

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Laura Kiili

## KONTSERDISARI “MADE” 2018/2019

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA, kultuurikorralduse assistent

Kaitsmisele lubatud .....

(juhendaja allkiri)

Viljandi 2019

## SISUKORD

<b>SISSEJUHATUS</b>	<b>3</b>
1.1 Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia	4
1.3 TÜ VKA muusikaosakonna koostöö “Made” korraldajatega	6
1.4 TÜ VKA ja Viljandi linn	7
1.4.1 Sotsiaalmajanduslik mõju	8
<b>2. “MADE” 2018/2019</b>	<b>10</b>
2.1 “Made” kontseptsioon	10
2.1 “Made” eesmärgid 2018/2019	11
<b>3. KORRALDUSPROTSESS</b>	<b>12</b>
3.1 Planeerimine	12
3.2 Meeskond	14
3.2.1 Meeskonna struktuur	15
3.2.2 Turundustegevus	16
3.3 Eelarve ja selle täitmine	18
3.4 Riski- ja SWOT-analüüs	20
3.5 Autoriõigused kontsertidel	23
<b>4. ENESEREFLEKSIOON</b>	<b>25</b>
4.1 Ülevaade	25
4.2 Juhi rolli analüüs	25
4.3 Enesetunne projekti vältel	27
<b>KOKKUVÕTE</b>	<b>29</b>
<b>KASUTATUD ALLIKAD</b>	<b>31</b>
<b>LISAD</b>	<b>33</b>
Lisa 1. TÜ VKA struktuur	33
Lisa 2. Tegevuskava Gantti tabel	34
Lisa 3. Riskianalüüs	36
Lisa 4. “Made N°7” pressiteade	37
Lisa 5. Eelarve täitmine	38
<b>SUMMARY</b>	<b>39</b>

## SISSEJUHATUS

Tänapäeva kirjus ja kultuuririkkas ühiskonnas on eriline roll kultuurikorraldajal, olles vahendajaks vaimu- ja rahamaailma, looja ja publiku vahel. Ühest küljest peab kultuurikorraldaja selleks sündides saama kaasa teatud omadused, nagu näiteks uudishimu, avatud meele ja õppimisvõime, teisest küljest on organiseerimist nende isiksuslike eeldustega võimalik ka õppida. (Kiiv 2017) Kultuurikorraldajat defineerida on keeruline, kuid saab öelda, et põhiideeks on kunsti- ja kultuurivaldkonna asjalik tundmine, individuaalselt valdkonna põhjalikum tundmine (Kulbok-Lattik 2017). Iga kultuurikorraldaja saab omad kogemused ja kujundab seeläbi oma korraldajaidentiteedi.

Pärast lühikest kandideerimisprotsessi ja Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia (edaspidi TÜ VKA) muusikaosakonna otsust sain 2018. aasta septembris “Made” kontserdisarja produtsendiks. Minu primaarne ülesanne antud sündmuse korraldamisel oli suhtlus kõikide osapooltega, et õigeaks kuupäevaks oleks tehnika ja muusikud laval ning kunstiline pool saavutatud. “Made” kontserdisari näeb ette nelja kontserti kahe semestri jooksul, kus etteaste teevad TÜ VKA muusikaosakonna tudengid pärimus- ja rütmimuusikaerialadelt. “Made” on seotud pea terve akadeemiaga pannes koostööle nii kultuurikorraldajad, helitehnoloogid, muusikaprodutsendid jt TÜ VKA erialade tudengid.

Käesolev kirjatöö annab ülevaate “Made” kontserdisarja korraldusprotsessist ja tulemustest ning juhi tegevustest antud projekti elluviimisel. Töö koosneb neljast peatükist. Esimeses peatükis kirjeldan ja analüüsin organisatsiooni, mille alt “Made” korraldati. Teine peatükk koosneb sündmuse kirjeldusest, eesmärkidest ja vajalikkusest. Kolmas peatükk on ülevaade korraldusprotsessist. Töö neljandas peatükis analüüsin enda tööd ja saadud õppetunde.

## 1. ORGANISATSIOON

### 1.1 Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia

TÜ VKA alustas tegevust 1952. aastal Tallinna Kultuurharidusala Koolina. 1960. aastal kolis kool praegusesse tegutsemispaika Viljandisse. 1991. aastal toimus aga murrang kõrghariduseni, kui koolist sai Viljandi Kultuurikolledž. 2003. aastal muudeti asutuse nimi Viljandi Kultuuriakadeemiaks ning soovist õppekvaliteeti veelgi edendada liituti 2005. aastal Tartu Ülikooliga. (Ajalugu) Tartu Ülikooli struktuuriüksusena kuulub Viljandi Kultuuriakadeemia humanitaarteaduste ja kunstide valdkonda (Ülikooli struktuur). TÜ VKA on läbinud mitmed muudatused asukoha ja nimedega, kuid selle sisu on jäänud alati kultuurikeskseks.

TÜ VKA-s on neli osakonda: etenduskunstide, kultuurhariduse, muusika ja rahvusliku käsitöö osakond. Kõrgharidust saab omandada kümnel erineval õppesuunal. Nagu mainitud, on akadeemia tuumaks kultuur ja seetõttu on kõik õpetatavad erialad põimitud loometööga. TÜ VKA soovib ühendada pärimust ja tänapäeva, rahvuslikkust ja rahvusvahelisust, teadus- ja kunstiloomet ning teooriat ja praktikat. (TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast) TÜ VKA on püstitanud ka peamised arengueesmärgid, milleks on olla (Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022):

- 1) Eestis ning rahvusvaheliselt tunnustatud pärimuskultuuri, kunstide ja loomeettevõtluse kompetentsikeskus;
- 2) kogukondade ühendaja ning haridus- ja kultuurivaldkonna arengute suunaja nii regioonis kui Eestis laiemalt;

- 3) ühiskondlik arvamusiider kultuuri ja hariduse valdkonnas;
- 4) kõrgetasemelist ja tulemuslikku õppe-, teadus- ja loometegevust ellu viiv ülikooli akadeemiline üksus;
- 5) dünaamiline organisatsioon, mis väärtustab inspireerib ja ühendab inimesi.

TÜ VKA juhtimine toimub nõukogu kaudu, mille esimeheks on akadeemia direktor. Nõukogu on 14-liikmeline ning otsustab akadeemiat puudutavad küsimused nõukogu esimehe (direktori) kokku kutsutud koosolekutel. Nõukogusse kuuluvad direktor, asedirektorid, akadeemiliste osakondade juhatajad, akadeemiliste töötajate ning üliõpilaste esindajad. (Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri) TÜ VKA direktoriks valiti 2015. aastal Iñaki Sandoval Campillo.

TÜ VKA on püstitanud missiooni ja visiooni. Missioon on seotud organisatsiooni väärtustega ja tegevusvaldkonnaga, see peab andma organisatsiooni liikmetele põhjuse tegutsemiseks ühise eesmärgi nimel. Visioon on lõppeesmärk, milleni tahetakse jõuda. Missioon ja visioon on selgelt eristatavad - missioon selgitab organisatsiooni tegevust ning visioon annab selge eesmärgi, kuhu tegevusega soovitakse jõuda. (Virovere, Alas, Liigand 2005, lk 22)

**Missioon** (Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022): Viljandi Kultuuriakadeemia missiooniks on teadus-, kunsti- ja tehnoloogiavaldkondi lõimiva kõrghariduse kaudu tagada omakultuurikeskselt mõtleva loovharitlaskonna järjekestvus Eesti ühiskonnas.

**Visioon 2020** (*ibid.*): Viljandi Kultuuriakadeemia Tartu Ülikooli üksusena on rahvusvaheliselt tunnustatud pärimuskultuuri edendaja, omakultuuri kontseptsiooni kandja, regionaalne haridus-, loome- ja arenduskeskus ning arvamusiider Eesti ühiskonnas.

Leian, et akadeemia missioon ja visioon on kirjutatud vastavalt definitsioonile ning pean neid organisatsiooni arengut toetavateks. On selgelt aru saada, mida kool pakub ja kuhu soovib jõuda. Eespool mainitud arengueesmärgid on missiooni ja visiooniga kooskõlas. Organisatsioonile eesmärkide seadmine ning tegevussuuna teadmine on aluseks tugevale organisatsiooni tööle. TÜ VKA puhul on oluline ära märkida termin *omakultuur*. Koolil on

sõnastatud omakultuuri teesid ning kõigil üliõpilastel on võimalik osaleda õppeainetes, mis omakultuuri toetavad. TÜ VKA kasutab *omakultuuri* mõistet nii eesmärkides, missioonis kui ka visioonis, mis näitab mõiste olulisust kooli tegevuse mõtestamisel.

## 1.2 Organisatsiooni struktuur

TÜ VKA struktuurijooniselt (vt Lisa 1) on näha, et keskme moodustavad akadeemia osakonnad: neli osakonda Viljandis ja Kunstide Keskus Tartus. Organisatsiooni struktuur on vastutussuhete hierarhia: kes annab kellele aru ja kellelt juhiseid saab. Struktuur määrab võimusuhted ja aruandluse organisatsioonis nii üksikisikute kui rühmade vahel. (Brooks 2008, lk 200)

Struktuuritüüpidest tulenevalt on akadeemia struktuur funktsionaalne. Funktsionaalne struktuur tähendab, et tegevused on jaotatud täpsetesse valdkondadesse ning organisatsiooni liikmetel on detailsed ja valdkonnapõhised ülesanded, toimub valdkonnapõhine spetsialiseerumine (Organisatsiooni struktuur...). TÜ VKA puhul tähendab see, et kool on jaotatud valdkonnapõhiseks osakondadeks nagu kultuurharidus- või muusikaosakond. Igas osakonnas on selle valdkonna spetsialistid, kes täpseid ülesandeid täites valdkonna edukust tõstavad.

## 1.3 TÜ VKA muusikaosakonna koostöö “Made” korraldajatega

“Made” kontserdisari sai alguse TÜ VKA muusikaosakonnast: 2017. aasta sügisel otsustati, et viiakse muusikute ettemängud muusikamajast väljapoole. TÜ VKA muusikaosakonnas saab õppida neljal erialal: helitehnoloogia, koolimuusika, pärimusmuusika ja rütmimuusika. 2005. aastast alates on muusikaosakonnal oma maja, mis on varustatud professionaalse ja kaasaegse tehnikaga igas õpperuumis. (Muusikaosakond) Muusikaosakonnal on otsuste tegemiseks nõukogu, mis koosneb kümnest muusikaosakonnaga seotud inimesest, eesotsas osakonna juhatajaga, kes on ühtlasi nõukogu esimees (Muusikaosakonna nõukogu).

