Buzeta, C., & Moyano, P. (2013). The Television Audience Measurement in the Digital Age. *Cuadernos.info*, 33, 53-62. <https://doi.org/10.7764/cdi.33.503>

Buzzard, K (2012). *Tracking the Audience: The Ratings Industry from Analog to Digital*. New York: Routledge.

Buzzard, K (2002). The Peoplemeter Wars: A Case Study of Technological Innovation and Diffusion in the Ratings Industry. *Journal of Media Economics*, 15(4), 273-292. [https://doi.org/10.1207/S15327736ME1504\\_4](https://doi.org/10.1207/S15327736ME1504_4)

Chmielewski, D. C. (2013, 25. august) Ted Sarandos upends Hollywood with Netflix revolution. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/la-et-netflix-ted-sarandos-20130825-dto-htlstory.html>

dentsu Eesti. (2021). dentsu Eesti tarbijauuring 2021.

Dwyer, T. (2010). *Media Convergence*. Maidenhead: Open University Press.

Eesti rahvusringhääling. (2022). *Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2023 – 2026*. [https://files.err.ee/info/Eesti%20Rahvusringh%C3%A4%C3%A4lingu%20arengukava%202023-2026\\_kinnitatud%202022022.pdf](https://files.err.ee/info/Eesti%20Rahvusringh%C3%A4%C3%A4lingu%20arengukava%202023-2026_kinnitatud%202022022.pdf)

Eesti rahvusringhääling. (2021). *Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2022 – 2025*. [https://files.err.ee/info/ERR\\_arengukava\\_2022-2025\\_EST.pdf](https://files.err.ee/info/ERR_arengukava_2022-2025_EST.pdf)

Ene, L. (2020). *Supply of audiovisual media services in Europe: MAVISE insights - 2019*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/supply-of-audiovisual-media-services-in-europe-mavise-insights-2019/16809c7874>

Eurostat. (kuupäev puudub). *Glossary:Herfindahl Hirschman Index (HHI)*. Kasutatud 7.04.2022. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Herfindahl\\_Hirschman\\_Index\\_\(HHI\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Herfindahl_Hirschman_Index_(HHI))

Evens, T., & Berte, K. (2014). Challenges of Digital Innovations: A Set-Top Box Based Approach. J. Bourdon & C. Meandel (toim.) *Television Audiences Across the World* (lk 234-247). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137345103\\_14](https://doi.org/10.1057/9781137345103_14)



Fagerjord, A., & Kueng, L. (2019). Mapping the core actors and flows in streaming video services: what Netflix can tell us about these new media networks. *Journal of Media Business Studies*, 16(3), 166-181. <https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1684717>

Friedman, W. (2009, 2. juuli). Show Me: Reality Outpaces Scripted Fare In Key Engagement Categories. *MediaPost*. <https://www.mediapost.com/publications/article/107213>

Grece, C. (2021). *Trends in the VOD market in EU28*. European Audiovisual Observatory. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>

Gunzerath, D. (2012). Current Trends in U.S. Media Measurement Methods. *The International Journal on Media Management*. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.675754>

Heinlaid, H. (2018). *Teleauditooriumi mõõtmise tänapäeva Eestis arvestades telepildi vaatamise võimalusi erinevatel platvormidel*. [Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. DSpace. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/60708>

Heisler, Y. (2018, 16. aprill). ‘La Casa De Papel’ (AKA ‘Money Heist’) Becomes Netflix’s Most-Watched Foreign Original Series Ever. *Decider*. <https://decider.com/2018/04/16/la-casa-de-papel-netflix-most-watched-foreign-original-ever>

Hessler, J. (2021). Peoplemeter Technologies and the Biometric Turn in Audience Measurement. *Television & New Media*, 22(4), 400-419. <https://doi.org/10.1177/1527476419879415>

Ibrus, I. (2013). Path dependencies in media design: evolutionary dynamics of early mobile web and its textual forms. *Social Semiotics*, 24(2), 191-208. <http://dx.doi.org/10.1080/10350330.2013.859479>

Kantar Emor. (kuupäev puudub, a). *Teleauditooriumi ülevaade*. Kasutatud 27.03.2022. <https://www.kantaremor.ee/teleauditooriumi-ulevaade/>

Kantar Emor. (kuupäev puudub, b). Teleauditooriumi Mõõdikuuring. Kasutatud 29.03.2022. <https://www.kantaremor.ee/teenus/teleauditooriumi-moodikuuring-2/>

Kantar Emor. (2019). Meediapäeva uuring.

Kelly, JP. (2019). Television by the numbers: The challenges of audience measurement in the age of Big Data. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(1), 113–132. <https://doi.org/10.1177/1354856517700854>

Kiewit, D. A., & Lu, D. (1987). Ultrasonic audience measurement system and method. (Ameerika Ühendriikide patent nr US-4644509-A). <https://app.dimensions.ai/details/patent/US-4644509-A>

Kim, S. J. (2018). Audience measurement and analysis. A. Albarran, B. I. Mierzejewska & J. Jung (toim.), *Handbook of media management and economics* (lk 379-393). Routledge.

Kinks, A. (2002, 17. september). Tõesem pilt teleturust. *Äripäev*. <https://www.aripaev.ee/uudised/2002/09/16/toesem-pilt-teleturust>

Kitchin, R. (2014). Big Data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, 1, 1-12. <https://doi.org/10.1177/2053951714528481>

Kosterich, A. (2016). Reconfiguring the “Hits”: The New Portrait of Television Program Success in an Era of Big Data. *International Journal on Media Management*, 18(1), 43-58. <https://doi.org/10.1080/14241277.2016.1166431>

Kosterich, A., & Napoli, P. M. (2015). Reconfiguring the Audience Commodity: The Institutionalization of Social TV Analytics as Market Information Regime. *Television & New Media*, 17(3), 254–271. <https://doi.org/10.1177/1527476415597480>

Laney, D. (2001). *3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety*. META Group. <https://studylib.net/doc/8647594/>

Li, S. S., & Chiang, C. (2001). Market competition and programming diversity: A study on the TV market in Taiwan. *The Journal of Media Innovations*, 14(2), 105-119. [https://doi.org/10.1207/S15327736ME1402\\_04](https://doi.org/10.1207/S15327736ME1402_04)

Lotz, A. D. (2014). *The Television Will Be Revolutionized (teine väljanne)*. New York University Press.

Lu, D. (1989). Image recognition audience measurement system and method. (Ameerika Ühendriikide patent nr US-4858000-A). <https://app.dimensions.ai/details/patent/US-4858000-A>

Madrigal, A. C. (2014, 2. jaanuar). How Netflix Reverse-Engineered Hollywood. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>

Mandese, J. (2009, 30. aprill). Nielsen Probe Finds People Not Pushing Buttons Properly: The Bigger The Audience, The Bigger The Discrepancy. *Media Daily News*. <https://www.mediapost.com/publications/article/105128/nielsen-probe-finds-people-not-pushing-buttons-pro.html>

Manovich, L. (2018). 100 Billion Data Rows per Second: Media Analytics in the Early 21st Century. *International Journal of Communication*, 12, 473-488. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6160/2249>

Mavise. (kuupäev puudub). *Database of The European Audiovisual Observatory*. Kasutatud 26.03.2022. <https://mavise.obs.coe.int/>

McAdams, D. D. (2009, 4. mai). Sunbeam Sues Nielsen. *TVTechnology*. <https://www.tvtechnology.com/news/sunbeam-sues-nielsen>

McClellan, S. (2008, 19. mai). MSOs Look to Capitalize on STB Data. *Adweek*.  
<https://www.adweek.com/convergent-tv/msos-look-capitalize-stb-data-95828/>

Milavsky, J. R. (1992). How good is the A. C. Nielsen people-meter system?. *Public Opinion Quarterly*, 56(1), 102-115. <https://doi.org/10.1086/269299>

Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. Comedia.

Mytton, G., Diem, P., & van Dam, P. H. (2016). *Media audience Research. A Guide for Professionals*. SAGE Publications.

Napoli, P. M., & Roepnack, A. (2018). Big Data and Media Management. A. Albarran, B. I. Mierzejewska & J. Jung (toim.), *Handbook of media management and economics* (lk 410-421). Routledge.

Napoli, P. M. (2012). Audience Evolution and the Future of Audience Research. *The International Journal on Media Management*, 14, 79–97.  
<https://doi.org/10.1080/14241277.2012.675753>

Napoli, P. M. (2011). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia University Press.

Napoli, P. M. (2005). Audience Measurement and Media Policy: Audience Economics, the Diversity Principle, and the Local People Meter. *Communication Law and Policy*, 10(4), 349-382. [https://doi.org/10.1207/s15326926clp1004\\_1](https://doi.org/10.1207/s15326926clp1004_1)

Neira, E., Clares-Gavilán, J., & Sánchez-Navarro, J. (2021). New audience dimensions in streaming platforms: the second life of *Money heist* on Netflix as a case study. *Profesional de la información*, 30(1), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13>

Nelson, J. L., & Webster, J. G. (2016). Audience Currencies in the Age of Big Data. *International Journal on Media Management*. 18(1), 9-24. <https://doi.org/10.1080/14241277.2016.1166430>

Neudorf, R. (2002, 6. detsember). Telemöödik mõjutab Eesti telereklaamiturgu. *Ärileht*. <https://arileht.delfi.ee/artikkel/50941241/telemoodik-mojutab-eesti-telereklaamiturgu>

Oja, S. (2013, 7. november). TNS Emor hakkab saadete järelvaatamist mõõtma. *Best Marketing*. <https://www.bestmarketing.ee/uudised/2013/11/07/tns-emor-hakkab-saadete-jarelvaatamist-mootma>

PEACH. (kuupäev puudub). *Personalisation and Recommendation Ecosystem*. Kasutatud 8.05.2022. <https://peach.ebu.io/>

Portilla, I. (2015). Television Audience Measurement: Proposals of the Industry in the Era of Digitalization. *Tripodos*, 36, 75-92. [http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/243/202](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/243/202)

Statistikaamet. (kuupäev puudub). *Statistika andmebaas*. Kasutatud 7.05.2022. [https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu\\_kultuur\\_ringhaaling](https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu_kultuur_ringhaaling)

Stone, M. L. (2014). *Big Data for Media*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-04/Big%20Data%20For%20Media\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-04/Big%20Data%20For%20Media_0.pdf)

Šein, H. (2021). *Digiajastu teleraamat. Digiajastu televisioon Eestis 2000-2020*. Hagi Šein.

Taneja, H. & Mamoria, U. (2012), Measuring Media Use Across Platforms: Evolving Audience Information Systems. *The International Journal on Media Management*, 14, 121–140. <https://doi.org/10.1080/14241277.2011.648468>

Tassi, P. (2021, 13. oktoober). 'Squid Game' Is Now Netflix's Most Popular Show Ever, And It's Not Even Close. *Forbes*.  
<https://www.forbes.com/sites/paultassi/2021/10/13/squid-game-is-now-netflixs-most-popular-show-ever-and-its-not-even-close/?sh=103be7266c42>

Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet. (2022). *Meediateenuste load, nimekiri 05 2022*.  
<https://www.ttja.ee/media/2065/download>

Tooding, L-M. (2007). *Andmete analüüs ja tõlgendamine sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Veski, R. (2016, 28. september). Telia põrmustab Emori telestatistika: Kanal 2 pole sugugi kõige populaarsem. *Delfi*. <https://arileht.delfi.ee/artikkel/75737733>

Wayne, M. L. (2021). Netflix audience data, streaming industry discourse, and the emerging realities of 'popular' television. *Media, Culture & Society*, 1-17.  
<https://doi.org/10.1177/01634437211022723>

Webster, J. G. (2014). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age*. Cambridge: The MIT Press.

