

# ELU PROJEKTI PORTFOOLIO – LUNA TV

## 1. Projekti aruanne

### Projekti taust

Luna TV on Tallinna ülikooli ametlik telekanal tudengisaadete jaoks, mille missiooniks on kajastada koolieluga seotud uudiseid, ülikoolis toimuvaid üritusi ja muud sisu, mis võiks keskmisele tudengile tõelist huvi pakkuda.

### Projekti eesmärgid

Projekti eesmärgiks oli nii teavitada vaatajaid erinevatest sündmustest ja päevakajalistest teemadest kui ka pakkuda neile meelelahutust. Samas seadsime endale sihiks analüüsida eelmistel semestritel tehtud Luna TV saadete vigu, et õppida teiste vigadest. Olemasolevatele materjalidele ja teiste tudengite kogemustele tuginedes saime jälgida, mil moel Tallinna ülikooli infoväli toimib ja kuidas seda võiks paremaks muuta. Vaatasime, kuidas on tudengeid teavitatud eelmistest Luna TV saadetest, ning tehtud järelduste põhjal katsetasime erinevaid strateegiaid, näiteks Luna TV koduleheküljel ning Instagrami, Facebooki ja TikToki veebikeskkondades. Me pürgisime selle poole, et nii projekti käigus kui ka selle lõpuks oleksime saavutanud stabiilse ja arvestatava vaatajaskonnaga saatesarja, mille publikuks on nii Tallinna ülikooli tudengid kui ka inimesed väljaspool seda.

### Rollide jaotus ja gruppide tegevus

Projekti oli kokku kaks suurt toimetust, mis löid kursuse jooksul saateid. Lisaks oli kaks töörühma, mille moodustasid liikmed mõlemast toimetusest.

Mõlemad toimetused löid eraldi ühe proovisaate ja kolm veerandtunnist saadet, mis hõlmasid nii meelelahutuslikku kui ka hariduslikku poolt. Telesaadete näol esines meil võimalus arendada oma tehnilisi oskusi ja vilumust, olgu selleks operaatori, režii või saatejuhi ametis, ning luua kvaliteetne telesisu, mis võiks jõuda ERR-i Jupiteri programmi.

Üks töörühmadest reklaamis Luna TV-d ja selleks nad

- 1) koostasid turundusplaani, milles oli kirjas, millal, kuhu ja mida tuli postitada või üles panna;
- 2) filmisid kaadritaguseid hetki ning koostasid plakateid, lühiklippe ja muud kaasakiskuvat reklaammaterjali;
- 3) suhtlesid Tallinna ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonnaga ning postitasid vaheldumisi reklaami ka ülikooli ametlikele kanalitele ja Luna TV omadele.

Teine töörühm aga tegeles teadusliku poolega, milleks nad

- 1) küsisid turundus- ja kommunikatsiooniosakonna turundusjuhilt Rando Aljaselt, mis on ülikooli meediakanalitega seotud probleemid, milleks osutus kanalite liiga suur arv, kuna sageli luuakse iga ELU projekti jaoks uus konto ning igal instituudil, üliõpilasnõukogul, klubil ja huviringil on eraldi oma konto. TLÜ nime all olevate kanalite üleküllus raskendab õigete infokanalite leidmist ja teabe liikumist, mida kinnitas ka Kultuuriklubi juhtkond, kelle peamine probleem on olnud tudengitele info edastamine;
- 2) proovisid ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonnal aidata neid murekohti lahendada, milleks nad:

- a) kaardistasid kõik ülikooliga seotud lehed Facebookis, Instagramis ja TikTakis;
- b) jälgisid postituste statistikat ja võrdlesid 2024. aasta kevadsemestri Luna TV postituste statistikat eelmiste semestrite omadega;
- c) töötasid selle kallal, et välja mõelda tõhus lahendus, kuidas instituutide, üliõpilasnõukogude ja ELU projektide postitused jõuaks ülikooli tudengiteni kiiremini, tagades suurema haarde. Lahendus osutus lihtsaks ja loogiliseks: tulevikus võiksid tudengid eraldi kontode loomise asemel kasutada sama projekti eelmise semestri kontosid ning teha tihedamat koostööd ülikooli ametlike ja/või populaarsemate kanalitega (näiteks TLÜ enda või Spordiklubi kontoga), paludes neil luua enda eest uusi üritusi ja postitusi ning lastes teistel kontodel neid jagada. Veel võiks teha rohkem koostööd ülikooliväliste kanalitega (näiteks teiste ülikoolide, asutuste või üksikisikutega) ja luua nende abil reklaammaterjali.

## **Projekti olulisus**

Projekt on oluline kolmel põhjusel. Esiteks arendab see ajakirjandus- ja meediaerialade tudengite oskusi ja laiendab teadmiste pagasit. Joonistub välja nägemus, kuidas kvaliteetseid telesaateid luua, toimetusega koostööd teha ning otse-eetris ootamatuid olukordi ennetada ja nendega oskuslikult toime tulla. Kuna ERR-ist käinud koolitajad rääkisid, et Eestis on suur puudus noortele mõeldud saadetest, millel oleks aktiivne vaatajaskond, siis valmistab projekt tudengeid tööturaks ette ja potentsiaalselt toetab ka tulevikus sellele sihtrühmale – noortele – saadete loomist. Teiseks on see osa mitu semestrit kestnud projektist, mille käigus soovitakse luua edukas telesaade, mis edendaks ülikooli mainet ning oleks tudengite uudiste- ja meelelahutusallikas. Kolmandaks aitab projekt saada ülevaadet Tallinna ülikooli infoväljast ja seda arendada, mis tuleb kasuks nii ülikoolile kui ka tudengitele endile. Kajastamiseks valitud uudised ja üritused on kas Tallinna-kesksed või üle-eestilised. Seega sellest võivad olla huvitatud need, kes õpivad Tallinna Ülikoolis või teistes õppeasutustes, kaaluvad ELU projektiga liitmist või kavatsevad oma õpinguid jätkata vahetult BFM-is. Toimiv infoväli parandab iga tudengi ülikoolikogemust nii õppimise kui ka vaba aja osas ning muudab ülikooliperet lähedasemaks. Kogu Luna TV töörühm panustas aktiivselt nende eesmärkide saavutamisesse sellega, et lahkas eelmiste semestrite tulemusi, katsetas uusi kommunikatsioonimeetodeid, töötas välja praktilise mudeli ja valmistas ette telesaateid.

## **Oodatud tulemused**

Projekti oodatud tulemusena soovisime, et projekti sisu, mida kajastasime semestri jooksul eri sotsiaalmeediakanalites, leviks kaugemale. Sellest johtuvalt pürgisime selle poole, et Luna TV vaatajaskond aina kasvaks ning rohkem nii Tallinna Ülikooli tudengeid kui ka noori väljaspool seda oleksid teavitatud sellest, et üks viise saada kvaliteetset, usaldusväärset, asjakohast ja huvitavat teavet on jälgida Luna TV-d. Samas seadsime esimeseks tõsta saadete kvaliteeti ja hoida seda heal tasemel, et soodustada Luna TV edasiarendamist täisväärtusliku teletoomisprotsessi näol. Teiseks ajendiks osutus see, et me tahtsime ka tulevasi saadete tegijaid innustada püstitama kõrgemaid eesmärke, looma Eesti telemaastikul ilmuvaga sarnast sisu ning nägema rohkem vaeva BFM-is pakutavate praktiliste oskuste ja kogemuste vundamendi tugevdamise kallal.

