

TARTU ÜLIKOOLI PÄRNU KOLLEDŽ

Teenuste disain ja juhtimine

Maarit Kangron

**KLASSIKALISE MUUSIKA
KONTSERDIELAMUSE KUJUNDAMINE**

Magistritöö

Juhendaja: Arvi Kuura, PhD

Pärnu 2026

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Arvi Kuura

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Grete Männikus

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

(allkirjastatud digitaalselt)

Maarit Kangron

SISUKORD

Sissejuhatus.....	4
1. Klassikalise muusika kontserdielamuse kujunemine	7
1.1. Kontserdikülastus kui elamuse eeldus	7
1.2. Kontserdikülastuse motivaatorid, tõrked ning publiku rahulolu.....	14
1.3. Kontserdikülastuse kui teenuse disain – kultuuridisain	20
2. Klassikalise muusika kontserdikorraldus Eestis	25
2.1. Uuringu objekt, kontekst ja metoodika	25
2.2. Klassikalise muusika kontserdi külastusmotivaatorite uuring	31
2.3. Diskussioon, järeldused ja ettepanekud	42
Kokkuvõte.....	48
Viidatud allikad.....	50
Lisa 1. Teejuht muusikavaldkonnas.....	58
Lisa 2. Eesti Kontsert – teenusekaart.....	61
Lisa 3. Intervjuukava I.....	62
Lisa 4. Külastajaintervjuude analüüsitabel	63
Lisa 5. Intervjuukava II.....	65
Lisa 6. Ekspertintervjuu kokkuvõte: ERSO direktor	66
Lisa 7. Intervjuukava III	67
Lisa 8. Ekspertintervjuu kokkuvõte: käitumisteadlane	68
Lisa 9. Intervjuukava IV	69
Lisa 10. Ekspertintervjuu kokkuvõte: muusikapsühholoog.....	70
Lisa 11. Eesti Kontsert, rahulolu-uuringu väljavõtted	71
Lisa 12. Mitte-külastajate uuring	73
Lisa 13. Visuaalse annotatsiooni näide	76
Lisa 14. Eesti Kontserdi publiku teekond Estonia kontserdisaali näitel.....	77
Summary	78

SISSEJUHATUS

Elava muusika kontsert on üks võimalus, kuidas inimesed oma vaba aega kultuuriga sisustavad. Klassikalise muusika esitamise traditsioon on erinevate valitsejate ja sõdade kiuste kestnud sajandeid – muusika on kõlanud kodudes, kirikutes, õukondades, ooperimajades ning on pakkunud inimestele elamust ja kultuurset ajaviidet läbi aegade. Tänapäeval on muusikavaldkond üle kogu maailma seisus, kus kontserdiküllastajate arv langeb ning publik vananeb, mis paneb valdkonna eesotsas korraldajatega endalt küsima, mida peab tegema teisiti, et inimesed sooviksid jätkuvalt traditsiooniga kaasas käia. Hoolimata uutest suundadest erinevates kontserdipaikades kahaneb publikuarv ning võistleme küllastajate tähelepanu nimel digiplatvormide ja muude modernsete kultuurinautimise meediumitega. Tänapäeval väärtustatakse oma vaba aega ning küsitakse endalt väga täpselt, miks peaks seda pühendama just elavas ettekandes klassikalisele muusikale – motivatsioon veeta vaba õhtu kontserdisaalis kõnetab üha vähesemat segmenti publikust (Kolb, 2013, lk 32). Tõrgeteks on näiteks kõrge piletihind ning hirm arusaamatu sisu ees. Kultuurivaldkonna tegevus on ressursi nõudev ning klassikalise muusika kontserttegevus on olukorras, kus publiku huvi kahaneb ja piletitulud vähenevad. (National Endowment for the Arts, 2015). Sama probleem esineb ka Eestis, näiteks Sihtasutus Eesti Kontserdi kontserttegevuse näol.

Käesoleva magistritöö eesmärk on disainida terviklik klassikalise muusika kontserdielamuse kontseptsioon, mis suurendaks publiku osalust, rahulolu ja seotust žanriga.

Töös püstitatakse järgmised uurimisküsimused:

- Millised tegurid kujundavad klassikalise muusika kontserdiküllastuse motivatsiooni ja tõrkeid?
- Kuidas muuta kontserdiküllastus inimestele mugavamaks ja atraktiivsemaks ning disainida sujuvam klienditeekond?
- Kuidas saab kontserdikorraldaja kasutada disainmõtlemist ja teenusedisaini metoodikat tervikliku kontserdielamuse kujundamiseks, arvestades küllastajakogemust enne, kontserdi ajal ja pärast kontserti?

Tulenevalt valdkonna spetsiifilisusest käsitletakse töös nii klassikalise muusika esitamise traditsiooni tausta kui ka publiku käitumist: motivaatoreid ja tõrkeid, miks kultuuri tarbida ja täpsemalt klassikalise muusika kontserti külastada. Töös lähtutakse eeldusest, et disainmõtlemist ja teenusedisaini saab kasutada innovaatiliste kontserdiformaatide arendamisel. Töö keskne uurimisobjekt on Sihtasutus Eesti Kontsert (edaspidi Eesti Kontsert), mille kohta on asjakohane statistika ja ka hiljutise publiku-uuringu andmed.

Töö tulemusena valmivad ettepanekud ja kontseptsioon innovatiivseteks kontserdiformaatideks ja publikuteekonna lahendus, mis toetab edaspidi Eesti Kontserdi külastajate arvu kasvu ning klassikalise muusika kui kultuurivaldkonna kestlikkust. Töös käsitletud temaatika ja järeldused on kasulik kontserdimajade, kultuuriasutuste juhtidele ja töötajatele, kes tegelevad samasuguste väljakutsetega publikuarvu tõstmisel ning innovaatilise programmi loomisel. Tööst on abi ka teistele kontserdikorraldajatele, kultuuripoliitika kujundajatele, vastavate ministeeriumide töötajatele ning riikliku kultuuripoliitika strateegiadokumentide koostajatele.

Mõiste 'klassikaline muusika' on töös käsitletud laiemas mõttes. Kui ajalooliselt vihjab sõna 'klassikaline' (muusika)ajaloo perioodile 'klassitsism', mille eredaimateks näideteks on kolm heliloojat (Viini klassikut), siis tänapäeval tähistab kasutusel olev termin kogu žanrit ning sisaldab endas lisaks traditsioonilisele Haydnile, Mozartile ja Beethovenile žanripiiride ja erinevate kontserdiformaatidega katsetamist; kaasaegset muusikat (*contemporary music*), jazz-muusikat interdistsiplinaarseid vorme, teatraalseid komponente ning muusikateatrit. (Rosen, 1998, lk 19, 22).

Kontseptuaalselt tugineb töö erinevatele lähenemistele nii muusika- kui ka teatripubliku uurimises. Käsitletakse publiku kunsti- ja kultuuritarbimise motivaatoreid, tõrkeid ning muusika üleüldist mõju inimesele. Peamiselt toetutakse autoritele Tröndle, Wald-Fuhrmann ja Radbourne, kelle põhjalikud uuringud klassikalise muusika kontserdikülastustest annavad töö teoreetilisele osale väärtusliku sisendi. Töös pakutakse välja uus termin – kultuuridisain – mis põhineb disainmõtlemise teorial. Disainmõtlemise kui ka teenusedisaini kasutuse kohta muusikavaldkonnas probleemilahenduse tööriistana andmeid napib.

Empiirilise andmestiku moodustavad kaks uuringut (teisesed andmed) ning kvalitatiivsed intervjuud. Esiteks Eesti Kontserdi publiku rahulolu-uuring, mis viidi läbi 2025. aasta detsembris (Eesti Kontsert, 2025), mille küsimustiku koostamisel autor osales. Teiseks, 2026

aasta alguses Kultuuriministeeriumi eestvedamisel valminud uuring kultuuriasutusi ja kontserte mitte-külastavatest eestlastest (Ernst & Young, 2026). Magistritöö uurimisprobleemi valguses on nii külastaja kui mitte-külastaja oluline huviobjekt. Kolmandaks intervjuud: publikuintervjuusid viiakse läbi seitse, ekspertintervjuusid viiakse läbi kolm. Kõik intervjuud viib läbi autor.

Magistritöös ei käsitleta turundust, mis on eduka teenuse lahutamatu osa, vaid antud uuringus keskendutakse tausta, sisu, vormi ja teenuse elementidele.

Töös on tausta avamiseks kasutatud valdkonnaspetsiifilisi muusikalisi termineid ning mainitakse mitmeid heliloojaid ja kollektiive, mistõttu on autor loonud lugejale abiks teejuhi muusikamaailma (vt. lisa 1). Autor on kasutanud töös tehisintellekti (OpenAI ChatGPT keelemudeli) abi järgmistes tegevustes: intervjuude transkribeerimine ning kokkuvõtete loomine; intervjuuküsimuste sõnastuse parendamine, muusikalise teejuhi selgitustele sobivate allikate leidmine.

Märksõnad: disainmõtlemine (*design thinking*), elamusdisain (*experience design*), intellektuaalne stimulatsioon (*intellectual stimulation*), klassikaline muusika (*classical music*), kultuuridisain (*culture design*), publiku arendamine ja uurimine (*audience development and research*), sihtasutus Eesti Kontsert (*Foundation Eesti Kontsert*).

1. KLASSIKALISE MUUSIKA KONTSERDIELAMUSE KUJUNEMINE

1.1. Kontserdikülastus kui elamuse eeldus

Muusika on universaalne keel, esituskunst, mis kuulub kaunite kunstide valdkonda. Kunsti tarbimine ning kunsti tunnetamine on teemad, mis on huvi pakkunud läbi ajaloo erinevatele autoritele. Muusika kui kunst on kollektiivselt tähendusrikas, kuid kõnetab individuaalsel tasandil nii sügavalt, et seda on keeruline ratsionaalsete argumentidaga vaidlustada (Johnson, 2011, lk 11).

Sõnaga 'klassikaline' (lad k *classicus* 'esmaklassiline', 'parim') tähistatakse muusikat, mis kestab üle oma aja ning mida võtavad eeskujuks hiljem ka järeltulevad põlvkonnad (Siitan, 1998, lk 267). „Kõik helid on muusika“ leidis tunnustatud helilooja ja filosoof John Cage (vt. lisa 1), oma piirenihutanud teosega „4'33“ (1952), mida ta kirjeldab „helide puudumisena“. Tegemist on teosega, kus esineja on laval vaikuses täpselt neli minutit ja kolmkümmend kolm sekundit. Cage kinnitab, et alati on midagi kuulata, mis on muusika. (Cohen, s.a., lk 22–23)

Klassikaline muusika, tuntud ka kui kunstmuusika (*art music*), eristab helilooja harmoniseeritud ja noodistatud materjali folkloorist ja rahvamuusikast. Professionaalne muusika esitamise traditsioon kontserdi formaadis on kestnud juba üle 350 aasta. Suurema osa ajaloost on põhilised muusika (ja kunsti) toetajad ja nn tellijad olnud õukond ja kirik (Kolb, 2013, lk 11–13). Klassikaline kontsert, selle tänases vormis ei erine suuresti oma kombestiku, traditsioonide ja rituaalidega 150 aasta tagusest (Bühler, 2021, lk 18). Siit järeldub, et klassikalise muusika kontserdi formaadis ei ole toimunud märkimisväärset innovatsiooni juba üle saja aasta.

Muusika nautimiseks tänapäeval eksisteerib mitmeid erinevaid kanaleid, kuid üheks peamiseks elava muusika formaadiks on kontsert. Kontsert on raam muusika kuulamiseks, kus on loodud kõige optimaalsemad tingimused, et kuulata muusikalisi meistriteoseid ühes sarnaselt mõtleivate inimestega puhtalt esteetilise mõtiskluse ja elamuse eesmärgil (Wald-Fuhrmann *et*

al., 2021, lk 4). Kontserdi kui ühe muusikalise esituskunsti formaadi ajaloo esimeseks piletimüügiga kontserdiks võib pidada sündmust aastal 1672, Whitefriarsis, Londonis, kus esines viiuldaja John Banister (van der Heijde-Zomerdijk, 2022, lk 56). Musitseerimist ja ooperietendusi toimus ka juba sajandeid varem, kuid piletiraha küsimisele ei olnud keegi varasemalt mõelnud. Eelnevalt on muusika esitamist ja uue muusika tellimist juhtinud kirik ning õukond. Londonile järgnes ligi pool sajandit hiljem Pariis, kus aastal 1725 avati avalike kontsertide sari „*Concerts spirituels*“ (vaimulikud kontserdid) (vt. lisa 1), mis toimus kirikupühadel, kui ooperimajad olid suletud. (Siitan, 1998, lk 269, van der Heijde-Zomerdijk, 2022, lk 55 – 56).

Hiljem oli populaarne musitseerimine kodus ning valgustusaja põhimõtetega 18. sajandil, mis keskendusid suuresti enese harimisele, läks kaasa ka Eesti, kus kodus musitseerimiseks olid populaarsemad just klahvpillid (Pappel *et al.*, 2025, lk 166). Barokiajastu Saksamaalt leidub näiteid, kus muusikutele lisaks kogunesid õukondade juurde ka teised meistrid ning kultuuriasutuste ümber tekkis kõrgemal tasemel oskustöölise ringkond. Suurest huvist kultuuri vastu hakati ehitama ooperimaju ning see omakorda viis linnastumiseni (Falck *et al.*, 2018, lk 368).

