

## **Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu finantseerimine ja vaadatavus<sup>1</sup>**

Andres Jõesaar (RiTo 24), meedia ja kommunikatsiooni doktor

### **Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu auditooriumi laiendamiseks tuleb ringhäälingu rahastamine viia lähemale Lääne-Euroopa tasemele.**

Koos meedia kiire arenguga on traditsiooniline avalik-õiguslik ringhääling (AÕR) muutunud avalik-õiguslikuks meediaks (AÕM), millel on jätkuvalt oluline roll avaliku sfääri kujundamisel.

Avalik-õigusliku meedia peamised funktsioonid on jäänud samaks, nagu neid kirjeldas ligemale sajand tagasi John Reith: informeerida, harida ja meelt lahutada (Reith 1924). Ehk teisiti öeldes on avalik-õigusliku meedia eesmärk teenida avalikku huvi, aidata kaasa ühiskonna ja demokraatia arengule. Kiire areng on Reithi aegade ringhäälingule lisanud palju uusi tehnoloogilisi võimalusi. Tänapäeval peab avalik-õiguslik meedia olema universaalne ning kõrgete kvaliteedistandarditega meediainstitutsioon (Born, Prosser 2001).

Denis McQuaili (2010) järgi on meediainstitutsioonid kolme mõjuri – poliitika, tehnoloogia ja majanduse – omavahel kattuvus mõjuväljas. Lisaks neile tuleb meediat analüüsid arvestada meediainstitutsiooni toimimise keskkonna (riigi) sotsiaal-kultuurilise taustaga.

Meediainstitutsioonina on avalik-õiguslik meedia mõjutatud otseselt riigi meediapoliitikast, mis omakorda järgib Euroopa Liidu üldist kommunikatsioonipoliitikat. Euroopa Liidu tasemel on peamised meediapoliitikat kujundavad institutsioonid Euroopa Komisjon, Euroopa Parlament, Euroopa Kohus ja ministrite konverentsid. Euroopa Parlament ja Euroopa Nõukogu on oma dokumentides korduvalt toonitanud avalik-õigusliku ringhäälingu (nüüd avalik-õigusliku meedia) olulisust kõigi kodanike huvide teenimisel demokraatliku ühiskonna avalikus sfääris. Tulenevalt oma mandaadist on Euroopa Komisjoni tegevus suunatud eelkõige vaba turu ja konkurentsi tagamisele. Avalik-õigusliku ringhäälingu ülesannete ja ühiskonnale pakutavate väärtuste määramine on Euroopa Liidu liikmesriikide ainupädevuses. Liikmesriigi tasandil on meediapoliitika peamiseks kujundajateks seadusandlikud kogud, valitsused, vastavad institutsioonid (sealhulgas sõltumatud ringhäälinguregulaatorid – institutsioon, mis Eestis ainsana Euroopa Liidu liikmesriikidest puudub).

### **Suund kultuurilt ärile?**

Euroopa Liidu (sealhulgas Euroopa Komisjoni, Euroopa Parlamendi ja Euroopa Nõukogu) meediapoliitikaga seotud dokumentide – direktiivide, deklaratsioonide, teatiste, resolutsioonide, roheliste ja valgete raamatute (*Green Paper, White Paper*) jms – analüüsi alusel võib lihtsustatult kirjeldada Euroopa Liidu meediapoliitika kaht peamist eesmärki.

Esimene eesmärk on nii-öelda sotsiaalkultuuriline – tagada pluralismi, demokraatia arengut, sotsiaalset sidusust ja sõnavabadust edendava meediasüsteemi toimimine. Aastate jooksul on Euroopa tasandil vastu võetud kümneid sellesisulisi avalik-õiguslikku ringhäälingut /

meediat käsitlevaid tekste. Neist üks värskemaid – novembris 2010 heaks kiidetud Euroopa Parlamendi resolutsioon – rõhutab, et liikmesriigid peavad eraldama avalik-õiguslikule meediale nüüdisaegsete tehnoloogiate kasutuselevõtuks ja laiale auditooriumile teenuste pakkumiseks piisavalt ressursse. Lisaks toonitatakse resolutsioonis, et liikmesriikidel tuleb adekvaatselt suhtuda avalik-õigusliku meedia alarahastamisse (EP 2010). See tähendab, et meediapoliitika kujundamisel peavad rahvuslikud parlamendid ja meedia eest vastutavad ministrid looma avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamisel tingimused, mis tagavad avaliku huvi teenimise.

Teine Euroopa Liidu meediat tugevasti mõjutav eesmärk on luua ja rakendada ettevõtjate ärihuvisid ja ühisturgu arvestav regulatsioon. Sellest tulenevalt on Euroopa Liidu ja Euroopa Komisjoni avalik-õiguslikku meediat puudutavad käsitlused järjest enam argumenteeritud ja kujundatud just turumajanduse kontekstis. Euroopa Komisjon käsitleb avalik-õiguslikku meediat kui vabal turul tegutsevat majandusettevõtet ja vaatleb tema tegevust eelkõige turureeglitest lähtuvalt. Eriti selgelt on see meediapoliitika suund kerkinud esile viimase kümne aasta jooksul. Praegu saab Euroopa Komisjon otseselt kontrollida ainult seda, kas avalik-õiguslik meedia kasutab riigiabi liikmesriigi seadusega määratud ülesannete kohaselt – selline tegevus lähtub selgelt erasektori ärikasumi maksimeerimise, mitte avaliku huvi teenimise ideest (Harcourt 2005; Brevini 2009, 2010; Humphreys 2009). Kokkuvõttes võib öelda, et komisjoni tekstides domineerivad erasektori ärihuvid.