“Made” ideed luues oli teada, et meeskonda kaasatakse inimesi tervest akadeemiast. Et selline koostöö toimiks, on vaja tugevat sisekommunikatsiooni organisatsioonis. Sisekommunikatsioon on suhtlus organisatsiooni liikmete vahel, et jõuda ühise arusaama ja mõistmiseni. See on protsess, mille käigus vahetatakse sõnumeid organisatsiooni liikmete vahel eesmärgiga teineteist vastastikuselt mõista. Sisekommunikatsioon on vajalik selleks, et organisatsiooni liikmete vahel tekiks ühtekuuluvustunne, ühised väärtused, hoiakud ja põhimõtted. (Lään 2005, lk 2)

Korraldustiimi peamiseks toetajaks TÜ VKA-s oli kommunikatsiooni- ja turundusspetsialist Anett Männiste avalike suhete talitusest, kes erialaste teadmistega kontserdisarja reklaamitööd toetas. Anett Männiste oli korraldusmeeskonnale heaks lüliks akadeemiapoolse info saamisel. Ideede mõtestamisel ja kaasa mõtlemisel oli suureks abiks kultuurikorralduse assistent ja käesoleva loov-praktilise lõputöö juhendaja Piret Aus. Koostöö TÜ VKA-ga on “Made” kontserdisarja puhul oluline, sest korraldusega on seotud väga paljud akadeemia tudengid ja õppejõud.

#### 1.4 TÜ VKA ja Viljandi linn

TÜ VKA on Viljandi linnas tegutsenud juba 1960. aastast. Kooli üliõpilased on noored kultuurihuvilised, kes elavdavad linna kultuurisündmustest osavõttu. Viljandi linn peab oluliseks koostööd TÜ VKA-ga, sest linna arengut aitab järjepidev infovahetus ja koostöö ühishuvide elluviimisel. Kultuuri väärtustavad nii akadeemia kui ka Viljandi linn kõrgelt. Viljandi linna kultuurivaldkonna eesmärgiks on, et “Viljandi oleks avatud ja areneva, eripalgelise ning traditsioonidega kultuurieluga linn, kus on tagatud võimalused kultuuri loomiseks, tarbimiseks ja edasikandmiseks.” Taaskord rõhutab arengukava koostööl, et Viljandis toimuksid jätkusuutlikud festivalid jm kultuurisündmused. (Viljandi linna arengukava 2013-2020, lk 13-14)

#### 1.4.1 Sotsiaalmajanduslik mõju

Sündmuse korraldamine mõjutab piirkonda, kus seda korraldatakse. Enim on mõõdetud sündmuste majanduslikku mõju, sest seda on lihtsaim mõõta, kuid ainult sellest ei piisa, et otsustada sündmuse edukus, vajalikkus ja olulisus antud piirkonnale. Oluline on arvestada ka teisi, nt sotsiaalkultuurilisi ning psühholoogilisi mõjusid sündmuse analüüsimisel.

(Josing, Vahi, Lepane jt 2012, lk 14)

“Made” kontserdisarja sotsiaalmajanduslik mõju (vt Tabel 1) on mõõdetav majanduslike, sotsiaalkultuuriliste, psühholoogiliste ning poliitilis-administratiivsete mõjudena.

Tabel 1. “Made” sotsiaalmajanduslik mõju (*Allikas: autori tabel*)

Majanduslik	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suurenenud tulu kontserdipaikadele</li></ul>
Sotsiaalkultuuriline	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kultuuriprogrammi rikastamine</li><li>• Kultuurielus osalemise harjumuse suurenemine</li><li>• Sotsiaalne kaasatus tänu tasuta kontserdile</li><li>• TÜ VKA erialade tudengite koostöö</li><li>• TÜ VKA suurenenud tuntus</li></ul>
Psühholoogiline	<ul style="list-style-type: none"><li>• Positiivne emotsioon kultuurilisest elamusest</li><li>• Ansamblite ja meeskonna motivatsiooni tõus</li><li>• TÜ VKA kogukonna ühtsustunde suurenemine</li></ul>
Poliitiline/administratiivne	<ul style="list-style-type: none"><li>• Koostöö partneritega</li><li>• Korraldustöö oskuste arendamine</li></ul>

Iga sündmuse sotsiaalmajanduslikku mõju mõõtes tuleb teha selgeks mõjupiirkond (Josing, Vahi, Lepane jt 2012, lk 17). “Made” mõjupiirkond on Viljandi linn. Mõjude esinemine oleneb sündmuse suuruselt ja mastaabist (*ibid.*, lk 14). “Made” kontserdisari on oma sotsiaalmajanduslike mõjude poolest väike. Igast kontserdist saab osa hinnanguliselt 200-300 külastajat, kes paariks tunniks kontserdipaigas kogunevad. Kogu kontserdisarja üleselt on eriti olulised sotsiaalkultuurilised ja psühholoogilised mõjud, mis kogu meeskonda ja TÜ VKA kogukonda ühendavad.

## 2. “MADE” 2018/2019

### 2.1 “Made” kontseptsioon

“Made” kontserdisari sai alguse 2017. aastal, kui muusikaosakonna juhid võtsid vastu otsuse muusikute ettemängud laiema publiku ette tuua. Kontserdisari on välja kasvanud ansambliõppe ettemängudest, kus muusikaosakonna pärimus- ja rütmimuusikatudengid esitavad viienädalase proovitsükli jooksul selgeks õpitu. 2017. aasta sügisel sai “Made” suurema kontserdiformaadi, kui ettemänge ei korraldatud enam muusikamajas, vaid suuremates kontserdisaalides. Kontserdisarjale määrati pealkiri “Made”, mis sümboliseerib (trepi)astet, kus iga sammuga jõutakse kõrgemale või järgmisele püünele. Kui kasutada sündmuse nime inglise keeles (*made*), siis eesti keelde tõlgituna tähendab see "tehtud" või "valmis saanud", mis võiks antud sündmuse puhul ka loogiliseks tõlgenduseks olla. “Made” kontserdid on nummerdatud. 2018/2019 hooajal toimusid kontserdid numbritega 5, 6, 7 ja 8.

Ettemängud on võimalus muusikul end proovile panna ja rakendada muusikalisi (aga ka lavalisi) oskuseid. See on üks esimesi samme muusiku professionaalse karjääri alustamisel. Lisaks sellele, et muusikud saavad tõeke, on “Made” protsessi kaasatud ka teised TÜ VKA-s õpetatavad erialad: kultuurikorraldus, heli-, valgus-, visuaaltehnoloogia, muusikaproduktioon, butafooria jm. See projekt arendab akadeemiasisest suhtlust ja koostööd ning annab paljudele erialadele võimaluse oskuseid praktiseerida.

“Made” kontserte toimub hooaja ehk kahe semestri jooksul neli ning nende toimumispaigad on erinevad. Kontserdid teeb huvitavaks see, et iga kontsert erineb

koosseisude, temaatika ja asukoha poolest, kuid säilivad sarnased jooned, mis seovad neli kontserti ühtseks tervikuks.

2018/2019 hooaja “Made” kontserdid toimusid 24. oktoobril Viljandi Gümnaasiumis, 11. detsembril Pärimusmuusika Aidas, 27. märtsil Sakala Keskuses ja 15. mail Ugala Teatris. Kõikidel kontsertidel astusid üles muusikud kõigilt neljalt pärimus- ja rütmimuusika kursuselt, kuid igal kontserdil erinevas koosseisus ja erineva juhendaja käe all. Detsembrikuisel “Made”-l astusid üles ka koolimuusikud.

## 2.1 “Made” eesmärgid 2018/2019

“Made” on kasvav ja jõudu koguv projekt. 2018/2019 hooaja jooksul tutvusin paljude tudengitega, kes “Made” laval üles astusid ja kes seda sama ka järgnevatel aastatel teevad. Leian, et “Made” tugevuseks on koostegutsemine ja ühine soov õnnestuda.

Eesmärk on tulemus, mida soovitakse saavutada. Nende seadmine näitab, mille nimel tegutsetakse. Eesmärkide püstitamine ja tulemuste saavutamine näitab organisatsiooni sihikindlust, sest on organisatsiooni algus- ja lõpp-punktiks. (Üksvärav 2008, lk 105)

“Made” 2018/2019 korraldusmeeskonna püstitatud eesmärgid:

- Projekti jooksul on toimunud neli täispikka kontserti neljas erinevas kontserdipaigas Viljandi linnas.
- “Made” kontserdisarja kõikide kontsertide saalitäituvus on vähemalt 60%.
- “Made” Facebooki lehel on jälgijaid 400.
- Kõik neli “Made” kontserti on stiililt ühesugused.

Neljast püstitatud eesmärgist täideti kolm. Kuna piletimüüki ei teostatud, on publiku täpset arvu raske öelda, kuid visuaalselt hinnates oli saali täituvus igal kontserdil rohkem kui 60%. Kontsertide ühesuguse stiili tagas kujundus ja kontserdi ülesehitus. Täitmata jäi Facebooki lehe jälgijate arvu suurendamine.

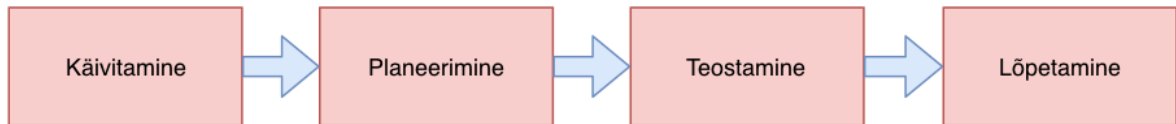
### 3. KORRALDUSPROTSESS

#### 3.1 Planeerimine

Projekti planeerimine algas 30. augustil, kui mulle “Made” teise hooaja projektijuhi positsioon võimaldati. Projektijuht valiti läbi konkursi minu ja teise kultuurikorralduse tudengi vahel ning muusikaosakonna juhataja ja programmijuht tegid lõpliku otsuse. Kohe korraldusprotsessi alguses pandi mulle ametinimetuseks produtsent, sest lisaks organisatoorsele tööle olin ametis ka kunstiliste otsustega.