Webster, J. G., & Ksiazek, T. B. (2012). The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. *Journal of Communication*, 62(1), 39-56.  
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>

## LISAD

## LISA A

Tabel A1. Vaatamispraktikate 2021. aasta TOP30 edetabelites esinenud sisunimetused

Saade/Film/Sari	Žanr	Tootmis-aasta	Tootja	Esmaetri kanal
100 Aastat Siia-Sinna. Vahur Kersnaga	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV
11. September: Põgenemine Epitsentrist	Info, dokumentaal	2012	Suurbritannia	ETV+
1944: Auschwitzi Dilemma	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV+
20. Augusti Klubi Ja XIV Riigikogu Pidulik Istung	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
2020 Aktuaalses Kaameras	Uudised, poliitika	2020	ERR	ETV
2021 Aasta Muinasjutt: Expo	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
252 Päeva Üksindust	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
31. Osakonna Hukk	Mängufilm, lavastus	1979	Eesti	Jupiter
38 Papagoid	Lapsed, animatsioon	1976	Venemaa	ETV2
39-45. Keelatud Armastus	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV2
4X4. Kaukaasia	Meelelahutus, mängud, elustiil	2016	Eesti	ETV
4X4. Magadan	Meelelahutus, mängud, elustiil	2013	Eesti	ETV
4X4. Tadžikistan. Türkmenistan. Usbekistan	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	Eesti	ETV2
4X4. Türgi	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV2
8 mm Elu	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	Eesti	ETV
Aafrika	Info, dokumentaal	2013	Suurbritannia	ETV2
Aafrika Metsik Lõuna	Info, dokumentaal	2019	Türgi	ETV
Aarne Rannamäe. Ajakirjaniku Ajastu	Info, dokumentaal	2016	ERR	ETV
Aasta Keskkonnaauhind	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Aasta Säravaimad Tähed	Infotainment	2020	ERR	ETV
Aasta Tippetked 2021	Infotainment	2021	ERR	ETV
Aasta Tähtsaim Pidu	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Aasta Õpetaja Gala 2021	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV

Aastavahetus Kinoteatriga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	ERR	ETV
Abba Igavesti. Võitja Võtab Kõik	Kultuur	2019	Suurbritannia	ETV
Abc Mõrvad	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Abi	Mängufilm, lavastus	2021	Suurbritannia	ETV
Abikaasa	Mängufilm, lavastus	2017	Suurbritannia	ETV2
Abrili Tütred	Mängufilm, lavastus	2017	Mehhiko	ETV2
Adele. Ainult Ühel Õhtul	Muusika	2021	USA	ETV2
Adolf Hitleri Sõda	Info, dokumentaal	2019	Austraalia	Jupiter
Aeg Elada, Aeg Armastada	Mängufilm, lavastus	1976	Eesti	Jupiter
Afganistan – Haavatud Maa	Info, dokumentaal	2020	Saksamaa	ETV2
Aga Koidikud On Siin Vaiksed	Mängufilm, lavastus	2015	Venemaa	ETV+
Ahvid	Mängufilm, lavastus	2019	Colombia	ETV2
Ain Anger. Juubeligala Kodusaarel	Muusika	2021	ERR	ETV
Ain Anger. Väikesaarelt Maailma Tippu	Kultuur	2021	ERR	ETV
Ainult Hulludele Ehk Halastajaõde	Mängufilm, lavastus	1990	Eesti	ETV2
Ainult Loomad	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV2
Aitäh, Et Olete Eestit Hoidnud	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Ajaloo Suurimad Valed: 1915. Lusitania Hukk	Info, dokumentaal	2017	Prantsusmaa	ETV2
Ajaloo Suurimad Valed: 1991. Esimene Lahesõda	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV2
Ajaloo Suurimad Valed: Rainbow Warrior	Info, dokumentaal	2018	Prantsusmaa	ETV2
Ajalugu Viie Minutiga	Info, dokumentaal	2020	Tšehhi	ETV2
Ajapolitseinik	Mängufilm, lavastus	1994	Kanada	ETV+
AK 65	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Aktuaalne Kaamera	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Aktuaalne Kaamera (Viipekeeles)	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV2
Alasti Tõde	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	ERR	ETV
Allo Allo!	Lavastuslikud sarjad	1982	Suurbritannia	ETV
Amarillo. Tarmo Pihlapi Kustumatud Hitid	Muusika	2020	ERR	ETV
Ameerika Kirjad	Mängufilm, lavastus	2015	Tšehhi	ETV



Ameerika Peale 11. Septembrit	Info, dokumentaal	2021	USA	ETV
Ameerika Värvipildis	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV
Anne Boleyni Viimased Päevad	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV
Anne, E Lõpus	Lavastuslikud sarjad	2019	Kanada	ETV
Antsla. Sügis 1993	Info, dokumentaal	1993	ERR	Jupiter
Areeni Varjus	Sport	2018	Eesti	ETV
Arktika	Mängufilm, lavastus	2018	Island	ETV
Armastus Berliinis	Lavastuslikud sarjad	2010	Saksamaa	ETV
Armastus Kolme Apelsini Vastu. Lõpuetendus	Mängufilm, lavastus	1994	ERR	Jupiter
Armastus?	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	Jupiter
Armastuse Laps	Lavastuslikud sarjad	2013	Austraalia	ETV
Armastuse Ravijõud	Lavastuslikud sarjad	2012	Venemaa	ETV+
Armastusega, Sarah	Mängufilm, lavastus	2020	Suurbritannia	ETV
Armastust Otsimas	Lavastuslikud sarjad	2021	Suurbritannia	Jupiter
Armunud Skorpion	Mängufilm, lavastus	2013	Hispaania	ETV+
Arthur Miller. Mees Omas Sajandis	Kultuur	2015	Saksamaa	Jupiter
Arukad Puud	Teadus, haridus	2016	Saksamaa	ETV2
Arukus Rahaasjades	Info, dokumentaal	2016	Austraalia	ETV+
Arvo Kruusement. Filmirežissöör	Kultuur	2020	ERR	ETV
Asi On Armastuses	Mängufilm, lavastus	2018	Rootsi	ETV
Asja Lood	Info, dokumentaal	2016	Eesti	ETV
August 1991	Mängufilm, lavastus	2005	ERR	ETV
Aung San Suu Kyi: Langenud Ingel	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV
Autoportree	Kultuur	2018	ERR	ETV
Babülon-Berliin	Lavastuslikud sarjad	2017	Saksamaa	ETV2
Balti Kett 30. Ärgake Baltimaad!	Info, dokumentaal	2019	Eesti	ETV
Bandiidid	Mängufilm, lavastus	2001	USA	ETV+
Bastille' Päev	Mängufilm, lavastus	2016	Prantsusmaa	ETV+
Belgravia	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV

Big Stone Gap	Mängufilm, lavastus	2015	USA	ETV+
Blackadder	Lavastuslikud sarjad	1983	Suurbritannia	ETV2
Borneo Töölaager	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Britt-Marie Oli Siin	Mängufilm, lavastus	2019	Rootsi	ETV
Bronxi Lugu	Mängufilm, lavastus	1993	USA	ETV+
Céline Cousteau'Ga Maailmas	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Prantsusmaa	ETV
CEV Võrkpalli Karikas	Sport	2021	Eesti	ETV2
Charité	Lavastuslikud sarjad	2017	Saksamaa	ETV
Dalida	Mängufilm, lavastus	2017	Prantsusmaa	ETV2
D'Artagnan Ja Kolm Musketäri	Mängufilm, lavastus	1979	Venemaa	ETV
Dave Bentoni Jõulukontsert	Muusika	2020	ERR	ETV
David Copperfieldi Isiklik Elulugu	Mängufilm, lavastus	2019	Suurbritannia	ETV
David Vseviov. Mineviku Mõtestaja	Kultuur	2019	ERR	ETV
Defendor	Mängufilm, lavastus	2009	Kanada	ETV+
Deliirium	Mängufilm, lavastus	2018	USA	Jupiter
Demokraatia Häkkimine	Info, dokumentaal	2021	Prantsusmaa	ETV
Depeche Mode. Hinged Metsas	Muusika	2019	USA	ETV2
Destudio. Pohmelus	Kultuur	2021	Eesti	ETV
Diana Pulmapidu	Mängufilm, lavastus	2020	Norra	ETV2
Diana, Meie Ema	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV
Diana. Intervjuu, Mis Vapustas Maailma	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV2
Diktatuuri Tõmbetuultes	Info, dokumentaal	2020	Saksamaa	ETV
Dimitri	Lapsed, animatsioon	2018	Prantsusmaa	ETV2
Djatlovi Kuru Mõistatus: Tõekütid	Info, dokumentaal	2020	Venemaa	ETV+
Doktor Thorne	Lavastuslikud sarjad	2016	Suurbritannia	ETV
Downton Abbey	Lavastuslikud sarjad	2010	Suurbritannia	ETV
Drømmeland	Info, dokumentaal	2019	Holland	ETV2
Durrellid	Lavastuslikud sarjad	2016	Suurbritannia	ETV
Edekabel	Meelelahutus, mängud, elustiil	2010	Eesti	ETV

Edevuse Laad	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Edulood	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Edwardi Ajastu Suurbritannia Värvipildis	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV
Eeden	Mängufilm, lavastus	2020	Soome	ETV2
Eelajaloolised Maailmad	Info, dokumentaal	2019	USA	ETV2
Eesmärk: Leida Rõõmu Raskel Ajal	Kultuur	2021	USA	ETV
Eesti Nüüd Siis Vabariik	Lavastuslikud sarjad	2021	Eesti	ETV
Eesti 2031	Teadus, haridus	2021	ERR	ETV
Eesti 30 Hetke	Teadus, haridus	2021	ERR	ETV
Eesti Eurolaul 2001 Video	Muusika	2001	ERR	ETV
Eesti Filmi- Ja Teleauhinnad 2021	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Eesti Kontserdi Uusaastakontsert	Muusika	2021	ERR	ETV
Eesti Kontsert 80	Muusika	2021	Eesti	ETV
Eesti Laul 2020 Erisaadet	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Eesti Laul 2021	Muusika	2021	ERR	ETV
Eesti Laul 2021. Finaali Eel	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Eesti Laul 2021. Lava Taga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV2
Eesti Laul 2021. Start	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Eesti Laul 2021. Videod Ja Etteasted	Muusika	2021	ERR	ETV
Eesti Laul 2022 Veerandfinaalid	Muusika	2022	ERR	ETV
Eesti Laul 2022. Videod	Muusika	2021	ERR	ETV
Eesti Lipp Ümber Islandi	Meelelahutus, mängud, elustiil	2014	Eesti	ETV
Eesti Lood	Info, dokumentaal	2010	Eesti	ETV
Eesti Muusika- Ja Teatriakadeemia 100. Ajaloost Ja Inimestest	Kultuur	2019	Eesti	ETV
Eesti Muusikute Salajutud	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Eesti Mäng	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Eesti Mäng. Aastavahetuse Eri	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Eesti Parimad Ettevõtted 2021	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Eesti Täna. Riiklike Teenetemärkide Üleandmine	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV

Eesti Vabariigi Hümn	Muusika	2020	ERR	ETV
Eesti Vabariigi Presidendi Uusaastatervitus 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Eesti Vabariigi Presidendi Vastuvõtt Kadrioru Lossi Roosiaias 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Eesti Vehklemisnaiskonna Vastuvõtt Tallinna Lennujaamas	Sport	2021	ERR	ETV
Eesti Üro Julgeolekunõukogus	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Ehh, Uhhuduur	Meelelahutus, mängud, elustiil	2019	Eesti	ETV
Eht Inglise Mõrv	Info, dokumentaal	2013	Suurbritannia	ETV
Ei Meelest Lää Mul Iial. Eesti Filmilaulud	Muusika	2011	ERR	ETV
Eikusagilt	Mängufilm, lavastus	2017	Saksamaa	ETV2
EKI Keelekillud	Kultuur	2019	ERR	ETV
Eksklusiivintervjuu Reet Ojaga	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Electric Slide	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV+
Ella, Oscar Ja Huu	Lapsed, animatsioon	2017	Prantsusmaa	ETV2
Elu Allpool Nulli	Info, dokumentaal	2018	Kanada	ETV2
Elu Allpool Nulli. Kanada	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Elu Lugu	Info, dokumentaal	2015	ERR	ETV
Elu On Töö On Elu	Mängufilm, lavastus	2021	Eesti	ETV
Elu On Vaid Üks Sõit	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Elu Parim Nali	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	ERR	ETV
Elukool	Mängufilm, lavastus	2017	Prantsusmaa	ETV2
Elutud Elamispinnad	Info, dokumentaal	2019	Rootsi	ETV2
Ema	Mängufilm, lavastus	2019	Hispaania	ETV2
Ema	Lavastuslikud sarjad	2016	Suurbritannia	ETV2
Emadepäev Linnateatriga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Emainstinkt	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV
Embargo, Iraan Ja Sanktsioonid	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Emma	Lavastuslikud sarjad	2009	Suurbritannia	Jupiter
Ensv	Lavastuslikud sarjad	2013	Eesti	ETV
Epa 70. Elu Parimad Aastad	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV

Epidemia	Lavastuslikud sarjad	2020	Kanada	ETV
Erakordsed Toidukohad	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Suurbritannia	ETV
Eri Klas. Õnnelik Inimene	Kultuur	2019	ERR	ETV
Erin Brockovich	Mängufilm, lavastus	2000	USA	ETV
Ernst Ja Alma. Tagasi Turumajandusse	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Esimene Studio	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Esimesena Kosmoses	Mängufilm, lavastus	2017	Venemaa	ETV+
Estonian Voices. Saanike	Muusika	2018	ERR	ETV
Estraaditähed. Meelejahutaja	Meelelahutus, mängud, elustiil	1986	ERR	ETV2
Etv Huumori Kuld	Meelelahutus, mängud, elustiil	2009	ERR	ETV
Etv Kõige Kõigemad	Kultuur	2020	ERR	ETV
Eurolaulud 2021 Eesti Viipekeeles	Muusika	2021	ERR	Jupiter
Eurovisiooni Laulud 2021	Muusika	2021	EUROOPA	ETV
Eurovisiooni Lauluvõistlus 2021	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Holland	ETV
Eurovisiooni Lauluvõistlus: Fire Saga Lugu	Mängufilm, lavastus	2020	USA	ETV
EV103. Oikumeeniline Jumalateenistus Tallinna Piiskoplikus Toomkirikus	Kultuur	2021	ERR	ETV
EV103. Pidulik Riigilipu Heiskamine Pika Hermannini Tornis	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
EV103. President Kersti Kaljulaidi Kõne	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
EV103. Pärjade Asetamine Vabadussõja Võidusamba Jalale	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
EV103. Vabariigi Aastapäev	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
EV103. Vabariigi Aastapäev Paides	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
EV103. Vabariigi Aastapäeva Kontsert Paides	Muusika	2021	ERR	ETV
EV103. Vabariigi Aastapäeva Peoõhtu Paides	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Eve Kivi. Diivana Elatud Elu	Kultuur	2020	ERR	ETV
Everiga Ja Ever Ita	Kultuur	2011	ERR	ETV
Fantoom	Mängufilm, lavastus	1964	Prantsusmaa	ETV+
Feminister	Info, dokumentaal	2019	Rootsi	ETV
Fiksikud	Lapsed, animatsioon	2015	Venemaa	ETV2
Filmitähed Ei Sure Liverpoolis	Mängufilm, lavastus	2017	Suurbritannia	ETV2

Flirt Vene Moodi	Info, dokumentaal	2012	Saksamaa	ETV+
Florida Projekt	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV2
Freddy Heinekeni Röövimine	Mängufilm, lavastus	2015	Holland	ETV+
Free Range	Mängufilm, lavastus	2013	Eesti	ETV2
Freud	Lavastuslikud sarjad	2020	Saksamaa	ETV+
Freud 2.0	Info, dokumentaal	2019	Itaalia	ETV2
Geenius Ja Hullumeelne	Mängufilm, lavastus	2018	Iirimaa	ETV
Geograaf Jõgi Gloobuse Maha	Mängufilm, lavastus	2013	Venemaa	ETV+
George Balanchine'I "Pähklipureja"	Muusika	2012	USA	ETV2
Grantchester	Lavastuslikud sarjad	2014	Suurbritannia	ETV
Guido Kangur. Elu Ilusaim Aeg	Kultuur	2021	ERR	ETV
Guido Kangur. Kodukoht	Kultuur	2006	ERR	ETV2
Gunnar Graps. Trubaduur Magistraalil	Kultuur	2021	ERR	ETV
Gurmeesintervjuu. Dmitri Demjanov	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Gurmeeklubi	Mängufilm, lavastus	2020	Taani	ETV
Habsburgide Kannatused	Info, dokumentaal	2019	Austria	ETV
Hakkame Lahutama!	Mängufilm, lavastus	2019	Venemaa	ETV+
Hall Kardinal	Info, dokumentaal	2019	USA	ETV
Hannibal Hopkins & Sir Anthony	Kultuur	2020	Prantsusmaa	ETV+
Head Saated Iga Päev	<i>Infotainment</i>	2021	ERR	ETV
Heinz Valk. Võidumees	Kultuur	2021	ERR	ETV
Heleni Sünnipäev	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	ETV2
Helgi Sallo. Jumala Puudutus	Kultuur	2021	ERR	ETV
Helgi!	Muusika	1983	ERR	ETV2
Helistage Mu Agendile!	Lavastuslikud sarjad	2015	Prantsusmaa	ETV2
Hercule Poirot	Lavastuslikud sarjad	1990	Suurbritannia	ETV
Hetk Ajaloos. Tartu Rahu	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Hiina Huvid Arktikas. Ühe Ambitsiooni Telgitagused	Info, dokumentaal	2021	Prantsusmaa	ETV
Hiina Võimu All	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV

Hirmunult Joostes	Mängufilm, lavastus	2005	Saksamaa	ETV+
Hirvenahk	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV2
Hoides Usku	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Hommik Anuga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Hommiku-Hannes	Lapsed, animatsioon	2018	Prantsusmaa	ETV2
Hooaja Lõpp	Mängufilm, lavastus	2019		ETV+
Howards End	Mängufilm, lavastus	1991	USA	ETV2
Hämmastavad Hotellid	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Suurbritannia	ETV
Härra Jänes	Lapsed, animatsioon	2016	Prantsusmaa	ETV2
Härra Septime'I Restoran	Mängufilm, lavastus	1966	Prantsusmaa	ETV2
Hüvasti, Lenin!	Mängufilm, lavastus	2003	Saksamaa	ETV
Ibiza	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	Jupiter
Idatuul	Mängufilm, lavastus	2017	Saksamaa	ETV2
Idealmaastik	Mängufilm, lavastus	1980	Eesti	ETV
Igaviku Väravas	Mängufilm, lavastus	2018	Suurbritannia	ETV2
Ihuman	Info, dokumentaal	2019	Norra	ETV
Ihust Ja Hingest	Mängufilm, lavastus	2017	Ungari	ETV2
Ilmaratas	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV
Ilmutus	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV2
Iluuisutamise MM Stockholmis	Sport	2021	Rootsi	ETV2
Imeline Jõuluaeg. Laulavad Maarja-Liis Ilus, Ott Lepland Ja Noorkuu	Muusika	2018	ERR	ETV
Imeline Maailm Bill Weiriga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	USA	ETV
Imelise Ajastu Lõpp	Mängufilm, lavastus	2015	Venemaa	ETV+
Imiteerimismäng	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV2
Inglise Keele Õpetaja	Mängufilm, lavastus	2013	USA	ETV
Inimesed Sõdurisinelis	Mängufilm, lavastus	1968	Eesti	Jupiter
Inimjaht	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Intertüdruk	Mängufilm, lavastus	1989	Venemaa	ETV+
Intervjuu Ago-Endrik Kerrega	Kultuur	2019	ERR	ETV

Intervjuu President Alar Karisega 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Irratsionaalne Mees	Mängufilm, lavastus	2015	USA	ETV
Isa Brown	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Isad Ja Pojad. Ivo, Robert Ja Albert Linna	Info, dokumentaal	2018	Eesti	ETV
Isadepäeva Kontsert	Muusika	2021	ERR	ETV
Iseolemine	Info, dokumentaal	2019	Eesti	ETV
Iseseisvuse Taastamine	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Isiklikud Arved	Mängufilm, lavastus	2018	Venemaa	ETV+
Islandi Amatsoon	Mängufilm, lavastus	2018	Island	ETV
Ita Ever 90	Kultuur	2021	ERR	Jupiter
Ja Tuleb Inimesi	Lavastuslikud sarjad	2020	Ukraina	ETV+
Jaak Joala 70. Juubelikontsert Naerata	Muusika	2020	ERR	ETV
Jaak Joala Laulude Õhtu	Muusika	2020	ERR	ETV
Jaanidisko	Muusika	2020	ERR	Jupiter
Jaanipäev	Info, dokumentaal	1978	Eesti	Jupiter
Jah, Härra Peaminister	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Jahid Merel	Mängufilm, lavastus	1955	Eesti	ETV2
Jalgpalli Balti Turniir	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Em Euro 2020	Sport	2021	Itaalia	ETV
Jalgpalli Euroopa Konverentsiliiga	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Euroopa Liiga	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Maavõistlus	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Meistrite Liiga	Sport	2021	EUROOPA	ETV2
Jalgpalli MM 2022 Valikmäng	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Premium Liiga	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpalli Tipneri Karikavõistlused	Sport	2021	Eesti	ETV2
Jalgpallistuudio	Sport	2021	ERR	ETV
Jan Uuspõld Ja Ago Anderson. Piiri Peal	Mängufilm, lavastus	2019	Eesti	ETV
Jane Austeni Raamatuklubi	Mängufilm, lavastus	2007	USA	ETV



Jane Eyre	Mängufilm, lavastus	2011	USA	ETV2
Joanna Lumley - Rongiga Aasiast Euroopasse	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Havannas Ja Haitil	Meelelahutus, mängud, elustiil	2019	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Indias	Meelelahutus, mängud, elustiil	2017	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Jaapanis	Meelelahutus, mängud, elustiil	2016	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Siiditee Seiklus	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Suurbritannia Avastusretk	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Suurbritannia	ETV
Joanna Lumley Virmaliste Maal	Meelelahutus, mängud, elustiil	2008	Suurbritannia	ETV
Johannese Lähetamine	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Judi Dench Borneo Looduses	Meelelahutus, mängud, elustiil	2019	Suurbritannia	ETV2
Juhuslik Abikaasa	Mängufilm, lavastus	2008	USA	ETV
Juhuslik Kohtumine	Kultuur	1995	ERR	ETV2
Julmad Poliitmängud	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	Jupiter
Jupiteri Kuu	Mängufilm, lavastus	2017	Ungari	ETV2
Juurdluse Saladused. XIX Sajand	Lavastuslikud sarjad	2019	Venemaa	ETV+
Jõulud ETVga	<i>Infotainment</i>	2021	ERR	ETV
Jõulukontsert The Swingersi, Birgiti Ja Ott Leplandiga	Muusika	2021	ERR	ETV
Jõulutunnel 2021	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Jõulutunneli Laulud	Muusika	2019	ERR	ETV
Jõulutähed. Saara Pius, Stig Rästa Ja Victor Crone	Muusika	2019	ERR	ETV
Jäljed	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV
Järgmine Ring	Mängufilm, lavastus	2020	Taani	ETV2
Järjejutt. Andrei Hvostov "Sillamäe Passioon"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt. Andrus Kivirähk "Rehepapp"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt Fred Von Hoerschelmann "Tondi Linn"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt. Dorothy L. Sayers "Amatöör-detektiiv lord Peter Wimsey"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt. E. S. Gardner "Näljase Hobuse Juhtum"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt. Elo Selirand "Tormi Märgid"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjejutt. Fjodor Dostojevski "Kuritöö Ja Karistus"	Audio	2021	ERR	Muu