Nimetatud kahe eesmärgi saavutamine on avalik-õigusliku meedia ja erameedia tasakaalustatud kooseksisteerimise küsimus. Analüüs näitab, et Euroopa Liidu meediapoliitika kujundamise tööriistad pole olnud piisavalt tõhusad tagamaks tasakaalustatud duaalse meediasüsteemi teket ja eksisteerimist siirderiikides (Jakubowicz 2009).

Sama protsess samade tulemustega on toimunud ka Eestis (Jõesaar 2009). Eesti seadusandlus on toetanud erakanalite majandustulemuste paranemist. Samal ajal on eraringhäälingu regulatsioonis vähem tähelepanu pööratud sisulistele eesmärkidele, nagu näiteks omatoodangu kvaliteet ja mitmekülsus.

### **Avaliku mõttevahetuse areen**

Milleks üldse on tarvis tagada tugeva avalik-õigusliku meedia olemasolu ja areng? Selle küsimuse vastuse teoreetilise raamistiku annab avaliku sfääri kontseptsioon (Habermas 1962; 1997). Avalik sfäär on avaliku mõttevahetuse areen, kus toimuvad debatid kujundavad avalikku arvamust, kutsuvad esile uusi ideid. Avalik sfäär peab toimima avalikust huvist lähtudes. McQuail (2010) tõdeb, et avaliku sfääri kvaliteet sõltub meedia kvaliteedist. Avalik-õigusliku meedia ülesanne on teenida avalikku huvi. Et seda teha, peab avalik-õiguslik meedia olema kvaliteetne, üldusele huvi pakkuv, ühiskonna arengule kaasa aitav diskuteerija, ideede ja mõtete vahendaja, oluliste küsimuste esitaja, erinevate huvirühmade huve silmas pidav ühiskonnas toimuva reflekteerija. Osaliselt täidab neid ülesandeid ka kommertsmeedia, kuid selle tegevuse piirid määrab kasumlikkus. Mittekasumlikud teemad jäävad harilikult kommertsmeedia tegevusest välja (Murdock 2005). Ühiskonna sotsiaalse sidususe, kultuuri edendamise ja demokraatia tugevdamise eest peavad seisma eelkõige

avalik-õiguslikud meediaorganisatsioonid (Jakubowicz 2007a). Georgina Born ja Tony Prosser (2001, 671) esitavad kolm avalik-õiguslikku meediat kirjeldavat normatiivset kriteeriumi:

- 1) suunatus kodanikele – ühiskonna sotsiaalsete, poliitiliste ja kultuuriliste arengute edendamine;
- 2) universaalsus;
- 3) teenuste ja väljundite kvaliteet.

Benedetta Brevini (2008) lisab neile veel ühe – usaldatavuse. Sellega tuleb nõustuda. Kodanikele pakutavate paljude infoallikate hulgas on ka selliseid, mis levitavad kontrollimatut, ebatäpset ja isegi eksitavat informatsiooni. Seetõttu on avalik-õigusliku meedia roll tõese ja usaldusväärse mediakanalina eriti oluline (Biltreyst 2004).

Nende nelja kriteeriumi täitmiseks on avalik-õiguslikul meedial vaja olulisi ressursse: kvalifitseeritud tööjõudu, piisavat rahastamist, nüüdisaegset tehnilist baasi, professionaalset juhtimist ja tegevust eesmärgistavat ning toetavat seadusandlikku raamistikku. Samas ei ole Euroopa Liidu tasemel määratletud mehhanisme ega minimaalseid rahalisi vahendeid, mida liikmesriigid peavad avalik-õigusliku ringhäälingu toimimiseks tagama. Samuti puuduvad Euroopa Liidu direktiivides ja muudes regulatsioonides kodanikele pakutava avalik-õigusliku meedia sisu puudutavad selgelt defineeritud kvaliteedi parameetrid.

### **Põhitingimuseks usaldusväärsus**

Avalik-õigusliku meedia tegevuse ulatus, eesmärgid, tegevuse rahastamine, juhtimise ja kontrolli mudelid jms on täies ulatuses liikmesriikide pädevuses. Ei ole olemas ühtset avalik-õigusliku meedia standardit, toimimise raamistikud on liikmesriigiti erinevad. Sellest hoolimata on Lääne-Euroopa avalik-õiguslike meediate ühine alus ajaloolis-kultuurilisel traditsioonil tuginev ühiskonna poolt tunnustatud oluline roll ja tugev positsioon ühiskonnas (Jakubowicz 2008). Ida-Euroopa riikides on avalik-õigusliku meedia olukord teistsugune – positsioon ebakindlam, legitiimsus madal(am) (Jakubowicz 2007b; Sükösd, Bajomi-Lázár 2003).

Lääne-Euroopa riikides on erasektor pikkade traditsioonidega avalik-õiguslikule ringhäälingule juba 1980. aastate algusest tõsiselt väljakutseid esitanud. Ida- ja Kesk-Euroopa riikides tekkisid nii avalik-õiguslik kui ka eraringhääling alles 1990. aastate alguses. Kuna kommunistlikust režiimist vabanenud siirderiikide eesmärk oli rajada turumajandusel põhinevad demokraatlikud ühiskonnad, siis poliitikas domineerinud liberaalse mõtteviisi tõttu said ka meediamastikul tugevama positsiooni eraettevõtted.