Korraldusprotsess tuli alata kavandamisega - eesmärkide ja saavutamise teede kindlaksmääramisega (Üksvärav 2008, lk 98). Eesmärk oli enne projekti käimalükkamist juba paika pandud, kuid kuidas seda saavutada, jäi produtsendi otsustada. Eestvedaja roll on mõjutada kaastöötajaid ning suunata eesmärkide saavutamisele pannes nad enesele järgnema (Brooks 2008, lk 172).

Projekti etapid on käivitamine, kavandamine, läbiviimine ja lõpetamine (Mägi 2011). Projekti protsess on toodud järgneval joonisel (vt Joonis 1). Projekti tuleb jälgida, et püstitatud eesmärgid saaks õigeaegselt täidetud. Projekti iseloomustamiseks on piiravad tegurid aeg, ressurss ja tulemus. Neid tegureid arvesse võttes ja ülesandeid piiritledes on võimalik luua projektile selgepiiriline kava. (Mägi 2011) Peamiseks töövahendiks projekti planeerimisel ja protsessi jälgimisel oli “Made” meeskonnal tegevuskava Gantti graafiku näol (vt Lisa 2).



Joonis 1. Projekti korraldusprotsess (*Allikas: autori joonis*)

Esimeses ehk käivitamise faasis panime koostöös muusikaosakonnaga paika kontsertide kuupäevad, valmistasin ette vajalikud dokumendid ja tabelid ning arutasin eelmise hooaja korraldajaga ja muusikaosakonna juhtidega sündmuse läbi. Pean väga oluliseks eeltööd ja teiste vigadest õppimist. Muusikaosakonna juhtidega arutasime läbi probleemid, mis eelmisel hooajal ilmsid, et neid uuel hooajal vältida. Koostasime meeskonna ehk kaasasin endale kõrvale kaks kultuurikorraldajat, kellest üks vastutas turunduse ja teine sponsorluse eest. Mõlema meeskonnaliikmega kohtusin individuaalselt, et tutvustada projekti ja meeskonnale jaotatud ülesandeid. See andis hea põhja projekti alustamiseks ning jätkamiseks, sest koostöö peab toimima terve korraldusprotsessi vältel, mis “Made” puhul on terve õppeaasta (9 kuud).

Projekti teises ehk kavandamise faasis toimus pidev suhtlus muusikute, tehnikute ja korraldajate vahel. Peamised tegevused olid ansamblite vajaduste kaardistamine, jutustaja teksti koostamine, heli- ja valgustehnika läbirääkimised ja sponsorite leidmine. Turundusplaani koostamine osutus raskeks ülesandeks, sest meeskonnaliige, kelle olin määranud plaani tegema, ei suutnud seda minu jaoks piisava põhjalikkuse ega operatiivsusega teostada. Turundusplaani viibimise tõttu jäid osad turunduslikud eesmärgid saavutamata.

Projekti kolmandas faasis ehk läbiviimisel toimus kontserdipaiga ettevalmistamine, logistika korraldamine, sponsortoodete kättesaamine ja tehniliste vajaduste jälgimine nii heli- kui valgusmeeskonna poolt. Kõik etteplaneeritud tegevused läbiviimisel õnnestusid.

Projekti neljandas ehk lõpetamise faasis toimus eelnenud kontserdi tagasisidestamine. Umbes nädal pärast kontserdi toimumist kohtuti, et vahetada mõtteid toimunud kontserdi kohta. “Made N°7” puhul arutlesime tagasisideringis ka kirjutatud kontserdiarvustuste üle. Neljanda faasi lõpus tänasin kõiki osapooli tehtud töö eest. Edastasin kokkuvõtva info TÜ

VKA muusikaosakonnale. Koondasin oma materjalid, et järgmise hooaja korraldajale üle anda.

### 3.2 Meeskond

“Meeskond on hästi moodustatud ja efektiivselt töötav grupp.” (Virovere, Alas, Liigand 2005, lk 111) Üks olulisemaid meeskonna tunnuseid on ühine eesmärk. “Made” meeskonnal oli eesmärgiks ellu viia neli kontserti. See oli meeskonda koos- ja tööshoidev siht, mis kogu hooaja vältel meeskonda suunas.

“Made” kontserdisarja juures tegutses terve hooaja jooksul suur meeskond. Püsivalt oli korraldustiimis kolm liiget: produtsent, turundusjuht ja sponsorlusjuht. Iga kontserdi käis kaasas aga suur meeskond tehnikuid ning oma ala spetsialiste, kokku u 15 inimest. Kogu meeskonna suurus nelja kontserdi vältel oli seega u 60 inimest. Igal kontserdil astus lavale (olenevalt semestrist) 30-40 pärimus- ja rütmimuusika tudengit.

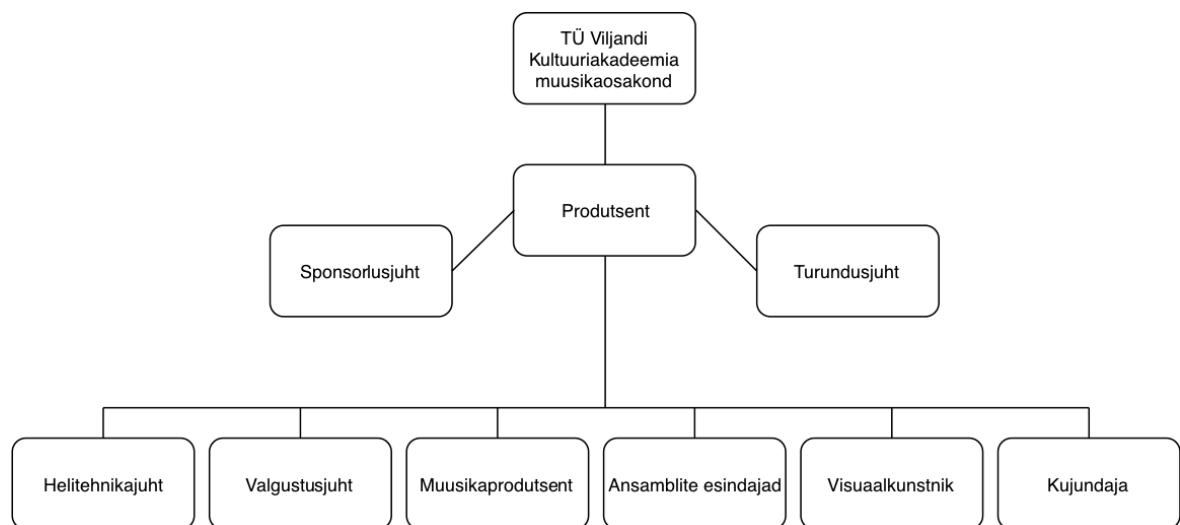
Meeskonnasiseseid koosolekuid oleks võinud olla rohkem, et suurendada motivatsiooni korraldamisel. Ka muusikute poolt esines teatavat apaatsust, mis tähendas projektijuhile lisatööd kordavate e-kirjade saatmise näol. Leian, et osaliselt takistavaks faktoriks oli asjaolu, et ma ei viibinud korraldusprotsessi jooksul Viljandi linnas. Kõik kohtumised planeerisin pikalt ette, sest pidin selle tarbeks teisest linnast kohale sõitma. Kevadsemestril korraldasin infotunni ja tagasisidetunde, mis olid nii korraldajatele kui esinejatele vajalikud ning tõstsid motivatsiooni “Made”-ga tegeleda.

Meeskonnaliikmete leidmine ei olnud alati kõige lihtsam ülesanne. Kontserdisarja meeskonnas olid kultuurikorraldajad, kes oma ülesannetega jooksvalt tegelesid. Iga kontserdi tarbeks aga valiti uus helitehnikajuht ja -meeskond, valgustajate meeskond, muusikaprodutsent, visuaalkunstnik, kellega tuli suhtlust algusest alustada. Helitiim valitakse muusikaosakonna õppejõudude poolt, kuid teised meeskonnaliikmed pidi produtsent leidma. “Made N°7” kontserdi puhul, kuhu soovisin dekoraatorit lava kaunistama, ei õnnestunud mul seda meeskonnaliiget leida, sest ükski teatrikunsti

visuaaltehnoloogia tudengitest ei saanud sel ajavahemikul rohkem kohustusi juurde võtta. Kevadsemestri keskpäik on kiire aeg kõikide tudengite jaoks ja leian, et siin oleks pidanud juba hooaja alguses dekoraatori soovist osakonnale teada andma. “Made N°7” kontserdil oli aga väga tugev visuaalne külg, mis korvas lavakaunistuste puudumise. “Made N°8” puhul oli vastupidiselt raskusi visuaalkunstniku leidmisega tihedate ajagraafikute tõttu. Nädal enne kontserti õnnestus vastava eriala tudeng leida.

### 3.2.1 Meeskonna struktuur

Meeskond moodustus produtsendi ümber, kes värbas endale turundus- ja sponsorlusjuhi. Produtsendi enda juhised tulid TÜ VKA muusikaosakonnalt. Teised meeskonnaliikmed nagu helitehnikajuht, valgustusjuht, muusikaprodutsent, ansambelite esindajad, visuaalkunstnik ja kujundajad olid kõik eraldiseisvad meeskonnaliikmed, kes oma vastused ja tulemused kandsid ette produtsendile (vt Joonis 2).



Joonis 2. Meeskonna struktuur (Allikas: autori joonis)

“Made” meeskonnal oli juba enne moodustamist paigas ühine eesmärk: korraldada ja ellu viia neli hästi toimivat ja publikule naudingut pakkuvat kontserti. Virovere, Alas ja Liigand (2005, lk 112) on väitnud, et meeskonnatöö keskne eesmärk on loovuse stimuleerimine (...). “Made” teine hooaeg on kõigis neljas korraldusprotsessis olnud just loovuse

väljendamine ja uute ideede genereerimine. Iga kontsert on isemoodi näoga ja teistmoodi temaatikaga, olgugi et põhistruktuur jäi samaks kogu hooaja jooksul.