Muusikakultuuri areng ja musitseerimine 17. ja 18. sajandil toimus põhiliselt õukondades. Valitsejate palgal oli hulgaliselt muusikuid ja heliloojaid. Musitseeriti ballisaalides, parkides, ooperietenduste vahel esitasid muusikud instrumentaalseid interlüüde ehk vahemänge. Erinevateks pidudeks ja tähtpäevadeks telliti kaasaegsetelt heliloojatelt uusi teoseid. Kuningas Louis XIV oli suur ooperihuviline ning tema algatusel asutati aastal 1669 *Académie Royale de Musique*, mis täna on tuntud kui Pariisi Ooper (*Opéra de Paris*) (vt. lisa 1). Louis XIV oli isiklikult seotud mitmete ooperietenduste produktsioonides, valides ooperite libretosid, kinnitades lauljaid erinevatesse rollidesse. Võib väita, et suuresti tänu tema tegevusele olid muusika ja kunst ühiskonnas senisest enam hinnatud. (Johnson, 1995, lk 10).

Muusikal oli tol ajal teisejärguline roll ja funktsioon, kuna muud sotsiaalsed tegevused olid esiplaanil. Alles 19. sajandil tõid muutused ühiskonnas kaasa ka muusika olulisuse rõhutamise. Kõige olulisemaks kontserdil tõusis muusika ise, mida publik vaikselt (reas) istudes kuulas (Bühler, 2021, lk 18). Kontserdi kui sellise muutumisest ajaloos on põhjaliku ülevaate kirjutanud Martin Tröndle. Kontserdikorraldajad 18. ja 19. sajandil olid ettevõtjad, kes võitlesid publiku tähelepanu eest ja olid formaatide osas innovaatorid. Selleks, et uus formaat püsima jääks, oli tarvis võimalikult palju kuulajaid, et see omaks võtta. (Tröndle, 2021, lk 14)

Muusikal ja kontserdil on oluline roll kultuuris. Mõistel kultuur on mitu tähendust. Kultuuri on käesolevas töös käsitletud kunstilises tähenduses, kuid Hofstede on sõnastanud ka kultuuri teise tähenduse, milleks on ühine väärtushinnangute süsteem (Kuznetsova-Bogdanovitš & Jyrämä, 2018, lk 106). Tänapäeval on erinevaid arvamusi kultuuri kunstilise mõtte jaotumisest popkultuuriks ja süvakultuuriks.

Esimesi märke süvakultuuri ja populaarse kultuuri vastandumisest võis märgata juba 18. sajandil. Näiteks korraldati Inglismaal spetsiaalseid vanamuusika õhtuid, kus reeglits oli, et muusika peab olema vähemalt 20 aastat vana. Esitati barokiaja heliloojaid nagu Purcell, Corelli ja Händel (vt lisa 1), et kaitsta publikut tol ajal vulgaarseks peetud kaasaegse Itaalia ooperi eest. Üha enam kerkis esile kunstiloomise sisemine vajadus – luua kunsti kunsti pärast, mitte vaid ühiskonna vajaduste pärast. (Kolb, 2013, lk 28–30; 30–32)

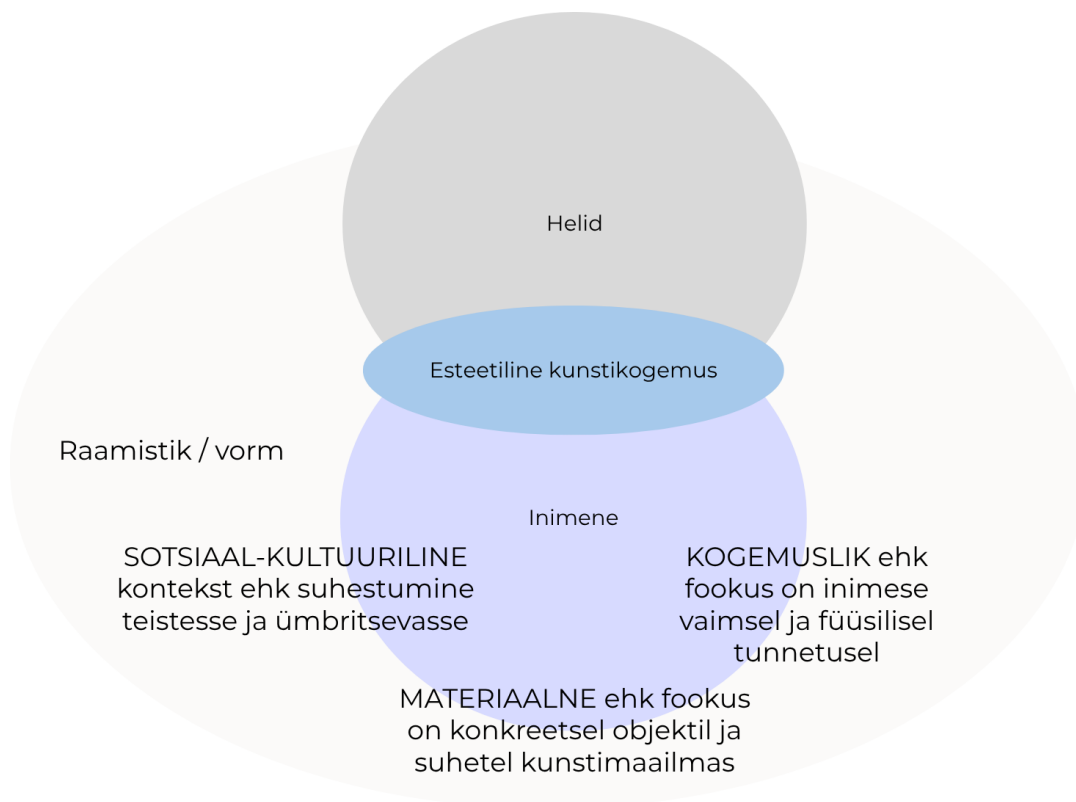
Bourdieu (1984) teooria kohaselt on igaühel alateadlikult nn võti mõtestamaks kultuuri vastavalt oma taustale ja haridusele. Kunsti peab mõistma (ja mitte pelgalt kogema) ning seetõttu uskus ta, et muuseumid, kontserdid, ooperimajad on vaid kõrgemate kihtidega hariduse omandanutele. Bourdieu jaotab inimesele kasutada olevad kapitalid kolmeks: sotsiaalne-kultuuriline ja majanduslik kapital. (Bourdieu, 1984, lk 13; Jørgensen, s.a., lk 33–34; Tröndle, 2022, lk 4)

Huvitavaks uurimisteenaks on olnud ka maitseküsimus kultuuris ja kunstis. Bourdieu leidis, et kõrgemalt haritud inimesed eelistavad Johann Sebastian Bachi „Hästi tempereeritud klaviiri“ (vt. lisa 1) ning näiteks poepidajad, käsitöölised eelistavad Johann Straussi valssi „Ilusal sinisel Doonaul“ (Kolb, 2013, lk 37–39). Tänapäeval, 21. sajandil on kujunenud vastuvõetamatuks inimeste jaotamine töölis- ja kõrgklassi. Siit järeldub, et kuigi Bourdieu tegi põhjaliku uuringu ning maitseküsimus on endiselt aktuaalne, siis käsitus ja uuringu vorm toetuvad iganend lähenemisele. Samas, tõdeb autor, et klassijaotust tänapäevases Euroopa ühiskonnas küll ei rakendata, kuid näiteks ligipääs teatavatele populaarsetele kultuurisündmustele, näiteks teatrietendustele, on piiratud, kuna piletid on kallid ja kiiresti välja müüdn.

Kunsti tunnetamist ja mõtestamist on mõjutanud ka sotsiaalsed muutused ühiskonnas. Hierarhia kõrg- ja popkultuuri vahel hakkas juba 20. sajandi teisel poolel hääbuma. Tänapäeva inimene soovib kultuuri tarbida ning seda kogemust teistega jagada. Kogetud emotsiooni jagamine *online*-platvormil oma sotsiaalmeediavõrgustikuga on nüüdseks oluline osa elamusest (Kolb, 2001, lk 11–13; Melenhorst & Liem, 2015, lk 804).

Iga kunstiliigi juures on loomulik püüda seda mõtestada. Siinkohal võib tuua paralleeli Weicki mõtestamise teooriast (*sensemaking*), mis keskendub sellele mida luuakse, kuidas luuakse, miks luuakse ja mis on tagajärg. Erinevaid definitsioone pakuvad mitmed autorid, kes selgitavad seda kui pidevalt kestvate protsessi, mille kaudu tekib teatav jagatud tähenduste tajumine, millega omakorda püütakse luua, arutada ja säilitada jagatud tähendusruumi. Samuti on pakutud laiemat mõistet, iseenda ja ümbritseva mõtestamist tähenduse loomise kaudu. (Jørgensen, s.a., lk 32; Weick, 2012, lk 145) Klassikalise muusika puhul võib siinkohal järeldada, et iga inimene mõtestab muusikat erinevalt ning loob vastavalt enda elukogemustele tähenduse kuulatava teose jaoks.

Saarikorpi ja Heinoneni (2025, lk 37 – 53) esitatud vaatenurk esteetilisele kunstikogemusele jaguneb kolmeks: materiaalne, kogemuslik ja sotsiaalkultuuriline (vt. joonis 1). Materiaalses keskendutakse teosele, täpsemalt vormile, ülesehitusele ja kunstimaailma reeglitele. Kogemuslik asetab fookusesse vaataja ja/või kuulaja ehk inimese enda ülesandeks jääb mõistuse ja meeltega teost tõlgendada. Sotsiaalkultuuriline laiendab pilti ning lisanduvad ümbritsevad inimesed, keskkond ning ühiskonna mõjud laiemalt.

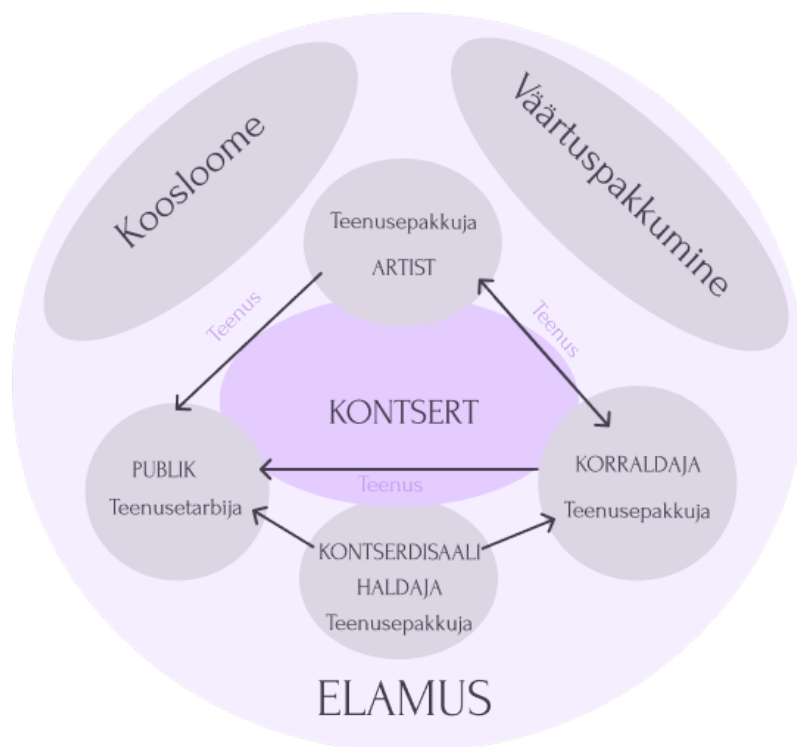


Joonis 1. Esteetilise kunstikogemuse erinevad tasandid. Autori koostatud Saarikorpi & Heinonen, 2025, lk 37-53; Wald-Fuhrmann *et al.*, 2021, lk 2 põhjal

Saarikorpi ja Heinonen tuginesid kogemusfilosoofia (*experience philosophy*) lähenemisele, milles tekib kunstikogemus osalemise ja kommunikatsiooni kaudu. Kunstikogemus pidevalt areneb ning varasemast kogemusest õpitakse tulevasteks kogemusteks (Saarikorpi & Heinonen, 2025, lk 40). Tröndle püstitab hüpoteesi, et kontserdi kui esteetilise elamuse põhiliseks eelduseks on tähelepanu. Uued innovaatilised formaadid peavad köitma publiku tähelepanu (sh esineja, koht, muusika). Kui potentsiaalsed külastajad märkavad ja võtavad omaks, siis on see jätkusuutlik (Tröndle, 2021, lk 14).