Järjeutt. George Orwell "Loomade Farm"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. J. W. Ocker "Neetud Asjad"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. James Herriott "Koerajutud"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Kai Aareleid "Linnade Põletamine"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Fjodor Dostojevski "Kuritöö ja karistus"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Oscar Wilde "Kalur Ja Tema Hing"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Richard Lockridge "Teist Korda Sündinud"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Stefan Zweig "Hirm"	Audio	2021	ERR	Muu
Järjeutt. Viivi Luik "Seitsmes Rahukevad"	Audio	2021	ERR	Muu
Jäähoki MM	Sport	2021	Läti	ETV2
Jüri Arrak. Tagasivaatav Mees	Kultuur	2021	ERR	ETV
Kaamera Käib! Võte!!!	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	ERR	ETV
Kaardimaja	Lavastuslikud sarjad	2018		ETV2
Kaduva Maailma Lävel	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Kahjuks Ei Olnud Teid Kohal	Mängufilm, lavastus	2019	Suurbritannia	ETV2
Kaksikelu	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV2
Kallis Kodu	Lavastuslikud sarjad	2015	Suurbritannia	ETV
Kallis Õeke	Mängufilm, lavastus	2016	Eesti	ETV2
Kaltsuneiu	Lavastuslikud sarjad	1997	Suurbritannia	ETV
Kanep: Imerohi Või Ohtlik Uimasti?	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Kangelane	Mängufilm, lavastus	2002	Hiina	ETV2
Kapten	Mängufilm, lavastus	2017	Saksamaa	Jupiter
Kapten Granti Otsinguil	Lavastuslikud sarjad	1986	Venemaa	ETV+
Karate Kid	Mängufilm, lavastus	1984	USA	ETV2
Karubande Skandinaavia Laantes	Info, dokumentaal	2015	Saksamaa	ETV
Kas Karta Tehisintellekti?	Info, dokumentaal	2021	Suurbritannia	ETV
Katariina	Lavastuslikud sarjad	2014	Venemaa	ETV+
Katariina Suur	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV+
Kaugustesse	Info, dokumentaal	2016	Iirimaa	ETV2

Kaunitar Löögihoos	Mängufilm, lavastus	2020	Venemaa	ETV+
Keelepäästja	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Kehadevahetus	Mängufilm, lavastus	2017	Prantsusmaa	ETV+
Keisri Teine Mõrsja	Mängufilm, lavastus	2003	Venemaa	ETV+
Kergejõustiku U - 20 EM Tallinnas	Sport	2021	Eesti	ETV
Kergejõustiku U - 23 EM Tallinnas	Sport	2021	Eesti	ETV
Kerli + Varjutöö	Kultuur	2020	Eesti	ETV
Kersna Kõnnib Kadriorus	Kultuur	2018	ERR	ETV
Kes On Kes?	Mängufilm, lavastus	1979	Prantsusmaa	ETV2
Kes Sa Oled?	Lavastuslikud sarjad	2018	Ukraina	ETV+
Kevade	Mängufilm, lavastus	1969	Eesti	ETV
Kiirmood – Odava Moetööstuse Telgitagused	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV2
Killuke Kaost	Mängufilm, lavastus	2014	Suurbritannia	ETV
Kingad, Me Rännukaaslased	Info, dokumentaal	2020	Austraalia	ETV2
Klaveriõpetaja	Mängufilm, lavastus	2001	Austria	ETV2
Kodachrome - Elu Pildid	Mängufilm, lavastus	2017	Suurbritannia	ETV2
Kodukäijad	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Koerad Ei Kanna Pükse	Mängufilm, lavastus	2019	Soome	ETV2
Kohtumine Ingo Normetiga	Kultuur	2016	ERR	ETV
Kohtumine. Siiri Sisask	Kultuur	2018	ERR	ETV
Kohtumispaika Ei Tohi Muuta	Lavastuslikud sarjad	1979	Venemaa	Jupiter
Kohtumõistmine Ceausescu Üle	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV2
Kohtunik Di Ja Fantoomleegi Mõistatus	Mängufilm, lavastus	2018	Hiina	ETV+
Koit Toome, Uku Suviste, Jaagup Tuisk. Kaunid Laulud Üheskoos	Muusika	2021	ERR	ETV2
Koleilus 2020	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Koletis	Lavastuslikud sarjad	2017	Norra	ETV+
Kolm Korda Üle Õla	Mängufilm, lavastus	2002	Eesti	ETV
Kolm Päeva Augustis	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	ETV
Kolm Värvi. Punane	Mängufilm, lavastus	1994	Šveits	ETV2

Kommunismiohvrite Memoriaal	Uudised, poliitika	2018	ERR	ETV
Kookon	Mängufilm, lavastus	2020	Saksamaa	Jupiter
Kool Minu Kodus	Teadus, haridus	2021	Eesti	ETV
Koolivaheaeg Prostokvašinos	Lapsed, animatsioon	1980	Venemaa	ETV2
Kosmose Bermuda Kolmnurk	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV2
Kreisiraadio	Meelelahutus, mängud, elustiil	2003	ERR	ETV
Kriisirulett 2020	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Kriitiline Iga	Lavastuslikud sarjad	2019	Venemaa	ETV+
Kristjan Järvi Imeline Maailm. Pühitus	Muusika	2021	ERR	ETV
Kubrick On Kubrick	Kultuur	2020	Prantsusmaa	Jupiter
Kui Me Hobusevargil Käisime	Mängufilm, lavastus	2019	Norra	ETV2
Kui See Juhtuks Minuga?	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Kuidas Elad	Info, dokumentaal	2017	ERR	ETV
Kuidas Hiina Rikkaks Sai	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Kuidas Kirjutada Kassafilmi	Mängufilm, lavastus	2002	USA	ETV
Kuidas Ravida Boad?	Lapsed, animatsioon	1973	Venemaa	ETV2
Kuidas Sa Tead?	Mängufilm, lavastus	2010	USA	ETV
Kuidas Saada Heaks Naiseks	Mängufilm, lavastus	2020	Prantsusmaa	ETV
Kuidas Saada Miljonäri Naiseks	Lavastuslikud sarjad	2012	Venemaa	ETV+
Kuidas Valmistutakse Eurovisiooniks Rotterdamis	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Kuldne 3	Muusika	1998	ERR	ETV2
Kuldsed Hääled	Mängufilm, lavastus	2019	Iisrael	ETV
Kuningliku Ajaloo Müüdid Ja Saladused	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV
Kutsuge Ämmaemand!	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Kutsuge Ämmaemand!. Jõulud	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Kutsutud Külaline. Enn Eesmaa	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Kuu Varjukülg	Lavastuslikud sarjad	2012	Venemaa	ETV+
Kuue Naise Saladus	Info, dokumentaal	2016	Suurbritannia	ETV
Kuuldemäng. Arthur Conan Doyle"Juhtum Mackletoni erakoolis"	Audio	2021	ERR	Muu

Kuuldemäng. Mika Myllyaho. Garaaž	Audio	2021	ERR	Muu
Kuulsuste Lahing	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Kõhedad Muinaslood	Mängufilm, lavastus	2019	Eesti	ETV
Kõige Tagaotsitum Mees	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV2
Kõigest Maailmalõpp	Mängufilm, lavastus	2016	Prantsusmaa	ETV2
Kärbsepaber	Mängufilm, lavastus	2011	USA	ETV+
Köögikodanikud. Pidupäeva Eri	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV2
Külakesest Linna	Lavastuslikud sarjad	2008	Suurbritannia	Jupiter
Kümme Jardi	Mängufilm, lavastus	2003	USA	ETV+
La Peebo Läbi Peegli	Kultuur	2021	ERR	ETV
Lahku	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Lahutus Eesti Moodi	Lavastuslikud sarjad	2020	Eesti	ETV
Lahutus Läti Moodi	Lavastuslikud sarjad	2020	Läti	ETV2
Lammas Shaun	Lapsed, animatsioon	2019	Suurbritannia	ETV
Laskesuusatamise MK-Etapp	Sport	2021	Saksamaa	ETV
Lassie	Lapsed, animatsioon	2018	Prantsusmaa	ETV2
Laste Ööülikooli Rännakud Muhumaal	Lapsed, animatsioon	2021	Eesti	ETV
Lastega Ja Lastele 2021	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Laulu Lugu	Muusika	2013	ERR	ETV
Laulupeo Laul	Muusika	2017	ERR	ETV
Lauri Vasar. Bariton Maailmalaval	Kultuur	2021	ERR	ETV
Lavale Loodud. Uku Suviste	Muusika	2020	ERR	ETV
Leelo Tungal. Hea Lapse Usku	Kultuur	2019	ERR	ETV
Leiutades Eestit	Lapsed, animatsioon	2017	Eesti	ETV
Leon	Mängufilm, lavastus	1994	Prantsusmaa	ETV2
Leonhard Lapin. Protsess	Kultuur	2020	Eesti	ETV
Life	Mängufilm, lavastus	2015	Suurbritannia	ETV2
Liha Ja Veri	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV
Linna Peal	Mängufilm, lavastus	2017	Venemaa	ETV+

Ljudmila Gurtšenko	Lavastuslikud sarjad	2015	Venemaa	ETV
Loengud Koduperenaistele	Mängufilm, lavastus	2012	Venemaa	ETV+
Logani Sõda	Mängufilm, lavastus	1998	USA	ETV+
Lollide Pidosöök	Mängufilm, lavastus	1998	Prantsusmaa	ETV2
Lood Norrast	Lavastuslikud sarjad	2018	Norra	ETV2
Loodusepäev Osooniga	Info, dokumentaal	2018	ERR	ETV
Loomade Salaelu	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV2
Loomalapsed. Esimene Aasta Maa Peal	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV
Loomalaste Imeline Maailm	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV
Lootus	Mängufilm, lavastus	2019	Norra	ETV2
Lootuste Kool	Info, dokumentaal	2021	Soome	ETV2
Lotte Lood	Lapsed, animatsioon	2016	ERR	ETV2
Lucky	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV
Lugu Toidu Raiskamisest	Info, dokumentaal	2017	USA	ETV
Lumetarkus	Info, dokumentaal	2020	Soome	ETV
Lumivalge Ja Roosipuna	Lapsed, animatsioon	2012	Saksamaa	ETV2
Lunastuse Tee	Lavastuslikud sarjad	2016	Saksamaa	ETV
Luuletus	Kultuur	2010	ERR	ETV
Lõppmäng: Murdes Vaikusest Välja	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Lähedus	Mängufilm, lavastus	2017	Venemaa	ETV+
Läti Koiott	Info, dokumentaal	2019	Läti	ETV2
Löö Kõik Pahviks!	Mängufilm, lavastus	2017	Venemaa	ETV+
Ma Ei Tule Tagasi	Mängufilm, lavastus	2013	Eesti	ETV+
Ma Kõnnin Moskva Tänavail	Mängufilm, lavastus	1963	Venemaa	ETV+
Ma Olen Jackie O	Info, dokumentaal	2020	USA	ETV+
Maagia Kuuvalgel	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV
Maahommik	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Maahommik. Jõulud	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Maahommiku Lood	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV

Maailm Leekides	Lavastuslikud sarjad	2019		ETV
Maailma Kõige Targem Rahvas	Teadus, haridus	2020	ERR	ETV
Maaletulek	Mängufilm, lavastus	1973	Eesti	Jupiter
Madame Bovary	Mängufilm, lavastus	1991	Prantsusmaa	ETV2
Madude Oru Needus	Mängufilm, lavastus	1987	Eesti	ETV2
Maffiareetur	Mängufilm, lavastus	2019	Itaalia	ETV2
Magus Elu	Mängufilm, lavastus	1960	Itaalia	ETV2
Magus Molekul	Teadus, haridus	2019	Eesti	ETV2
Maha Vaikitud Sõjarelv - Vägistamine	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV+
Maikuu Pungad	Lavastuslikud sarjad	1991	Suurbritannia	ETV
Maikuu Pungad. Uhke Nädalalõpp	Lavastuslikud sarjad	1992	Suurbritannia	ETV
Malev	Mängufilm, lavastus	2005	Eesti	ETV
Mallorca Juhtumid	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	ETV
Manitski Maailm. Marko Reikopi Intervjuu Jaan Manitskiga	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Mapplethorpe	Mängufilm, lavastus	2018	USA	ETV2
Maria Klenskaja. Naine, Kes Ei Räägi Iseendast	Kultuur	2021	ERR	ETV
Maria Theresia	Lavastuslikud sarjad	2017	Saksamaa	ETV
Maria Theresia Sõjas	Lavastuslikud sarjad	2017	Saksamaa	ETV
Marie Antoinette	Mängufilm, lavastus	2005	USA	ETV2
Marilyn Monroe Salajane Elu	Mängufilm, lavastus	2015	USA	ETV+
Marju Länik. Head Uut Aastat!	Muusika	2013	ERR	ETV
Mark Soosaar 75	Info, dokumentaal	2021	ERR	Jupiter
Markus	Lavastuslikud sarjad	2019	Ukraina	ETV+
Marsi Reisijuht	Teadus, haridus	2017	Suurbritannia	ETV
Mary, Šotlaste Kuninganna	Mängufilm, lavastus	1972	USA	ETV2
Maša Ja Karu	Lapsed, animatsioon	2012	Venemaa	ETV2
Matilda	Mängufilm, lavastus	2017	Venemaa	ETV+
Mcmaffia	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Me Olime 18-Aastased	Mängufilm, lavastus	1965	Eesti	Jupiter

Meenutades Jaak Johanson	Kultuur	2021	ERR	Jupiter
Mees Manijast	Kultuur	2021	ERR	ETV
Mees Metsast	Info, dokumentaal	2020	Eesti	Jupiter
Mees, Keda Putin Ei Suutnud Tappa	Info, dokumentaal	2021	Suurbritannia	ETV
Mees, Kes Teadis, Mis On Lõpmatus	Mängufilm, lavastus	2015	USA	ETV2
Mees, Kes Üllatas Kõiki	Mängufilm, lavastus	2018	Venemaa	ETV2
Mehetapja. Süütu. Vari	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	ETV2
Meie	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	ETV
Meie Kolm	Mängufilm, lavastus	2020	Saksamaa	Jupiter
Meie Teised	Mängufilm, lavastus	2019	Kanada	ETV2
Meie Uduvere	Meelelahutus, mängud, elustiil	1987	ERR	ETV
Meisterkokk Cheng	Mängufilm, lavastus	2019	Soome	ETV
Meistrite Meistrid	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Memento	Mängufilm, lavastus	2000	USA	ETV2
Merle Palmiste. Elulaval	Kultuur	2020	ERR	ETV
Mesikeelsed Tüdrukud	Lavastuslikud sarjad	2017	Saksamaa	ETV+
Metsa Ellujääjad	Info, dokumentaal	2018	Soome	ETV
Metslased	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV2
Midsomeri Mõrvad	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Miks Kehakaal Tõuseb	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Miljonär	Mängufilm, lavastus	2012	Venemaa	ETV+
Mina Ja Miia	Lapsed, animatsioon	2011	Saksamaa	ETV2
Mina Ka	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	ERR	ETV
Mina, Lennart Meri	Info, dokumentaal	1993	ERR	ETV
Mina, Leonardo	Mängufilm, lavastus	2019	Itaalia	ETV
Mina, Tonya	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV+
Mina, Õpetaja	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Minemine	Meelelahutus, mängud, elustiil	2007	Eesti	ETV
Minu Eestimaa	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV



Minu Eestimaa Laulud	Muusika	2018	ERR	ETV+
Minu Hajameelne Keha	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Minu Laulu- Ja Tantsupidu	Kultuur	2017	ERR	ETV
Miss Marple	Lavastuslikud sarjad	2004	Suurbritannia	ETV
Moe Mustad Saladused	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV+
Molly Mäng	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV2
Monika	Info, dokumentaal	2019	Eesti	ETV
Motell	Mängufilm, lavastus	2013	USA	ETV+
Mu Ainus Ja Õige	Mängufilm, lavastus	2009	USA	ETV+
Mu Spioonist Isa	Info, dokumentaal	2019	Läti	ETV
Must Ja Valge Koer	Lapsed, animatsioon	2014	Tšehhi	ETV2
Mustlammas	Mängufilm, lavastus	2016	Suurbritannia	ETV2
Musträstaste Saladus	Mängufilm, lavastus	1983	Venemaa	ETV2
Muumioru Lood	Lapsed, animatsioon	2019	Soome	ETV2
Mõru Armastus	Info, dokumentaal	2020	Rootsi	ETV2
Mõrv Hotellis	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	Jupiter
Mõõkade Tants	Mängufilm, lavastus	2018	Venemaa	ETV+
Mäed. Elu Pealpool Pilvi	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV2
Mälestuste Maja	Mängufilm, lavastus	2008	Eesti	ETV2
Mängime Arsti!	Info, dokumentaal	2020	Kanada	ETV2
Mängupalavik	Mängufilm, lavastus	1996	Suurbritannia	ETV2
Märt Avandi Ja Ott Sepp. Filmiparoodiad	Meelelahutus, mängud, elustiil	2012	Eesti	ETV
Märtsiküüditamise Mälestusinstallatsioon	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Müstiline Venemaa	Audio	2021	ERR	Muu
Müügimees	Lapsed, animatsioon	2016	Prantsusmaa	ETV
Naabrinaine	Mängufilm, lavastus	1981	Prantsusmaa	ETV2
Naine	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV2
Naine Ja Mees	Mängufilm, lavastus	2017	Itaalia	ETV
Naise Vaim Ja Vägi. Kontsert Kuberner Aias	Muusika	2021	ERR	ETV

Naised Vormi	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV+
Naisi Solvata Ei Sobi	Mängufilm, lavastus	1999	Venemaa	ETV+
Naistearst	Lavastuslikud sarjad	2016	Ukraina	ETV+
Namaste	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV2
Narkomemm	Mängufilm, lavastus	2020	Prantsusmaa	ETV2
Naudinguprintsiip	Lavastuslikud sarjad	2019	Poola	ETV+
Navigaator Pirx	Mängufilm, lavastus	1978	Eesti	Jupiter
Nikita	Mängufilm, lavastus	1990	Prantsusmaa	ETV+
Ninjakunstnik	Lapsed, animatsioon	2016	Suurbritannia	ETV2
Nokturn	Mängufilm, lavastus	2018	Eesti	Jupiter
Noor Andersen	Lavastuslikud sarjad	2005	Taani	ETV
Noor Inspektor Morse	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Noor Meister	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Noor Pensionär	Mängufilm, lavastus	1972	ERR	ETV2
Normanni Vallutused	Meelelahutus, mängud, elustiil	2007	Eesti	ETV
Nukitsamees	Mängufilm, lavastus	1981	Eesti	ETV2
Nunnud Loomalapsed	Info, dokumentaal	2011	Suurbritannia	ETV
Nutineedus. Vahur Kersna Vestleb Aju-Uuriija Jaan Aruga	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV
Nuuskija	Lavastuslikud sarjad	2013	Ukraina	ETV+
Nõel	Mängufilm, lavastus	1988	Venemaa	ETV+
Nädalavahetus	Mängufilm, lavastus	2013	Venemaa	ETV+
Nähtamatu Elu	Mängufilm, lavastus	2019	Brasiilia	ETV2
Nääridisko	Muusika	2020	ERR	Jupiter
Oh Valu Ja Vaev. Kuldne Trio	Muusika	2001	ERR	ETV2
Ohtlik Lend	Lavastuslikud sarjad	2006	Eesti	ETV
Ohvitser Ja Spioon	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV
Okavango – Unistuste Jõgi	Info, dokumentaal	2019	Austria	ETV
Oksa-Onu	Lapsed, animatsioon	2015	Suurbritannia	ETV2
Oktonaudid	Lapsed, animatsioon	2010	USA	ETV2

Oleg Sõlg - Naised Ja Muusika!	Kultuur	2014	ERR	ETV
Olete Te Õnnelik, Ita Ever?	Kultuur	1985	ERR	ETV2
Olev Subbi. Elu Kuues Peatükis	Kultuur	2021	Eesti	ETV
Olümpiatuli Tallinnas. 40 Aastat Hiljem	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Oma Kodu	Info, dokumentaal	2016	ERR	ETV
Oma Saar	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV
Omakohus	Mängufilm, lavastus	2019	Eesti	Jupiter
On Meie Aeg - 1951	Lavastuslikud sarjad	2020	Rootsi	ETV
Onu Bella. Uude Maaailma Minek	Kultuur	2021	ERR	ETV
Oota Sa!	Lapsed, animatsioon	1974	Venemaa	ETV+
OP	Kultuur	2021	ERR	ETV
OP Lood	Kultuur	2021	ERR	ETV
Optimistid	Lavastuslikud sarjad	2017	Venemaa	ETV+
Orkestri Mängud	Muusika	2021	Eesti	ETV
Osoon	Info, dokumentaal	2018	ERR	ETV
Osoon: Virumaa Veed Puhtaks	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Osooni Lood	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Osooni Loomalood	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV
Otse Eestrist 2020	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Otsi Ema Üles	Mängufilm, lavastus	2012	Venemaa	ETV+
Paavo Järvi. Moodne Klassik	Muusika	2021	Eesti	ETV
Palju Õnne Argipäevaks	Mängufilm, lavastus	2006	Eesti	ETV2
Palmid Lumes	Mängufilm, lavastus	2015	Hispaania	ETV2
Palverännak. Teekond Santiagosse	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV
Pank	Lavastuslikud sarjad	2018	Eesti	ETV
Pantvang	Mängufilm, lavastus	2004	USA	ETV+
Paradiis	Lavastuslikud sarjad	2012	Suurbritannia	ETV
Parasiit	Mängufilm, lavastus	2019	Lõuna-Korea	ETV2
Pardiralli 2021	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV

Pariis 1900 - Valguse Linn	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV2
Parimad Aastad Me Elus	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV
Passifoto	Mängufilm, lavastus	2013	Ukraina	ETV+
Patarei	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV2
Patrick Melrose	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV2
Pea	Lavastuslikud sarjad	2020	Hispaania	ETV2
Pea Püsti	Mängufilm, lavastus	2015	Prantsusmaa	ETV2
Pealtnägija	<i>Infotainment</i>	2021	ERR	ETV
Pealtnägija Fenomen	Info, dokumentaal	2019	ERR	ETV
Pealtnägija Tähed	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Peaminister Kaja Kallase Pöördumine	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Peeter Paani Uued Seiklused	Lapsed, animatsioon	2016	India	ETV2
Pereisa	Mängufilm, lavastus	2000	USA	ETV
Perekonnakroonika	Lavastuslikud sarjad	2003	Taani	ETV
Perekonnata	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV2
Pettson Ja Findus. Maailma Parimad Jõulud	Lapsed, animatsioon	2016	Saksamaa	ETV2
Petturid	Mängufilm, lavastus	1963	USA	ETV
Pidulik Merelaulude Kontsert Vana Madrus	Muusika	2021	Eesti	ETV
Pidulik Riigilipu Heiskamine Pika Hermannini Tornis	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Pihtimus	Mängufilm, lavastus	2017	Gruusia	ETV
Pihtimused	Mängufilm, lavastus	2016	Itaalia	ETV2
Piimahambad	Mängufilm, lavastus	2019	Austraalia	ETV2
Piir	Mängufilm, lavastus	2018	Rootsi	ETV2
Piitsavars	Mängufilm, lavastus	2019	Venemaa	ETV2
Pikkade Nugade Öö: Hitleri Võimuletõus	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV+
Pingviinipoeg Lolo Seiklused	Lapsed, animatsioon	1986	Venemaa	ETV2
Pipi Pikksukk	Lapsed, animatsioon	1997	Rootsi	ETV2
Piret Kalda. Sõprus Ja Armastus	Kultuur	2021	ERR	ETV
Planeedipäästjad	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV

Plekktrumm	Kultuur	2021	ERR	ETV
Plekktrummi Raamatud	Kultuur	2020	ERR	ETV
Pobeda	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	ETV+
Poiss 7	Mängufilm, lavastus	2015	Saksamaa	ETV2
Poldark	Lavastuslikud sarjad	2017	Suurbritannia	ETV
Pontu Pitsul Külas	Lapsed, animatsioon	1977	Venemaa	ETV2
Potsataja	Lapsed, animatsioon	1971	Venemaa	ETV2
Prantsuse Paar	Mängufilm, lavastus	2016	Prantsusmaa	ETV2
Preili-Talutüdruk	Mängufilm, lavastus	1995	Venemaa	ETV+
Presidendid	Info, dokumentaal	2018	ERR	ETV
Presidendid. Kersti Kaljulaid	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Presidendivalimised 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Priit Ja Präaks	Lapsed, animatsioon	2016	Suurbritannia	ETV2
Priitahtlikud	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Prillitoos	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Prillitoos. Elu Lugu	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Prints Philip - Erakordne Elu	Info, dokumentaal	2019	Kanada	ETV
Prints Philip – Kuninglik Elu	Info, dokumentaal	2021	Suurbritannia	ETV
Prints, Poeg Ja Pärija. Charlesi 70. Sünnipäev	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV2
Provintsidraama	Mängufilm, lavastus	2014	Venemaa	ETV+
Puit Arhitektuuris	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Pulss	Lavastuslikud sarjad	2020	Soome	ETV
Punane Mets	Lavastuslikud sarjad	2019	Läti	ETV
Punane Varietee	Info, dokumentaal	2016	Eesti	ETV
Purpurjõed	Mängufilm, lavastus	2000	Prantsusmaa	ETV2
Putin - Vene Spiooni Lugu	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV2
Putini Palee	Info, dokumentaal	2021	Venemaa	ETV
Puoonni Lood	Lapsed, animatsioon	2016	Prantsusmaa	ETV2
Põgenemine Dubaist. Kadunud Printsessi Mõistatus	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV

Põhi Ja Lõuna	Lavastuslikud sarjad	2004	Suurbritannia	ETV
Põleva Tütarlapse Portree	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV2
Pörsas Peppa	Lapsed, animatsioon	2010	Suurbritannia	ETV
Päikese Tütred	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV2
Päränd. Anu Raud	Kultuur	2020	Eesti	ETV
Pärast Pulmi	Mängufilm, lavastus	2006	Taani	ETV2
PÕFF 25	Kultuur	2021	Eesti	ETV
Pöördeaeg	Mängufilm, lavastus	2019	Saksamaa	Jupiter
Pöördepunkt	Info, dokumentaal	2018	Austraalia	ETV2
Püha Tõnu Kiusamine	Mängufilm, lavastus	2009	Eesti	ETV2
Püssid, Tüdrukud Ja Hasartmängud	Mängufilm, lavastus	2012	USA	ETV+
Püüdja Oli Spioon	Mängufilm, lavastus	2018	USA	ETV+
Quando, Quando	Meelelahutus, mängud, elustiil	2016	ERR	ETV
Raadiolainetel Kroolides Ja Surfates. Esimene Sajand	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Raamatupood	Mängufilm, lavastus	2017	Suurbritannia	ETV
Rahamaraton	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Rahu Labürint	Lavastuslikud sarjad	2020	Šveits	Jupiter
Rahva Oma Kaitse	Audio	2021	ERR	Muu
Rahva Oma Kaitse. Aastavahetuse Eri	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Rahvasaadik Pius	Meelelahutus, mängud, elustiil	2014	ERR	ETV
Rahvuspargid Klipid	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Rahvusvahelise Muusikapäeva Gala	Muusika	2021	ERR	ETV
Rahvusülikooli Sajand	Kultuur	2019	ERR	ETV
Rakett 69	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Rakett 69. Finaal	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Rakett 69. Kümme Aastat Teadusorbiidil	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Rannahotell	Lavastuslikud sarjad	2013	Taani	ETV
Rasvarinne	Info, dokumentaal	2019	Taani	ETV2
Raudse Eesriide Jumalused	Meelelahutus, mängud, elustiil	2014	Eesti	ETV

Raugematu „Laine“	Kultuur	2020	ERR	ETV
Reetur	Lavastuslikud sarjad	2020	Eesti	ETV
Regina	Mängufilm, lavastus	1989	Eesti	ETV
Reigo Ahven Soovitab	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	Jupiter
Rein Oja. Teatridirektor, Ilma Lipsuta	Kultuur	2021	ERR	ETV
Rein Veidemann. Mõjutused	Kultuur	2021	ERR	ETV
Reis Kreekasse	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	ETV2
Reisijanna	Mängufilm, lavastus	2008	Venemaa	ETV+
Reisile Minuga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Eesti	ETV
Reklaamiklubi Naeratus	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Rentslimiljonär	Mängufilm, lavastus	2008	Suurbritannia	ETV2
Restoran 0	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Retromultikad	Lapsed, animatsioon	1980	Venemaa	ETV2
Riigi Preemiad Parimatele	Kultuur	2021	ERR	ETV
Riigikogu Direktor	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Riigikogu Esimehe Uusaastatervitus	Uudised, poliitika	2020	ERR	ETV
Riigikogu Ülekanded	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Riigimehed	Lavastuslikud sarjad	2013	Eesti	ETV
Riigireetur	Info, dokumentaal	2009	Eesti	ETV
Riigisaladus	Mängufilm, lavastus	2019	Suurbritannia	ETV
Rikaste Generatsioon	Info, dokumentaal	2018	USA	ETV2
Ringvaade	<i>Infotainment</i>	2020	ERR	ETV
Ringvaade Suvel	<i>Infotainment</i>	2021	ERR	ETV
Rita Ray. Ilusa Hingega Laulja	Muusika	2021	ERR	ETV
Rocheforti Tüdrukud	Mängufilm, lavastus	1967	Prantsusmaa	ETV
Rock Summer	Muusika	1990	ERR	Jupiter
Rodeo	Lapsed, animatsioon	2016	Prantsusmaa	ETV
Roman Toi - Tagasi Kodus	Kultuur	2018	ERR	ETV
Romanovite Saatus: Uus Juurdlus	Info, dokumentaal	2018	Prantsusmaa	ETV

Ruja. Need Ei Vaata Tagasi?	Muusika	1999	ERR	ETV
Rumal Noor Süda	Mängufilm, lavastus	2018	Soome	ETV2
Ruth Bader Ginsburg. Sest Ta On Naine	Mängufilm, lavastus	2018	USA	ETV
Ruut	Mängufilm, lavastus	2017	Rootsi	ETV2
Rõõmsad Hetked ETV-Ga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Rõõmutirts	Lapsed, animatsioon	2017	Soome	ETV2
Rännak Keelatud Pakistani	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Rännud Kersnaga	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Saatuse Sõrm	Lavastuslikud sarjad	2017	Austraalia	ETV+
Sabrina	Mängufilm, lavastus	1995	USA	ETV
Sadovoje Ringtee	Lavastuslikud sarjad	2017	Venemaa	ETV+
Saja Sammu Teekond	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV
Saksofonisoolo	Mängufilm, lavastus	2012	Venemaa	ETV+
Salaagent	Info, dokumentaal	2020	Tšiili	ETV2
Salakaameratega Džunglis	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Salapärased Saared Vaikses Ookeanis	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV2
Salateenistus	Lavastuslikud sarjad	2015	Prantsusmaa	ETV2
Salisbury Mürgitamised	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	ETV
Salme Viikingid	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV2
Sanditon	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV
Sass, Kes Kõnnib Omapead. Näitleja Aleksander Eelmaa	Kultuur	2006	ERR	ETV
Schindler. Tõeline Lugu	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Sea Aasta	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
See Aeg Aastast	Mängufilm, lavastus	2018	Taani	ETV
See On Meie Maa	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Seilates Kosmosevoogudel. Universumi Kartograafid	Info, dokumentaal	2018	Prantsusmaa	ETV2
Seitse Aastat Tiibetis	Mängufilm, lavastus	1997	USA	ETV2
Seitse Joodikut	Mängufilm, lavastus	2019	Venemaa	Jupiter
Seltsimees Laps	Mängufilm, lavastus	2018	Eesti	ETV



Seltskonnamängud	Mängufilm, lavastus	2020	Soome	ETV2
Sepo 50	Kultuur	2021	ERR	ETV
Sherlock Holmesi Lood	Audio	2021	ERR	Muu
Shetland	Lavastuslikud sarjad	2014	Suurbritannia	ETV
Shirley: Visioonid Tõelisusest	Info, dokumentaal	2013	Austria	ETV2
Sibyl	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV2
Siiditee Lapsed	Info, dokumentaal	2018	Taani	ETV2
Siimuke	Lapsed, animatsioon	2018	Prantsusmaa	ETV2
Siin Me Oleme	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Siin Me Oleme!	Mängufilm, lavastus	1978	Eesti	ETV
Simon Reeve'Iga Myanmaris	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Suurbritannia	ETV2
Sinu Kätes	Lavastuslikud sarjad	2020	Itaalia	ETV
Sinu Uus Sugulane	Info, dokumentaal	2022	ERR	ETV
Sipsik	Lapsed, animatsioon	2020	Eesti	ETV2
Sisekergejõustiku EM Torunis	Sport	2021	Poola	ETV2
Skandaal Inglise Moodi	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Sodiaagimõrvad	Lavastuslikud sarjad	2015	Tšehhi	ETV+
Solvang	Mängufilm, lavastus	2017	Prantsusmaa	ETV2
Sonja - Valge Luik	Mängufilm, lavastus	2018	Norra	ETV
Soome Naljakaim Mees	Mängufilm, lavastus	2018	Soome	ETV2
Soovikontsert Emadele	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Spioon	Mängufilm, lavastus	2019	Norra	ETV
Spioon, Kes Varastas Tuumapommi	Info, dokumentaal	2016	Suurbritannia	ETV+
Sport	Sport	2021	Eesti	ETV
Staarid Eurovisiooni Punasel Vaibal	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	ETV
Staatust: Vallaline	Mängufilm, lavastus	2015	Venemaa	ETV+
Stereo	Mängufilm, lavastus	1978	ERR	ETV
Stockholm	Mängufilm, lavastus	2018	Kanada	ETV2
Suletud Ring	Mängufilm, lavastus	1983	Eesti	ETV2

Sulev Nõmmik Ja Sõbrad	Meelelahutus, mängud, elustiil	1990	ERR	ETV2
Sulev Nõmmik Status Quo	Meelelahutus, mängud, elustiil	1989	ERR	ETV2
Sulev Nõmmik. Rohkem Kui Ärni	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Superkangelaste Tõus	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	Jupiter
Surm Paradiisis	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Surnud Mägi: Djatlovi Kuru Juhtum	Lavastuslikud sarjad	2020	Venemaa	ETV+
Surnujärv	Lavastuslikud sarjad	2018	Venemaa	ETV+
Susapusa Okidos	Lapsed, animatsioon	2018	Suurbritannia	ETV2
Suud Puhtaks	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Suur Aastalõpuviktoriin 2020	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Suur Aastalõpuviktoriin 2021	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Suur Diskoõhtu „Eesti Tantsib“	Muusika	2020	ERR	ETV
Suur Muutus	Lapsed, animatsioon	1989	Venemaa	ETV2
Suur Ratsaretk	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Eesti	ETV
Suur Sinine	Mängufilm, lavastus	1988	Prantsusmaa	ETV+
Suur Sõbralik Hiiglane	Mängufilm, lavastus	2016	USA	ETV2
Suur Unelm	Mängufilm, lavastus	2011	Saksamaa	ETV
Suured Kassid	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV2
Suurepärase Tapmine	Mängufilm, lavastus	2014	USA	ETV+
Suurriikide Kaubandussõjad. Usa-Hiina Konflikt Ja Euroopa	Info, dokumentaal	2020	Saksamaa	ETV
Suus Sulav Eesti	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	Eesti	ETV
Suus Sulav Eesti. Jõulud	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Suvi	Mängufilm, lavastus	1976	Eesti	ETV
Suvi 85	Mängufilm, lavastus	2020	Prantsusmaa	ETV2
Suvi Tartus	Kultuur	2021	ERR	ETV
Sõbrad Muusikas	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Sõda Chanel N°5 Pärast	Info, dokumentaal	2017	Prantsusmaa	ETV2
Sõmerpalu Magnet. Leokite Dünastia	Sport	2020	Eesti	ETV
Säde	Lapsed, animatsioon	2015	ERR	ETV2