## TLÜ meedia kaardistamine

Link kaardistamise tabelile:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/15lm16uafS3lNe26HoGJOKpkT0dfu0ozv26wrQFFtOU/edit?usp=sharing>

Tallinna ülikooli meedia kaardistamiseks otsisime välja ja analüüsisime 201 TLÜ-ga seotud sotsiaalmeediakontot, millest 99 on Facebookis, 96 Instagramis ja 6 TikTokis. 40 kontol on oma versioon nii Facebookis kui ka Instagramis, 1 kontol on profiil Facebookis ja TikTokis ning 5 kontol on profiil kõigil kolmel sotsiaalmeediaplatvormil. Kontode otsimiseks kasutasime otsingusõnu „tlü“, „tlu“, „Tallinna ülikool“, „Tallinn University“, „BFM“, „ELU“ ja „tudeng“. Otsingutulemuste seas oli nii Tallinna ülikooliga seotud kontosid kui ka samanimeliste või sarnase nimega ettevõtete, brändide ja üksikkasutajate omi. Mitu korda tulid vasteks teised Eesti kõrghariduskoolid, nagu Tallinna Tehnikakõrgkool, Tallinna Tehnikaülikool ja Tartu Ülikool. Välismaistest kõrgkoolidest kasutavad TLÜ-ga sama lühendit Thang Long University Vietnamis ja Texas Lutheran University USA-s, mistõttu TLÜ-ga seotud otsingutulemusi oli raskem leida. Otsing oli kõige lihtsam Facebookis, sest seal tulid kõik vasted kohe ette. Instagramis ja TikTokis oli otsing keerulisem, kuna seal tuleb ette piiratud arv vasteid, kaasa arvatud selliseid, mis ei vasta täpselt otsingusõnale (näiteks üks täht on ära vahetatud või üks otsingusõna kahest on ära jäetud). Ühegi sotsiaalmeediakanali otsingumootor ei eristanud u ja ü tähte, mis raskendas õigete tulemuste leidmist. TLÜ-ga seotud kontosid on arvatavasti rohkem, kui me leidsime, sest iga konto ei pruugi kasutada oma kirjelduses meie kasutatud märksõnu ja kui nad ei teinud meie leitud kontodega koostööd, näiteks juba leitud konto ei lisanud tag'i leidmata kontole, polnud meil võimalik neid üles leida. Nii me näiteks ei leidnud esialgu BFM-i üliõpilasnõukogu Meediumit, kuna selle konto nimest puudub TLÜ lühis, mis on teiste üliõpilasnõukogude kontode nimedes olemas. Uurisime ainult kõiki avalikke lehti, mitte gruppe, kuna neid ei saa jälgida. Grupeerisime kontod ühiste tunnuste järgi: TLÜ ametlikud eesti- ja ingliskeelsed kontod olid eraldi, grupis vaatasime instituute, üliõpilaskonda ja üliõpilasnõukogusid, muid akadeemilisi üksusi, muid ülikooliga seotud keskuseid ja üksusi, huvigruppe ja -klubisid, spordi ja liikumisega seotud kontosid, muusikaga seotud kontosid, erialade lehti (nii kogu eriala kui ka eraldi lendude omi), ELU projekte, muid kontosid.

Kontode hindamisel võtsime arvesse sotsiaalmeediaplatvormil avalikustatud statistikat (Facebookis meeldivaks märkimised ja jälgijate arv, Instagramis postituste arv ja jälgijate arv ning TikTokis jälgijate arv ja meeldimiste arv), postitamise sagedust (kas postitatakse mitu korda päevas / nädalas / kuus, kuu aja pikkused või pikemad pausid postituste vahel), kaasatust (Facebookis keskmine reaktsioonide arv, Instagramis ja TikTokis keskmine laikide arv), märkisime ära üldise sisu ja vajadusel lisasime märkuseid (näiteks selgitus konto omaniku või akronüümi kohta, märke ingliskeelse lehe kohta). Kaasatus on märgitud minimaalseks, kui igal postitusel on alla kümne reaktsiooni/laigi. Me ei võtnud arvesse kommentaare ja jagamisi, kuna need pole igale kasutajale nähtavad ning neid oli igal kontol ja postitusel minimaalselt. Hindasime postitusi, mis on avalikustatud 2023. aasta algusest 2024. aasta mai alguseni. Aktiivseks märkisime kontod, mis on viimase aasta jooksul (hiljemalt 2023. aasta mais) vähemalt ühe postituse teinud.

Facebooki 99-st kontost on aktiivsed 69, ülejäänud 30 on inaktiivsed. Facebookil on kõigist sotsiaalmeediaplatvormidest kõige vähem (nähtavat) kaasatust, sest kui võrrelda ühe postituse statistikat kahel erineval platvormil, on Instagramis rohkem laike. Nähtavaid jagamisi ja kommentaare on igal kontol minimaalselt või neid pole üldse. Kontode vahel on vähe koostööd: üliõpilasnõukogud jagavad harva või ei jaga üldse instituutide postitusi, instituudid teevad sama ülikooli postitustega ning trendi on näha teistelgi kontodel. Ainus ülikooli postitus/üritus, mida peaaegu kõik instituudid, üliõpilaskonnad, akadeemilised üksused ja muud kontod jagasid, oli

ülikooli 19. sünnipäevapidu. Ainsaks erandiks koostöövaesusele on loodus- ja terviseteaduste üksused: loodus- ja terviseteaduste instituudi konto ja Ökoloogia keskus on mitmel korral jaganud teineteise postitusi. Ka integreeritud tehnoloogia ja käsitöö eriala konto ning keskkonnakorralduse eriala kontod jagasid Ökoloogia keskuse postitusi. Ainsaks erandiks LTI-siseses koostöös on instituudi üliõpilasnõukogu. Ka ühiskonnateaduste instituut on jaganud sotsiaalteaduste instituudi ja ingliskeelse ühiskonnateaduste instituudi postitusi. Üksikutel kordadel on esinenud koostööd ülikooliväliste organisatsioonidega: Jaapani klubi ja Jaapani suursaatkond Eestis on teineteise postitusi jaganud ning TLÜ üliõpilaskond on korraldanud mitu üritust koostöös Tallinna Tehnikakõrgkooliga. Mitmel ingliskeelsel Facebooki kontrol on postitusi, mis on ainult eesti keeles, näiteks kommunikatsioonijuhtimise eriala ingliskeelsel kontrol ja sotsiaalse ettevõtluse eriala ingliskeelsel kontrol. Facebookis on küll väikseim kaasatus, kuid selle eelis on, et erinevalt Instagramist ja TikTokist saab Facebooki sisu ka kasutajata näha.

Instagrami 96-st kontost on aktiivsed 58, ülejäänud 38 on inaktiivsed. Instagramis on postitustel rohkem laiike kui samal sisul Facebookis reaktsioone. Mitmel korral kattus Instagrami sisu Facebooki omaga, kuid oli ka kontosid, mis löid mõlemal platvormil originaalset sisu. Instagramis on teiste platvormidega võrreldes palju BFM-i erialadega seotud kontosid, 15 tükki, võrreldes Facebooki 4 konto ja TikToki 0 kontoga. Sellel võib olla kaks põhjust. Esiteks on BFM-i erialad tugevasti sotsiaalmeedia, pildistamise ja filmimisega seotud, mistõttu tudengid on tehnika ja sotsiaalmeediaplatformidega ilmselt osavamad ja võib-olla soovivad oma oskusi praktiseerida. Teiseks põhjuseks võib olla, et kui üks lend on loonud oma kursuse jaoks konto, siis nad soovivad seda järgmise aasta tudengitele või nooremad saavad eelmistest kontodest ise inspiratsiooni. Selle näiteks on BFM-i filmikunsti tudengid (bfmfilm13, bmfilm14 ja bmfilm15), kes on vastavalt 13., 14. ja 15. lennu tudengid ning on üksteise postitusi jaganud. Põhjuseks võib olla ka see, et BFM-i tudengid kasutavad BFM-i akronüümi rohkem kui teiste instituutide ja erialade tudengid kasutavad TLÜ või enda instituudi lühendit, mistõttu meil oli kergem neid otsinguga leida, kuid selle teooria kontrollimiseks tuleks kõik erialad eraldi iga sotsiaalmeediaplatformi otsingusse sisestada.