Tänapäeval on klassikalise muusika kontserdikülastused langustrendis ning tõestust sellele leidub üle kogu maailma. Ameerika Ühendriikides läbi viidud uuringust selgus, et kultuuris osalemine on langenud 6% aastal 2022 võrreldes aastaga 2017 (Jackson, 2023, lk 143). Kultuuriministeeriumi läbi viidud kultuuris osalemise uuring Eestis näitas, et võrreldes 2015. aasta samalaadse küsitlusega on külastatavus langenud samas mahu ehk 6% (Viilmann, 2024). Positiivse näitena võib välja tuua Londonis tegutseva *Royal Philharmonic Orchestra*, kes 2024. aastal läbi viidud uuringu järel ütleb, et näevad ka väikest tõusu publikuarvus. Huvi orkestri kontserte külastada tõusis 79 protsendi juurest 2018. aastal 84 protsendini 2023. aastal. Seoses tehnika arenguga tunnistab 60% *Royal Philharmonic Orchestra* kuulajatest, et digitaalsed platvormid on muutnud nende muusikatarbimist olulisel määral. Samuti selgus külastajauuringust, et enamik kontserdikülastajaid on vanuses 50 või enam (Royal Philharmonic Orchestra, 2024, lk 13). Eelneva põhjal võib järeldada, et üldine klassikalise muusika kontserdikülastus on siiski languses, kuid on häid näiteid kollektiividest, kes on suutnud enda ümber kasvatada lojaalset publikut ning seetõttu trendi langusest välja tulla ning tõusule pöörata.

Kontserdielamuse osad võib üldistavalt jaotada neljaks: esineja, publik, kontserdisaali haldaja ja korraldaja. Eeldusel, et kontserti saab käsitleda kui teenust, püstitub küsimus, kuidas kujuneb sellest teenusest elamus. Joonisel 2 on toodud kontserdi kui teenuse väärtuspakkumise kujunemine.



Joonis 2. Kontserdielamuse kui teenuse väärtuspakkumise koosloome. Autori koostatud Makkonen *et al.*, 2026, lk 7 põhjal

Muusikavaldkond püüab igapäevaselt leida uusi lahendusi, kuidas publik erinevaid koosseise või kontserdipaiku märkaks ja külastaks ning kontserdielamus võiks muutuda senisest mõjuvamaks. Elamusdisaini juures räägitakse ka kureerimisest. Mõjus kureerimine tähendab visiooni ja juhtimise tugevamat seost suhtes publikuga ning kureerimisel tuleks arvesse võtta kõiki elemente, mis panustavad inimeste (siinkohal publiku) heaolusse (Richards *et al.*, 2014, lk 166, 201). Lähtudes eelnevast on kontserdikorraldajate rollis oluline kontserdielamust kureerida. Selleks on erinevad võimalused, mida võib jaotada sisulisteks ja vormilisteks, kus vormiliste hulgas on aeg, koht, ruum ja sisuliste hulgas esineja ja tema visioon, kava ülesehitus. Jaotus on kujutatud tabelis 1:

Tabel 1. Kontserdi sisulised ja vormilised kureerimise võimalused

Vormilised	Sisulised
Aeg	Artist ja tema visioon
Koht	Kava ülesehitus ja kontseptsioon
Kestvus	Esitlemisviis
Füüsiline ruum	Interpretatsioon
Atmosfäär	Korraldaja visioon

Autori koostatud Radbourne *et al.*, 2013; Tröndle, Weining, Uhde, *et al.*, 2025a, lk 64 põhjal

Traditsioonilisest erineva vormilise kureerimise puhul on üheks võimaluseks erinev kohavalik. Näiteks on Londoni äärelinnas Peckhamis, mitmekorruseline parkimismaja (*Multy-Story Car Park*), milles tegutseb orkester *Multy-Story Orchestra* (Keith, 2022, lk 10). Tegemist on projektorkestriga, mis soovib muusikat inimestele lähemale tuua, et eemaldada barjäärid ning elitaarsuse hõng.

Erineva kontseptsiooniga näide maailmast on ka *non-classical* (vt. lisa 2) liikumine Londonis, mille raames Gabriel Prokofjev on viinud klassikalise muusika sündmused ööklubidesse, kus erinevad inimesed, vanusegrupid saavad vabamas õhkkonnas klassikalist muusikat kuulata ning ringi liikuda. Liikumine kontserdi ajal on publikule oluline. (Keith, 2022, lk 10). Eestis esindab eksperimenteerivat formaati selles kategoorias dirigent Kristjan Järvi, kelle erinevad kollektiivid ka ise mitte ainult ei liigu laval, vaid esitavad muusikat peast, ilma noodita. Sellises formaadis esitus võib toimuda nii improviseeritud kui ka ettevalmistatud teoseid esitades ning vabamalt saab liikuda ka publik.

Üheks suuremaks mõjutajaks esituskunstides ning maailmas laiemalt on digiajastu kiire areng. Kultuuriorganisatsioonide jätkusuutlikkust võib hinnata nelja erineva dimensiooni järgi: finants-stabiilsus, organisatsiooni juhtimiskvaliteet, publiku arendus ja kunstiline innovatsioon (Salvaggio, 2025, lk 46). Sündmuse kujundamisel ja kureerimisel võiks digitaalsete võimalusi ära kasutada, sest see võib aidata avada elamuste uusi tasandeid ning võimendada publiku emotsioone (Richards *et al.*, 2014, lk 166). Salvaggio pakub innovaatiliste lahendustena järgmiseid võimalusi, mis sisaldavad ka liitreaalsuse (*augmented reality*, AR) ja virtuaalreaalsuse (*virtual reality*, VR) integreerimist (tabel 2):

Tabel 2. Virtuaalreaalsuse ehk VR ja liitreaalsuse ehk AR integreerimine kontserdiformaati

NIMETUS	KIRJELDUS
Hübriid-kontserdid	Traditsiooniline sulatatakse kokku modernsega. Klassikaline kontsert samal ajal digitaalsete ülekandevõimalustega
Koostöökontserdid	Erinevate kunstiliikide, žanrite, orkestrite muusikud ja näitlejad loovad interdistsiplinaarse koostööprojekti.
Hariduslikud kontserdisarjad ja programmid	Spetsiaalsed haridusprogrammid, interaktiivsed kontserdid. Publiku arendamine.
Tehnoloogia integreerimine	AR ja VR lisamine kontserdiformaati, et pakkuda endasse-neelavat kogemust

Autori koostatud Salvaggio, 2024, lk 7–8 põhjal

Sümfooniaorkestrite ja klassikalise muusika kontsertide puhul on üldiselt kasutusel kontseptuaalne programm ehk teatud temaatikaga kava kontseptsioon (Keith, 2022, lk 14). Lisaks sellele on spetsiaalselt sümfooniaorkestritele loodud graafiline annotatsioon ehk kavalehe muusikalise sisu visuaalne tutvustus (vt. lisa 12) (Chan-Hartley, 2021, lk 8). Klassikaliselt on kontserdi ja ka teatrielamuse saatjaks paberkandjal kavaleht, mis tutvustab teose või näidendi sisu, esinejaid ning annab korraldajale võimaluse lisada erinevat olmelist infot ning reklaame järgnevate ürituste kohta. Muusikaliselt haritud publik saab näiteks sümfooniaorkestri kontserdil Mozarti 40. sümfoonia esitusele alati võtta kaasa partituuri, kuid eelneva muusikalise ettevalmistuseta publik peab leppima vaid sõnalise tutvustusega. Eelnevast tulenevalt võib järeldada, et ka tavakülastajate hulgas inimesi, kes sooviksid lisaks muusikute jälgimisele, jälgida teose struktuuri, mis on arusaadav ka ilma nooditundmise oskuseta. Sellise võimaluse on pakkunud graafilise annotatsioonina (*Symphony Graphique*) välja Chan-Hartley (2021). Visualiseerimise vajadus selgus ka intervjuudes, sellise „skeemi“ jälgimine võiks aidata muusika ajal kuulajatel teoste struktuuri paremini mõista.

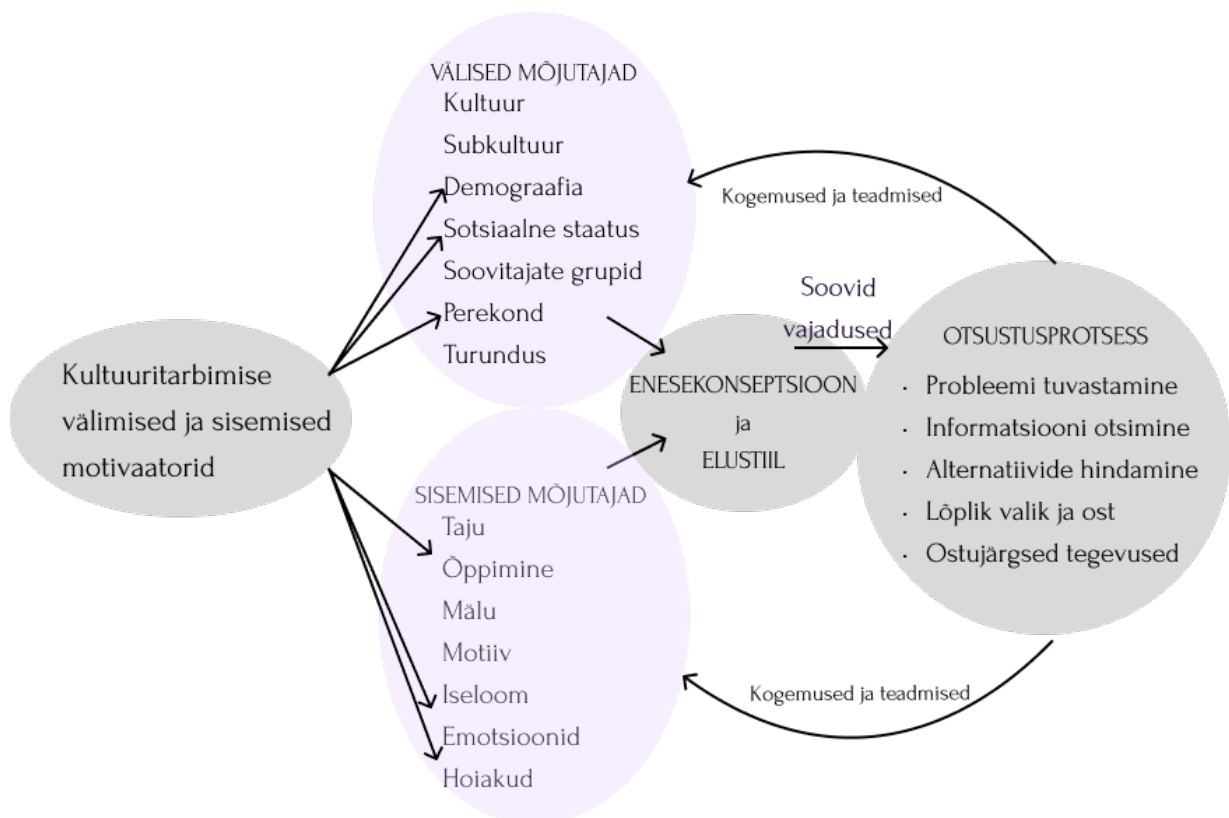
Kunstikogemusest edasi liikudes jõuame publiku rahulolu juurde. Kultuuriorganisatsioon ei saa küll kontrollida oma tarbijate (töö kontekstis publiku) eesmärke, kuid saab mõjutada nende rahulolu töötades erinevate kokkupuutepunktidega oma teenuses. Rahulolu on võtmetegur selles, et publikul tekiks mõte soovitada, annetada või taas külastada (Cacovean *et al.*, 2021, lk 219, 229).

Kokkuvõtvalt järeldub, et publikuarv on küll vähenemas, kuid valdkonnasiseselt tehakse pingutusi, et publik leiaks tee klassikalise muusikani järjest lihtsamini. Erinevaid innovatiivseid lahendusi on juba proovitud, kuid vajadus on teha enam. Kontserdikülastust kui teenust vaadeldes on oluline pöörata tähelepanu kõikidele elementidele, kaasa arvatud publiku rahulolule ja klienditeekonnale.

1.2. Kontserdikülastuse motivaatorid, torked ning publiku rahulolu

Publiku käitumismustrid on arenenud läbi aegade ning on oma ajastu peegeldus. Nii on ka publiku uurimisel oma ajalugu. Vaadates minevikku, on tausta võimalik kokku panna erinevatest allikates: päevikussissekannetest, luuletustest, näidenditest, romaanidest ja muust sellisest, (Reason *et al.*, 2022, lk 38). Ajalooliselt võib läbi kontserdipaikade disaini näha arengut, kuidas kontserdikülastuse juures on muutunud publiku fookus: kui 18. sajandil oldi keskendunud sotsiaalsetele aspektidele, mis segunesid söömise-joomisega ning kaaslase

leidmisega, siis nüüd on tähelepanu suunatud laval esitatavale, näiteks istutakse näoga lava poole (Pitts & Burland, 2013; lk 8). Võrreldes eelmiste sajanditega liigub ühiskond eemale kultuuri nn pühalikkusest. Tänapäeva 21. sajandi publik ei soovi, et neid alahinnataks ja õpetataks reegleid, kuidas kultuuri nautida, küsides endilt väga täpselt, miks nad peaksid oma hinnalist aega kultuuri nautides teiste ettekirjutusele kulutama, kui nad saavad enda eest ise otsustada (Kolb, 2013, lk 32). Tänapäeva kultuuritarbija on teatud mõttes eneseotsingul; loomingulised ja kultuurilised tegevused on saanud spirituaalse rolli, ta on senisest passiivsest tarbijast muutunud aktiivsemaks ning on senisest teadlikum (Bühler, 2021, lk 22; Kuznetsova-Bogdanovitš & Jyrämä, 2018, lk 107). Joonisel 3 on toodud välja ühisosad kliendikäitumise mudelis, otsustamisprotsessi välimised kui sisemised mõjutajad ning kultuuritarbimise kattuvad motivaatorid.