Särav Aastavahetus ETVs	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Säärane Mulk Ehk Sada Vakka Tangusoola	Mängufilm, lavastus	2018	Eesti	ETV
Südamering	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Sügis	Mängufilm, lavastus	1990	Eesti	ETV
Sünnipäevaintervjuu. Andrus Kivirähk	Kultuur	2020	ERR	ETV
Sünnipäevaintervjuu. Ülle Lichtfeldt	Kultuur	2020	ERR	ETV
Süüdistaja Tunnistaja	Lavastuslikud sarjad	2016	USA	ETV2
Süüdlane	Mängufilm, lavastus	2018	Taani	ETV2
Süütuse Tuleproov	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	ETV
Šillingid Taevast	Mängufilm, lavastus	2018	Austria	ETV
Zombi Lars	Lapsed, animatsioon	2018	Norra	ETV2
Taasta Side	Mängufilm, lavastus	2017	Eesti	Jupiter
Tagaotsitav: Banksy!	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV2
Tagasi Prostokvašinos	Lapsed, animatsioon	2018	Venemaa	ETV2
Tagasi Tšornobõli	Info, dokumentaal	2020	Iisrael	ETV2
Taiwan Versus Hiina - Habras Demokraatia	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Talibani Tulek. Afganistan	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Talibani Viisik	Info, dokumentaal	2021	Prantsusmaa	ETV
Tallinna Kalev Vs Leningradi Spartak. 1991 II Finaalmäng	Sport	1990	ERR	Jupiter
Talvedisko	Muusika	2020	ERR	Jupiter
Tanel Ja Kanad	Info, dokumentaal	2020	Eesti	ETV
Tantumaraton	Muusika	2013	ERR	ETV
Tavatu Lugu	Mängufilm, lavastus	1973	Eesti	Jupiter
Teadlaste Öö Festival 2021. Teaduse Superkangelased	Teadus, haridus	2021	ERR	ETV
TeadusEST	Teadus, haridus	2021	ERR	ETV
Teatri Aastauhinnad	Kultuur	2021	ERR	ETV
Teatrietendus. Tagahoovis	Mängufilm, lavastus	1988	ERR	Jupiter
Teatriöö. Helgi Sallo	Kultuur	2005	ERR	ETV
Tee Kauge Kodu Poole Ehk Täna 50 Aastat Tagasi	Lavastuslikud sarjad	2020	Eesti	ETV

Teesklejad	Lapsed, animatsioon	2016	Prantsusmaa	ETV2
Tehisintellekt: Armulood Tulevikust	Info, dokumentaal	2019	Saksamaa	ETV2
Teine Armuke	Mängufilm, lavastus	2017	Prantsusmaa	ETV2
Teistsugune Elu	Lavastuslikud sarjad	2016	Venemaa	ETV+
Tekst	Mängufilm, lavastus	2019	Venemaa	ETV+
Telelavastus. 1991	Mängufilm, lavastus	1992	ERR	Jupiter
Telelegendide Lahing	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
Tellimustöö	Mängufilm, lavastus	2009	USA	ETV+
Tema Nimi Oli Grace Kelly	Kultuur	2020	Prantsusmaa	ETV2
Terevisioon	<i>Infotainment</i>	2021	ERR	ETV
Terrorismi Äriplaan. Meie Luureteenistused Ja Džihaad	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Terve Eesti Jaaniõhtu	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	ERR	ETV
Tervist!	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Tinka Jõulumuinaslugu	Lapsed, animatsioon	2017	Taani	ETV2
Tipsi Ja Tim	Lapsed, animatsioon	2015	Suurbritannia	ETV2
Toidupettused	Info, dokumentaal	2021	Prantsusmaa	ETV
Tom Cruise. Igavene Noorus	Kultuur	2020	Prantsusmaa	Jupiter
Top Dog	Lavastuslikud sarjad	2020	Rootsi	ETV+
Tordikindral	Mängufilm, lavastus	2018	Rootsi	ETV2
Torm	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Treener	Mängufilm, lavastus	2018	Venemaa	ETV
Trigger	Lavastuslikud sarjad	2018	Venemaa	ETV+
Troopilised Saared	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV
Trumpi Ameerika Veresaun	Uudised, poliitika	2021	USA	ETV
Tšernobõli Varjus	Info, dokumentaal	2020	Ukraina	ETV
Tuhkur Hobune	Lavastuslikud sarjad	2010	Suurbritannia	ETV
Tujurikkuja Parimad Palad	Meelelahutus, mängud, elustiil	2015	Eesti	ETV
Tule Mind Vaatama	Mängufilm, lavastus	2000	Venemaa	ETV+
Tuleviku Ülikool	Teadus, haridus	2021	ERR	ETV

Tulp Fanfan	Mängufilm, lavastus	2003	Prantsusmaa	ETV2
Tume Vesi	Mängufilm, lavastus	2019	USA	ETV
Tundmatu Kunstniku Töö	Mängufilm, lavastus	2018	Soome	ETV
Tundmatu Sõdur	Mängufilm, lavastus	2017	Soome	ETV2
Tuulepealne Maa	Lavastuslikud sarjad	2008	Eesti	ETV
Tuulte Pesa	Mängufilm, lavastus	1979	Eesti	Jupiter
Twin Peaks: Tuli, Kõnni Minuga	Mängufilm, lavastus	1992	USA	ETV+
Tõde	Mängufilm, lavastus	2019	Prantsusmaa	ETV2
Tõde Antibiootikumide Kohta	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV
Tõde Iluprotseduuridest	Info, dokumentaal	2019	Suurbritannia	ETV2
Tõde Immuunsüsteemi Tõhustamise Kohta	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV2
Tõde Rasvumise Kohta	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV2
Tõlgid	Info, dokumentaal	2018	USA	ETV
Tõlkijad	Mängufilm, lavastus	2019	Belgia	ETV2
Tõnis Niinemetsa Jõustamiskomöödia Homme On Täna	Meelelahutus, mängud, elustiil	2016	Eesti	ETV
Tähelaev	Kultuur	2013	ERR	ETV
Tähendamisi	Kultuur	2021	Eesti	ETV
Täiuslik Planeet	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV
Täiuslikud Võõrad	Mängufilm, lavastus	2016	Itaalia	ETV
Täna 30 Aastat Tagasi	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Täna Õhtul...	Meelelahutus, mängud, elustiil	2009	ERR	ETV
Tööröökud	Info, dokumentaal	2018	ERR	ETV
Türgi AKP Võimu All	Info, dokumentaal	2019	Saksamaa	ETV
UEFA Meistrite Liiga	Sport	2021	Eesti	ETV2
Uhkus Ja Eelarvamus	Lavastuslikud sarjad	1995	Suurbritannia	ETV
Uno Loop. Armastuse Värv	Kultuur	2020	ERR	ETV
Unustamatu	Lavastuslikud sarjad	2021	Suurbritannia	ETV
Üskudes Dinosaurustesse	Info, dokumentaal	2019	USA	ETV2
Ustav Koer Hachi	Lapsed, animatsioon	2009	USA	ETV2

Uudishimu Tippkeskus	Teadus, haridus	2017	Eesti	ETV
Uue Aja Asjad	Info, dokumentaal	2006	Eesti	ETV
Uued Õed	Lavastuslikud sarjad	2020	Taani	ETV
Uus Jõuluvana	Mängufilm, lavastus	2004	ERR	ETV
Uus-Meremaa	Info, dokumentaal	2016	Suurbritannia	ETV2
UV Faktor	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Vaaladest Ja Kilpkonnadest	Info, dokumentaal	2019	Prantsusmaa	ETV
Vabaduse Hind	Lavastuslikud sarjad	2019	Saksamaa	ETV+
Vabaduse Tee	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Vabakava. Onu Bella	Meelelahutus, mängud, elustiil	1994	ERR	Jupiter
Vabaks Sündinud	Info, dokumentaal	2018	Suurbritannia	ETV
Vabariigi Presidendi Ametisse Astumine	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Vabariigi Presidendi Tervitus Kooliaasta Alguse Puhul	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Vabariigi Presidendi Vastuvõtt Kadrioru Roosiaias	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Vabariigi Vägi	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Vaga Vesi	Lavastuslikud sarjad	2021	ERR	ETV
Vahetuspulm	Mängufilm, lavastus	2011	Venemaa	ETV+
Vahur Kersna Soovitab. Näärid!	Meelelahutus, mängud, elustiil	2021	ERR	Jupiter
Vaikne Poiss	Kultuur	2019	Suurbritannia	ETV2
Vaikuseminut	Mängufilm, lavastus	2016	Saksamaa	ETV+
Vaktsiin - Uus Maailmavaluuta	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Vaktsiinivastaste Vandenõu	Uudised, poliitika	2021	Prantsusmaa	ETV
Valge Orjatar	Lavastuslikud sarjad	2016	Colombia	ETV+
Valgetäht	Lapsed, animatsioon	2019	Holland	ETV2
Valimisstudiod	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Valimiste Õhtu. Kohalikud Valimised 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Vallatud Kurvid	Mängufilm, lavastus	1959	Eesti	ETV
Vana Aja Asjad	Info, dokumentaal	2004	Eesti	ETV
Vanaisa Jälgedes. Hendrik Toompere Senior	Kultuur	2016	ERR	ETV

Vanameister	Mängufilm, lavastus	2013	Hong Kong	ETV+
Vanemuise Suvekontsert	Muusika	2021	Eesti	ETV
Varjude Org	Lavastuslikud sarjad	2014	Suurbritannia	ETV
Varjumäng	Info, dokumentaal	2021	Holland	ETV
Vastasseis	Mängufilm, lavastus	2016	USA	ETV+
Vehkleja	Mängufilm, lavastus	2015	Eesti	ETV
Vehklejad. Kuldne Nelik	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Wend Weis	Meelelahutus, mängud, elustiil	2017	Eesti	ETV
Vene Revolutsiooni Tõeline Ajalugu	Info, dokumentaal	2017	Venemaa	ETV+
Venemaa Liibüa Front. Wagneri Grupp	Info, dokumentaal	2021	Suurbritannia	ETV
Venemaa Metsik Loodus	Info, dokumentaal	2018	Holland	ETV
Vennad Dasslerid	Mängufilm, lavastus	2016	Saksamaa	ETV+
Vera	Lavastuslikud sarjad	2010	Suurbritannia	ETV
Verast	Lavastuslikud sarjad	2017	Venemaa	ETV+
Veremaad	Lavastuslikud sarjad	2020	Suurbritannia	Jupiter
Veteranirock 2021	Muusika	2021	Eesti	ETV
Whitney	Kultuur	2018	USA	ETV2
Widows' Peak	Mängufilm, lavastus	1993	Suurbritannia	ETV
Vigil	Lavastuslikud sarjad	2021	Suurbritannia	ETV
Vihane Koer	Mängufilm, lavastus	2017	USA	Jupiter
Viies Element	Mängufilm, lavastus	1997	Prantsusmaa	ETV
Viiest Viis. Laskesuusatamise MK-Sarja Uus Hooaeg	Sport	2021	ERR	ETV
Viimane Kalalkäik	Mängufilm, lavastus	2020	Island	ETV2
Viimane Romeo	Mängufilm, lavastus	2013	Eesti	ETV
Viimased Päevad Marsil	Mängufilm, lavastus	2013	Suurbritannia	ETV+
Viimaste Tsaarinnade Hiilgus Ja Viletsus	Info, dokumentaal	2017	Saksamaa	ETV
Viimne Reliikvia	Mängufilm, lavastus	1969	Eesti	ETV
Viini Filharmoonikute Uusaastakontsert	Muusika	2021	Austria	ETV
Viini Postmark	Mängufilm, lavastus	1967	Eesti	ETV