TikToki 6 kontost on kõik aktiivsed, kusjuures need kõik on loodud lähiaastatel: üks kanal 2021. aastast, 2 kanalit 2022. aastal, 1 kanal 2023. aastal ja 2 kanalit 2024. aastal. Kontode väikese arvu põhjuseks võivad olla infokaitse ja privaatsusprobleemid, mistõttu TikTok on mitmes riigis ära keelatud. See-eest on 4 kontrol 6-st kõige suurema laikide arvuga postitus just TikTokis, kus arvu ulatuvad mitmesaja asemel tuhandeteni ehk seal on kõige lihtsam kulutulena levivaid postitusi luua.

Kõigi kolme sotsiaalmeediaplatformi peale leidis ühiseid jooni. Detsember ja jaanuar on üldiselt postitustevaesed, kuna siis on eksamiperiood. Samamoodi on suvel vähem postitusi, kui tudengitel pole loenguid. Mitmel korral selgus, et Facebooki või Instagrami profiilile lisatud lingid õppekavade kirjeldustele ülikooli kodulehel või kontoga seotud lehekülgedele ei töötanud, mistõttu kontodel tasub aeg-ajalt lisatud lingid üle kontrollida. Ühe konto profiili teisel sotsiaalmeediaplatformil võiks samamoodi kirjelduses lingina jagada, et neid oleks lihtsam leida. Enim reaktsioone on saanud postitused, mis on seotud loosimise või mõne tunnustuse/auhinna saamisega või loodud koostöös populaarsete kontodega, mistõttu väiksematel kontodel tasub suurematega koostööd teha, näiteks ELU projektide omadel ülikooli omadega. Me ei leidnud jälgijate arvu ja postituste reaktsioonide/laikide vahel seost.

ELU projekti alguses suhtlesime TLÜ turundus- ja kommunikatsiooniosakonnaga, kust saime teada, et TLÜ meedia suurimad probleemid on kanalite suur arv ja see, et sageli luuakse iga ELU projekti jaoks uus konto. Arvestades, et kontosid on arvatavasti kokku rohkem kui meie leidsime ehk üle 201, on arv tõesti suur, ja 68 inaktiivset kontot näitavad, et umbes kolmandik kontodest on osutunud ebavajalikuks. Hüljatud kontod tekitavad segadust ja

raskendavad aktiivsete lehtede leidmist, mistõttu lehtede asemel võib olla mõttekam näiteks erialade jaoks luua privaatsed grupid ja kustutada inaktiivsed kontod ära. Leidsime kokku 13 ELU projektide jaoks loodud kontosid, millest 9 on inaktiivsed. 5 inaktiivset kanalit on loodud ühe projekti eri gruppide jaoks, kuid seda saab pidada vajalikuks, sest projekti nimi oli „Instagram Challenge @TLÜ”. Samas 2 teist kontot (studentpodcastbestteam ja tlstudentpodcast) on ühe ja sama projekti varasema semestri ja hilisema semestri jaoks loodud, mis on ebavajalik, sest uuel kontol tuleb hakata algusest peale jälgijaid ja tuntust koguma. Leidsime vähem ELU projektide jaoks loodud kontosid kui arvasime, millel võib olla kaks põhjust. Esiteks pole need kontod kergesti leitavad, kuna nad ei kasuta märksõnu „ELU” või „TLÜ”, mille abil huvilistel oleks lihtne neid üles otsida. Teiseks on ELU projektide koostajad ja osalised juba teadlikud, et projekti jaoks ei tasu uut kontot luua, ning kasutavad selle jagamiseks muid meetodeid. Selle näiteks võib tuua 2024. aasta Liikumiskuu projekti. Neil pole Facebookis eraldi sotsiaalmeediakontot ja nad on lasknud TLÜ Spordiklubil luua nende jaoks Facebooki ürituse. Ka Tallinna Ülikooli konto on loonud nende jaoks eraldi postituse, mida on jaganud näiteks TLÜ sotsioloogia konto. Instagramis on nende Liikumiskuu postitus üleval Spordiklubi, ülikooli, üliõpilaskonna ja Jüri Ratase kontol (<https://www.instagram.com/p/C6gam89NKWr/>) ning nad on kasutanud 2023. aasta Liikumiskuu projekti jaoks loodud Instagrami kontot. Professionaalsed pildid ja koostöö Jüri Ratasega on toonud neile mitusada laiki. Tulevikus võiksid teisedki ELU projektid ja väiksemad grupid paluda suurematel, populaarsematel ja pikemat aega tegutsenud kontodel enda jaoks postituse või ürituse luua ja teistel sarnastel kontodel seda jagada. Kahjuks ei saa seda teha ELU Facebooki kontol, kuna selle postitused on väga ebaregulaarsed ja nende vahel on mitmekuused pausid, mistõttu kaasatus on minimaalne.

Tabel 1. TLÜ-ga seotud sotsiaalmeediakontode aktiivsus

Kontode aktiivsus	Kontosid kokku	Aktiivsed	Inaktiivsed
Facebook	99	69	30
Instagram	96	58	38
TikTok	6	6	0
Kokku	201	133	68
	100%	66,2%	33,8%

### Projekti jätkusuutlikkus

Projekti jätkusuutlikkuse tagavad korraga mitmed aspektid. Nende hulka kuulub eelkõige see, et me anname võimaluse kõiki saateid järelvaadata inimesele sobival ajal kasutajasõbralikus veebikeskkonnas Youtube. Teiseks jääb tutvustuseks üles ka Luna TV koduleht, kust vajaduse korral saab leida huvipakkuvat informatsiooni ning lisaks ka järelvaadata selle hooaja ja eelmiste hooegade saateid. Jätkusuutlikkuse eelduseks on ka see, et kõik saadetes kajastatud teemad on päevakajalised: alates kultuuririkkuse aasta tähistamisega seotud aspektide käsitlemisest ning lõpetades tervisealaste (sport, uimastid jms) ja koolielu puudutavate teemade (elukestev õpe, lühiuudised) kajastamisega. Lisaks jäävad Luna TV saated ja projekti jooksul tehtud eraldiseisvad videolood Tallinna Ülikooli omandisse ning neid saab tulevikus kasutada erinevatel otstarvetel kas täispikkuses või klippidena. Viimaseks saavad järgmised saatetegijad kasutada ära meie uuritud infovälja, et saateid edukamalt turundada.

## Koostöö sidusrühmadega

Meie projekti peamiseks huvirühmaks on saatete sihtgrupp ehk Tallinna ülikooli tudengid. Oleme vaadanud Luna TV eelmiste semestrite saateid ja jõudnud järeldusele, et saate meelelahutuslik pool ja kooliudised peavad olema tasakaalus – kui tudeng on peale loenguid või pingelist tööpäeva väsinud, siis ta ei soovi kuulata ainult ülikooliga seonduvat, vaadates tõsist telesaadet. Sellest lähtudes oleme valinud saateteemad ja -külalised, mida meie kui tudengid vaataksime ja mis tõukaks ka meid saadet edasi vaatama. Pidime andma igale saatele sära, mis eristaks seda teistest ja annaks põhjuse seda kindlasti uuesti vaadata.

Teine meie projektiga tihedalt seotud sidusrühm on Tallinna ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakond. Pärisime neilt ülikooli meediakanalite suurimate puuduste kohta ja nad on küll meediakanalite kaardistamisega juba alustanud, kuid kuna see oli alles algjärgus, siis aitasime neid sellega. Vastutasuks aitas turundus- ja kommunikatsiooniosakond meil Luna TV saateid reklaamida. Saime neilt loa nii TLÜ sotsiaalmeediasse materjale postitada kui ka ülikooli peale plakateid üles panna.

Kuna meie lõppeesmärgiks on luua toimiv ülikoolisisene infovahetus, mille suurimaks puuduseks hetkel on infokanalite paljususe ja laiemalt infokülluse, siis puudutab projekt ka teisi sidusrühmi, kes kasutavad sotsiaalmeediat, sealhulgas üliõpilasnõukogusid, instituute, ülikooli klubisid ja huviringe ning tulevasi ELU projektide tegijaid.