Tõelise meeskonna tunnused on (*ibid.*, lk 113):

- meeskonnal (...) on liider (...);
- rollid on jaotatud või need vahetuvad;
- meeskonnal on oma visioon ja ühine eesmärk;
- eesmärgid määrab meeskond;
- tulemused on ühised;
- tagasiside on vastastikune ja probleemid lahendatakse aktiivselt.

Neid tunnuseid “Made” meeskonnaga võrreldes, siis väidan, et moodustatud meeskond oli tugev ja jõudis soovitud tulemuseni ning seega täitis oma eesmärgi.

Meeskonna liikuvust silmas pidades, ei saa veel rääkida ühtekuuluvustunde tekkimisest. Meeskonna produtsent, turundusjuht, sponsorlusjuht, kogu muusikaline kollektiiv ja kujundaja olid kogu hooaja jooksul samad, kuid helitehnikajuht, valgustusjuht, muusikaprodutsent, visuaalkunstnik ning ansamblite esindajad vahetusid iga kontserdi tarbeks. Produtsendi kui meeskonnaliidri jaoks tähendas see iga korraldusprotsessi alguses uute inimeste värbamist ja töö selgitamist. Rühma ühtsus kui külgetõmbejõud, mis tekitab soovi mitte lahkuda (Brooks 2008, lk 117), on “Made” meeskonna puhul võimatu täies mahus, sest hooaja lõikes on korralduslikust ettekirjutusest tulenevalt meeskond pidevas muutumises. Siiski olenemata sellest, et meeskond oli liikuv, oli tunne töötada hea ning piisav ühtsustunne ja eesmärgipärane käitumine saavutati.

### 3.2.2 Turundustegevus

“Made” kontserdisari kui üks TÜ VKA projektidest, toimub Viljandis. Et mõista, kellele sündmust pakkuda, on vaja määrata sihtgrupid. “Made” kontserdisarja sihtgruppideks on:

- TÜ VKA tudeng ning personal

- Viljandi muusikahuvilisest linnaelanik
- TÜ VKA tegevustest huvituv inimene (nt vilistlane, pereliige)

“Made” kontserte korraldatakse Viljandi erinevates kontserdipaikades. Neli erinevat kontserdipaika on hea võimalus saada külastajaid juurde tänu kontserdipaikade enese tuntusele ja püsikülastajatele.

“Turundus on vajaduste kasumlik rahuldamine.” Olulised märksõnad turunduses on *kasumlikkus* ja *klient*. Turunduse eesmärgiks on luua suhe kliendiga, mitte lihtsalt müüa toodet. (Kuusik, Virk, Aarna jt 2010, lk 15) “Made” kontserdisarja turundustegevus oli suunatud külastajale. Käesoleva hooaja alguseks oli toimunud neli kontserti, mis tähendas, et kontserdisarjal oli kogunenud teatav tunnus, kuid siiski mitte nii palju, et sihtgrupi liige (nt Viljandi muusikahuviline) teaks, mis on “Made”. Seetõttu oli turundustegevus keskendunud pigem nime edasi kandmisele ja “näo” kujundamisele.

Turunduseesmärk, millele sel hooajal keskenduti, oli “Made” *brand*’i loomine. “*Brand* on tarbijatele, et väärtustada kaupa, mida tarbija osta soovib.” (Arvola 2002, lk 8) Keskendusime visuaalsele poolele ja panime suurt rõhku kujunduse väljanägemisele, et terve hooaja vältel püsiks ühtlane kujunduslik joon, mida tarbijal on lihtne meelde jätta. Publiku ja meeskonna suulisest tagasisidest olen kuulnud, et visuaalne pool “Made” kontsertidel on väga hea. Pilkupüüdev visuaal on tugev alus *brand*’i loomiseks. *Brand*’i loomine võtab aga aega ja püsivust, seega ideaaltulemuseni me ei jõudnud, kuid aluse panime.

Tegime “Made” kontserdisarja tarbeks turundusvallas selle, mida nägime vajalikuna, kuid ei viinud asja edasi. Olles saavutanud hetkel piisava külastatavuse eelmise hooaja ja selle hooaja turundustegevusega, ei teinud me kaugemale jõudmiseks rohkemat. Nii minul kui eelmise hooaja korraldajal polnud vajadust reklaamida “Made” televisioonis ja raadios. Kasutasime sotsiaalmeediat Facebookis, et edastada infot tulevate kontsertide kohta ning kajastasime endid TÜ VKA sotsiaalmeediakanalites Facebook ja Instagram. Sündmus leidis meediakajastust ajalehes Sakala. Pressiteated esitati kohalikele ajakirjanikele, v.a. esimene pressiteade, mis läks nii kohalikele väljaannetele kui ka muudele üle-eestilistele

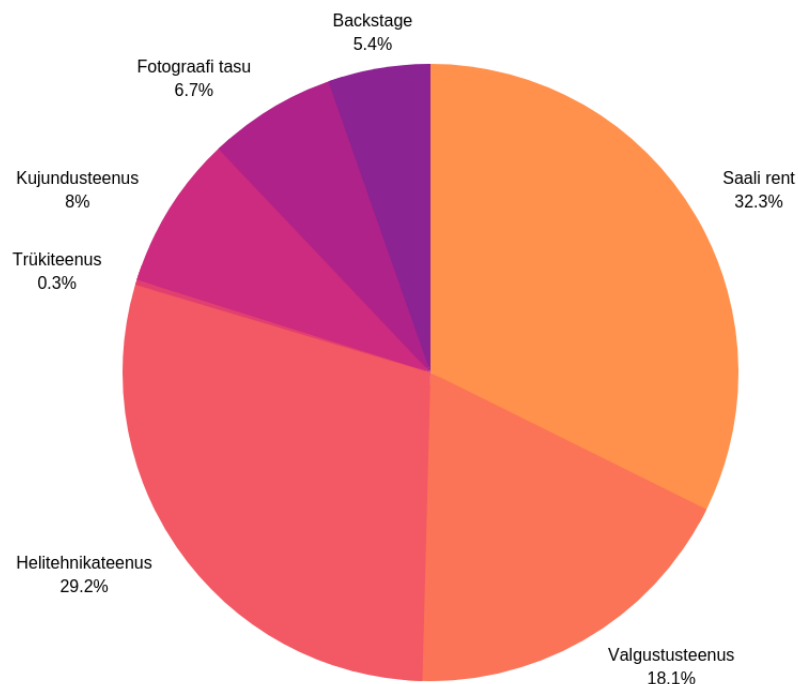
ajalehtedele (vt Lisa 4). Lisaks teavitusele TÜ VKA informatiivsetes e-kirjades, saadeti teavitus sündmustest ka Tartu Ülikoolile.

“Turunduskommunikatsioon on kommunikatsiooniliik, mida turundaja kasutab tarbijaga suhtlemisel, et saavutada turundusalaseid eesmärke.” (Arvola 2002, lk 37) Selleks, et saavutada kontakt *brand*’i ja tarbija vahel, leidis “Made” korraldusmeeskond, et piisab sotsiaalmeediast ja trükireklaamist. Kontserdisarja teise hooaja puhul leian, et meie otsus oli õige ja turundustegevus piisav selleks, et “Made” “nägu” kujundada ja publikuni jõuda. Arvan, et järgmisest hooajast alates tuleks “Made” kasvamise nimel panustada rohkem turunduskommunikatsiooni tegevustesse, et rohkemate tarbijateni jõuda.

“Made” sai oma esmase kujunduse 2017. aasta sügisel, mil disainiti logo. 2018/2019 hooaja kujundus oli korrelatsioonis kontsertide teemadega. Kujundused said tehtud produtsendi ja kujundaja koostöös mõeldes nii kontserdi temaatikale kui aastaajale - sügisel ja talvel tumedad toonid, kevadel ja suvel heledamad ja soojemad värvitoonid.

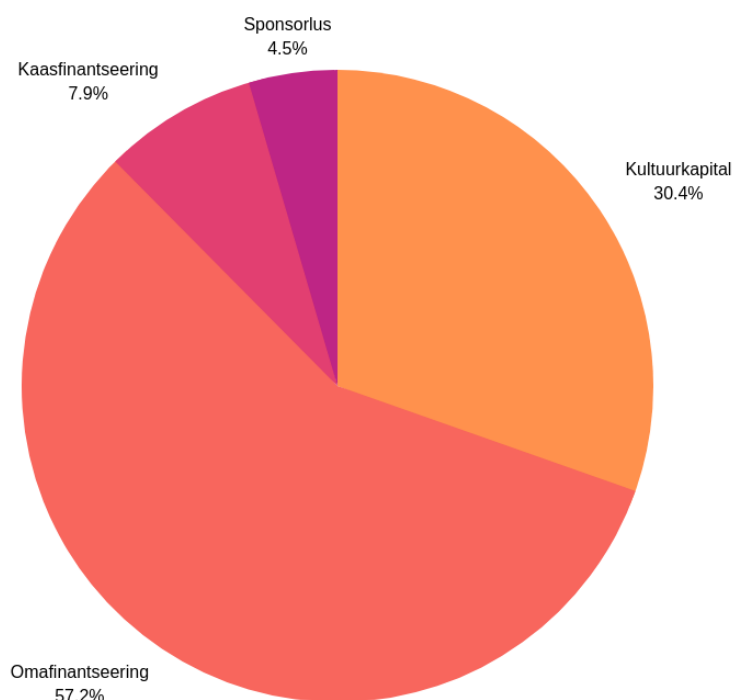
### 3.3 Eelarve ja selle täitmine

Eelarve on rahaliste ja mitterahaliste tulude ja kulude kirjeldus (Aus 2019). Projekti alguses on tarvis fikseerida arvatavad kuluartiklid ja leida nendele rahastusallikad. Eelarvest kinni pidamine ja tuluallikate leidmine ei olnud “Made” kontserdisarja korraldades otseselt minu ülesanne. Selle koostasid ja selle eest vastutasid osakonna juhataja ja praktikate koordinaator. Ka rahastustaotlused koostas muusikaosakonna praktikate koordinaator. Pärast korraldusprotsessi koostas minna eelarve täitmise. Mul oli eelarvet puudutavale informatsioonile täielik ligipääs. Töös kajastatud eelarve täitmine (vt Lisa 5) on kooskõlastatud osakonna juhtkonnaga.