Euroliidu peamiselt vabale turule ja konkurentsile orienteeritud seadusandlik raamistik on üks põhjus, miks ei ole siirderiikides tänaseni suudetud avalik-õiguslikku ringhäälingut üles ehitada sellises ulatuses ja sellisena, nagu see oli siirderiikidele eeskujuks olnud Lääne-Euroopas. Lääne demokraatiale iseloomuliku meediamudeli “siirdamine”

postkommunistlikesse riikidesse ebaõnnestus just ajaloolise sotsiokultuurilise tausta erinevuse tõttu (Jakubowicz 2009). Uute riikide poliitilistes ringkondades sai erasektor võrreldes nõrga, alles kujuneva avalik-õigusliku ringhäälinguga soosivama suhtumise osaliseks. Lisaks toimusid muudatused ka Lääne-Euroopa meediasüsteemides endis. Ida-Euroopale eeskujuks olnud 1980. aastate avalik-õiguslikud ringhäälingud peavad ka ise ajas muutunud tingimustega kaasa minema.

Eriti oluline on avalik-õigusliku meedia roll väikestes rahvusriikides nagu Eesti (Lauristin 2004, 2009; Lauk 2008; Lõhmus *et al*/2004). Riigi väiksusest tingitud ressursside piiratuse tõttu on need maad globaalsest kommertsialiseerumisest kergesti haavatavad. Turgudel, kus erameedia järjest enam kommertsialiseerub, peab just avalik-õiguslik ringhääling olema usaldusväärne informatsiooniallikas, kelle võtmetgevuseks on unikaalse rahvuskultuuri ja – keele kaitse. Kui seda positsiooni ei suudeta hoida, on ohustatud nii rahvuskultuuri säilimine kui ka ühiskonna demokraatlik areng.

### **Avalik-õiguslik ringhääling Eestis**

Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu olukorra hindamiseks tuleb laiemalt analüüsida Euroopa meediapoliitilisi ja majanduslikke arenguid ning taustu, võrrelda riikide avalik-õiguslike institutsioonide positsioone. Majandusliku võrdluse lähtealuseks on käesolevas töös IMF-i raportid riikide sisemajanduse kogutoodangu kohta. Selgema võrdleva analüüsi tegemiseks on võrdluse skaalal sisemajanduse kogutoodang *per capita*. Avalik-õigusliku meedia nii-öelda elujõu hindamise teiseks aluseks on Euroopa Ringhäälingute Liidu (EBU) andmed avalik-õiguslike telekanalite keskmise päevase vaadatavuse kohta.

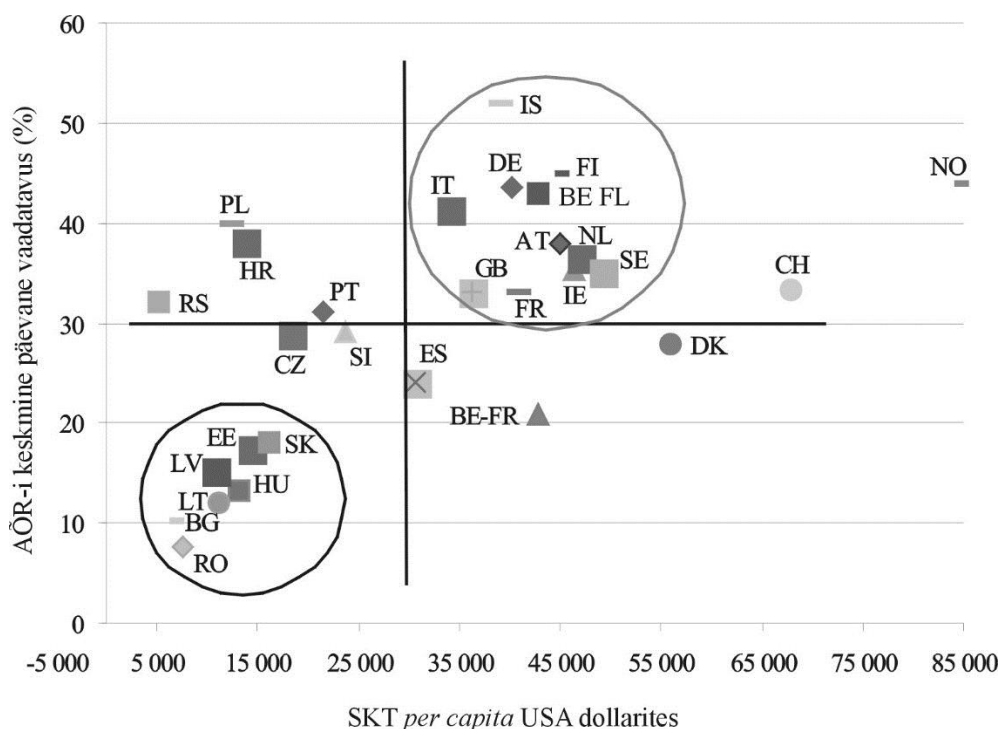
Keskmine vaadatavus päevas (edaspidi vaadatavus) on indikaator, mida võib ka nimetada turuosa suuruse näitajaks. Need suure üldistustasemega alusandmed annavad riikide võrdluseks hea võimaluse. Kui analüüsida riikides sisemajanduse kogutoodangut elaniku kohta ja avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavuse vahelisi sõltuvusi, siis eristuvad riikide ajaloolis-kultuurilise tausta alusel kaks riikide rühma: Ida- ja Kesk-Euroopa rahvaarvult väiksemad siirderiigid eristuvad selgelt Lääne-Euroopa riikidest (joonis 1).

Analüüs näitab, et harilikult on vaesemates riikides avalik-õiguslike telekanalite vaadatavus tunduvalt madalam kui rikkamates riikides. Andmed näitavad ka seda, et Lääne-Euroopas on avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavus üldiselt 2–3 korda kõrgem kui Ida-Euroopas. Erinev ajaloo kulg on mõjutanud nii riikide rikkust kui ka poliitilist tahet ja võimekust eduka avalik-õigusliku ringhäälingu jaoks vajalike tingimuste loomisel.