## Tulemuste kokkuvõte ja lisad

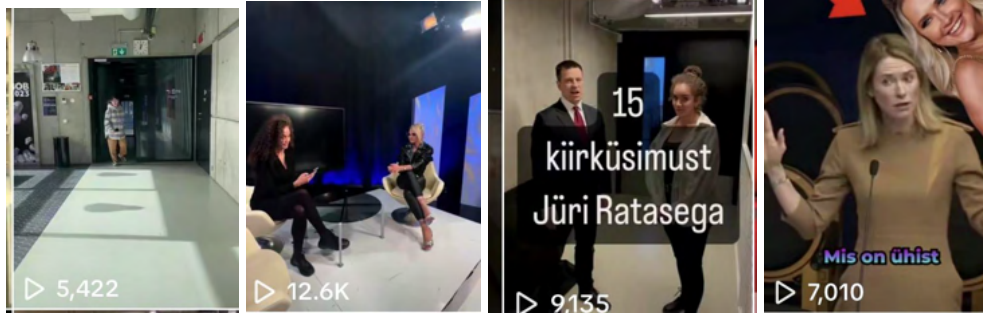
Projekti tulemusena nägime märgatavat tõusu sotsiaalmeedia sisu levikus erinevatel platvormidel. Luna TV Youtube kanalil saime oma lugudega kokku 30 000 vaatamist, millest 5000 olid otseülekanded. Juurde tuli ka 96 uut tellijat. Kui võrrelda seda eelmise hooajaga, siis sai eelmine toimetuse kokku 5400 vaatamist, millest otseülekanded olid 1700, ja neile tuli juurde ainult 28 tellijat. Statistika näitab, et videolood ning klipid on kõige populaarsemad. Enim vaadatuimaks klippideks on osutunud filmiga „Tulnukas” seotud teemad, kus videolugu režissööriga on kogunud kokku 34 000 vaatamist ning intervjuu Märt Avandiga 8000 vaatajat. Tasub mainida, et üle-eelmisel toimetusel Rasmus Merivooga tehtud intervjuu kogus alles 2024. aasta veebruarist maini 28 000 vaatamist. Lisaks on „Tulnukas 2” esilinastuse episood vaatamiste arvu poolest neljandal kohal 1500 vaatajaga. Videolugude puhul meil ei õnnestunud vaatajate arvu rekordit ületada, küll aga murdsime otseülekande samaaegsete vaatajate arvu Kaja Kallase ning Brigitte Susanne Hundi osaga. Eelnev tipphetkel vaatajate arvu rekord oli 29 ja meie osa vaatas otseülekandes 71 inimest.

Koostöös Tallinna Ülikooli TikTokiga saime loa postitada oma sisu TikTok platvormile. Selle plussiks oli see, et kasutasime olemasolevat kasutajat, mitte ei hakanud eraldi uut kontot looma. Videote levikut vaadates on näha, et meie lühiklipid (nii saate promoklipid kui ka saatekülalistega tehtud klipid) jõudsid suure vaatajaskonnani ja videod said mitmeid tuhandeid vaatamisi, üks isegi 12 000. Postitasime Luna TV sisu regulaarselt (iganädalaselt) ning tutvustasime nii saadet kui ka saatekülalisi. Samuti proovisime saatekülalistega erinevaid trende (näiteks kiirküsitlust), mis aitas kaasa vaatamiste arvu tõusule.

Instagrami konto võtsime eelmiselt hooajalt üle, mis andis meile juba kerge jälgijaskonna aluse, mille peale kontot edasi kasvatama hakata. Postitasime TikTokiga sarnaselt trende, saadet tutvustavaid lühivideoid ning *story*sid. Kuna pöörasime erilist tähelepanu videote kvaliteedile ning relevantsusele, olid need ka eelmiste hooegade omadest edukamad. Klipid jõudsid paljude uute inimesteni (seda on näha allpool toodud statistikast) ning mängisid olulist rolli

saadete ning TLÜ tegevuse turundamises.

Joonis 1, 2, 3 ja 4. Näide TikToki vaatamistest



Joonis 5. Näide Instagrami vaatamistest



## 2. Projekti tegevuskava

Tabel 2. Projekti tegevuskava

Toimumise aeg (kuu täpsusega)	Tegevuste nimetus ja lühikirjeldus
<b>Veebruar</b>	<p>Projekti tutvustus, liikmetega tutvumine, toimetuste moodustamine, rollide jagamine</p> <p>Toimetused tutvustasid saateteemasid, mille nad olid vahepeal välja mõelnud. I tehnika tasanduskursus</p> <p>Teleintervjuu harjutus Indrek Treufeldtiga, II tehnika tasanduskursus</p>
<b>Märts</b>	<p>I toimetuse (Visioon) proovisaade</p> <p>II toimetuse (Kuuluup) proovisaade + Visiooni toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Visiooni toimetuse I saade + Kuuluubi toimetuse tagasisidestamine</p> <p>ELU vahenädala sessioonid</p> <p>Turundusmeeskonna loomine, turundusmeeskonna koosolekud, digitaalsete plakatite tegemine, sotsiaalmeediasse postitamine ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonna töötajatega rääkimine</p> <p>Uurimistöö meeskonna loomine, uurimistöö meeskonna koosolekud, ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonnaga suhtlemine</p>
<b>Aprill</b>	<p>Kuuluubi toimetuse I saade + Visiooni toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Visiooni toimetuse II saade + Kuuluubi toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Kuuluubi toimetuse II saade + Visiooni toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Visiooni toimetuse III saade + Kuuluubi toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Turundusmeeskonna koosolekud, digitaalsete plakatite tegemine, postitused sotsiaalmeediasse</p> <p>Ülikooli meedia kaardistamine (uurimistöö meeskond)</p>
<b>Mai</b>	<p>Kuuluubi toimetuse IV saade + Visiooni toimetuse tagasisidestamine</p> <p>Turundusmeeskonna koosolekud, digitaalsete plakatite tegemine, postitused sotsiaalmeediasse</p>

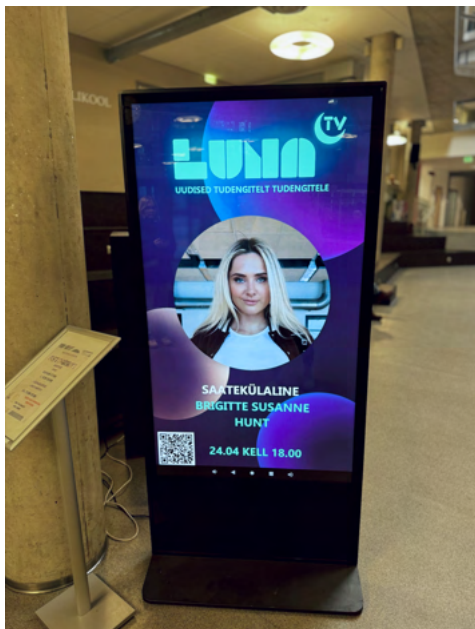


### 3. Kommunikatsioon sidusrühma(de)le

Saadet turundasime läbi sotsiaalmeedia ning koolisest kanalite nagu teleekraanid ja suust suhu reklaam. Sotsiaalmeedias kasutasime erinevaid platvorme nagu TikTok ja Instagram. Turundus- ja kommunikatsiooniosakonnalt saime täpsemat infot turunduse ja ülikooli sotsiaalmeedia kohta ning saime ka ligipääsu kooli ja Luna TV sotsiaalmeediakanalitele. Inimestes huvi äratamiseks reklaamisime saadet ülikoolisestel teleekraanidel plakatiga, millel oli tulevane saatekülaline ja QR-kood, mis viib Luna TV veebilehele. TikToki platvormile jõudis hooaja vältel 8 Luna TV videot ning Instagrami tegime kokku 13 postitust, millele lisandusid ka *story*d.