Joonis 3. Kuluridade jaotuvus protsentuaalselt (*Allikas: autori joonis*)

“Made” kontserdisarja 2018/2019 hooaja kuluread jaotusid järgmiselt (vt Joonis 3): suurima mahuga kulurida oli saalide renditasu, mille kogusummaks oli 1927 eurot; helitehnikateenus kogusummaks oli 1740 eurot; valgustusteenuse summaks oli 1080 eurot; väiksemamahulised kuluread olid kujundusteenus, fotograafi tasu, *backstage*’i laua katmine ning trükiteenus.



Joonis 4. Tuluridade jaotuvus protsentuaalselt (*Allikas: autori joonis*)

“Made” kontserdisarja 2018/2019 hooaja tuluread jaotusid järgmiselt (vt Joonis 4): suurimaks tuluallikas oli omafinantseering TÜ VKA poolt kogusummas 3411 eurot ning Eesti Kultuurkapital toetas saalide rentide tasumist 1812 euroga. Väiksemad tulud kaeti kaasfinantseeringu ja sponsorlusega. Sponsor toetas “Made” kontserdisarja 270 euro väärtuses oma toodetega.

### 3.4 Riski- ja SWOT-analüüs

Riskianalüüs on oluline töövahend korraldusprotsessis. Riskianalüüsi koostades tuleb esitada küsimused (Riskianalüüs... 2018):

- Mis võib valesti minna (...)?
- Miks võib valesti minna (...)?
- Millised on potentsiaalsed tagajärjed (...)?

Riskianalüüsi koostades tuleb arvestada organisatsioonisiseste ja ka väliskeskkonna riskidega. Riski tõenäosuse (T; skaalal 1-3) ja mõju (M; skaalal 1-3) korrutisest (TxM) saame teada riski suuruse. Selleks, et riskide kaardistamisest oleks suurem kasu, tuleb kirja panna juhised, kuidas riski juhtumisel tegutseda peaks. Juhiste täpne järgmine on kõige operatiivsem tegutsemisviis ohuolukorras. Riskianalüüsi koostades on oluline teada, et riske ei saa vältida, kuid neid saab juhtida.

“Made” kontserdisarja korraldusprotsessi algul teostasime riskianalüüsi, et kaardistada asjaolud, mis sündmuse edukust võivad mõjutada (vt Lisa 3). Suurima riski suurusega on turundustegevuse vähese mõjuga seotud: kajastus ei jõua piisavalt paljude inimesteni ning teadmatus sündmusest viib vähese huvi olemasoluni. Korraldusprotsessi lõppedes tõdesime, et need riskid ei täitunud. Küll aga ei olnud turundusvaldkond edukas. Me ei suutnud täita turundusalast eesmärki, et sündmuse Facebooki lehel jälgijate arvu kasvatada, kuid samas ei olnud kontserdisaalid tühjad, mis näitab, et külastajal on huvi “Made” kontserdisarja vastu. Riskidest suurem osa ei juhtunud, mis on sündmuse korraldamisel väga hea tulemus. Korraldamise eel mõtlesime eelmise hooaja tehnilisele äpardusele, kus helitehnikute põhitöövahend ehk pult enne kontserdi algust töötamise lõpetas. “Made” 2018/2019 hooajal selliseid õnnetusi ei juhtunud.

Strateegiliseks planeerimiseks on väga kasulik töövahend SWOT-analüüs. See aitab kaardistada ja selgelt kirja panna organisatsiooni (antud juhul projekti) tugevusi, nõrkusi, võimalusi ja ohte. SWOT-analüüsi eesmärk on analüüsida ja hinnata tegureid, mis projekti edu tagavad. (SWOT analüüs...)

“Made” kontserdisarja SWOT-analüüs (vt Tabel 2) koostati korraldusprotsessi algul koosolekul arutletu põhjal eesmärgiga kaardistada eelkõige tugevused ja nõrkused, et korraldusmeeskonna tegevus kasutaks tugevusi ning üritaks minimeerida nõrkuseid. SWOT-analüüsi koostades võeti arvesse nii sisemisi kui välimisi tegureid, mis kontserdisarja juures rolli omavad.

Tabel 2. SWOT-analüüs

<p><b>Tugevused</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tugev koolisisene kompetents ja ressurss igas vajalikus valdkonnas</li> <li>• Meeskonna tugistruktuur TÜ VKA poolt</li> <li>• Ainulaadne kontserdisari Viljandi linnas</li> <li>• K ä t t e s a a d a v k õ i k i d e l e inimrühmadele</li> </ul>	<p><b>Nõrkused</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tudengite ajapuudus projekti panustamiseks</li> <li>• Meeskonna vähene kogemus</li> </ul>
<p><b>Võimalused</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koostöö Viljandi linna oma ala ekspertidega</li> <li>• Mitmekülgne kontserdipaiga valik</li> <li>• <i>Brand</i>'i kasvatamine</li> </ul>	<p><b>Ohud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Korraldusse peab kaasama isikuid väljaspoolt akadeemiat ajanappuse tõttu</li> <li>• Kontserdisarja kasvades kontserdipaikade ja ruumi puudus</li> <li>• Konkureerivate kontsertide teke</li> </ul>

Tabelis olulisel kohal on nõrkused ja ohud, sest neist tulenevalt oma tegevust planeerides on võimalik need minimeerida. Nõrkusena välja toodud tudengite ajapuudus on parandatav, kui suurema ajavaruga ülesandeid jaotada. Meeskonna kogemus kasvab, kui on olemas teadmised ja praktikavõimalused sündmuse korraldamiseks. SWOT-analüüsi tulemusena leian, et kontserdisarja ümbritsevad sisemised ja välimised tegurid on soodsad sündmust korraldama. Kõik nõrkused ja ohud on võimalik planeerimise ja teadliku tööga suunata tugevusteks.

### 3.5 Autoriõigused kontsertidel

Autoriõigusest kõneldes on olulisimaks teos. S.o intellektuaalse loomingu tulemus, millel on kindlad tunnused (Lõhmus 2017):

- teos peab olema originaalne, s.t. (...) autori enda intellektuaalse loomingu tulemus;
- teos on kirjanduse, kunsti, muusika, arhitektuuri jm kaunite kunstide või teaduse valdkonnas;
- teos peab olema väljendatud mingisuguses objektiivses vormis;
- teose objektiivne vorm peab andma võimaluse (...) tajuda ja reprodutseerida kas vahetult (nähes või kuuldes) või (...) tehnilise vahendi (...) abil.

“Made” kontserdid koosnevad teostest: publik siseneb saali muusikaprodutsendi loodud muusika saatel, ansamblid esitavad teoseid ning nende vahetumisel kõlab muusika. Iga ansambel esitab kaks kuni kolm teost, s.h. nii teiste- kui ka omaloomingut ning rahvaloominguteoseid. Esitusele tulevatest teostest rahvaloominguteosed ei ole Autoriõiguse seadusega kohaldatavad, sest neid ei peeta teosteks (Lõhmus 2017). Teistele “Made” kontsertidel esitatavatele teostele kehtib Autoriõiguse seadus. Tulenevalt seadusest on lubatud teose vaba avalik esitamine, kui tegemist on esitamisega õppeprotsessis õpetava personali ja õpilaste poolt (Autoriõiguse seadus, §22). “Made” kui TÜ VKA koolikontsert on õppeprotsessi osa, mis annab võimaluse teoseid esitada ilma autori nõusolekut küsimata ja autoritasu maksmata.

### 3.6 “Made” tulevik

Olles noor kontserdisari, on keeruline tuua võrdluspunkte eelnenu ja tuleva vahel. Teist hooaega väldanud “Made” on lootustandev projekt kasvamaks üheks olulisemaks TÜ VKA sündmuseks nt Tudengite Teatripäevade kõrval. “Made” hõlmab sarnaselt eelnimetatule suurt osa akadeemia osakondadest ja tudengitest.

“Made” sai alguse muusikaosakonna pärimus- ja rütmimuusika tudengite ansambliõppe ettemängudest ning see jääb alati kontserdisarja põhituumaks: “Made” on võimalus

muusikutel proovisaalis õpitu rakendusse panna. Kontserdisarja kunstiline kontseptsioon, kontserdipaigad jm korralduslik jääb kontserdisarja korraldaja ja muusikaosakonna otsustada, kuid muusikute etteasted on siiski olulisimad. See tekitab aga meeskonnasiseselt mõningasel määral probleeme. Esimese hooaja korraldaja sõnad said ka teisel hooajal kinnitust, et muusikutel endil püsib tunne, et “Made” on vaid ettemäng. Tulevikus aga tahaks, et see oleks rohkemat: ülekoolline produktsioon, millest on huvi osa võtta enamikel tudengitel. Kuna tegemist on niivõrd uue projektiga, pole toimumise ajavahemikud ja ootused osakondade teadvusesse veel jõudnud. Korraldusprotsessi jooksul püüdsin probleemile lahendust leida rohkema kaasamise ja infotundide teel. Aeg jäi aga lühikeseks, et suurt tulemust saavutada. Korraldusprotsessi lõpupoole tekkis väike inimeste grupp, kes “Made” ideede ja tulevikuplaanide üle arutleda soovisid. See andis lootust, et järgmiste hooegade jooksul on “Made” rohkemate TÜ VKA liikmetega seotud nii praktiliselt kui ka mõttetõesse kaasatuse poolest.

## 4. ENESEREFLEKSIOON

### 4.1 Ülevaade

“Made” kontserdisarja korraldamine on pikk protsess. Terve õppeaasta jooksul toimub neli kontserti ehk neli korraldustöö kulminatsiooni. Kontsertide vahel on kuuenädalane periood, mis annab korraldajale võimaluse vigu jooksvalt parandada. Neljanda kursuse kultuurikorraldajana olen saanud juba piisavalt kogemust läbides praktikaid ja osaledes erinevate kultuurisündmuste korraldusprotsessis. “Made” korraldamine oli minu esmakordne võimalus olla peakorraldaja. Peakorraldajaks sain läbi muusikaosakonna korraldatud konkursi. Korraldusprotsessi eel olin ärev, kuid positiivselt meelestatud - teadsin, et saan toetust nii TÜ VKA kui ka kaastudengite poolt.