Ajaloolis-kultuurilisele taustale lisaks mõjutab avalik-õigusliku ringhäälingu toimimist oluliselt riigi suurus. Kuna ringhääling on nn mahu äri (*economy of scale*), siis vajavad väiksemate riikide avalik-õiguslikud ringhäälingud kriitilise massi saavutamiseks suuremate riikidega võrreldes suhteliselt suuremat rahastamist (UNITEC 2005). On loogiline, et piisaval tasemel rahastamine toetab auditooriumi hõlmamiseks vajalikku kõrge kvaliteediga sisu (programmi) loomist ja tehniliste platvormide võimaluste maksimaalset ärakasutamist.

Analüüsidest kriitilise massi aspektist riikide avalik-õiguslike ringhäälingute rahastamise taset, keskmist päevast vaadatavust, elanike arvu ja ajaloolist tausta, selgub, et Lääne-Euroopa ja Skandinaavia väikeriikides on kriitiline mass kõrgema rahastamise taseme tõttu saavutatud, Ida- ja Kesk-Euroopa riikides on ringhäälingute rahastamine palju väiksem ja seetõttu ka vaadatavus Lääne-Euroopa ja Skandinaavia väiksemate riikidega võrreldes tunduvalt madalam (joonis 1).

**Joonis 1. Euroopa riikide avalik-õiguslike telekanalite vaadatavus ja riikide sisemajanduse kogutoodang per capita 2010**



Märkus: PL – Poola, HR – Horvaatia, PT – Portugal, RS – Serbia, CZ – Tšehhi, SI – Sloveenia, IS – Island, DE – Saksamaa, FI – Soome, BE FL – Belgia (flaamikeelne), BE-FR – (Belgia (prantsuskeelne), IT – Itaalia, AT – Austria, NL – Holland, GB – Suurbritannia, IE – Iirimaa, SE – Rootsi, FR – Prantsusmaa, CH – Šveits, NO – Norra, ES – Hispaania, DK – Taani, EE – Eesti, SK – Slovakkia, LV – Läti, HU – Ungari, LT – Leedu, BG – Bulgaaria, RO – Rumeenia.

See fakt on meediamaastiku mõistmisel ja tulemuste hindamisel olulise tähtsusega. Kriitilise massi mittesaavutamine võib viia avalik-õigusliku ringhäälingu marginaliseerumisele. Teadlased pole andnud hinnangut sellele piirile, millest alates on ringhäälingu marginaliseerumine ühiskonnale ohtlik. Praegu võib vaid nentida, et hoolimata 15–20 protsendi vahele jäävast vaadatavuse tasemest on Eesti Rahvusringhääling säilitanud ühiskonnas institutsioonina kõrge usaldusväarsuse.

Telekanalite kasvav arv, auditooriumi fragmenteerumine, kommertstelevisiooni äriline konkurents on avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavuse langemise väikese, kuid pideva trendi põhjused. Ida- ja Kesk-Euroopa riikides 1990. aastate algusest toimunud parteipoliitilise riikliku meediasüsteemi ümberkujundamine avalik-õiguslikuks

ringhäälinguks pole saavutanud neile eeskujuks olnud maade avalik-õiguslike ringhäälingutega võrreldavat tulemust (Jakubowicz 2005).

### **Vaadatavuse trendid Balti riikides**

Balti riigid olid 1990. aastate alguses võrdses seisus, kuid nende riikide omavahelises võrdluses on näha, et ühesuguselt lähtepositsioonilt alustanud avalik-õiguslikud telekanalid on viimase kahe kümnendi jooksul saavutanud erinevaid tulemusi. Samas on vaadatavuse ja rahastamise peamised trendid olnud sarnased.

Balti riikide ühised tunnused on vaba turu ja liberalismi idealiseerimine (Balčytienė 2009; Brikšė 2010; Jõesaar 2011). Auksė Balčytienė järgi on meedia pluralism ja mitmekülgsus Baltimaades mõjutatud kolmest tegurist:

- 1) riigi vähene sekkumine;
- 2) tugev toetumine turuloogikale, mis on viinud selleni, et toota tuleb võimalikult palju ja nii kiiresti kui võimalik;
- 3) meedia nõrk usaldatavus (*accountability*).

Liberaalse regulatsiooni positiivseks tulemuseks on meediafirmade konkurents, mis võimaldab kodanikel tarbida erinevat meediasisu väga erinevatel platvormidel.

Võrreldes Balti riikide avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavust aastatel 1994–2010 on näha, et praegu kuulutakse selgelt Euroopa nõrgima avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavusega riikide rühma (joonis 2), Balti riikide keskmine vaadatavus on Lääne-Euroopa ja Skandinaavia omast 2–3 korda madalam. Suurim kukkumine toimus 1990. aastate esimeses pooles. 1990. aastate lõpust praeguseni on Baltimaade avalik-õigusliku ringhäälingu vaadatavus stabiliseerunud 15 protsendi lähedale. Samal ajal on Skandinaavias vaadatavus aastatel 1995–2010 langenud 42,8-lt kõigest 38 protsendile. Euroopa viie suurima riigi vastavad numbrid on 44,7 ja 35,1 protsenti.