Tulevase nädala saateplakatid üritasime juba eelneva nädala lõpuks ekraanidele saada, sest mida kauem reklaam üleval on, seda suurem on tõenäosus, et rohkem inimesi saavad saatest teada ja tulevad seda vaatama. Saadet sotsiaalmeedias turundades järgisime üldisi turundusreegleid nagu õigel ajal postitamine, õige sihtgrupi tabamine ja köitvad visuaalid. Kuna sotsiaalmeedia on tänapäeval üldiselt väga kiire tempoga, siis proovisime ka meie teha videoid, mis on kiired, tabavad ja annavad lühikese ajaga vaatajale võimalikult sisutiheda info. Sotsiaalmeediasse postitasime pigem nädala alguses, sest suurem osa video vaatajatest tuleb reeglina esimese paari päeva jooksul. Selleks, et esimeste vaatajate huvi ei kaoks, postitasime paar päeva enne saate eetrisse minekut. Eetripäeval postitasime oma tegemistest *story*sid, et inimesi veelgi paremini oma tegemistega kursis hoida. Ka osad meie saatekülalistest jagasid saate otselinke oma sotsiaalmeedias, näiteks Brigitte Susanne Hunt. Saated üritasime ehitada üles nii, et pidevalt midagi toimuks ja vaatajatel ei hakkaks igav. Saated olid otse-eetris ning on järelvaadatavad Luna TV Youtube'i kanalil.

Joonis 6. Saate reklaamplakat enne saate eetrisse minekut



Joonis 7. Saate reklaamplakat pärast eetris olemist



Seekordsed Luna TV tegijad ei keskendunud ainult TLÜ infovälja parandamisele, vaid soovisid oma saadetega kõnetada ka laiemat publikut. Võib öelda, et Luna TV värske hooaeg on jõudnud kõikidesse Eesti meediamajadesse: nii Delfi Meediasse, Postimees Gruppi kui ka Eesti Rahvusringhäälingusse.

Esmalt mainiti Luna TV saadet ühes Eesti Ekspressi arvamussloos, mis analüüsis poliitikute ja nende sotsiaalmeedia kasutust. Artiklis kasutati Jüri Ratase tsitaati Luna TV saatest.

Joonis 8. Luna TV Eesti Ekspressis: Jüri Ratase lugu

**EESTI EKSPRESS** ARVAMUS AREEN KUUM ELU AJALUGU PODCASTID

Tõelise „rattagrami“ on käima pannud endine peaminister ja hiljuti Keskerakonnast Isamaa ridadesse suundunud **Jüri Ratas**.

Viimases Ekspressis kirjutas Anne Vetik: „Mees toodab konstantselt puhast meemimaterjali, olgu need kurikuulsad päiksekatega selfid või siis väga suure ja väga nunnu koera Brauniga kaadrid. Ratas pakub täpselt seda, mida sotsmeediast otsitakse: meelelahutust.“ Ratasel on Instagramis peaaegu 30 000 jälgijat.

Ratas kommenteeris suunamudija staatust Tallinna Ülikooli Luna TV telesaates: „Sotsiaalmeedia suur põhimõte on elust tunda rõõmu ja öelda inimestele, et teeme mingeid asju. Sa ei saa teha ainult päikesepillidega või boba teega pilti.“ Ometi lähevad just need postitused potentsiaalsetele valijatele peale. Ärgem unustagem, et Euroopa Parlamendi valimised on ukse ees ning Ratas tõenäoliselt Isamaa erakonna üks esinumbritest.

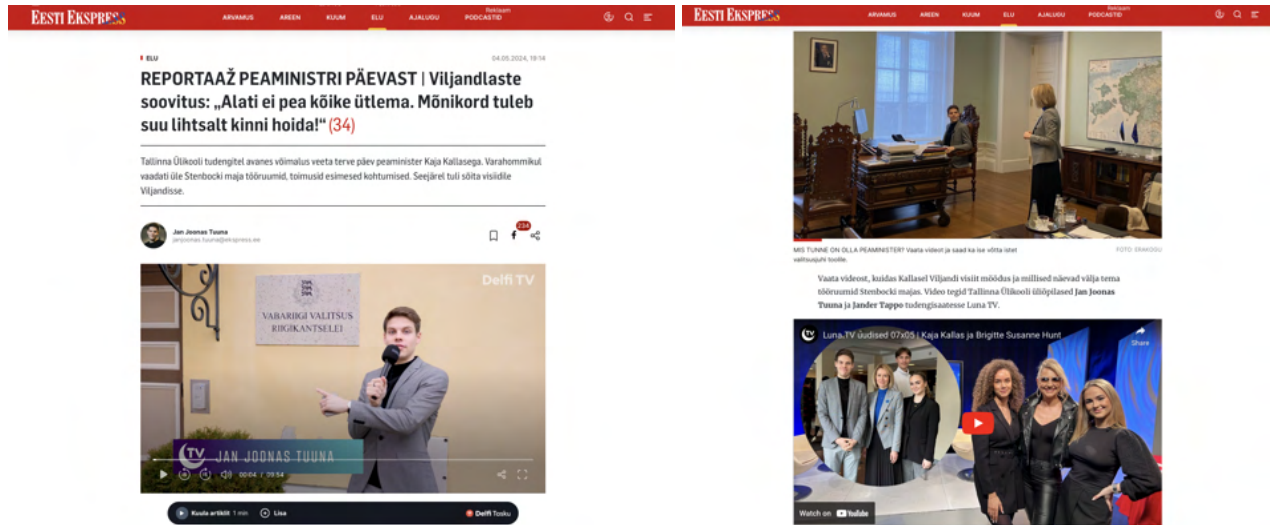
**Sisuloojad teevad poliitikute eest valimiskampaania ära kiirelt ja efektiivselt.**

Tuuna, Jan Joonas 2024. Ajakirjandustudeng: Margus Tsahkna pole ainus, kes kasutab suunamudijaid ajakirjanikena ja varastab nii mu töö. – Eesti Ekspress, 24.03.2024.

<https://ekspress.delfi.ee/artikkel/120279756/ajakirjandustudeng-margus-tsahkna-pole-ainus-kes-kasutab-suunamudijaid-ajakirjanikena-ja-varastab-nii-mu-too>

Hiljem pakkus rühmaliige Jan Joonas Tuuna Eesti Ekspressile avaldamiseks Luna TV videolugu peaminister Kaja Kallase tööpäevast. Toimetuse nõustus reportaaži avaldama ja nii jõudis Luna TV tuhandete lugejateni. Loole oli lisatud ka Youtube'i link saatele. Seega said lugejad kerge vaevaga vaadata TLÜ uudistesaadet ja ehk ka otsetee varasemate Luna TV saadete juurde.