Viis Kildu Gunnar Grapsist	Kultuur	2011	Eesti	ETV2
Windsori Kuningakoda	Info, dokumentaal	2017	Suurbritannia	ETV
Viru. Vabaduse Saatkond	Info, dokumentaal	2013	Eesti	ETV
Vladislav - Matemaatik Sule Ja Õngega	Kultuur	2021	Eesti	ETV
Voolusõda	Mängufilm, lavastus	2017	Suurbritannia	ETV
Vseiov	Kultuur	2020	Eesti	ETV
Võidu Nimel	Sport	2020	ERR	ETV
Võidupüha Paraad 2021	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Võimlemispidu Kingitus	Muusika	2021	Eesti	ETV
Võitlus Ellujäämise Nimel	Info, dokumentaal	2020	Prantsusmaa	ETV
Võitlus Hongkongi Pärast	Info, dokumentaal	2020	Suurbritannia	ETV
Võrratu Belmondo	Kultuur	2017	Prantsusmaa	ETV
Võta Või Jäta	Mängufilm, lavastus	2018	Eesti	ETV
Väike Dorrit	Lavastuslikud sarjad	2008	Suurbritannia	ETV
Väike Trummitüdruk	Lavastuslikud sarjad	2018	Suurbritannia	Jupiter
Väike Täitsa Suur Poiss	Lapsed, animatsioon	2017	Prantsusmaa	ETV2
Väikevend Ja Karlsson	Lapsed, animatsioon	1968	Venemaa	ETV2
Väino Puura. Krutskitega Romantik	Kultuur	2021	ERR	ETV
Välisilm	Uudised, poliitika	2021	ERR	ETV
Väik Selgest Taevast	Mängufilm, lavastus	1982	Prantsusmaa	ETV2
Värvimuusika	Meelelahutus, mängud, elustiil	2018	Eesti	ETV
Vürst Gabriel. 50 Aastat Hiljem	Kultuur	2020	ERR	ETV
Õed	Mängufilm, lavastus	2000	USA	ETV
Õhtusöök Ühele	Mängufilm, lavastus	1963	Saksamaa	ETV
Õnne 13	Lavastuslikud sarjad	2020	Eesti	ETV
Õnne Retsept	Info, dokumentaal	2013	Taani	ETV
Õnnega Koos	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Õnnekütt	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV
Õnnelik Lõpp	Mängufilm, lavastus	2018	Taani	ETV



Önnemaa	Lavastuslikud sarjad	2018	Norra	ETV
Önneseen	Muusika	1985	ERR	ETV
Õpe Ei Lõpe	Info, dokumentaal	2021	Eesti	ETV
Õpetaja. Luule Sulg	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Õpetajanna	Mängufilm, lavastus	2016	Slovakkia	ETV
Ära Anda Naine	Mängufilm, lavastus	2012	Venemaa	ETV+
Äraostmatud	Lavastuslikud sarjad	2016	Suurbritannia	ETV
Ärtuemand	Mängufilm, lavastus	2019	Taani	ETV2
Ääremaa	Lavastuslikud sarjad	2013	Suurbritannia	ETV
Öine Vahetus	Mängufilm, lavastus	2018	Venemaa	ETV+
Öös On Estradi	Muusika	2021	Eesti	ETV
Ööülikool. Marju Lauristin "Emajõgi ja Tartu vaim"	Audio	2021	ERR	Muu
Ööülikool. Anu Lamp "Stanislavski - suur tundmatu"	Audio	2021	ERR	Muu
Ööülikooli Rännakud	Teadus, haridus	2013	Eesti	ETV
Ühe Maja Lugu	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV
Ühe Mehe Armees	Mängufilm, lavastus	2016	USA	ETV+
Ühe Tüdruku Lugu	Mängufilm, lavastus	2017	USA	ETV+
Üks Ja Ainus. Tallinna Balletikool	Kultuur	2021	ERR	ETV
Üks Rahvas, Üks Kuningas	Mängufilm, lavastus	2018	Prantsusmaa	ETV
Üksi Läbi Metsa	Info, dokumentaal	2021	ERR	ETV+
Ükskord Niikuinii	Muusika	2021	Eesti	ETV
Üle Atlandi	Lavastuslikud sarjad	2020	Norra	ETV
Üle Linna Vinski	Mängufilm, lavastus	1983	ERR	ETV2
Üle Noatera	Info, dokumentaal	2020	ERR	ETV
Üle-Eestiline Öölaulupidu „Vaba Eesti!“	Muusika	2021	ERR	ETV
Ülejooksik	Lavastuslikud sarjad	2020	Saksamaa	ETV2
Ülestunnistus	Lavastuslikud sarjad	2019	Suurbritannia	ETV
Üllar Jõrbergi Armastus	Kultuur	2021	ERR	ETV
Ülo Sooster. Mees, Kes Kuivatas Rätikut Tuule Käes	Kultuur	2020	Eesti	ETV

Ürgne Maa Siber	Meelelahutus, mängud, elustiil	2020	Eesti	ETV
XXVIII Laulupidu "Minu Arm". Kaunid Hetked	Muusika	2019	ERR	ETV

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism; ERR. Provsy TVoffice

## LISA B

Tabel B1. Valitud saadete, filmide ja sarjade vaadatavus erinevate vaatamisvõimaluste lõikes, tuhandetes

Saade/Film/Sari	Teler, otse*	Teler, järel**	Jupiter***	Veeb, otse****	ETV veeb, järel*****	ETV2 veeb, järel*****	Kokku
4X4. Türgi	27,8	24,9	5,9	0,3	N/A	4,9	63,8
Abba Igavesti. Võitja Võtab Kõik	156,0	8,0	1,0	5,0	2,3	N/A	172,3
Abc Mõrvad	68,5	24,0	5,2	1,8	1,3	N/A	100,8
Aktuaalne Kaamera	151,1	16,1	10,3	5,1	75,8	0,5	258,9
Armastuse Laps	72,4	13,2	17,0	1,4	9,2	N/A	113,2
Babülon-Berliin	5,8	1,5	23,0	0,1	N/A	0,5	30,9
Charité	50,3	10,4	20,8	1,4	2,7	N/A	85,6
Eesti Laul 2021	193,8	27,0	3,6	9,7	2,7	0,2	237,0
Eesti Mäng	69,0	19,9	0,8	1,3	5,7	N/A	96,7
Eesti Vabariigi Presidendi Uusaastatervitus 2021	182,0	31,0	0,2	9,3	0,6	0,1	223,2
Ensv	115,6	28,8	9,0	3,0	23,3	1,8	181,4
Esimene Stuudio	97,2	8,0	2,8	3,3	24,5	N/A	135,8
Ev103. President Kersti Kaljulaidi Kõne	184,0	31,0	0,4	6,1	0,7	0,2	222,4
Grantchester	72,7	18,5	18,0	1,2	4,1	N/A	114,5
Gurmeeklubi	23,0	5,0	7,7	0,8	0,3	0,6	37,4
Helgi Sallo. Jumalik Puudutus	124,0	33,0	1,2	2,2	1,0	1,7	163,1
Hommik Anuga	114,9	34,7	7,4	2,2	30,8	N/A	190,0
Inimjaht	76,4	18,7	13,2	1,4	2,5	N/A	112,2
Jalgpalli Em Euro 2020	61,8	3,6	6,5	6,4	10,3	5,0	93,6
Joanna Lumley - Rongiga Aasiast Euroopasse	63,3	9,0	1,0	2,4	3,2	0,5	79,4

Johannese Lähetamine	96,5	22,5	1,9	3,5	5,0	N/A	129,4
Kodukäijad	131,5	34,9	12,5	3,0	3,5	N/A	185,4
Kuulsuste Lahing	147,6	28,8	1,6	2,4	2,8	N/A	183,2
Kõhedad Muinaslood	19,0	2,0	7,0	0,5	0,6	N/A	29,1
Laskesuusatamise Mk-Etapp	70,2	12,0	4,0	2,0	4,0	4,0	96,2
Ljudmila Gurtšenko	68,7	15,8	13,2	1,2	2,3	N/A	101,2
Maahommik	65,5	36,6	4,6	1,0	17,7	N/A	125,4
Mallorca Juhtumid	61,5	22,0	13,5	1,0	4,5	N/A	102,5
Naine	17,0	9,0	3,6	0,3	N/A	3,9	33,8
Namaste	27,3	13,0	2,0	0,7	0,3	2,5	45,8
Narkomemm	9,0	7,0	5,5	0,3	N/A	1,1	22,9
Orkestri Mängud	107,1	15,7	5,0	2,3	6,4	N/A	136,5
Pagejad	10,0	2,0	1,6	0,2	N/A	2,4	16,2
Paradiis	52,5	24,0	24,0	0,9	4,8	N/A	106,2
Pealtnägija	169,2	43,6	8,0	3,6	47,9	N/A	272,3
Pidulik Merelaulude Kontsert Vana Madrus	138,0	12,0	1,2	4,6	1,5	N/A	157,3
Piiri Peal	62,0	20,0	8,6	1,7	1,0	N/A	93,3
Planeedipäästjad	49,2	5,3	5,4	1,3	2,7	9,7	73,6
Plekktrumm	20,3	1,6	2,5	0,5	4,4	7,8	37,1
Põgenemine Alcatrazi Vanglast	6,0	3,0	0,7	0,1	N/A	1,1	10,9
Põleva Tütarlapse Portree	14,0	13,0	6,2	0,5	N/A	1,6	35,3
Rannahotell	38,0	10,0	10,4	0,6	2,2	N/A	61,2
Rasvarinne	13,0	10,0	8,5	0,4	N/A	1,3	33,2
Regina	9,0	2,0	6,4	0,6	0,6	N/A	18,6
Ringvaade	115,4	12,5	5,1	2,9	73,0	N/A	208,9
Salateenistus	11,6	12,5	16,2	0,5	N/A	5,7	46,5
Salisbury Mürgitamised	74,0	20,5	5,2	2,1	1,7	N/A	103,5
Salme Viikingid	25,3	10,0	4,4	0,5	N/A	4,0	44,2
Sinu Kätes	50,4	7,5	17,5	1,4	3,3	N/A	80,1

Sipsik	10,0	29,0	0,7	0,3	0,4	0,1	40,5
Sulev Nõmmik. Rohkem Kui Ärni	138,0	35,0	1,5	3,0	2,2	N/A	179,7
Surm Paradiisis	84,4	23,4	10,5	1,1	3,7	N/A	123,1
Tagaotsitav: Banksy!	8,0	4,0	2,0	0,2	N/A	1,3	15,5
Tanel Ja Kanad	59,0	17,2	2,8	1,2	3,0	0,3	83,5
Unustamatu	82,7	27,0	10,3	1,6	2,0	N/A	123,6
Vaga Vesi	55,0	9,0	10,8	1,4	3,1	N/A	79,3
Vigil	69,7	26,0	21,7	1,4	2,3	N/A	121,1
Õnne 13	123,6	18,4	7,0	2,2	29,6	0,5	181,3
Äraostmatud	65,3	10,0	18,3	1,4	5,6	N/A	100,6
Ärtuemand	16,0	9,0	15,0	0,4	N/A	2,6	43,0
Ühe Maja Lugu	78,8	11,0	2,4	1,5	6,6	N/A	100,3
Üle Atlandi	81,6	19,5	16,5	1,8	2,5	N/A	121,9
Ülestunnistus	63,8	16,3	10,2	1,2	2,5	N/A	94,0
Üllar Jõrbergi Armastus	90,0	28,0	2,0	1,7	3,1	N/A	124,8
Ürgne Maa Siber	80,1	23,8	3,8	1,7	13,3	0,4	123,1

\* vaatajate keskmine arv saate eetriaaja jooksul

\*\* vaatajate arv otse-eeetrile järgneva 7-päevase perioodi jooksul

\*\*\* striimivaatajate arv 2021. aasta jooksul

\*\*\*\* striimivaatajate arv saate eetriaaja jooksul

\*\*\*\*\* striimivaatajate arv 2021. aasta jooksul

Allikad: Kantar Emor. Teleauditooriumi mõõdikuring; Gemius Eesti, gemiusPrism