Joonis 3. Kliendikäitumise ja kultuuritarbimise sisemised ja välimised mõjutajad ja motivaatorid. Autori süntees Hawkins & Mothersbaugh, 2010, lk 27; Melenhorst & Liem, 2015, lk 801 käsitlustest

Kultuuritarbimise, näiteks kontserdikülastuse juures võib välja tuua erinevad motivaatorid ning torked. Motivaatorid võib jaotada kaheks: välimised (*extrinsic*) ja sisemised (*intrinsic*). Sisemised motivaatorid on näiteks esineja, kava, sarjapilet. Välised motivaatorid on

sotsiaalsed, näiteks kontserdikutse sõbralt, tähelepanu meedias. (Melenhorst & Liem, 2015, lk 801) Tugevaks sisemiseks motivaatoriks on tänapäeval elamuste otsimine. Tarbides rohkem erinevaid kultuuriteenuseid ning külastades interaktiivseid muuseume, mängides videomänge, külastades sensoorselt stimuleerivaid sündmusi, liiguvad inimesed üha kaugemale staatilistest elamustest, kus peab pikemat aega paigal ja vaikselt olema, näiteks kontsert. Sellisel arengul on suur mõju kliendikäitumisele ja kahtlemata kultuuritarbimisele. (Bühler, 2021, lk 20) Eelnevast järeldub, et ka kontserdikorraldaja ja esineja jaoks on vaja senisest rohkem pingutada publiku tähelepanu nimel, kuna harjumus teiste meediumitega, mis on esmapilgul stimuleerivamad, peab muusikaline sisu ja vorm suutma võistelda.

Kontserdikülastuse üheks motivaatoriks on vajadus kuuluda teatavasse sotsiaalsesse gruppi. Oluline osa publiku kogemusest on ajaveetmine sarnaste väärtustega ühiskonnagrupis, mis omakorda võib osutada oluliseks motivaatoriks kontserdikülastusel (Burland, 2014, lk 25). Sotsiaalne grupp ei tähista enam ühiskonnaklasse, nagu eelnevatel sajanditel ning seetõttu peame ümber mõtestama ka klassikalise muusika funktsiooni ühiskonnas. Eelnevalt on see olnud nn rikaste privileeg, kuid tänapäeval vajavad inimesed muusikat ka esteetilisel eesmärgil. Peame ühiskonnas endilt küsima, mis meile klassikalise muusika juures täpsemalt meeldib ning mis osa sellest ei kõneta ning mida popkultuuril on anda ja klassikalises muusikas puudu jääb (Johnson & Perrine, 2014, lk 28–29).

Huvipakkuv teema töö eesmärgi täitmise kontekstis on kontserdikülastuse motivaatorite juures muusika mõju emotsioonidele. Klassikaline muusika võib kutsuda esile erinevaid häid emotsioone ning meie isikuomadused mõjutavad seda, kuidas me muusikat vastu võtame (Kreutz *et al.*, 2008, lk 102). Samuti on leitud, et rahuliku klassikalise muusika kuulamine langetab vererõhku (Darki *et al.*, 2022). Kultuurisündmuste külastamine üldisemalt võib panustada elukvaliteedi tõusu. Motivatsioon ei ole siis enam materiaalne, vaid psühholoogiline – soov lasta end erakordsetest elamustest liigutada, kus muusika kui tõhus emotsioonide kandja oleks peamises rollis. (Bühler, 2021, lk 21) Siit järeldub, et vaimse tervise kriisis on klassikaline muusika soodsas olukorras – mõju emotsioonidele võib olla väga positiivne, mis võib inimestel aidata üldist heaolutunnet tekitada.

Üheks motivaatoriks kontserti külastada võib pidada intellektuaalset stimulatsiooni. Uuringus, mis võrdles väga heal tasemel salvestatud muusika kuulamist kodustes tingimustes võrreldes kontserdisaaliga, leiti, et intellektuaalne stimulatsioon on märkimisväärselt suurem elava ettekande puhul (Kreuzer *et al.*, 2025, lk 8). Selleks, et kontserdi kui teenuse tarbimine oleks

terviklik, võiksid kliendi külastuse puhul aktiveeruda võimalikult mitu meelt. Sensoorses turunduses kasutatakse strateegiat, kus kliendi ratsionaalse otsustusvõime kõrval aktiveeritakse tema emotsioone ning erinevaid meeli (Jang & Lee, 2019, lk 3). Siit järeldub, et intellektuaalne stimulatsioon on mõjuvam just elavas ettekandes, sest klassikalise muusika puhul on tavapäraselt kontserdisaalid hea akustikaga ning kohal viibides on lisaks kuulmisele aktiveeritud ka nägemismeel.

Erinevate meelte kaasamisel on üheks võimaluseks lõhnataju. Turunduses on märgatud juba pikemat aega, et erinevad brändid on ühena võimalustes võtnud kasutusele ka vastavalt oma brändi identiteedile sobivad lõhnad. Pagariäridest möödudes stimuleerivad meie meeli need lõhnad ning kutsuvad ostma. Teatrilavastustes on lõhnade kasutamist juba proovitud, eriti selleks, et püüda teataval määral võistelda filmi ja kinoga. (Spence, 2021, lk 2). Siit järeldub, et tervikliku elamuse saavutamiseks tasub katsetada erinevate meelte aktiveerimisega, sealhulgas lõhnatajuga.

Võib öelda, et elamuskultuuril on tänapäeva inimese elustiilis järjest tähtsam koht ja spirituaalsus on asendanud religiooni. Vaimse tervise kriisi arvesse võttes otsivad inimesed mitte vaid füüsilist heaolu, vaid eelkõige vaimset ja spirituaalset rahulolu ning just emotsioone ning tundeid mäletavad inimesed kõige paremini (Richards *et al.*, 2014, lk 165). Kunstil on omadus toetada vaimset heaolu nii emotsionaalsel (hedoonia) kui ka psühholoogilisel (eudaimoonia) tasandil. Kunsti kogemine võib tekitada vaimustust, pakkuda rahu ning valmistada rõõmu ning mitmeid teisi positiivseid emotsioone. Samuti aitab toetada üleüldist vaimset arengut, intellektuaalset stimulatsiooni ja kujundada inimese identiteeti (Kõlar *et al.*, 2025, lk 9). Taanis läbi viidud uuringus leiti, et kultuuritarbimine ja loominguliste tegevuste praktiseerimise vähendavad depressiooni ja ärevust ning üldine heaolu paraneb (Jensen *et al.*, 2023, lk 2). Eelnevast tulenevalt võib järeldada, et muusikal võib olla oluline roll maailmas toimuva ärevuse maandamisel.

Erinevate muusikažanrite tarbimise külastuskogemus võib suurel määral erineda – näiteks popmuusika kontserdil on aktsepteeritav ruumis ringi liikuda ja oma istekohal tantsida, kuid klassikalise muusika kontserdil oodatakse enamasti, et publik on passiivse kuulaja rollis ega liigu (Sloboda, 2024, lk 146).

Elava muusika kontserdid on erinevad kodustes tingimustes muusika kuulamisest. Positiivseid emotsioone tekitavad küll mõlemad, kuid eriti elavas ettekandes muusika puhul on täheldatud

suuremat psühholoogilist reaktsiooni, aju aktiivsust ning ka tugevamaid emotsioone. Emotsioone tugevdab ka sotsiaalne kontakt (Wald-Fuhrmann *et al.*, 2026, lk 5) Melenhorst & Liem, 2015, lk 803). Siit järeldub, et elava muusika kontserdil koos teistega tugevaid emotsioone jagades on sel ühendav mõju.

Muusikamaitse ei muutu elukaare jooksul märkimisväärselt. On leitud, et muusikalised eelistused kujunevad välja varajases täiseas, umbes 23,5 aastaselt (Davies *et al.*, 2022, lk 682). Inimesed, kes on võimalikult varajases eas tänu perekonnale või haridusele erinevate muusikastiilide, kunsti ja kultuuriga tutvunud, tulevad tõenäoliselt selle žanri juurde hilisemas eas tagasi. Nii nagu ka sportlased treenivad varajases eas, on tarvis tutvustada noortele klassikalise muusika kontserdiformaati juba lapsepõlves. (Bühler, 2021, lk 39; Richards *et al.*, 2014, lk 150; Tröndle, 2022, lk 33). Antud töös läbi viidud uuring näitab samuti tugevat seost muusikahariduse või üldise muusikalise kogemuse seosest varajases nooruses võrreldes hilisema kontserdikülastuse või kultuuritarbimisega üldisemalt.

Tõrkeks publiku külastusmotivatsiooni juures võib olla teatav hoiak käitumisreeglite teadmatusest. Kontserdi (ja ka teatrikülastusega) käivad kaasas üldtuntud traditsioonid ja rituaalid. Üheks nendest on aplaus. Kui 18. sajandil segunesid hüüded ja aplausid läbisegi muusikaga, siis 19. sajandi lõpus liiguti vaikselt kuulamise poole. Plaksutati vaid erinevate muusikateoste vahel. Ooperihelilooja Richard Wagner (vt. lisa 2) eelistas, et aplodeeritaks mitte enne kui tervikteose lõpus ja tänini ei aplodeerita teose osade vahel (Keith, 2022, lk 4; Sloboda, 2024, lk 146; Tröndle, Weining, Uhde, *et al.*, 2025a, lk 64). Muutumas oli ka kontserdisaalide ja ooperimajade atmosfäär – publikult oodati miljöole vastavat käitumist (Tröndle, 2021, lk 15). Vahast tilkuvad küünlad ja õlilambid võisid luua maheda valgusega erilise atmosfääri, kuid nendest tekkinud suits häiris esinejaid ja publikut. Praktilisest küljest otsiti aga lahendusi, kuidas nii esinejad ja ka kuulajad teineteist paremini näeks (Johnson, 1995, lk 11). Praegusel ajal on traditsiooniks teose lõppedes oodata vaikuses paar sekundit, mis loob lõpetatuse tunde ning võib esteetilist kogemust publiku jaoks intensiivsemaks muuta (Tröndle, 2021, lk 15). Teatrilavastaja Max Reinhart oli esimene, kes muutis 20. sajandi alguses teatrisaali valguse eredast tumedaks, et lava oleks paremini valgustatud ning publiku kohalolu pimedas vaid aimatav (Saro, 2014, lk 58). Võib järeldada, et ajalooliselt on kombed ja tavad teatrilavalt kontserdisaali ja vastupidi liikunud nii publiku, aga eriti just kunstnike, näitlejate, muusikute ja heliloojate tiheda lävimise mõjul.

Berliinis läbi viidud uuringu käigus leidis Tröndle, et kõige enam mõjutavad kultuurisündmuse külastamise otsust muusikaline maitse, sõpruskond, õpingud (Tröndle, Weining, Wald-Fuhrmann, *et al.*, 2025, lk 2). Eestis läbi viidud mitte-külastajate uuringus selgus, et kõige suurema mõjuga takistus on piletihind (Ernst & Young, 2026).