Kui Lääne-Euroopa avalik-õigusliku ringhäälingu auditooriumi vähenemine uuel meediamastikul järjest kasvavas konkurentsisis jätkub samas tempos ja Balti riigid suudavad oma kohta hoida, võiks prognoosida umbes poole sajandi pärast nende riigirühmade avalik-õiguslike telekanalite vaadatavuse võrdsustumist. On aga ilmselge, et selleks ajaks on meedia oluliselt muutunud ja võib arvata, et vaadatavuse asemel hinnatakse siis meediat mingite muude näitajate alusel.

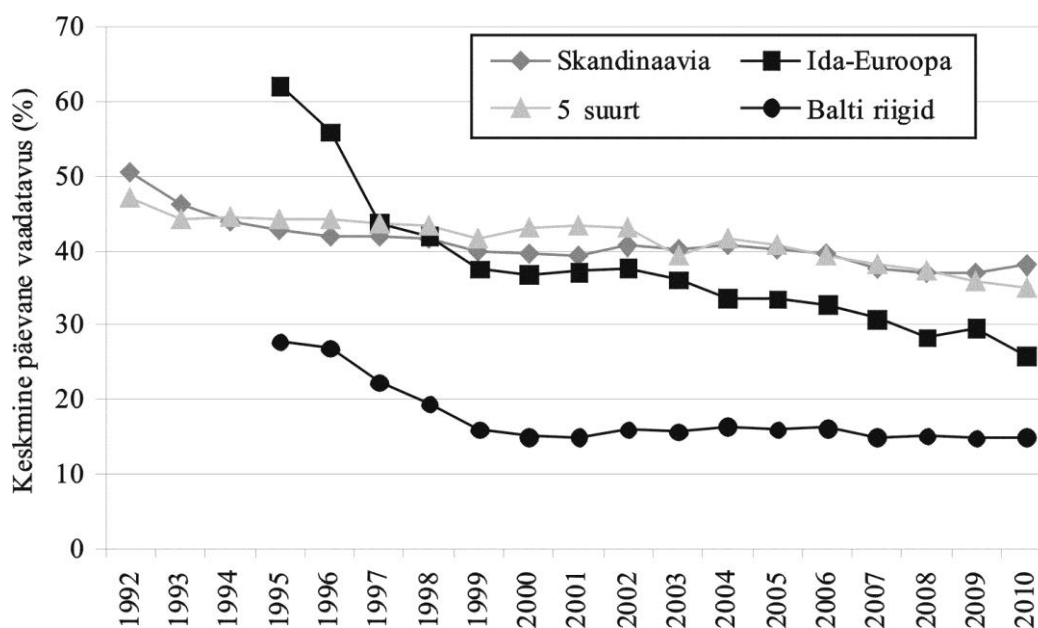
Eesti, Läti ja Leedu avalik-õiguslike telekanalite vaadatavuse trende lähemalt uurides selgub, et Eestis on vaadatavus viimasel viiel aastal Lätist natuke kõrgem, kuid Leedu on jäänud neile kahele tugevalt alla. Oluline on ka trendide suund – Eestis ja Lätis on viimasel kolmel aastal väike tõus, Leedus langus.

Telekanali vaadatavus on tugevalt seotud finantseerimisega. Ebapiisav rahastamine on ka avalik-õiguslike telekanalite madala vaadatavuse põhjustaja. Kõigis kolmes Balti riigis on sisemajanduse kogutoodanguga võrreldes avalik-õigusliku ringhäälingu riigipoolne finantseerimine järjekindlalt vähenenud.

Lääne-Euroopa väiksemates riikides (Austria, Skandinaaviamaad) on avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamine tasemel üle 80 euro elaniku kohta. Balti riigid jäävad sellele märgatavalt alla. Eriti kurb on olukord Leedus, kus avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamise tase on juba üle 15 aasta püsinud alla viie euro piiri. Lätis jääb see alla 10 euro, Eestis on majanduskriisi tagajärjel langetud viimasel kahel aastal alla 20 euro taseme (IRIS 2010). Selle võrdluse juures on oluline märkida, et Eestis avalik-õiguslik ringhääling reklaamiturult lisatulusid ei teeni, Lätis ja Leedus moodustavad aga reklaamitulud ligemale poole avalik-õigusliku ringhäälingu organisatsioonide eelarvest. Kuid ka kõiki tulusid arvesse võttes on Leedu ringhäälingu finantsseis äärmiselt pingeline. Rahastatuse ebapiisavus väljendub otseselt ka vaadatavuses.