## Joonised 9 ja 10. Luna TV Eesti Ekspressis: Brigitte Susanne Hundi lugu

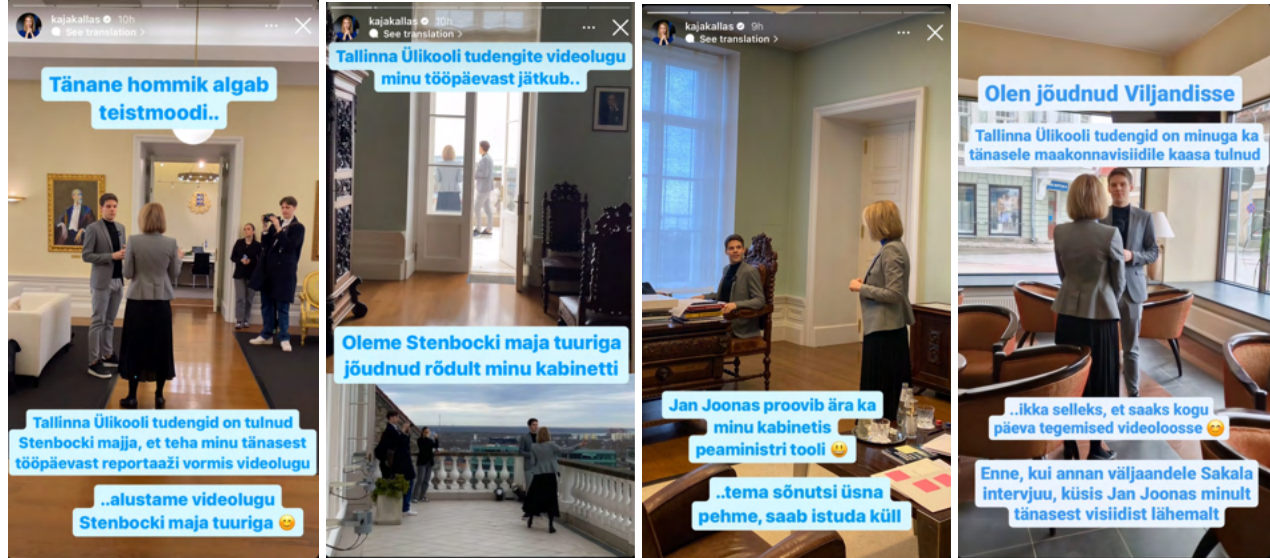


Tuuna, Jan Joonas 2024. REPORTAAŽ PEAMINISTRI PÄEVAST | Viljandlaste soovitus: „Alati ei pea kõike ütleva. Mõnikord tuleb suu lihtsalt kinni hoida!“ – Eesti Ekspress, 04.05.2024.

<https://ekspress.delfi.ee/artikkel/120289294/reportaaz-peaministri-paevast-viljandlaste-soovitus-alati-ei-peat-koike-utleva-monikord-tuleb-suu-lihtsalt-kinni-hoida>

Ka peaminister Kaja Kallas jagas oma Instagrami story'des terve võttepäeva vältel jäädvustusi koos Luna TV meeskonnaga.

Joonised 11, 12, 13 ja 14. Luna TV peaminister Kaja Kallase Instagrami kontol

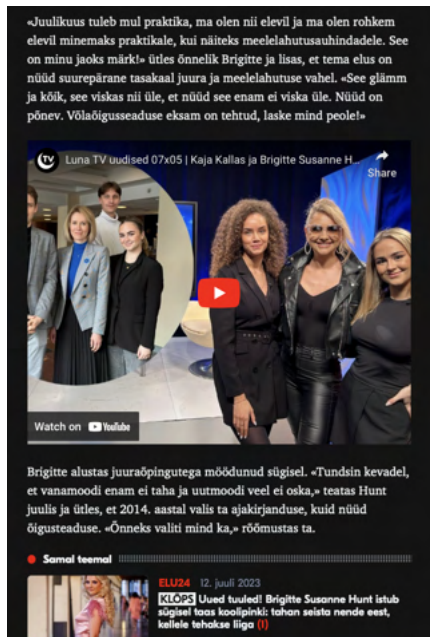
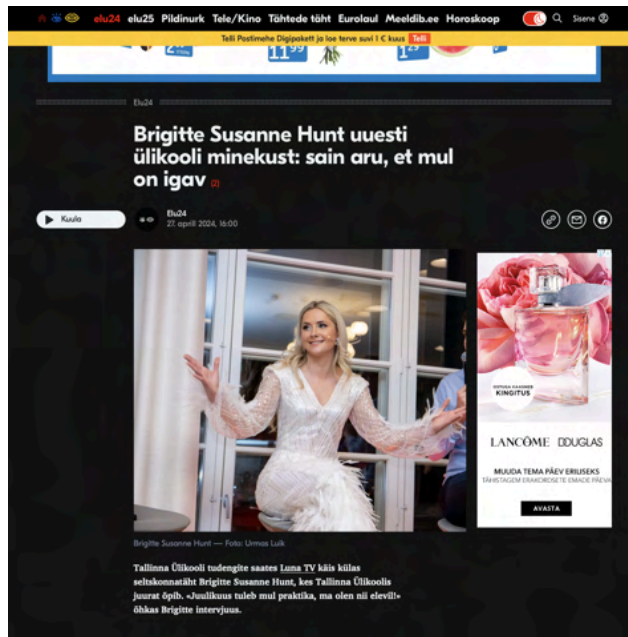


Lisaks kutsuti rühmaliige Jan Joonas Tuuna peaministri tööpäeva reportaažist ja Luna TV-st rääkima Raadio 2 saatesse „R2 Draiv“. Saade toimub 14.05.2024.

Samuti refereeris Elu24 Luna TV intervjuud Brigitte Susanne Hundiga ja tegi sellest eraldi loo. Loole oli lisatud Youtube'i link saatele. Artikli pealkiri ja juhtloik reklaamisid kaudselt ka Tallinna Ülikooli.



## Joonised 15 ja 16. Luna TV ELU 24-s: Brigitte Susanne Hunt



Elu24 2024. Brigitte Susanne Hunt uuesti ülikooli minekust: sain aru, et mul on igav. – Elu24, 27.04.2024.

<https://elu24.postimees.ee/8008773/brigitte-susanne-hunt-uuesti-ulikooli-minekust-sain-aru-et-mul-on-igav>

Ka Brigitte Susanne Hunt (Facebookis nimega Jutta Koppel) jagas saates käiku oma Facebookis. Lisaks sellele jagas ta Luna TV-d arvukalt nii enne saatet kui ka pärast oma Instagrami story/des. Paraku neist pole jäädvustusi säilinud.

## Joonis 17. Luna TV Brigitte Susanne Hundi Facebooki kontol



Võrreldes eelmiste Luna TV hooaegade, läks meie Instagrami turunduse poolel paremini, sest videod said rohkem vaatamisi kui eelmiste hooaegade omad. Postitasime strateegilisemalt ning ka spetsiifilisi turundusvideoid, mis reklaamisid meie saate sisu ning olid köitvad algusest lõpuni. Tegime saatet tutvustavaid klippe, mis andsid juba enne saate eetrisse minekut ülevaate sellest, millest saates juttu tuleb ja millist saatekülalist oodata on. Seeläbi tuletasime

ka vaatajatele meelde, millal saade eetris on, ning saime ka saatekülalised nõusse, et nad meie tegemisi oma sotsiaalmeedias kajastaks.

## **4. Iga rühmaliikme õpikogemuse refleksioon**

**Tairi Alanurme** – Teadsin juba kohe algusest saati, et tahan liituda Luna TV projektiga, ning olin seadnud sellele üsna kõrged ootused ja kõik läiski suurel määral ootuspäraselt. Soovisin proovida kätt eelkõige saatejuhi rollis ja videolugude reporterina, mida saingi praktiseerida. Oma rollidega ja ülesannete täitmisega jäan isiklikult rahule. Sain projektis osaledes ägedaid mälestusi, mis rikastavad minu ülikooliaega ja millele on tulevikus tore tagasi vaadata. Tänu projektile suurenes ka minu laiem huvi teleajakirjanduse vastu, mis varasemalt tundus mulle pigem hirmsana. Mul oli väga tore ja rahuliku meelega meeskond, ent oleks soovinud, et mõned liikmed oleks omalt poolt veidi rohkem panustanud ideede välja töötamisse ja kohati oligi tunda, et mõnedel on saate õnnestumise motivatsioon suurem kui teistel.

**Veronika Bauman** – Enne projektile liitumist minu ootus oli põhimõtteliselt kogemust saada. Nagu olen varem maininud, siis bakalaureuseõppes (aasta tagasi) juba tegin *podcast'i* ühes aines, mis küll ei ole otseselt seotud sellega, mida tegime projektis, aga oli isiklikult kasulik projektis osalemiseks. Projektis osaledes sain töötada inimestega erinevatest taustadest. Projekt õpetas mind töötada kiires tempos ja pidama kinni kindlatest tähtaegadest, kuna keskpunkt on saated eetris ja kõik pidi olema rangelt selleks ajaks valmis. Sain kogemuse ka juba professionaalsemas monteerimises, kui olin harjunud, kasutades ka saadud teadmisi juhendajatelt ja projektiliikmetelt.