Publiku-uuringus leidis Emerson erinevaid motivaatoreid, miks inimesed kontserdil käivad, näiteks sotsiaalne ja esteetiline aspekt kontsertide juures. Tegemist on esimese omataolise põhjaliku uuringuga, milles osales üle kahe tuhande inimese. Küsitlused toimusid kokku kaheteistkümnel kontserdil kaheksas Euroopa riigis, sh ka Eestis. Emerson koostas kokku seitse uurimisküsimust, mis katsid järgmised alad: motivatsioon ja demograafia; publiku eelistused ja arvamus kaasaegsest klassikalisest muusikast; laiem kontserdikogemus; esteetiline kogemus, kogemus alternatiivsete formaatidega ja publiku osalemisega elamuses; institutsiooni ja publiku vaheline suhe ja publiku vaated klassikalisele muusikale ja kaasaegsele muusikale eristumine žanris. Uuring eristub, kuna keskendub kaasaegsele klassikalisele muusikale, (kirjutatud pärast 1945. aastat). (Emerson, 2024, lk 24–29)

Huvitav on märgata näiteks erinevusi keskmises vanuses, mis on 38 – 47 aasta vahel. Leiti, et kontserdile minekut ei mõjuta üldine hariduse tase nii väga, vaid suurem mõjutaja on muusikahariduse olemasolu või puudumine. Samuti selgus, et kontserdil käimise tihedus alla 35 aastaste seas on tunduvalt harvem, kui vanemate inimestes seas. Järelduste osas tuuakse välja, et eelnevad negatiivsed hoiakud klassikalise (uue) muusika osas on seotud ka madalama kontserdielamusega. Samas leiti ka, et kui publik tunneb ja teab esinejaid, võib see mõjutada kontserdielamust positiivselt, mis omakorda viitab suuremale esineja-publiku kommunikatsiooni olulisusele. (Emerson, 2024, lk 55–64)

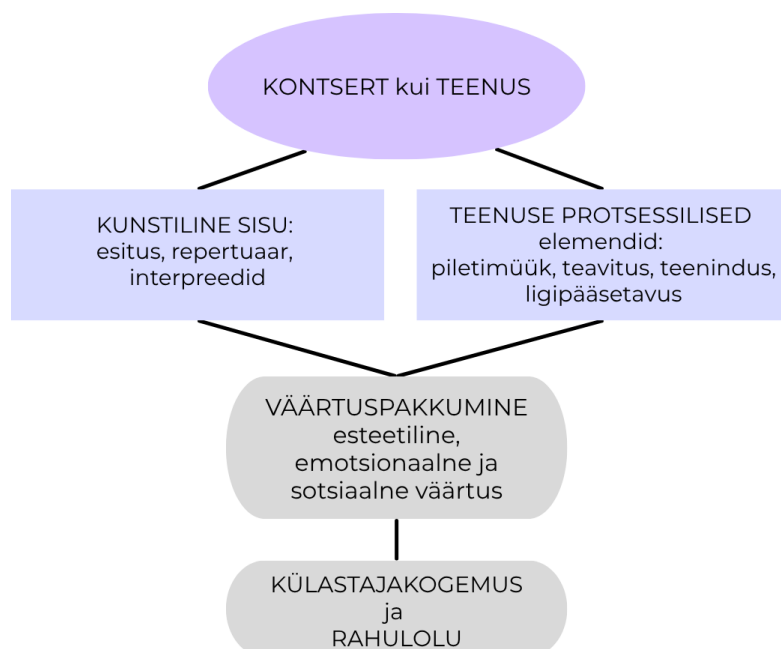
Kontserdi külastamise tõrkeid on erinevaid. Varasemate uuringute tulemusi tõrgetest on tunduvalt vähem, kui motivaatorite kohta. Hirmutavana võib tunduda kontserdisaali esmakordne sisenemine ning sealne etikett, mistõttu uuem publik ei tunne end seal mugavalt. On leitud, et esmakülastajate jaoks on kontserdi kavalehel olev info liiga keeruliselt sõnastatud ja jääb mulje, et klassikalise muusika kontserdi nautimiseks on vajalikud eelteadmised. (Melenhorst & Liem, 2015, lk 801) Vaadates nooremat vanusegruppi, siis klassikalise muusika kontserdi ülesehitus ei ole noortele sotsiaalselt kutsuv või oluline (Bühler, 2021, lk 26). Tõrgeteks on kõrge piletihind, ajapuudus, tegelemine hobidega või spordiharrastustega (Ernst & Young, 2026). Ameerikas läbi viidud uuringus selgus, et peamiseks tõrkeks on ajapuudus ning seejärel piletihind. Iga kolmas uuringus osaleja, kes tundis küll huvi kontserdielu vastu,

kuid ei külastanud neid, tunnistas, et kõige olulisem mõjutaja on ajapuudus. Samuti toodi välja õpinguid, lastekasvatamist, sobiva külastuskaaslase puudumist ning füüsilist tervist ja ligipääsetavus. (National Endowment for the Arts, 2015, lk 2). Ameerika ja Eesti uuringud sarnanevad tõrgete osas – mõlemas on esikolmikus piletihind ja ajapuudus.

Kokkuvõtvalt võib järeldada, et kontserdikülastuse motivaatoreid ja tõrkeid on erinevaid. Peamiselt jaotatakse tõrked sisemisteks ja välisteks. Kliendikäitumise teooria järgi mõjutavad need otsustusprotsessi nii tavapärase toote või teenuse puhul, kui ka kultuuritarbimisel.

1.3. Kontserdikülastuse kui teenuse disain – kultuuridisain

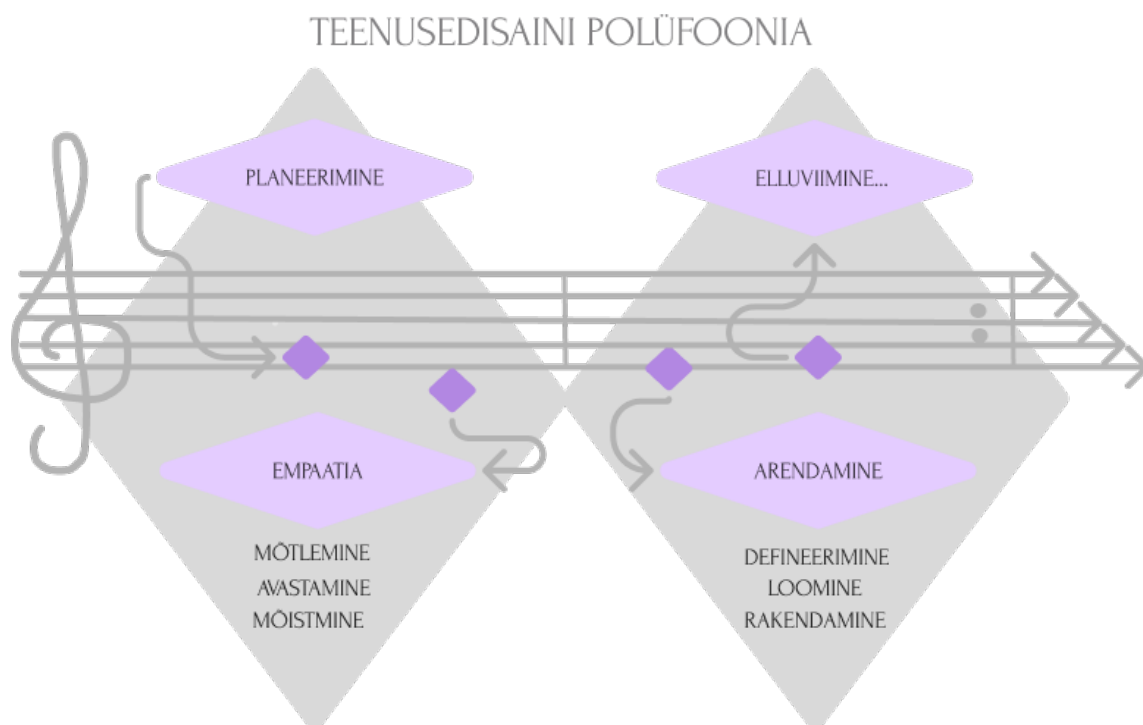
Klassikalise muusika kontserti võib defineerida kui teenust. Teenust võib käsitleda kui immateriaalset toodet, mida pakutakse kellegi (vaimse või füüsilise) töö kaudu; mille kogemise tagajärjel võib muuhulgas muutuda nende vaimne seisund (Tooman *et al.*, 2023, lk 38–39). Vaadates publiku erinevaid motivaatoreid ning heaolu kultuuriteenuse tarbimisel, saame täpsemalt näha, kuidas see teenus kujuneb ning täpsemalt millest koosneb (vt. lisa 2). Kontserdikülastuse nagu iga teenuse puhul on oluline väärtuspakkumine. Joonisel 4 on kujutatud kogemuse ja rahulolukujundajad.



Joonis 4. Kontserdikülastaja kogemuse ja rahulolu kujundajad. Autori koostatud Wald-Fuhrmann *et al.*, 2021 põhjal

Peamised probleemid, millele valdkond lahendusi otsib, on kahanev külastus ning vananev publik. Üks võimalus probleemi lahendada on rakendada disainmõtlemist. Disainmõtlemise teooria alusepanijaks 1990. aastatel oli ettevõtte nimega IDEO ning nende raamistik on nüüdseks kiirelt levinud disainimaailmast muudesse valdkondadesse. Alguse sai see akadeemilises diskursuses juba varem (Bender-Salazar, 2023, lk 2). Disaini eesmärk on kujutleda praegusest erinevat tulevikku; see ei ole vaid probleemilahendamise tööriist, vaid peab aitama indiviididel ja ühiskondadel saavutada oma täispotentsiaali; disain on heaolu toimetamine inimesteni (Bowie Christoforetti & Verganti, 2025, lk 55, Penin, 2018, lk 201). Kontserdikorralduses on mitmeid aspekte, kus disaini kasutada saab. Autori hinnangul muusikamaastikul disainmõtlemise kasutusest uuringuandmeid pigem napib.

Disainmõtlemine on aluseks ka teenusedisainile, mis põhineb organisatsiooni *The British Design Council* poolt välja arendatud topelt teemanti mudelil. Raamistiku tuumaks on neli erinevat etappi: avasta (*discover*), defineeri (*define*), arenda, (*develop*), vii ellu (*deliver*). (Design Council, 2023). Esialgselt versioonist on loodud erinevaid edasiarendusi. Joonisel 5 on autori poolt loodud mudel muusikavaldkonnaspetsiifikat arvesse võttes:



Joonis 5. „Teenusedisaini polüfoonia“. Muusikavaldkonnast inspireeritud topelt teemanti mudel. Autori koostatud

Kultuurimaastikul, eriti aga muusikavaldkonnas ei ole autori hinnangul teenusedisaini võimalusi veel piisavalt rakendatud, mistõttu pakub autor omapoolse versiooni. Eelneval joonisel on kujutatud topelt teemanti mudel, kus nelja etappi noodijoonestikul märgivad Eesti hümni neli esimest nooti. Kaks punkti noodirea lõpus märgivad muusikalises õigekirjas kordusmärke, mis viitab topelt teemanti korduva olemusele – kui ring peal, minna tagasi algusesse. Kahe teemanti vahel on püstine joon ehk taktijoon, mis jaotab teemanti mõtteliselt kaheks taktiks. Noodid noodirea lõpus tähistavad liikumist edasi, mis võib viia edasi „tagasi“ algusesse. Polüfoonia ehk mitmehäälsus viitab erinevate kihtide iseseisvusele ja olulisusele, mis muusikalises maailmas kõlavad üheaegselt. Oma olemuselt on tegemist skeemiga, kus vaadeldakse esmalt kliendivajadusi läbi klienditeekonna (*customer journey*), et mõista, mida klient vajab ning sellest teha järeldused ning parandada teenuse kvaliteeti või arendada uut teenust. Koheselt ei hakata leidma lahendusi – see teebki innovatsiooni võimalikuks. (Stickdorn *et al.*, 2018, lk 13) Seejärel planeeritakse, vaadeldakse, mõistetakse ning arendatakse ja viiakse ellu. Kontserdikorraldajal on võimalus publikuarvu kahanemisel vaadata mitte ainult kontserdi muusikalist külge, vaid publiku teekonda terviklikult ning mudelit kasutada ka organisatsiooni sees.

Teenusedisaini keskmes on klient, kelleks antud töös on publik. Klienditeekond algab tavaliselt mõttega – soovin minna kontserdile. Muutused kliendikäitumises on viimasel ajal näidanud trende, kus otsustamisprotsessi olulisim tegur on emotsioon (Bühler, 2021, lk 40; Kahneman, 2012, lk 139). Elamuse kujundamisel on oluliseks tunded. Elamuse all mõistame episoodi, kus inimene näeb, kuuleb, tunneb ja mõtleb ning mis omakorda talletatakse oma mälus ja kommuникеeritakse ka teistele. (Hassenzahl *et al.*, 2013b, lk 22)

Disainimõtlemise kui ka teenusedisaini printsiipidest lähtudes, on võimalik publikut kaasata senisest enam oma teenuse, näiteks kontserdielamuse kvaliteedi parendamisel. Kultuuriasutused on juba mõnda aega püüdnud oma tegevusse kaasata kohalikku kogukonda ning publiku mitmekesisust suurendada, pakkudes ligipääsu erinevatele publikusegmentidele. Suhteliselt uus lähenemine kultuuriasutuste juures on aga koosloome ning üldised sotsiaalse kaasamise mõjud (Radbourn *et al.*, 2013, lk 51–53). Publiku kogemus kontserdil ei sõltu vaid kontserdi enda sisust, vaid ka tegevustes, mis toimuvad enne ja pärast. Enne kui hakata muutma kontserdiformaat, on mõned esinejad kasutanud võimalust kontserdielamust süvendada ka lisategevuste näol, nagu näiteks avatud proov (Sloboda, 2024, lk 151). Siit järeldub, et kontakti

tugevdamiseks klassikalise muusika žanriga tuleks rakendada järjest enam ühe võimalusena ka koosloomet ja publikut rohkem kaasata.

Selleks, et publikul tekiks positiivne elamus, töötab kaasa lavatagune korraldus. Lisaks publikuteekonnale on kontserdihooaja planeerimiseks vajalik tugev ja professionaalne meeskond, kes töötab koos ühise eesmärgi nimel. Loovmeeskondade tööprotsessid peavad olema kaardistatud ning realistlike kunstiliste ja finantsiliste eesmärkidega. Kultuuriorganisatsioonid erinevad teistest selle poolest, et on äärmiselt loomingulised ja innovatiivsed. (Verbanova, 2012, lk 32) Eelnevast järeldub, et loomingulisus töö sisus võib kanduda üle ka meeskonna toimimisse.