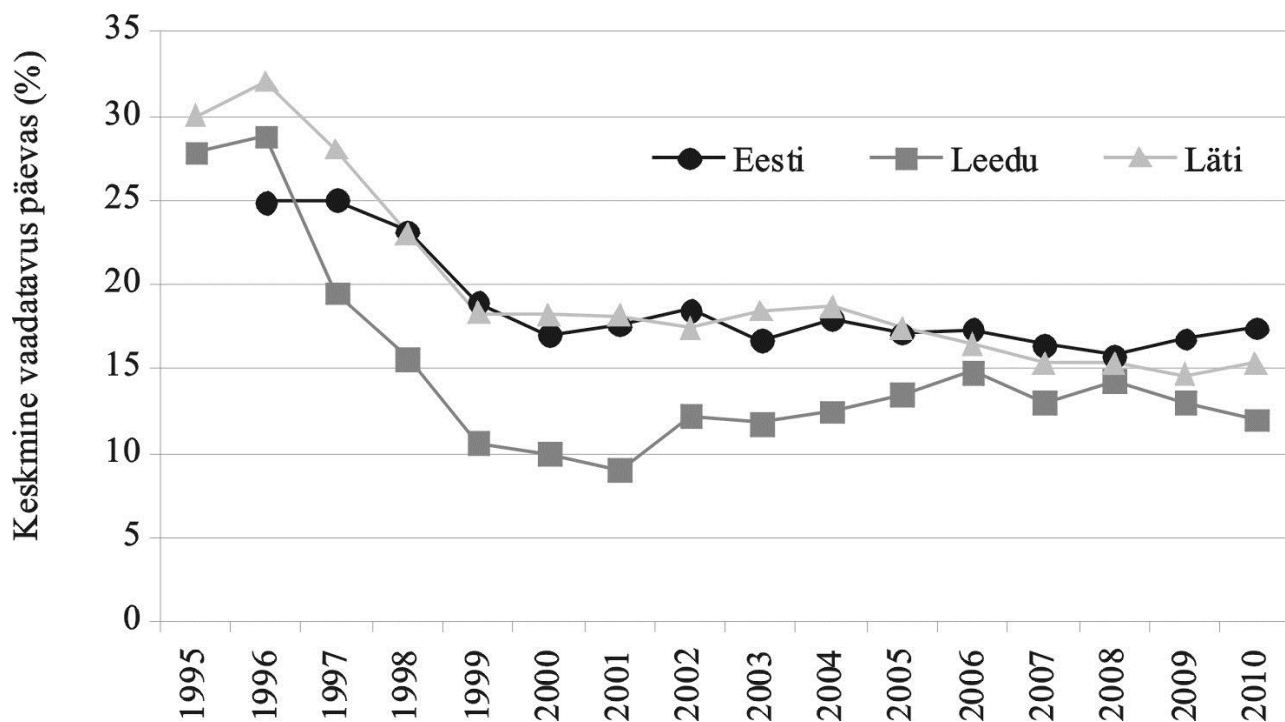
Analüüsidest detailselt Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu riigitoetuse dünaamikat, võime näha, et riigi (media)poliitika üks kindel suund on avalik-õigusliku ringhäälingu toetuse järjekindel vähendamine. 1992. aasta 1,7 protsendi tasemelt on rahastamise osakaal riigieelarve kuludest langenud 2010. aastaks 0,42 protsendini (joonis 5).

**Joonis 2. Euroopa riikide rühmade avalik-õiguslike telekanalite vaadatavus 1992–2010**



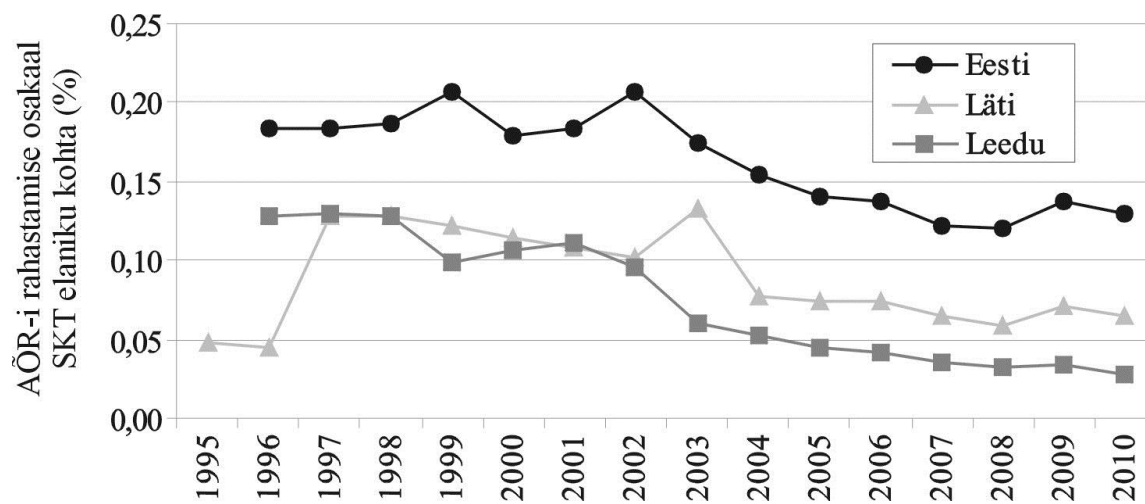
ALLIKAS: EBU.

**Joonis 3. Eesti, Läti ja Leedu avalik-õiguslike telekanalite vaadatavus 1995–2010**



ALLIKAS: EBU.

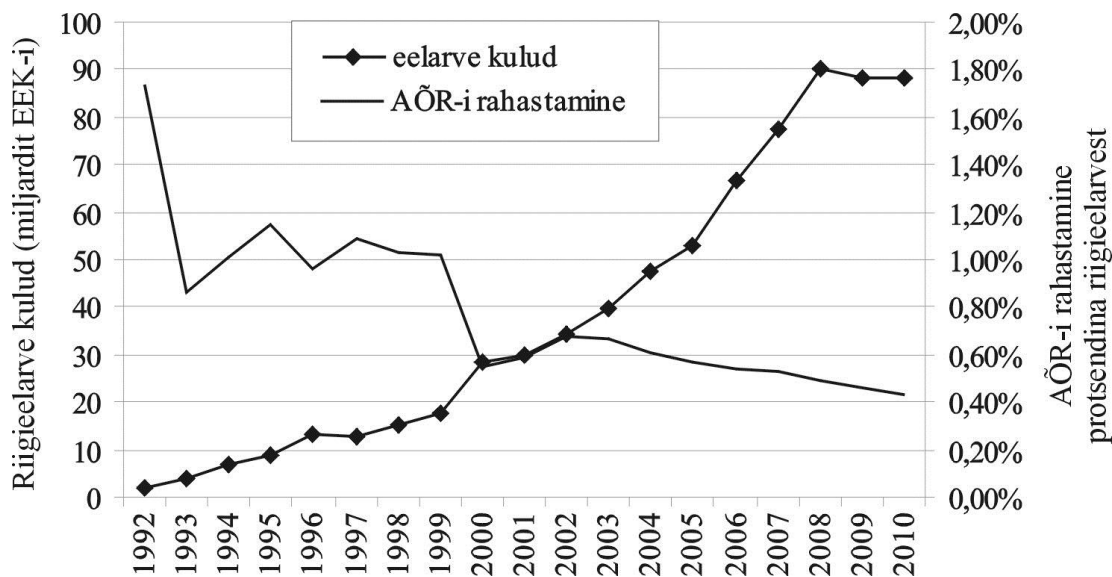
Joonis 4. Baltimaade avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamine suhtena sisemajanduse kogutoodangusse 1995–2010



ALLIKAS: Autori arvutus.