### 4.2 Juhi rolli analüüs

Koostas kolmeliikmelise meeskonna ega kartnud kordagi inimestevahelisi konflikte. Väikeses seltskonnas on omavaheline suhtlus mugavam kui suuremas meeskonnas. Korraldusprotsessi lõpus nõustusime, et meeskonnatöö ja keskkond olid head selle kontserdisarja korraldamiseks. Leian, et suutsin meeskonnale luua sobiva õhkkonna ja neid piisavalt motiveerida. Terve projekti vältel õppisin, kuidas ülesandeid konkreetsemalt delegeerida, et paremini tulemusteni jõuda. Enda tugevuseks pean head suhtlemisoskust ja kiiret õppimisvõimet. Kontserdisarja korraldades oli mul võimalus iga kontserdiga

parendada kommunikatsioonimeetodeid ja suhtlemist meeskonna, muusikute, tehnikute jt vahel.

Juhtimine ja eestvedamine on Brooks'i järgi väga erinevad. Juht kui tiitel, oluline roll organisatsioonis, kes mingeid teatud ülesandeid täitab. Eestvedaja on kui innustaja, kes paneb kaastöötajad motiveeritult endale järgima eesmärkide saavutamise nimel. Samas võib juhtuda, et üks inimene on mõnes olukorras juht, kuid teises eestvedaja. (2008, lk 172-173) See on, kuidas mina analüüsiks end kui juhti "Made" kontserdisarja korraldades. Olenevalt olukorrast või lahendamist vajavast probleemist olin ma nii juhi kui ka eestvedaja rollis. Püüdsin kaasata ja seeläbi motiveerida võimalikult paljusid muusikuid kontserdi kontseptsiooni loomisesse, et ühendada kontserdi teema ja repertuaarivalik ühte tervikusse. Selle läbiviimise alguses pidin olema juht, et inimesi saada seda ülesannet alustama, hiljem eestvedaja, et mõista ja hoida muusikuid kogu aja jooksul ideede genereerimise juures. Leian, et suutsin projekti jooksul täita kõiki Mintzberg'i juhirolli (*ibid.*, lk 172).

Korraldusprotsessi käigus õppisin tundma TÜ VKA-s õpetatavate erialade tööpetsiifikat, mis aitas infokulgemisele kaasa. Sain aru, mis vajadused erialadel on ning mis infot kultuurikorraldajana pean edastama, et suhtlus osapooltega sujus. Korraldusprotsessi käigus sain hindamatu kontaktidepagasi ja võrgustiku, kellega ka tulevikus koostööd teha. "Made" kontserdisarjas osalejatega suheldes sain tagasisidet, et kommunikatsioon erialade vahel paranes terve hooaja jooksul. Seda silmas pidades leian, et kui juht võtab piisava eestvedaja rolli on võimalik ka nii suurt seltskonda omavahel ideaalselt suhtlema saada.

Projekti tugevuseks pean kõikide erialade võimekust professionaalselt kontserdid läbi viia. Ülesanded ja vastutusosalad olid kõikidele selgelt teada, probleemi korral pöörduiti kiirelt õige inimese poole. "Made" meeskond oli väga operatiivne, mida näitas tegevuste sujuv tegemine kontserdipäeval. Heliproovide jaoks seatud ajad püsisid igal kontserdil graafikus, ka siis, kui oli jooksvalt vaja mõni tehniline küsimus lahendada. Projekti suurimaks nõrkuseks on ettevalmistusperioodi lünklikkus. Iga kontserdi eel selguvad uued vastutavad isikud helitehnika meeskonna, ansamblite jt seast, kellele tuleb selgeks teha uued tähtajad. Palju ajalist ressursi kulub pidevale meeldetuletusele, et info õigel ajal õigesse kohta

jõuaks. Lühike ajavahemik, mis kontsertide vahele jääb, oleks võimalik kasutada palju optimaalsemalt, kui ei peaks kulutama ressursi info mitmekordsele esitamisele. Projektijuhina oleksin saanud seda aega rohkema saavutamiseks ära kasutada.

Tekkinud takistusi ja probleeme silmas pidades tuleks tulevikus teha muudatusi projekti planeerimises ja kommunikatsioonis. Abiks oleks "Made" kontsertide kuupäevade teatavaks tegemine hooaja alguses, et need erialade kalendritesse piisava ajavaruga jõuaksid. Kommunikatsiooni arendamise juures on oluline suhtlemine, mida saaks parandada rohkemate koosolekute ning infotundidega.

#### 4.3 Enesetunne projekti vältel

Iga järgmise kontserdi planeerimine algas pärast eelneva lõppemist algusest peale - käivitamisfaasist lõpetamiseni. Leian, et oleksin tahtnud veidi rohkem aega hooaja alguses, et paika panna kogu hooaja plaan, et kontsertide vahepealset aega mitte enam planeerimisele kulutada, vaid ainult ülesannete täitmisele. "Made" projekt jõudis minuni veidi ootamatult ning sellisel hetkel, kus juba pidi käima projekti teine faas, seetõttu jäi planeerimine veidi lühikeseks. Vaatamata sellele oli kontsertide vahepealne aeg piisav, et uue korraldusprotsessiga algusest alustada. Iga kontserdi eel on vajalik uute graafikute koostamine, sest koosseisud ja info muutuvad. Iga järgmise kontserdiga läks planeerimine kiiremini, sest süsteem oli tuttav ja töövõtted selgemad. Mida aeg edasi, seda lihtsam oli suhtlus asjaosalistega: muusikamaja inimesed lävisid minu ja meeskonnaga rohkem ning olid tänu sellele altimad aruteluks.

Meeskonda kahte kultuurikorraldajat kaasates ei süvenenud liialt ega teinud teadlikku valikut - valisin need, kes esimesena enda soovist märku andsid. Korraldusprotsessi algul tundus see olevat takistavaks faktoriks. Usun, et arusaamatused ja möödarääkimised tekkisid seetõttu, et me ei suutnud lühikese ajavahemiku jooksul sõbruneda. Samuti tundus mind takistavat geograafiline vahemaa. Terve korraldusprotsessi jooksul oli mu elukohaks Tartu linn, kuigi korraldus leidis aset Viljandis. Meeskonnaliikmed olid vastutulelikud ja mõistsid kokkusaamisi planeerides, et kokkuleppeid on vaja sõlmida piisava ajavaruga.

Kahe linna vahet sõitmine oli korraldusprotsessi tempo poolest võimalik, kuid leian, et selle taha jäid sügavam meeskonna mõistmine ning ühtekuuluvustunde loomine.

Tundsin korraldusprotsessi jooksul apaatsust paljude valdkondade tudengitelt. Oli raske koostada meeskonda ja muusikutelt õigeaegselt infot kätte saada. Leian, et probleem tekkis teadmusest kontserdisarjast ka koolisisesele. 2018/2019 hooaja jooksul korraldasin tagasisideringe ja infotunde, et kaasata võimalikult paljusid tudengeid projekti toimimisse. Hooaja lõppedes oli enesetunne märgatavalt parem - eri erialade tudengid olid teadlikud "Made" projektist ning isegi kui puudus võimalus antud ajahetkel projektis osaleda, esitati soovi tulevikus kaasalõõmiseks, mis annab projektijuhile kinnituse, et teadlikkus projektist ja huvi osalemise vastu kasvab.

Enda tugevamateks külgedeks pean korralduse süstematiseerimist ning osapooltega suhtlemist. Kiire reageerimisega väldin olukorda, kus olulised otsused või ülesanded jäävad täitmata informatsiooni seismise tõttu. Minu jaoks lihtsamad ülesanded olid "Made"-t puudutava info asjakohasuse hoidmine jagatud Google Drive'i kaustas, graafikute ja tabelite täitmine ning koosolekute korraldamine. Suureks toeks oli teoreetiliste teadmiste ning praktiliste oskuste baas, mille kooli käigus omandanud olen.

Enda nõrgaks küljeks pean meeskonnaliikmete motiveerimist. Meeskonna struktuur ja ülesannete jaotus toimus, kuid tagasisidena kuulsin, et minu kohati otsekohene suhtlusviis tekitab meeskonnaliikmes pigem demotiveerivaid emotsioone. Minu jaoks on keeruline erinevaid isiksusetüüpe omavahel töötama saada, kui ise kipun aeg-ajalt kärsituks muutuma. Kõik ülesanded said täidetud, kuid sujuvama suhtlusega oleksime saavutanud rohkemat.

Kontserdisari "Made" on tervet TÜ VKA-t hõlmav projekt, mis annab kõikidele osalistele võimaluse erinevate erialadega koostööd teha. Omandatud teadmised ja kogemused on kõigile projektis osalejatele väärtuslikud, sest üks ühine projekt on eelduseks tulevikus sündivatele ideedele. "Made" õpetas mulle hindama meeskonnasisest kommunikatsiooni ning kuidas seda kõige operatiivsemalt juhtida. Avastasin projekti käigus oma tugevusi ja nõrkuseid kultuurikorraldajana.

## KOKKUVÕTE

Käesolev loov-praktiline lõputöö annab ülevaate Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia muusikaosakonna kontserdisarjast “Made”. Töös analüüsin TÜ VKA-t kui korraldavat organisatsiooni, kontserdisarja, meeskonnatööd, tekkinud probleeme ja võimalikke lahendusi. Töö neljandas osas analüüsin enda kui projektijuhi tööd leidmaks tugevusi ja nõrkuseid juhina töötamisel.

“Made” on pärimus- ja rütmimuusika tudengite ansambliõppe ettemängudest välja kasvanud kontsertide sari, mis praeguseni ettemänguna ka toimib, kuid on kontserdisarjana kättesaadav ka publikule väljaspool TÜ VKA-t. “Made” lõimib korraldusprotsessis paljud TÜ VKA erialad, pannes üheskoos tööle nii muusikatudengid, heli- ja valgustehnoloogid, muusikaprodutsendid jt. 2018/2019 hooajal toimus neli kontserti: 24. oktoobril Viljandi Gümnaasiumis, 11. detsembril Pärimusmuusika Aidas, 27. märtsil Sakala Keskuses ja 15. mail Ugala Teatris.