Kontserdikülastuse kogemust on võimalik kujundada ning selleks võib paralleele tuua kogemusdisainiga. Kogemusdisainer on kui elamuse autor, kelle juhtimisel planeeritakse soovitatav emotsionaalne ja kognitiivne väljund, siis struktuur ja saabki hakata lõpptulemust (produkti) disainima. Iga detaili (sisu, funktsionaalsust, esitlust ja interaktsiooni) tuleb lähedalt analüüsida, et iga osa panustaks soovitud lõpptulemuse saavutamisele. (Hassenzahl *et al.*, 2013a, lk 28). Sündmuse (näiteks kontserdi) korraldamise juures on oluline arvesse võtta kõiki aspekte, mis loovad inimestes heaolu tunde. Peame täpselt teadma publiku motivaatoreid, vajadusi, väärtuseid ja emotsioone, et kujundada sündmus neid arvesse võttes (Richards *et al.*, 2014, lk 166).

Inimesed pelgavad asju, millest nad aru ei saa. Saame järeldada, et kui puuduvad eelteadmised, siis ei saa ka loota kontserdikülastuste tõusule ning noore publiku kaasamisel on oluline osa tuleviku publiku arvukuse tõstmisel. Muusikaline haridus ja kokkupuude muusikaga süvendab kontserdielamust ning mõjutab ühe motivaatorina kontserdikülastust. Võime järeldada, et ka Eesti Kontserdi kontekstis on tarvis jätkata koolikontsertide programmiga senisest suuremas mahus. Publikuteekond võiks paremaks muutuda kõikide segmentide jaoks. Eraldi tähelepanu tuleb aga suunata nooremale publikule, sest vaid nii tagame jätkusuutlikku publikuarvu.

Kokkuvõtvalt saab järeldada, et läbi viimase paarikümne aasta on disainmõtlemine ja teenusedisain võetud edukalt kasutusele kui probleemilahendamise tööriistad ning erinevate teenuste põhjalikuks parendamiseks sobivad vahendid. Toetudes läbi töötatud allikatele töö teooria osas pakub autor välja mõiste kultuuridisain, ühendades eelnevad kogemused kontserdikorraldusest, produtseerimisest ning disainmõtlemisest ja teenusedisainist.

Käesolevas töös jääb mõiste küll ideetasandile, kuid täpsemat selgitust saab lugeda järelduste ja ettepanekute osas 2.3 peatükis.

2. KLASSIKALISE MUUSIKA KONTSERDIKORRALDUS EESTIS

2.1. Uuringu objekt, kontekst ja meetoodika

Kultuuriministeeriumi eestvedamisel koostati 2020. aastal strateegiadokument ja Eesti riigi kultuuripoliitika arengukava Kultuur 2030, mis on kooskõlas riigi pikaajaliste strateegiliste sihtidega aastaks 2035. Fookusteks on täpsemalt: inimene, ühiskond ning elukeskkond. Strateegiadokumendis nenditakse, et kultuur aitab vähendada ühiskondlikke lõhesid, toetab üldist heaolu ning vaimset tervist. Rõhutatakse kultuuri regionaalset kättesaadavust ning kultuurisektori vastupidavust kriisidele. (Eesti Kultuuriministeerium, 2021, lk 5). Seatud sihtide hulka kuulub ka mõõdikuna Eesti elanike osalemine kultuurielus. Algtasemeks on võetud 2020. aasta kultuurielus osalemise näitaja, milleks oli 73,8%. Sihttasemeks aastaks 2030 on 80% (Eesti Kultuuriministeerium, 2021, lk 10).

Tulevikusuundade sihipäraseks kindlustamiseks tegutseb Eesti muusikavaldkonnas mitmeid erinevaid professionaalseid asutusi, korraldajaid, kollektiive ning kõik need kokku moodustavad olulise osa kultuurimaastiku ökosüsteemist. Nende hulka kuuluvad nii avalik-õiguslik Rahvusoper Estonia, kui ka Sihtasutused Eesti Kontsert (edaspidi Eesti Kontsert), Eesti Riiklik Sümfooniaorkester (edaspidi ERSO) ning Eesti Filharmoonia Kammerkoor. Professionaalseid täiskohaga tegutsevaid orkestreid on Eestis kokku neli: Eesti Riiklik Sümfooniaorkester, Tallinna Kammerorkester (Tallinna Filharmoonia kuulub Tallinna Linna haldusalasse) ning Rahvusoper Estonia ning Rahvusteater Vanemuine orkestrid (vt. tabel 3). Pärnus tegutseb Pärnu linnaorkester ning Narvas linnaorkester, kuid need kollektiivid ei tegutse täiskohaga. Eelnimetatud kollektiividest on professionaalsed (ja palgalised) Eesti Filharmoonia Kammerkoor ning Eesti Rahvusmeeskoor. Üheks suurimaks kontserdikorraldajaks on Eesti Kontsert – käesoleva töö uurimisobjekt – mis korraldab aastas teistest enam kontserte. Mainitud asutustel on omanike poolt määratud tegevustoetus ning nad ei sõltu omatulust, kuigi see moodustab enamasti siiski olulise osa asutaja ootustest (Kuznetsova-Bogdanovitš &

Jyrämä, 2018, lk 57). Kontserdikorraldusega tegelevad väiksemad korraldajad nagu näiteks Eesti Interpreetide Liit ja Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia ning mitmed erakorraldajad.

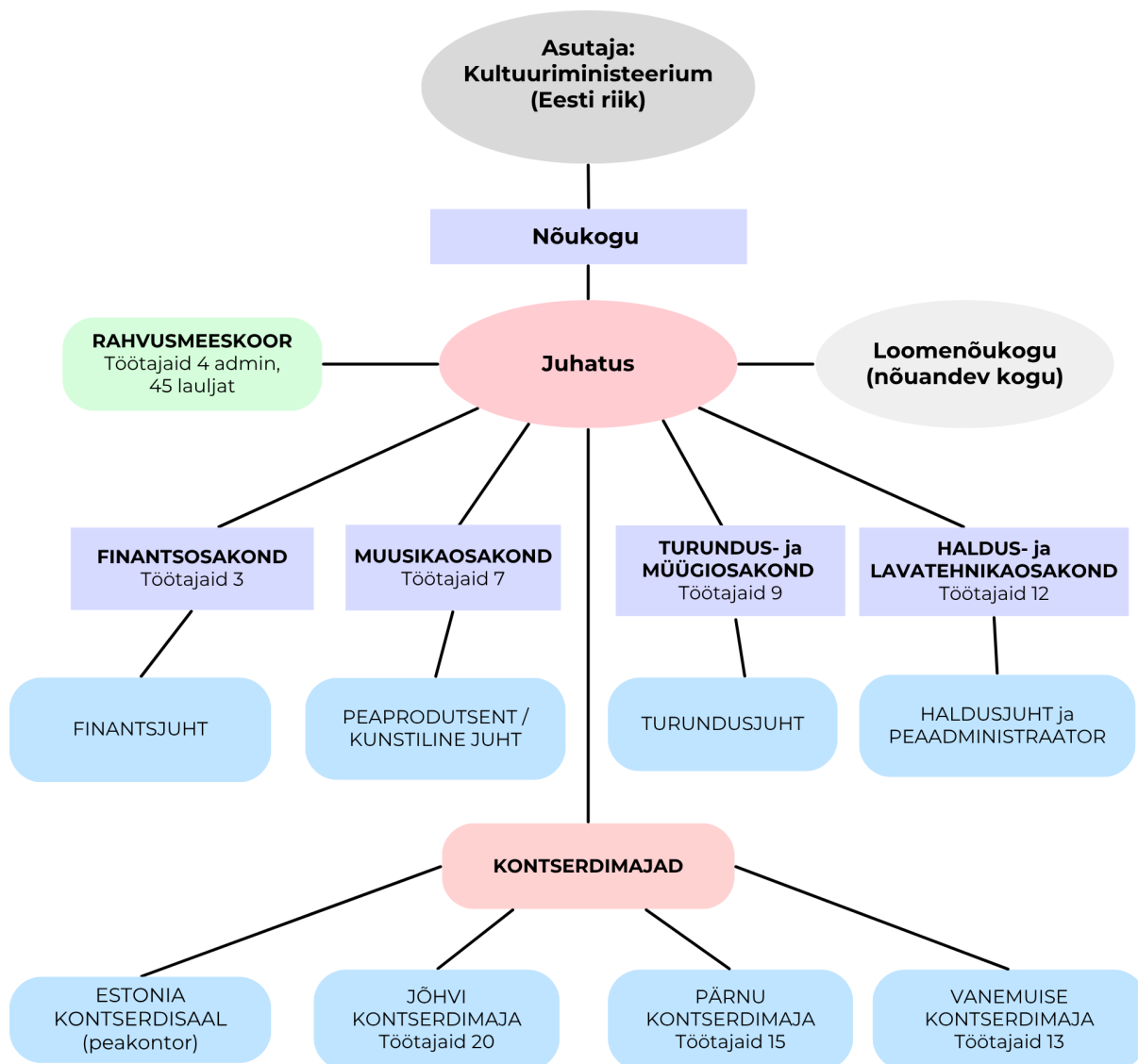
Tabel 3. Asutuste ja kollektiivide juriidiline vorm ja sündmuste arv aastas.

Asutus / kollektiiv	Kontsertide / etenduste arv aastas (2024.a. põhjal)	Asutuse juriidiline vorm ja omanik
Rahvusoper Estonia	402	Avalik-õiguslik, Eesti riik
Eesti Kontsert	657	Sihtasutus, Kultuuriministeerium
Eesti Filharmoonia Kammerkoor	57	Sihtasutus, Kultuuriministeerium
Eesti Riiklik Sümfooniaorkester	101	Sihtasutus, Kultuuriministeerium
Teater Vanemuine	515	Sihtasutus, Kultuuriministeerium
Tallinna Kammerorkester	Täpne statistika puudub	Tallinna Filharmoonia, Tallinna linn

Allikas: autori koostatud ERSO, 2025, lk 3; Rahvusoper Estonia, 2025; Teater Vanemuine, 2025, lk 5 põhjal

Eesti Kontsert on 1941. aastal loodud Riiklikust Filharmooniast välja kasvanud Kultuuriministeeriumi haldusalasse kuuluv Eesti suurim kontserdiorganisatsioon, missiooniga pakkuda kõrgekvaliteetseid muusikaelamusi üle Eesti ning aidata kaasa eesti muusikute rahvusvahelisele väljapaistvusele. Eesti Kontsert korraldab aastas üle 600 kontserdi, mille hulka kuulub ka koolikontsertide programm. Eesti Kontserdi koosseisu kuulub Eesti Rahvusmeeskoor ning 2025. aasta suveni ka varajase muusika ansambel Hortus Musicus.

Sihtasutuse põhitegevus on kontserttegevus, kuid asutaja (Eesti Kultuuriministeerium) on andnud organisatsioonile ülesandeks hallata kontserdimaju üle Eesti (SA Eesti Kontsert, Põhikiri). Eesti Kontserdi haldusalasse kuuluvad: Estonia kontserdisaal, Tartu Vanemuise kontserdimaja, Pärnu kontserdimaja ning Jõhvi kontserdimaja. Ukraina sõja alguseni oli haldusalas Peterburi Jaani kirik. Kontserdimajade hallatav kinnisvara pind on kokku üle 20 000 ruutmeetri. Eesti Kontserdis töötas 2025. aastal kokku 135 inimest, kelle hulka kuulub Eesti Rahvusmeeskoor ning nelja kontserdimaja personal. Joonisel 6 on kujutatud töötajate struktuur:



Joonis 6. Eesti Kontserdi struktuur (autori koostatud)

Lisaks juhatusel liikmele suunab sihtasutuse tegevust 5-liikmeline nõukogu, kus on esindatud omanik ehk Kultuuriministeerium. Eesti Kontserdi juurde kuulub loomenõukogu, kes on nõuandvas rollis. Kunstilise sisu ning hooaja kava koostamise roll on muusikaosakonnal, mida juhib peaproductsent (käesoleva töö autor). Koostöös productsentidega luuakse hooajakava ning ühes turundusosakonnaga kommunikeeritakse seda publikule. Eesti Kontsert seisab silmitsi töö teooria osas tutvustatud väljakutsetega. Tabelis 4 on näha kontsertide arvu muutus aastate 2023 ja 2024 võrdluses.