Joonis 5. Eesti avalik-õigusliku ringhäälingu rahastamise osakaal riigieelarvest võrdluses riigieelarve kuludega 1992–2010



ALLIKAS: Autori arvutus.

### Majanduse mõju ajakirjanduse sisule

Paljud teadlased kinnitavad, et majanduslik heaolu on kommunikatsioonipoliitika domineerivaim kategooria (Picard 2002; Croteau, Hoynes 2001). Globaalne meediakontsentratsioon ning kommertsialiseerumine on viinud massimeedia madalaima ühishimmetajaga toodete pakkumisele, kodanikele pakutava sisu mitmekesisus väheneb. (Peamiselt) tururegulatsioonil põhinev meediasüsteem ei suuda avalikus sfääris piisavalt ja adekvaatselt kajastada kõikide huvirühmade huve.

Ajakirjanduse majanduslikule teooriale tuginedes tõestasid Susanne Fengler ja Stephan Ruß-Mohl (2008), et meediat kujundavad isiklikest huvidest ajendatult tegutsevad ajakirjanikud – meedia peamine vedav jõud on majanduslik omakas. Samuti mõjutab traditsioonilist meediat väga tugevasti *on-line* meedia tulek. Professionaalsel ajakirjandusel on raske end kaitsta kommertsialiseerumise ja nii-öelda tavainimeste, mitte ajakirjanike loodud sisu – tekstid, pildid, videod jms – eest, mis internetis laialdaselt levivad (Ruß-Mohl 2003; Hamilton 2004; Brikše 2010). *On-line* meedia kehtestab uued ärimudelid, millega kohanemine on tavameediale suureks väljakutseks.

Kokkuvõttes on usaldusväärse, avalikku huvi teeniva meediainstitutsiooni vajalikkust demokraatliku ühiskonna arengu tagamisel raske üle hinnata. Euroopalikus meediasüsteemis kannavad seda rolli avalik-õiguslikud ringhäälingud, kes peavad nüüdisaegse, kiiresti areneva meedia muutumisega kaasas käimiseks jõuliselt laiendama oma tegevust ka uutele tehnoloogilistele platvormidele. Eriti oluline roll on avalik-õiguslikel meediatel kanda

väiksemate, globaliseerumise ja kommertsialiseerumise mõjudest kergesti haavatavate unikaalsete rahvuskultuuride ja –keelte kaitsel.

Kui suurte riikide kommertskanalitel võib peavoolu meelelahutuse kõrval leiduda ressursse ka väiksemate huvirühmade püüdmiseks, siis väga piiratud ressursidega väikeriikide meediamaastikul toimivad kommertsorganisatsioonid keskenduvad meelelahutusliku, madalaima ühisnimetajaga masstoodangu toel oma kasumi maksimeerimisele. Sellises olukorras on vaja sõltumatu avalik-õigusliku ringhäälingu tegutsemiseks kindlat seadusandlikku raamistikku ning arengu tagamiseks piisavat finantseerimissüsteemi. Eestis on esimene neist tingimustest täidetud, teise tingimuse osas oleme küll meie lõunanaabritest natuke paremas seisus, kuid euroopaliku tasemini on veel pikk samm astuda.

<sup>1</sup> Artikkel põhineb autori Tartu Ülikoolis kaitstud doktoritööl “EU media policy and survival of public service broadcasting in Estonia 1994–2010”. – [http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/17927/joesaar\\_andres.pdf?sequence=1](http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/17927/joesaar_andres.pdf?sequence=1)

### Kasutatud kirjandus

**Balčytienė, A. (2009).** Assessing Pluralism and the Democratic Performance of the Media in a Small Country: Setting a Comparative Research Agenda for the Baltic States. – A. Czepek, M. Hellwig, E. Nowak (eds). *Press Freedom and Pluralism in Europe. Concepts and Conditions.* Intellect, pp 127–139.

**Biltreyst, D. (2004).** Public Service Broadcasting, Popular Entertainment and the Construction of Trust. – *European Journal of Cultural Studies*, vol 7, no 3, pp 341–362.

**Born, G., Prosser, T. (2001).** Culture and Consumerism: Citizenship, Public Service Broadcasting and the BBC’s Fair Trading Obligations. – *Modern Law Review*, vol 64, no 5, pp 657–687.

**Brevini, B. (2008).** European Public Service Ethos and the Internet: The idea of PSB 2.0. Paper presented at the Ecrea Conference, Barcelona, 25th–29th November.

**Brevini, B. (2009).** Under Siege by Commercial Interests? BBC and DR Online between the national and European policy frameworks. – *Interactions: Studies in Communication & Culture*, vol 1, no 2, pp 203–216.

**Brevini, B. (2010).** Towards PSB 2.0? Applying the PSB ethos to online media in Europe: A comparative study of PSBs’ internet policies in Spain, Italy and Britain. – *European Journal of Communication*, vol 25, no 4, pp 348–365.