**Daria Dmitrijeva** – Projekti käigus sain ma rakendada praktikas tõhusa koostöö põhimõtted ning operatiivselt kommunikeerida eri inimestega eesti keeles. See oligi üheks minu esimuseks – tunda ennast eestikeelses õppe- ja töökeskkonnas mugavalt ja turvaliselt. Samas arendasin ma välja kiire reageerimisvõime, enesejuhtimise, oskuse näha tervet pilti ja luua kontseptsioone; tugevdasin stressitaluvust ja juurutasin harjumuse oma arvamust avaldada, eiramata oma printsiipe ja visiooni. Ma olen tänulik oma meeskonnale usalduse eest, kuna mul õnnestus toimetada režii puldi taga kolmel korral neljast ehk siis proovisaate ja veel kahe saate ajal. See oligi üks nendest tegevustest, mille vastu ma tundsin (ja tunnen) erilist huvi ning soovisin võimalikult palju harjutada ja kogeda režissööriks olemise võlusid ja valusid. Minu meelest sujus grupidünaamika ja koostöö päris lodusalt, teravaid konflikte ega arusaamatusi ei tekkinud. Nüüd olen varustatud vajalike oskuste arsenaliga, mis hõlmab mitte ainult tehnilisi vilumusi, vaid ka meeskonnasisese kommunikatsiooni edendamise strateegiaid, mistõttu olen valmis uusi väljakutseid vastu võtma ning ennast ka edaspidi proovile panema!

**Robin Heinsoo** – Luna TV on kindlasti väga kasulik ELU projekt, sealt saadud kogemused ja uued oskused aitavad kindlasti varasemat ajakirjanduse erialal õpitut kinnistada. Huvitavaks väljakutseks kujunes uute inimestega töötava toimetuse loomine. Esialgu tundus see uskumatu, et nii lühikese aja jooksul võib täiesti uute inimestega luua toimiva uudistesaaate, kuid nagu Luna TV hooaeg näitas, siis oli see täiesti võimalik. Samuti oli suureks väljakutseks minu jaoks kindlasti otsesaate juhtimine, sest teadagi on otse-eetris eksimisruumi väga vähe. Väljakutseks võib veel ka nimetada rahvale peale minevate saateteemade leidmist, kuid arvan, et mõlemad toimetused said sellega siiski ilusti hakkama. Midagi negatiivset Luna TV projekti kohta mul öelda ei ole, kõik projektiga seosnev oli põnev ning andis mulle kindlasti väga palju uusi kogemusi ja tutvusi juurde.

**Georg Krimm** – Liitusin projektiga, kuna olen huvitatud televisiooni tegemisest ning enda eriala siseselt seda võimalust ei pakuta väga tihti. Ootusteks oli teha reaajas televisioris sarnanevat saadet, ja seda me ka tegime.

Grupidünaamika kujunes üpris loomulikult välja, inimesed tegid seda, millest nad olid huvitatud ja millega neil kõige rohkem kogemust oli. Isiklikult olin kõige rohkem huvitatud saate tegemise tehnilisest poolest ning tegelesin peamiselt sellega. Probleemidega tegeles iga osakond enda siseselt, vahepeal teised pooled pakkusid ideid, et välja aidata, aga enamasti said kõik enda asjadega hakkama. Üritasime ka iga nädal grupisiseseid koosolekuid hoida, et aru saada, kui palju oleme me ette valmistunud, ja ideede pörgatamiseks, et saade ja uurimistööd tuleksid nii head kui võimalik. Isiklikult arenes mul kõige rohkem usaldus teiste vastu. Tehnilisel poolel oli palju teha ja ma ei saanud kõigega üksinda tegeleda, kuigi arvasin, et oleksin kõige parem kandidaat teatud ülesannete jaoks. Delegeerides asju teistele oli näha, et saade ja uurimistöö saavad ikka ilusasti tehtud, isegi kui ma kaasa ei aidanud mingites aspektides. Tunne, millega antud kursuse lõpetan, on positiivne, leidsin toredaid uusi tutvusi ja sain kaasa aidata huvitavate saadete tegemisega.

**Uku Laasi** – Ma õpin koolis kunsti erialal ja polnud varasemalt teleuudiste produktsiooniga kokku puutunud. Selle tõttu oli kõik, mis hõlmas saate valmistamise protsessi, minu jaoks uus. Minu püstitatud eesmärk projektis osalemise alguses oli, et ma tahaks kaasosalejatelt õppida nende erialaga otseselt seotud oskuseid. Selle tõttu oli eriti huvitav videolugude tegemine, kuna seal andis filmieriala tudeng mulle ülevaate kaamera ja mikrofoni kasutusest video tegemise eesmärgiks.

**Erki Landberg** – Olles varem üldse mitte kokku puutunud televisiooni tegemisega, siis oli kogu see projekt üks pidev uute asjade avastamine ja õppimine. Sain juurde kõvasti teadmisi selle kohta, kuidas telesaateid tehakse. Õnnestus ka üks saade olla saatejuht ning enda erialaga seondult kutsusin saatesse sõltuvuskäitumise eksperdi, kellega oli väga huvitav vestelda, ning ma loodan, et vaatajad said ka tänu sellele natuke targemaks uimastite teema pealt. Eesmärgiks oli lisaks saadete tegemisele ka õppida tundma meie kooli infovälja ning ma ütleksin, et see õnnestus.

**Lomely Mäe** – Ülikooli tulles oli minu eesmärk jõuda Luna TV-sse, teadsin, et olen valmis võtma vastutuse ja tegema tööd selleks, et tuleksid üle-kõige saated. Minu eesmärk oli teha kolm kõva saadet, et meelde jääda ja teha midagi, mida pole varem teinud. Meie kolme saate peategelased olid Jüri Ratas, Brigitte Susanne Hunt ja Kaja Kallas, samuti saime käia „Tulnukas 2” esilinastusel. Tiimitööga jäin ma üldiselt rahule, kuid ainuke asi, mis mind häiris, oli see, et tihti tegi kõiki otsustavaid otsuseid üks inimene. Arusaadavalt oli alguses keeruline, sest tiimis olid kogemusega ja kogemusteta inimesed, kuid kõik õppisid kiirelt ja lõpuks tulid välja inimeste tugevused ja nõrkused, mis aitasid tööülesandeid paremini jagada. Kokkuvõttes oli projekt väga tore ja õpetav ning näitas, kui erinevad on inimesed.

**Karoliina Männiste** – Luna TV-s praktiseerisin nii varem õpitut kui ka sain palju uut teada. Põhiliselt pakkusin referent-toimetajana keelenõu, kirjutasin lühiuudiseid ning proovisin kätt operaatori ja floor manager’ina. Ma polnud uutes rollides parim ja eksimisi oli palju, kuid toetav meeskond aitas sellega hakkama saada ja head saated ikka eetrisse lasta. Kuna mul jäi saadete tegemisel tehnilistest oskustest vajaka, panustasin rohkem mujal ja tegelesin TLÜ meedia kaardistamisega, mis oli küll väga mahukas töö, kuid pakkus huvitavaid tulemusi. Projektist saadud väärtuslikumaks teadmiseks pean seda, kuidas telesaate valmistamine üldiselt käib ja kui oluline on hea meeskond – oli ohtralt ootamatuid olukordi, kus napilt enne saadet oli lugusid puudu, saatekülaline hilines või otse-eetris juhtus mõni apsakas, kuid iga liige jäi sellises situatsioonis rahulikuks ja viisakaks nagu tõeline professionaal ning otsis lahendust. Usun, et mõlemad toimetused saavutasid lõppeesmärgi – valmisid saated, mis peaksid olema igale tudengist vaatajale huvitavad ja harivad, pakkudes võrdselt meelelahutust ja laiendust silmaringile.