Tabel 4. Kontsertide ja külastajate arv aastatel 2023 ja 2024

	2023		2024	
	Kontserte	Külastajaid	Kontserte	Külastajaid
Kontserdid Tallinna linnas	302	90 359	232	58 954
Kontserdid Tartu linnas	65	19 008	60	15 881
Kontserdid Pärnu linnas	37	15 986	39	9 774
Kontserdid Jõhvi linnas	19	4 586	19	2 195
Kontserdid mujal Eestis (sh koolikontserdid)	368	70 205	304	59 562
Kontserdid välismaal	13	16 680	3	4 750
Kokku:	804	216 824	657	151 116

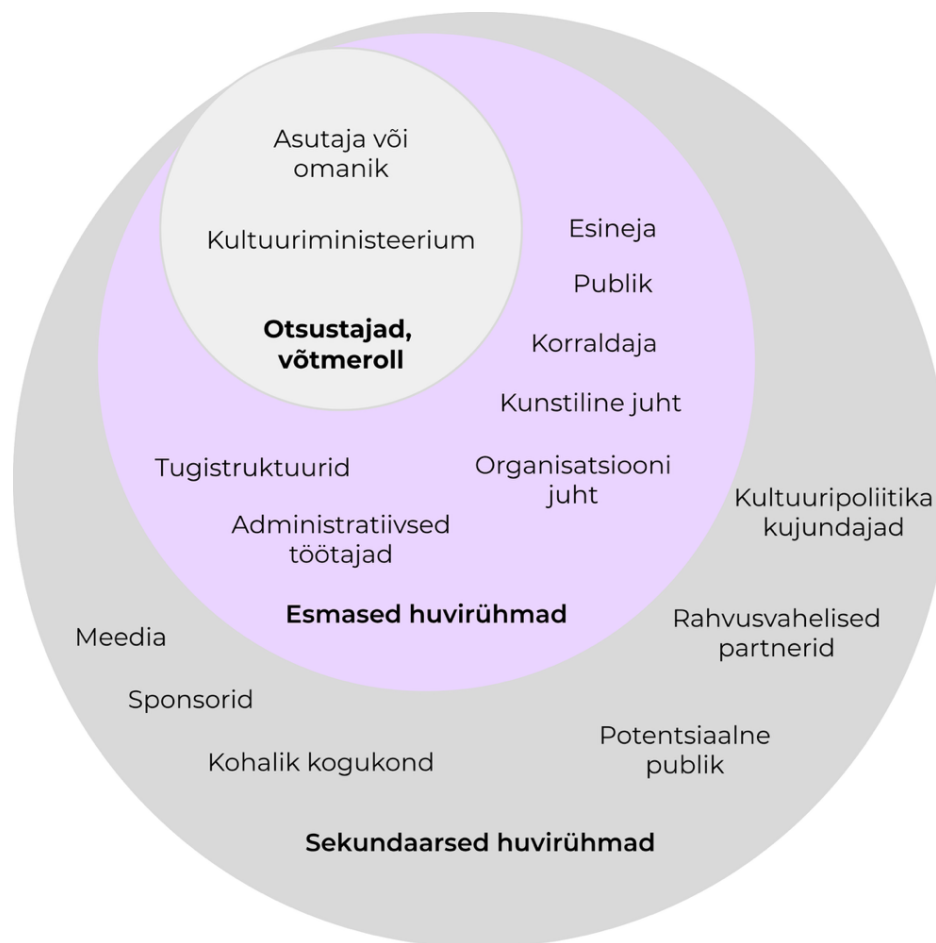
Allikas: Eesti Kontsert, aastaraamat 2024

Eesti Kontsert püüdnud leida lahendusi, et kontserdikülastuse võimalikult mugavaks muutmiseks ning publikuarvu tõstmiseks. Selleks, et kontserdid publikule meeldivamaks muuta, on mitmeid võimalusi, näiteks katsetamine füüsilise ruumiga. Füüsilise ruumiga on katsetatud ka Estonia kontserdisaalis. Ruumi on pööratud teisipidi, vahetades publik ja muusikud; saali on toodud kott-toole, žanrite piire on katsetatud, mängides muusikalisi teatrilavastusi (näiteks Eesti Draamateatri etendus „Solist“ toimus Estonia kontserdisaali laval – nii publik kui näitlejad; lavastus „Macbeth“ katsetas ruumiga tavapärasest erinevalt, kus Estonia kontserdisaali keskele oli paigutatud piklik lisalava ehk *catwalk*).

Asukoht on saanud üheks oluliseks mõjutajaks elamuse valiku juures ning seda on kasutanud ära ka teised kontserdikorraldajad. Aastatel 2008-2011 võis Eestis märgata trendi, et kultuuriüritusi viidi ootamatutesse paikadesse. Näiteks aastal 2008 korraldas Tõnu Kaljuste Nargeni festivali raames koos Von Krahli teatriga Veljo Tormise „Meestelaulud“, lavastaja Peeter Jalakas (Laks, 2008). Praegusel ajal on Kultuurikatel tuntud ürituspaik, kus toimub peale kultuurisündmuste jõuluturge, toidumesse ja pulmi. Aastal 2008 peeti tühjade müüride vahele kunsti viimist uudseks. Rahvusoooper Estonia korraldas 2011. aastal maha jäätud Noblessneri Valukojas Richard Wagneri ooperi „Parsifal“ etendused (Pappel, 2011). Nüüd on sellest rajoonist saanud üks luksuskorterite, restoranide, galeriide ja muuseumidega täidetud mereäärne uusrajoon. Erinevad maha jäätud, taasavastamist vajavad või ootamatud kontserdipaigad on populaarsed ka mujal maailmas.

Selleks, et organisatsiooni tegevust paremini läbi teenuste disaini mõtestada, on abiks erinevaid töövahendeid. Üheks võimaluseks on huvirühmade kaart. Järjest rohkem avalikke organisatsioone otsivad võimalusi, kuidas oma klientidega efektiivsemalt suhelda ning

disainida paremat teenust, mõeldes nende vajadustele. Joonisel 7 on Eesti Kontserdi huvirühmade jaotus.



Joonis 7. Eesti Kontserdi huvirühmade kaart. Autori koostatud

Käesoleva töö raames läbi viidud uuring käsitleb klassikalise muusika publikut, täpsemalt nende motivatsiooni ja tõrkeid valida vaba aja veetmisel kultuurne tegevus – kontserdikülastus. Järgnevalt tutvustatakse uurimismetoodikat. Töös kasutatakse nii kvalitatiivset kui kvantitatiivset lähenemist. Ankeetküsitlusena viidi läbi Eesti Kontserdi publiku rahulolu-uuring ja kasutati ka kultuuriasutuste mitte-külastajate uuringut (teiseseid andmed). Antud teema puhul on oluline klassikalise muusika publikut sügavamal tasandil mõista, mistõttu on meetodina kasutusel ka intervjuu, mida viidi läbi nii publiku kui ekspertidega. Andmete kogumiseks kasutati 2025. a lõpus läbi viidud Eesti Kontserdi rahulolu-uuringut, mille küsimustiku koostamisel töö autor osales. Uuringus keskenduti lisaks Eesti Kontserdi publikule ka neile, kes mingil põhjusel veel kontserdil ei käi, kuid võiksid tulevikus tahta sellisel viisil vaba aega veeta. Selleks kasutati Eesti Kultuuriministeeriumi poolt läbi viidud küsitlustulemusi kultuuriasutuse mitte-kontserdikülastajate hulgas, kus 2025. aastal osales üle

2500 inimese (Ernst & Young, 2026), mida kasutatakse analüüsi osas empiirilise uuringu teisest andmete allikana. Ülevaate saamiseks olukorrast valdkonnas ning planeeritud sihtidest töötati läbi ka kultuuriministeeriumi eestvedamisel koostatud strateegia ja arengukava Kultuur 2030 dokumendid. Taustainfo kogumiseks analüüsiti veel ka erinevate sihtasutuste ja avalik-õiguslike institutsioonide majandusaasta ning käesolevas töös näitena toodud Eesti Kontserdi aruandeid ning strateegiadokumente. Tabelis 5 on uuringumeetodid ja ajakava:

Tabel 5. Uuringumeetodid ja ajakava

Uuringumeetodid	Infoallikas/valim	Aeg
Ankeetküsitlus (vt. lisa 11 ja 12)	- Eesti Kontserdi publiku rahulolu uuring 2025 - Kultuuriministeeriumi uuring kultuuriasutuse mittekülastajate hulgas 2025	Veebruar 2026
Poolstruktureeritud ekspertintervjuud (vt. lisad 5-10)	- Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri direktor - Käitumisteadlane ja mõjustamispsühholoogia ekspert - Muusikapsühholoog	Märts 2026
Külastajate intervjuud (vt. lisad 3-4)	Publikuintervjuu: käib sageli kontserdil	Märts 2026

Allikas: autori koostatud

Ekspertidena intervjueriti käitumisteadlast, kes on uurinud ka inimeste käitumismudeleid ja näiteks ostuotsuseid; muusikapsühholoogi, kes on tegelenud pikalt muusikateraapia valdkonnas, et uurida, muusika mõju inimestele üldisemalt ning muusikavaldkonna spetsialistidest Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri direktorit. Publikusegmentidest uuriti publikut, kes külastab kontserte pigem regulaarselt või harva. Uuriti, miks kontserdil käiakse, mis on publiku motivaatorid kontserdisaali külastamisel. Oluline roll uuringus oli ka mittekülastajatel. Läbi teisest andmete uuriti publikut, kes mingil põhjusel kontserdil ei käi, et teada saada, mis on peamised takistused (näiteks hind, huvi puudus, teadmatus) ning mis paneks külastama klassikalise muusika kontserte tihemini. Tabelis 6 on toodud peamised teemaplokid ja seos teooriaga:

Tabel 6. Intervjuukava teemablokid ja seosed teooriaga

Teemablokid	Teoreetiline taust	Viide teoreetilisele allikale
Peamised külastuse põhjused	Külastusel võib olla erinevaid motivaatoreid ja tõrkeid	(Burland, 2014, lk 24, 28; Emerson, 2024, lk 25)
Eelnev kokkupuude / muusikaline haridus	Kontserdikülastust mõjutab eelnev kokkupuude ja/või selle puudumine	(Cohen, s.a., lk 22; Prior, 2013, lk 3)
Kontserdipaiga atmosfäär	Erinevate meelte koosmõju	(Danatzis <i>et al.</i> , 2025)
Kellega kontserdil käiakse	Sotsiaalsed mõjutajad	(Burland, 2014, lk 30; Emerson, 2024, lk 25)
Muusika mõju inimesele	Muusika kutsub esile erinevaid emotsioone	(Kreutz <i>et al.</i> , 2008)
Kontserdiformaadid	Erinevate formaatide mõju külastajale	(Dobson, 2008; Tröndle, Weining, Uhde, <i>et al.</i> , 2025b)

Allikas: autori koostatud

Plaaniti ja viidi läbi kümme poolstruktureeritud intervjuud, neist seitse kontserdikülastajatega ning kolm ekspertidega. Publiku esindajatega läbi viidud intervjuudes osalesid kokku seitse inimest, kelles üks oli mees ja kuus naised (vt. lisa 3). Ekspertintervjuudes osales kolm inimest, kellest üks oli mees ja kaks naised. Osalejad olid vanuses 28-49 aastat, mis on uuringutes külastajate aktiivsema osalusega kooskõlas olev vanusesegment. Intervjuu teemablokid jaotati külastuse peamiste motivaatorite ja tõrgete, muusikalise hariduse seose sageda külastuse ning muusika mõju, saalide atmosfääri, kontserdiformaatide ja külastuse detailide järgi.

2.2. Klassikalise muusika kontserdi külastusmotivaatorite uuring

Töös toetutakse peamiselt kahele ankeetküsitlusele (teisestele andmetele), Kultuuriministeeriumi tellitud Ernst & Youngi poolt läbi viidud mittekülastaja uuringule (2025) ning Sihtasutus Eesti Kontserdi (edaspidi Eesti Kontserdi) publiku rahulolu-uuringule (Eesti Kontsert, 2025) ning ka poolstruktureeritud intervjuudele publiku ning ekspertidega.

Selleks, et tagada kõrgekvaliteetne sisu, viib Eesti Kontsert keskmiselt iga kolme aasta tagant läbi publiku rahulolu-uuringut. Eelmine rahulolu-uuring viidi läbi 2020. aastal ning viimane detsembris 2025 ja jaanuaris 2026 – suurem vahe oli tingitud COVID-19 pandeemiaga seotud piirangutest. Uuringus, mille küsimustiku koostamises töö autor osales, oli kokku 484 vastajat, üle Eesti (vt. lisa 11). Küsimusi oli muusikavaldkonna kohta ka laiemalt, näiteks kontserdipaikade ja erinevate kollektiivide kohta. Võrreldes eelmise uuringuga, mis toimus

2020. aastal, vaadati ka seoseid ja muutusi erinevate vastuste vahel ning jälgiti üldist tendentsi teadlikkusest, mis puudutab valdkonda laiemalt.

Uuringust selgus, et külastatakse klassikalise muusika kontserte mõned korrad aastas ning publik seostab kontserte pigem kontserdipaiga kui korraldajaga. Regulaarne kontserdikülastus on üldiselt madal, näiteks 14% külastab kontserti mitu korda kvartalis ning väga tihti kontserdikülastajad moodustavad 4% vastanutest. Harva külastavad inimesed teavad vaid mõnda üksikut kontserdipaika, kuid sagedased külastajad oskavad seostada suuremaid kontserdimaju ning kirikuid just klassikalise žanri ja ka korraldajaga. Võib järeldada, et klassikalise muusika kontserttegevus on asukohapõhine. Populaarne kontserdipaik oli Estonia kontserdisaal, mida on külastanud 59% sagedastest ning 36% harvadest külastajatest. Samuti on populaarsed Rahvusooper Estonia ning ka kirikud. Arvestades osalejate jagunemist üle Eesti, olid olulisel kohal ka kultuurimajad (Eesti Kontsert, 2025). Vastustes on kirikud esindatud suhteliselt võrdselt, mõlemas grupis – nii sageli kui ka harva külastajate seas. Lühikokkuvõtte tabelis 7 ning pikem versioon lisas 11.