**Brikše, I. (2010).** Public Service Broadcasting in Latvia: Old images, new user needs and market pressure. – *Central European Journal of Communication*, vol 3, no 1, pp 67–80.

**Croteau, D., Hoynes, W. (2001).** The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

EP (2010). European Parliament resolution of 25 November 2010 on public service broadcasting in the digital era: the future of the dual system. – <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0438+0+DOC+XML+V0//EN>

**Fengler, S., Ruß-Mohl, S. (2008).** Journalists and the Information-Attention Markets: Towards an Economic Theory of Journalism. – Journalism, vol 9, no 6, pp 667-690.

**Habermas, J. (1962/1989).** The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press.

**Habermas, J. (1997).** The Public Sphere. – P. Golding, G. Murdock (eds). The Political Economy of the Media. Vol 2. Communication and the Common Good. Cheltenham: Edward Elgar, pp 116-119.

**Hamilton, J. T. (2004).** All the News That's Fit to Sell: How The Market Transforms Information into News. Princeton, NJ: Princeton University Press.

**Harcourt, A. (2005).** The European Union and the Regulation of Media Markets. Manchester: Manchester University Press.

**Humphreys, P. (2009).** EU State Aid Rules, Public Service Broadcasters' Online Media Engagement and Public Value Tests: the German and UK Cases Compared. – Interactions: Studies in Communication & Culture, vol 1, no 2, pp 171-184.

IRIS (2010). Public Service Media: Money for Content. IRIS *plus* 2010-4. European Audiovisual Observatory. Strasbourg.

**Jakubowicz, K. (2005).** Post-Communist Media Development in Perspective. Internationale Politikanalyse Europäische Politik. Politikinformation Osteuropa, März 2005. Friedrich Ebert Stiftung. – <http://library.fes.de/pdf-files/id/02841.pdf>.

**Jakubowicz, K. (2007a).** Public Service Broadcasting: A New Beginning, or the Beginning of the End? – [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/PSB\\_Anewbeginning\\_KJ\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/PSB_Anewbeginning_KJ_en.pdf)

**Jakubowicz, K. (2007b).** Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe. Cresskill: Hampton Press.

**Jakubowicz, K. (2008).** Riviera on the Baltic? Public Service Broadcasting in Post-Communist Countries. – B. Dobek-Ostrowska, M. Głowacki (eds). Comparing Media Systems in Central Europe, 41-55. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

**Jakubowicz, K. (2009).** The Highways and Byways of “Europeanization” in the Media. – Central European Journal of Communication, vol 2, no 1 (2), pp 5–11.

**Jõesaar, A. (2009).** Formation of Estonian Broadcasting Landscape 1994–2007: Experience of the Transition State. – Central European Journal of Communication, vol 2, no 1 (2), pp 43–62.

**Jõesaar, A. (2011).** Different Ways, Same Outcome? Liberal Communication Policy and Development of Public Broadcasting. – Trames, vol 15, no 1, pp 74–101.

**Lauk, E. (2008).** How Will It All Unfold? Media Systems and Journalism Cultures in Postcommunist Countries. – K. Jakubowicz, M. Sükösd (eds). Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective. Intellect, pp 193–212.

**Lauristin, M. (2004).** Hinnangud Eesti ühiskonnas toimunud muutustele. – V. Kalmus, M. Lauristin, P. Pruulmann–Vengerfeldt (toim-d). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse “Mina. Maailm. Meedia” tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 231–249.

**Lauristin, M. (toim) (2009).** Eesti inimarengu aruanne 2008. Eesti Koostöö Kogu. – [http://www.kogu.ee/public/EIA08\\_est.pdf](http://www.kogu.ee/public/EIA08_est.pdf)

**Lõhmus, M., Lauristin, M., Salupere, R. (2004).** Inimesed kultuuriväljal: aktiivsus ja eelistused. – V. Kalmus, M. Lauristin, P. Pruulmann–Vengerfeldt (toim-d). Eesti elavik 21. sajandi algul: ülevaade uurimuse “Mina. Maailm. Meedia” tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, lk 97–127.

**McQuail, D. (2010).** McQuail’s Mass Communication Theory. 6th edition. London: SAGE Publications.

**Murdock, G. (2005).** Building the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet”. – G. F. Lowe, P. Jauert (eds). Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting. Göteborg: Nordicom.

**Picard, R. G. (2002).** Research Note: Assessing Audience Performance of Public Service Broadcasters. – European Journal of Communication, vol 17, no 2, pp 227–235.

**Reith, J. C. W. (1924/1997).** Broadcast over Britain. – P. Golding, G. Murdock (eds). The Political Economy of the Media. Vol 2. Communication and the Common Good. Cheltenham: Edward Elgar, pp 220–227.

**Ruß–Mohl, S. (2003).** Towards a European Journalism? Limits, Opportunities, Challenges. – Studies in Communication Sciences, vol 3, no 2, pp 203–216.

**Sükösd, M., Bajomi–Lázár, P. (2003).** The Second Wave of Media Reform in East Central Europe. – M. Sükösd, P. Bajomi–Lázár (eds). Reinventing Media. Media Policy reform in East–Central Europe. Budapest: Central European University Press.

UNITEC (2005) = Mechanisms for Setting Broadcasting Funding Levels in OECD Countries.  
Research and Analysis Project Report (2005) School of Communication. UNITEC New Zealand.  
- [http://www.mch.govt.nz/publications/broadcast-funding/ MCH-OECD-Funding-  
Report.pdf](http://www.mch.govt.nz/publications/broadcast-funding/MCH-OECD-Funding-Report.pdf)