Kontserdisari “Made” on väga hea koht TÜ VKA-s õpetatavate erialade koostöö loomiseks. Eduka kontserdisaavutamiseks on vaja nii heli- kui ka valgustehnolooge, lavakujundajaid, multimeedikuid, muusikaprodutsente, kultuurikorraldajaid ning pärimus- ja rütmimuusikatudengeid. TÜ VKA osakondade juhid ning õppejõud on lahutamatuks osaks “Made” kontsertide elluviimisel. “Made” annab osalistele võimaluse oma oskuseid praktiseerida ja teisi erialasid tundma õppida ning seeläbi jõuda eesmärgini.

“Made” kontserdisarja projektijuhina kasutasin koolist omandatud teoreetilisi ja praktilisi oskuseid. Sain kogemuse võrra rikkamaks, eriti just meeskonnajuhtimise osas. Õppisin tundma erinevate valdkondade tööpetsiifikat ja nende taga peituvaid inimesi. Sain “Made”

kontserdisarja korraldades väärtusliku kontaktide pagasi. Mul on väga hea meel, et “Made” korraldusprotsessis osaleda sain ja leian, et noorele, ent perspektiivikale kontserdisarjale on TÜ VKA-s koht kindlustatud paljudeks aastateks.

## KASUTATUD ALLIKAD

*Ajalugu*. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kodulehekülj. <https://www.kultuur.ut.ee/et/akadeemia/ajalugu> (23.04.19)

Arvola, R. 2002. *Turunduskommunikatsioon*. Tallinn: Külim.

Aus, P. 2019. *Autori vestlus*. Viljandi, 15.05.19

*Autoriõiguse seadus*. RT I 1992, 49, 615; RT I, 28.12.2011, 5. <https://www.riigiteataja.ee/akt/128122011005> (13.05.19)

Brooks, I. 2008. *Organisatsioonikäitumine. Üksikisik, rühm ja organisatsioon*. Tallinn: Tänapäev.

Josing, M., Vahi, T., Lepane, L., Pulver, B., Reiman, M., Orro, E., Niklus, I., Randrüt, S., Jõekalda, P. 2012. *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut.

Kiiv, K. 2017. *Kultuurikorraldajaks ei sünnita, vaid õpitakse*. Ajakiri Muusika. <https://www.ajakirimuusika.ee/single-post/2017/09/06/Kultuurikorraldajaks-ei-s%C3%BCnnita-vaid-%C3%B5pitakse> (23.04.19)

Kulbok-Lattik, E. 2017. *Kultuurikorraldaja – nüsitud tiibadega Pegasus? Eesti Rahvusringhääling*. <https://kultuur.err.ee/594915/egge-kulbok-lattik-kultuurikorraldajanusitud-tiibadega-pegasus> (23.04.19)

Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T., Prinsthal, I. 2010. *Teadlik turundus*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

Lõhmus, M. 2017. *Autoriõigus*. [Loengukonspekt]. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.

Lään, I. 2005. *Sisekommunikatsioon akadeemilises organisatsioonis*. [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/50884/Laan\\_2005.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/50884/Laan_2005.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (01.05.19)

*Muusikaosakond.* Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kodulehekül. <https://www.kultuur.ut.ee/et/muusika> (23.04.19)

*Muusikaosakonna nõukogu.* Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kodulehekül. <https://www.kultuur.ut.ee/et/muusika/noukogu> (23.04.19)

Mägi, J. 2011. *Organisatsioon ja juhtimine.* <http://web.ametikool.ee/jane/okj/?Avaleht> (01.05.19)

*Organisatsiooni struktuur: analüüs, hindamine, disain ja optimeerimine.* NetEkspert. <https://www.netekspert.com/ne/struktuur.aspx> (01.05.19)

*Riskianalüüs. Lühike juhend töandjale riskide kontrollimiseks tökohas.* 2018. Tööinspektsioon. [https://www.ti.ee/fileadmin/user\\_upload/failid/dokumendid/Meedia\\_ja\\_statistika/Truekised/Riskianalyys.pdf](https://www.ti.ee/fileadmin/user_upload/failid/dokumendid/Meedia_ja_statistika/Truekised/Riskianalyys.pdf) (07.05.19)

*SWOT analüüs ja põhimõtted selle koostamiseks.* Leanway. <https://leanway.ee/swot-analuus/> (06.05.19)

*TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast.* Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia kodulehekül. <https://www.kultuur.ut.ee/et/akadeemia> (23.04.19)

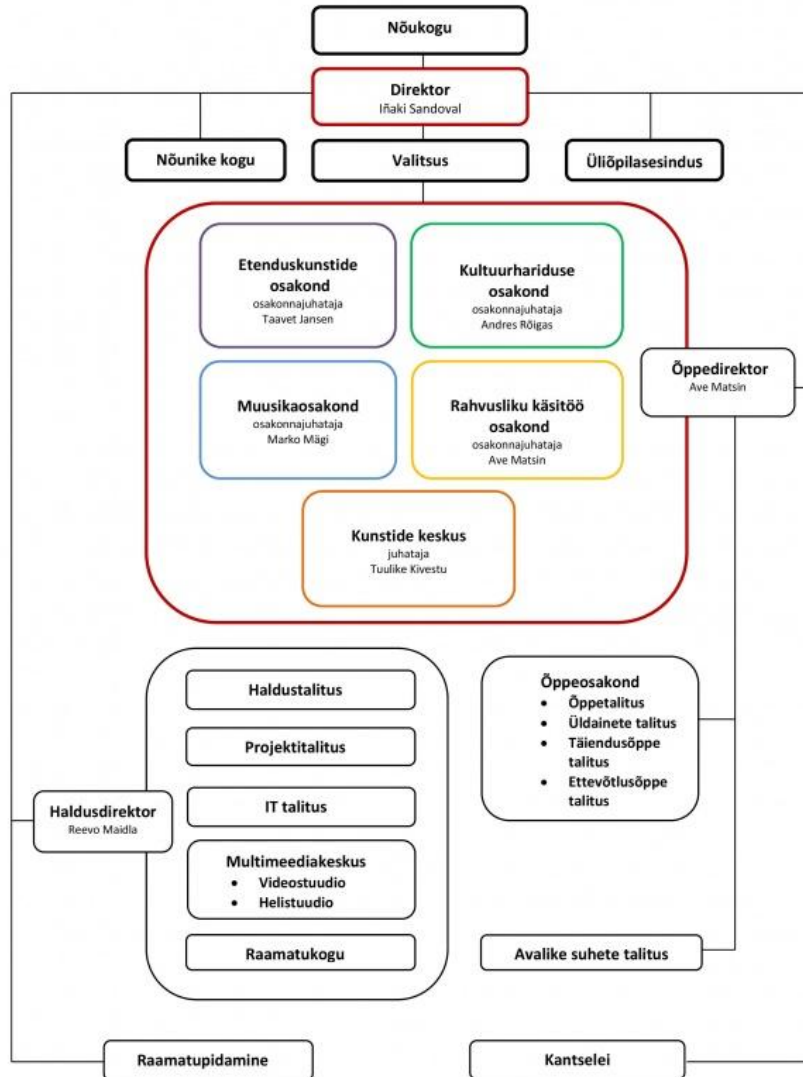
*Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri.* [https://www.kultuur.ut.ee/sites/default/files/www\\_ut/ulikoolist/viljandi\\_kultuuriakadeemia\\_po\\_hikiri\\_2015.pdf](https://www.kultuur.ut.ee/sites/default/files/www_ut/ulikoolist/viljandi_kultuuriakadeemia_po_hikiri_2015.pdf) (23.04.19)

Üksvärav, R. 2008. *Organisatsioon ja juhtimine.* Tallinn: TTÜ kirjastus.

*Ülikooli struktuur.* Tartu Ülikooli kodulehekül. <https://www.ut.ee/et/ulikoolist/struktuur-ja-inimesed> (23.04.19)

# LISAD

## Lisa 1. TÜ VKA struktuur



(Allikas: TÜ VKA kodulehekül)

Lisa 2. Tegevuskava Gantti tabel

<b>Made No5</b>						
<b>Ülesanne</b>	<b>17.-21.09</b>	<b>24.-28.09</b>	<b>1.-5.10</b>	<b>8.-12.10</b>	<b>15.-19.10</b>	<b>22.-24.10</b>
FB esmane postitus						
Kontseptsiooni leidmine						
Kujundaja leidmine						
Valgustaja leidmine						
Helitehnika kokkulepe akadeemiaga						
Fotograafi leidmine						
Kunstnik						
Plakatid (koolidesse, linna)						
Sotsiaalmeedia						
Sponsorasjad bändidele						
Intervjuu/video vms sheerimiseks						
Jutustaja+taustamusika kontserdile						
Esinduse nädalakiri, TÜ tudengiinfo						
Pressiteade						
<b>24.10 kell 19 kontsert Viljandi Gümnaasiumis</b>						
<b>Made No6</b>						
<b>Ülesanne</b>	<b>5.-9.11</b>	<b>12.-16.11</b>	<b>19.-23.11</b>	<b>26.-30.11</b>	<b>3.-7.12</b>	<b>10.-11.12</b>
Kontseptsiooni leidmine						
Kontserdikohaga suhtlus						
Kunstniku leidmine						
FB event						
Kujunduse tellimus						
Helitehnika kokkulepe akadeemiaga						
Fotograafi leidmine						
Visuaalkunstnik						
Intervjuu/video						
Valgustuse kokkelepe						
Plakatid (koolidesse, linna)						
Lavakujunduse kinnitamine						
Sotsiaalmeedia graafiku jälgimine						
Sponsorasjad bändidele						
Jutustaja+taustamusika kontserdile (Mario Kartezi)						
Esinduse nädalakiri, TÜ tudengiinfo						
Pressiteade						
Backstage asjad						
Printida graafikud, nimekirjad						
<b>11.12 kell 19 kontsert Pärnumuusika Aidas</b>						
<b>Made No7</b>						
<b>Ülesanne</b>	<b>25.02-3.03</b>	<b>4.03-10.03</b>	<b>11.03-17.03</b>	<b>18.03-24.03</b>	<b>25.03-31.03</b>	
Kontseptsiooni leidmine						
Kontserdikohaga suhtlus						
Kunstniku leidmine						
FB eventi loomine						
Kujunduse tellimus						
Helitehnika kokkulepe						
Fotograafi leidmine						
Visuaalkunstnik						
Intervjuu/video						
Valgustuse kokkelepe						
Plakatid (koolidesse, linna)						
Lavakujunduse kinnitamine						
Sotsiaalmeedia graafiku jälgimine						
Sponsorasjad bändidele						
Jutustaja+taustamusika kontserdile						
Puidust MADE skulptuur						
Esinduse nädalakiri, TÜ tudengiinfo						
Pressiteade						
Backstage asjad						
Printida graafikud, nimekirjad						
<b>27.03 kell 19 kontsert Sakala keskuses</b>						