**August Okk** – Enne projektiga liitumist poleks eales arvanud, et Tallinna Ülikoolis sellised võimalused esinevad. Tore oli kogenud professionaalsete inimeste läbi õppida ning kogu telemaailmaga läbi praktika tutvavaks saada. Olles kuulnud tagasisidet teiste projektide kohta, olen väga rahul, et Luna TV valisin. Kuigi teoreetiline pool jääb natuke nõrgaks, siis

arvan, et see polegi selles projektis nii oluline, läbi praktika õpitaksegi. Väga tore oli uute inimestega tuttavaks saada ning uusi sõpru leida. Projekt kindlasti lõimis erialasid.

**Miia Mikaela Poll** – Liitusin projektiga, sest Luna TV tundus pakkuvat suurepärast kogemust tele- ja audiovisuaalse meedia valdkonnas. Projekt ületas mu ootused – sain väga hea kogemuse toreda ja andeka tiimiga koostööd teha ning lihvida kommunikumisoskusi nii grupisisiselt kui ka grupiväliselt. Stuudios *floor manager* roll ja kommunikatsiooni ja tööprotsessi koordinaatori roll õpetas mulle, mida, millal ja kuidas rühmaliikmetele kommunikeerima peaks, nägema kogu aeg suurt pilti ja hoidma silma peal, et kõik vajalikud asjad oleks tehtud ja olemas. Tegin pidevalt vigu ja tekkis ootamatuid probleeme, kuid iga järgmise korraga sain neid õppetunde rakendada ja samu vigu ja olukordi vältida. Oma eesmärgid saavutasime eelkõige aga just tänu sellele, et rühmaliikmed olid motiveeritud projektiga tegelema ja igaüks andis oma panuse.

**Adeel Loreen Randoja** – Valisin selle projekti, sest tahtsin tele- ja filmimaastikuga kokku puutuda. Nii saadete sisulised ülesanded, videolugude ettevalmistus ning saate ajal toimuv töö täitsid minu ootused. Puutusin kokku tegevuste ning teemadega, millega ei olnud varem tegelenud, ning seetõttu oli projekt väga arendav ja silmaringi laiendav. Pakkusin ennast välja toimkonna peatoimetajaks ning olin seda proovisaate, esimese ning teise saate ajal. Prioriteediks oli otsida kontakte ning erinevate ettevõtete ja inimestega detaile läbi rääkida. Eesmärk oli enne saateid luua neile sisuline fookus, arutada kõikide rühmaliikmetega sisuline pool läbi, anda reporteritele, reportaažide operaatoritele ja monteerijatele kätte juhtnöörid ja leppida kokku ajad.

**Jander Tappo** – Ma õpin koolis IKUMUMU erialal ehk ma olen kunstnik ja seega ei olnud varasemalt uudiste produktsiooniga kokku puutunud ja seetõttu oli olukord enamasti nagu kala kuival maal. Ma ühinesin selle projektiga eesmärgil, et seda muuta ja saada uusi kogemusi. Sain rohkem kui küsitud. Videolugude loomine, kaamera opereerimine, režii rolli mängimine, monteerimine, helindamine jne. Tänu enda meeskonnakaaslastele õppisin uudistesaaate formaadis nii videoid looma, filmima kui ka teostama.

**Prudence Teder** – Projektiga liitudes olid ootused saada uusi kogemusi, avardada silmaringi ning õppida teistelt andekatelt ja huvitavatelt inimestest. Eesmärk sai täidetud, vahvad saated tehtud ning ise sain kogemuste võrra rikkamaks. Selline otsesaate tegemise kogemus samuti varasemalt puudus ning täna Luna TV saatele on ka sellega linnuke kirjas. Õppisin nii saate tegemise, turunduse kui ka üldise kaadritaguse elu kohta palju ning usun, et sellised teadmised on nii tele- kui ka meediatöös vajalikud. Saatekülalised olid toredad, puudutasime mitmeid erinevaid teemasid ning ka ainuüksi videolugude tegemise käigus sai palju aimu juurde, kui aeganõudev see töö on, ning edaspidiseks mitmeid uusi nippe juurde, kuidas tiimina töötada.

**Jan Joonas Tuuna** – Luna TV andis kindlasti võimaluse kogutud teadmisi ajakirjandusest veelgi enam rakendada ja hea mõttes hulljulgest teha teistmoodi. Kindlasti andis Luna TV võimaluse näha detailsemalt ühe telesaate sündi ning tekitas veelgi enam soovi televisioonis töötada. Minu eesmärk oli toota kolm huvitavat telesaadet ja viia need laiema publikuni kui pelgalt TLÜ tudengid. Need eesmärgid said ellu viidud: olen rahul meie valminud saadetega ja meie saadete osi on jagatud nii Eesti Ekspressis kui ka Elu24-s ning jõudnud seeläbi suurema publikuni. Teletöö on juba selline, et probleeme võib kuhjuda kiiresti, kuid toimetuse omavaheline koostöö andis usku, et kõik takistused on ületatavad. Kiidan projekti praktilist külge ja vabadust otsustada toimetuseüleselt, millisteks meie saated kujunevad.

**Anastasija Ussova** – Olen teise aasta ajakirjanduse tudeng. Valisin Luna TV ELU projekti, et saada erialast kogemust just TV-programmi tootmise osas. Esimene väljakutse minu jaoks oli teha teiste erialade tudengitega koostööd. Ajakirjandustudengina, kellel oli juba läbitud telestudio erialane aine, tundsin suurema vastutust ja esialgu panustasin rohkem oma tiimikaaslaste abistamisele telekaamerate opereerimisel ja töö jaoks nippide jagamisel. Järgmiseks

väljakutseks oli just aja planeerimine, et mitte ainult saada praktilist osa tehtud, vaid ka leida selle jaoks aeg töö, õpingute ja elu vahel. Aga lõppkokkuvõttes andis mulle Luna TV rohkem kui ainult praktikat ja koostöö kogemust. See andis mulle sügavama arusaama meedia ja turunduse kohta, julgust ja enesekindlust stuudio aparatuuriga töötamisel ja väliskontaktidega suhtlemisel. Olid ka asjad, mida ma sain enda kohta teada – näiteks sain aru, et saatejuhi roll on minu jaoks kõige ebamugavam ja võrreldes sellega kaamera tagane protsess on minu jaoks palju huvitavam osa. Ma tunnen, et tulevikus sooviks kindlasti selles suunas liikuda. Mulle meeldib kaamera töö stuudios, see pinge, soov kätte saada parimad kaadrid, ja ma kindlasti planeerin edaspidi areneda ka selles suunas. Eraldi tahan kiita meie tiimi. Ma olen seda mitu korda öelnud neile isiklikult ja kirjutan sellest ka siin: see, kuidas meie, väga erineva taustaga inimesed, saime nii hästi otse-eetris uudissaadetega hakkama, on minu jaoks kõige üllatavam ja toredam asi. Olid ka raskused ja isiklikult tunnen, et võiksin teha rohkem, aga tänu tiimiliikmetele sain aru, et hea kommunikatsiooniga tiimiliikmete vahel kõik on võimalik.

**Eva Matilda Utsal** – Valisin antud projekti, kuna soovisin praktiseerida eelnevalt kursuselt saadud oskusi ja lihvida neid. Tegutsesin mitmel rindel, seega töö ei olnud üksluine ega igav. Sain kätt proovida reporteri kui ka operaatori rollis, samuti tegelesin sotsiaalmeedia turundusega. Stuudios kohapeal olin kas *floor manager*, eetrimonteeriija või turundaja. Mulle meeldis meie grupi dünaamika, sest kohe alguses said loodud head kommunikatsioonikanalid ja info liikus. Ühtlasi, mis puudutab oskuste arendamist, siis tunnen end nüüd palju kindlama reporterina. Samamoodi arenes enesekindlus tegutseda kiiresti ja efektiivselt. Oli äge teha koostööd motiveeritud tiimiliikmetega ja kordagi polnud tunnet, et peab kõike oma turjal kandma ehk tööjaotus oli tasakaalustatud. Igal juhul kogemus oli vinge ja olen tänulik, et sain osa võtta sellest projektist.