<b>Made No8</b>						
<b>Ülesanne</b>	<b>8.04-14.04</b>	<b>15.04-21.04</b>	<b>22.04-28.04</b>	<b>29.04-05.05</b>	<b>06.05-12.05</b>	<b>13.05-19.05</b>
Eelmise Made tagasiside						
Konseptsiooni leidmine						
Kontserdikohaga suhtlus						
Kunstnik						
FB event						
Kujunduse tellimus						
Helitehnika kokkulepe						
Fotograafi leidmine						
Visuaalkunstnik						
Intervjuu/video						
Valgustuse kokkelepe						
Plakatid (koolidesse, linna)						
Lavakujunduse kinnitamine						
Sotsiaalmeedia graafiku jälgimine						
Sponsorasjad bändidele						
Jutustaja+taustamusika kontserdile						
Puidust MADE skulptuur						
Esinduse nädalakiri, TÜ tudenginfo						
Pressiteade						
Backstage asjad						
Printida graafikud, nimekirjad						
Järelpeo korraldus						
<b>15.05 kell 19 kontsert Ugalas</b>						

### Lisa 3. Riskianalüüs

Mida arvame juhtuvat?	T	M	Riski suurus (TxM)	Kus?	Millal?	Mida on võimalik teha selle vältimiseks?	Mida teha, kui see siiski juhtub?	Vastutaja	Aeg
Tulekahju	1	3	3	Kontserdipaigas	Enne kontserti, kontserdi ajal	Tehnikat ja seadmeid kontrollida, evakuaatsiooniplaaniga tutvuda.	Evakueerida maja esinejatest ja publikust, teavitada maja kontaktisikut, kutsuda päästeamet.	Produtsent	Kuni 3h + aeg meediale
Elektrikatkestus	1	3	3	Kontserdipaigas	Enne kontserti, kontserdi ajal	Jälgida elektrivoolu kasutust, et jääda normi piiresse.	Kiire reageerimine ja probleemi tuvastamine. Vajadusel elektrivarustajaga kontakteerumine. Publiku teavitamine ja vajadusel kontserdi toimumise tühistamine.	Kontserdipaiga kontakt, helitehnikajuht	Kuni 3h + aeg meediale
Tehnikarike	1	3	3	Kontserdipaigas	Proovide ja kontserdi ajal	Tehniline kontroll	Kiire reageerimine tehnilise meeskonna poolt (parandamine, uus tehnika). Vajadusel publiku teavitamine kontserdi toimumise tühistamise kohta.	Helitehnikajuht	Kuni 1h
Kontserdisarja kajastus ei jõua piisavalt paljude inimesteni	2	3	6	-	-	Panustada turundusele, reklaamile.	Märgata ja kaardistada vead, leida ideid tulevikuks.	Turundusjuht	-
Teadmatus sündmusest põhjustab vähesed huvi	2	3	6	-	-	Teha rohkem reklaami, rõhuda ühtsele stiilile, brand'i tekkele.	Märgata ja kaardistada vead, leida ideid tulevikuks.	Produtsent, turundusjuht	-
Külastaja/esineja terviserike	1	2	2	Kontserdipaigas	Enne kontserti, kontserdi ajal	Pakkuda kõigile mugavat olemist, vee ja värsket õhu kättesaadavust esinejatele ja publikule.	Kiire reageerimine pöördudes kiirabi poole. Suhelda ja rahustada publikut, vajadusel saalist välja juhatada.	Produtsent	Kuni 1h
Saalis on lubatud rohkem inimesi.	2	2	4	Kontserdipaigas	Enne kontserdi algust, kontserdi ajal	Pirata inimeste sissepääsu, kui lubatud arv on ületatud.	Suunata publik eemale, tagada mugav olemine saalis viibijatele (nt õhuringlus)	Produtsent	Kuni 0,5h
Sündmus ei leia toetajaid	1	1	1	-	-	Pidev ja järeleandmatu töö toetajate leidmiseks	Märgata ja kaardistada vead, leida ideid tulevikuks.	Sponsorlusjuht	-

## Lisa 4. "Made N°7" pressiteade

Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia

PRESSITEADE

22.10.2018

### **Made N° tuleb taas**

**24. oktoobril alustab teise hooajaga Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia muusikaosakonna kontserdisari Made N°. Kell 19 Viljandi Gümnaasiumis astuvad üles kaheksa pärimus- ja rütmimuusikaansamblit. Kontsert on tasuta!**

Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia muusikaosakonna kontserdisari Made N° on teist hooaega toimuv sari, kus pärimus- ja rütmimuusikaansamblid näitavad viie nädala jooksul õpitut erinevate juhendajate käte all. Kontserte toimub hooaja jooksul neli, kusjuures iga kontserdiga vahetuvad ansamblite koosseisud ja juhendajad.

Made N°5 kontserdil esitatakse muusikat pärimusest džässini esimese kuni neljanda kursuse muusikute poolt. Kontsert on oma olemuselt energiline ja veidi ettearvamatu, nagu muusikatudengid isegi. Lisaks meeldivale ajaveetmisele annab Made ka võrratu muusikaelamuse.

"TÜ VKA Made on jõudnud teise mademeni ja näitab taas taset. Tudengid nii heli- kui valgustehnoloogia alalt, multimeedikud, muusikaprodutsendid, korraldajad ja muidugi muusikud on üheskoos näitamas, mida kultuuriakadeemia noored suudavad," sõnas selle hooaja Made peakorraldaja Laura Kiili.

Lisainfot sündmuse kohta leiab Facebookist: <https://www.facebook.com/events/243544379695600/>

Lisainfo:

Laura Kiili

Made produtsent

+372 xxxx xxxx

e-mail: xxx@gmail.com

Koostaja:

Kerstin Kingo

e-mail: xxx@gmail.com

Lisa 5. Eelarve täitmine

Made N°5 - 24.10.18			
NR	Kulud	€	Rahastaja
			€
1	Saali rent (Viljandi gümnaasium)	150,00	Eesti Kultuurkapital
2	Valgustusteenus (tehnikateenuse rent+ajakulu)	420,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
3	Helitehnikateenus	435,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
4	Trükiteenus	4,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
5	Kujundajateenus	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
6	Fotograafi tasu	100,00	Kaasfinantseering
7	Backstage laud	270,00	Sponsorlus (Mulgi Pruulikoda)
8	Backstage laud	21,00	Kaasfinantseering
		<b>1 520,00</b>	<b>1 520,00</b>
Made N°6 - 11.12.18			
NR	Kulud	€	Rahastaja
			€
1	Saali rent (Pärimusmuusika Ait)	1 062,00	Eesti Kultuurkapital
2	Valgustusteenus (ajakulu)	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
3	Helitehnikateenus	435,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
4	Trükiteenus	4,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
5	Kujundajateenus	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
6	Fotograafi tasu	100,00	Kaasfinantseering
7	Backstage laud	8,70	Kaasfinantseering
		<b>1 849,70</b>	<b>1 849,70</b>
Made N°7 - 27.03.19			
NR	Kulud	€	Rahastaja
			€
1	Saali rent (Sakala keskus)	295,00	Eesti Kultuurkapital
2	Valgustusteenus (tehnikateenuse rent+ajakulu)	420,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
3	Helitehnikateenus	435,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
4	Trükiteenus	4,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
5	Kujundajateenus	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
6	Fotograafi tasu	100,00	Kaasfinantseering
7	Backstage laud	9,50	Kaasfinantseering
		<b>1 383,50</b>	<b>1 383,50</b>
Made N°8 - 15.05.19			
NR	Kulud	€	Rahastaja
			€
1	Saali rent (teater Ugala väike saal)	420,00	Eesti Kultuurkapital
			Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
2	Valgustusteenus (ajakulu)	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
3	Helitehnikateenus	435,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
4	Trükiteenus	4,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
5	Kujundajateenus	120,00	Omafinantseering (Kultuuriakadeemia)
6	Fotograafi tasu	100,00	Kaasfinantseering
7	Backstage laud	12,00	Kaasfinantseering
		<b>1 211,00</b>	<b>1 211,00</b>
	<b>Made N° 2018/2019 kokku</b>	<b>5 964,20</b>	<b>5 964,20</b>

## **SUMMARY**

This practically creative thesis ““Made” concert series 2018/2019” provides an overview of University of Tartu Viljandi Culture Academy’s concert series called “Made”. Thesis consists of an analysis of the organisation, concert series, teamwork, problems that occurred and possible solutions. The fourth chapter of the thesis is an analysis of the project leader’s work to find my strengths and weaknesses working as a project leader.

“Made” concerts series started from Tartu University Culture Academy’s music department’s students’ mandatory performances which the music department decided to bring in front of an audience in 2017. The concert series integrates the work of many departments in the academy, such as musicians, sound and lighting engineers, music producers etc. In the season 2018/2019 “Made” held four concerts: 24th of October in Viljandi Gymnasium, 11th of December in Estonian Traditional Music Centre, 27th of March in Sakala Centre and 15th of May in Theatre Ugala.

The concert series “Made” is a good opportunity to combine different skills from the departments of University of Tartu Viljandi Culture Academy to bring four unique concerts to the audience. “Made” is a teamwork between all the departments and the lecturers of the academy. The concert series gives a chance to practice skills learned in school and get to know the other department’s specialities. To carry out four concerts is the goal to achieve by working together.

As the project leader I had the chance to put into practice my theoretical knowledge gained from studies in University of Tartu Viljandi Culture Academy. “Made” for me was an educational experience, especially in the field of leading a team. I learned about the

specialities of different department's work and got to know the people inside the departments. I gained a valuable network of contacts. I am very glad to have been a part of "Made". As a growing project I believe it has a promising future the academy and the town of Viljandi.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Laura Kiili,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

Kontserdisari “Made” 2018/2019,

mille juhendaja on Piret Aus,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Laura Kiili*

*15.05.2019*