Tabel 7. Eesti Kontserdi rahulolu uuringu kokkuvõtte

Uuringus osalejate arv	484	52% Tallinn 19% Tartu 17% Harjumaa 13% muu
Enim vastanuid	Vanusegrupis 46+	58% vastanutest
Viimase 5 aasta jooksul	3-4 külastust aastas	75% töötavad inimesed
Kõige populaarsemad kontserdid	ERSO Jazzkaar	38% 23%

Allikas: Publiku rahulolu uuring, 2025

Kõige tuntumad kollektiivid, keda küsitluses mainiti olid Eesti Riiklik Sümfooniaorkester (edaspidi ERSO), Tallinna Kammerorkester, Rahvusooper Estonia. Viimase 5 aasta jooksul oli peamiselt külastatud järgmiste kollektiivide kontserte: Eesti Riiklik Sümfooniaorkester 38%, Jazzkaar (23% ning Eesti Kontserdi Uusaastakontsert (14%). Vastused jaotusid ka mitmete Eesti Kontserdi korraldatud festivalide vahel, näiteks Saaremaa Ooperipäevad ja Haapsalu Valgete Ööde Festival. Uuringust järeldub, et teadlikkus erinevatest korraldajates ning seoste loomine vastavate kollektiivide või festivalidega kasvab koos külastuskogemusega.

Üks oluline punkt nii Eesti Kontserdi kui ka riiklike strateegiliste eesmärkide osas on regionaalsus. Antud uuringust, mis viidi läbi üle Eesti, võib näha ka elukoha mõju

külastusmuustrile. Kui Tallinna ja Harjumaa inimesed külastavad kontserte tihemini, näiteks Estonia kontserdisaali (66%), siis mujal Eestis külastatakse rohkem Lõuna-Eesti kontserdisaale, näiteks Vanemuise kontserdimaja (27%). Publik on hinnatundlik, kuid siiski selgub uuringus, et inimesed on üldiselt nõus maksma 26-50 eurot kontserdi pileti eest. Suuremad erinevused hinnatundlikkuse osas esinevad vanusegruppide lõikes. Noored, vanuses 16-26 ning kehvema majandusliku seisuga publik on hinnatundlikumad.

Käitumismustrite juures võib välja tuua ka murekoha, kellega koos kontserti külastatakse. Sagedaste külastajate seas külastatakse ka tihemini kontserte üksi, kuid harva külastajate hulgas see nii populaarne pole. Üldiselt tuuakse välja, et külastatakse koos partneri, pere liikme või sõpradega.

Kultuurielus osalemine on olulisel kohal Eesti Kultuuriministeeriumi poolt koostatud arengukavas Kultuur 2030. Strateegiadokumendis on välja toodud mõõdik, mis näitab Eesti elanike osalemist kultuuris. Seniselt oli kultuurisosalemine 73,8%, mis on aasta 2020 aasta seisuga võetud algtasemeks. Eesmärk arengukava järgi on aastaks 2030 jõuda 80% juurde (Eesti Kultuuriministeerium, 2021, lk 10). Võrreldes tendentsi välisriikidega, kus publikuarv on pigem languses, võib järeldada, et Eestis tõusuprotsendini jõudmiseks peavad pingutama nii ministeerium kui korraldajad ning vajalik on pidev ja süsteemne tegevustoetus kultuuriasutustele.

Aastal 2025 viis Eesti Kultuuriministeerium läbi mahuka uuringu ka mitte-kontserdikülastajate seas, mis antud töö kontekstis on võtmetähtsusega klassikalise muusika kontserdikülastuse motivaatorite ja tõrgete osas ning seostub teooriaosas käsitletuga otseselt. Uuringu taust on seotud kultuuristrateegia eesmärkidega, milleks on Eesti kultuuri elujõulisena hoidmine, olla maailmale avatud ning kultuuri väärtustamine iga Eesti elaniku elus. Eelnevad uuringud annavad erinevaid tulemusi just vanemaealiste seas (65- aastaste ja vanemate seas), kus kultuuris osalemine on olnud aastatel 2015-2023 umbes 54,3% ning kõrgem näiteks üliõpilaste seas (97%) (Ernst & Young, 2026). Täpsemalt oli uuringu fookuses žanritena klassikaline muusika, rahvamuusika ja *jazz* ning publik, kellel puudub huvi kultuuriasutusi külastata. Uuriti põhjuseid ja tõrkeid. Küsitluses osales üle 2500 inimese, viidi läbi 4 fookusrühma intervjuud ning kokku 5 valdkondlikku seminari. Seminaridel osalesid lisaks kultuuriministeeriumile ka valdkondlike esindusorganisatsioonide eksperdid (igal arutelul vähemalt kuus organisatsiooni).

Valimi moodustasid nii mitte-külastajad kui ka väga harva kultuuriasutust külastanud inimesed. Uuringu põhitulemustes leiti, et suurimateks tõrgeteks on ajapuudus ja piletihind. Kõige enam vastanuid leidis, et kontserdipilet on nende jaoks liiga kallis (64% vastanutest). Teisena toodi välja ajapuudus, kuna vaba aeg kulub muudele tegevustele (50%). Muude tegevuste juures vaba aja sisustamisel mainiti looduses liikumist, hobidega tegelemist ja sporti. Põhjustena toodi välja huvi puudumine antud žanrite vastu (klassikaline muusika, rahvamuusika ja *jazz*). Tõrgetena toodi välja veel transpordi keerukust toimumiskohtadesse (36%), kontserdile minemise kaaslaste puudumist, toimumisaegu ning sedagi, et info toimumise kohta ei olnud piisavalt kättesaadav.

Uuringutulemustes tuuakse välja ka erinevad vanusegrupid. Valimisse kuulusid Eesti elanikud vanuses 15 kuni 65+. Ülemist vanusepiiri välja toodud ei ole. Nooremate vanusegrupis 15-24 aastaste seas selgus, et kontserdipileti hind mõjutab otsust kõige enam (73%). Vanemas vanusegrupis 65+ mõjutas see tunduvalt vähem (58%).

Uuringus mõõdeti eraldi ka tõrkeid sissetulekugruppide lõikes. Selgus, et kuus üle 5000 € teenivaid inimesi mõjutas kontserdipileti hind (16%) ning ja suurimaks tõrkeks oli aeg (37%). Kõige enam mõjutas piletihind sissetulekugrupis kuus 701-900 € teenivate inimeste seas, kus 46% inimestest leidsid, et kontserdipilet on liiga kallis.

Tabel 8. Mitte-külastajate uuringu peamiste tõrgete kokkuvõte

Põhjus	Selgitus
Ajapuudus	Aeg kulub tööle, perele ja muudele tegevustele. Ei leita piisavalt aega kultuuriüritusi külastada
Hind	Mõjutab mitte ainult üksikpileti vaid ka kontserdikülastuse juurde kuuluvate teenuste (transport, majutus jms) hind
Huvipuudus	Puudub huvi antud žanri või sündmuse osas.
Info kättesaadavus	Info ei jõua õigete inimesteni, infot on vähe. Võiks pakkuda sihtrühmadele sobivamat sihitult täisväärtuslikku programmi
Ligipääsetavus	Erinevatele sihtgruppidele on oluline ligipääs nii füüsiliselt kui ka vaimselt. Toimumisajad ei sobi.
Muud hovid ja tegevused	Kultuuriüritustele investeeritav aeg võistleb hobide, vastava eluetapi murede ning sporditegevustega ja muude hobidega.

Allikas: autori koostatud Ernst & Young, (2026) põhjal

Põhilised tõrked, nagu ajapuudus ja huvipuudus on sarnased töös käsitletavates uuringutes. Mitte-külastajate uuringus oli ajanappus üks peamisi põhjuseid: kontsertide puhul 48%.

Olulisel kohal on ka regionaalne kontsertide pakkumine võrreldes suuremate linnade kontserdikavadega. Mida väiksemas kohas inimene elab, seda rohkem mõjutab kultuuritarbimist ka kohaliku transpordi võimalused. Sellisel juhul on väiksemas kohas publik samuti hinnatundlikum, sest küsimus ei ole vaid kontserdi piletis, vaid kohale jõudmise maksumuses üldiselt ning füüsilises ligipääsetavuses. Lisaks eelmainitule selgus, et ka toimumisaeg võib olla erinevatele ürituste külastamiseks ebasobiv. Näiteks kontserdi puhul vastas nii 24% küsitletutest. Probleemiks on ka info nähtavus ja kättesaadavus. Tabelis 9 on kontserdi mitte-külastajate uuringu võrdlus teiste valdkondadega, näiteks teater ja muuseum:

Tabel 9. Mitte-külastajate uuringu kultuuritarbimise jagunemine valdkonnas

Külastamise sagedus	Muuseum	Teater	Kontsert	Näitus	Raamatu-kogu	Kino
Ei käi üldse	12%	11%	12%	19%	21%	11%
Ei ole viimase kolme aasta jooksul külastanud	19%	23%	24%	30%	27%	15%
Kord aastas või harvem	41%	34%	37%	34%	16%	22%
Harva ja mitte-külastajad kokku	72%	68%	73%	83%	64%	48%
Mõned korrad aastas	24%	1%	1%	1%	9%	3%
Mõned korrad kvartalis	4%	24%	22%	13%	15%	32%
Mitu korda kuus	1%	7%	5%	3%	12%	18%
Sagedased külastajad kokku	29%	32%	28%	17%	36%	53%

Allikas: (Ernst & Young, 2026)

Mitte-külastuste põhjusteks toodi välja veel ka seda, et ei ole kellegagi koos minna või sisu ei ole huvitav. Mainiti veel näiteks varasemat negatiivset kogemust, mis toob edasise külastuse puhul kaasa ebamugavustunnet.

Kontserdikülastuse motivaatorite paremaks mõistmiseks kasutati töös eelpool mainitud kvantitatiivsetele uuringute kõrval ka kvalitatiivset lähenemist intervjuude näol. Intervjuudest selgus, et peamisteks põhjusteks ja motivaatoriteks, miks inimesed kontserte külastavad on vaimne puhkus, nagu märkis intervjuueeritav:

Kontsert on teatud mõttes restart, mis aitab lõõgastuda ja rutiinist välja tulla (14)

Mitmed töid välja, et kultuurisündmuse külastamisel on tegemist harjumusega. Mainiti uue avastamist või õppimist olulise aspektina ja üldist enesearengut. Peeti oluliseks ka kontsertide- ja teatrikülastust üldiselt, sest:

See on ju see, mis eristab meid liigina, et suudame abstraktselt mõelda ning kunstist aru saada. (I5)

Mitmete kuulajate kontserdikülastuse juurde käib teatav pidulikkus, mis algab argipäevasest riietusest pidulikumaga ning jätkub taksosõidu ning kohvikükülastusega, mis kuuluvad samuti elamuse juurde. Tabelis 10 on välja toodud peamised motivaatorid ja tõrked:

Tabel 10. Publikuintervjuude lühikokkuvõte

Inter- vjuu	Peamised motivaatorid	Peamised tõrked	Üldistatud seisukohad
I1	sotsiaalne koosolemine; hea enesetunne	nõrk isiklik huvi; ei soovi sagedamini käia	ei konkureeri teiste tegevustega piisavalt tugeva sisulise väärtusega.
I2	lõõgastus; vaheldus; sõpradega koosolemine; publiku jälgimine	ajapuudus; ebakindlus käitumisreeglite suhtes; pikad kontserdid väsitavad	takistab pigem teadmatus ja vähene kindlustunne selle vormiga kaasneva ees.
I3	vaimne ja emotsionaalne kogemus; kultuuriline eneseareng; huvi sügavama tähenduse vastu	harjumuse puudumine; vähene nähtavus; muusikute anonüümsus; vähene isiklik side	publiku kasvatamine ja teadlikkuse tõstmine ei ole ainult turunduse küsimus, vaid pikaajaline haridus, mis algab lapsepõlvest.
I4	argipäevast eemaldumine; kultuuriõhtu; koos elamuse kogemine, <i>restart</i> ja meditatsioon	ajapuudus; asukoht; tavapärase saali vähene hubasus; vajadus, et sündmus pakuks piisavalt väärtust	kontserdi atraktiivsus sõltub sellest, kas see suudab pakkuda terviklikku esteetilist kogemust, mitte ainult kvaliteetset esitust.
I5	muusika kvaliteet; tugev emotsionaalne elamus; pidulik rituaal; õppimine ja avastamine	hind, eriti perega käies; elamust võivad rikkuda publik, teenindus või esteetiliselt nõrk keskkond	mitte lihtsalt sündmus, vaid terviklik kultuuriline rituaal, mille kvaliteet sõltub nii kunstilisest sisust kui ka teenusedisainist.
I6	eriline ja pidulik kogemus; kuvand olla kultuurne; soov kogeda midagi mõjuvat ja visuaalselt terviklikku	info ei jõua temani; ta ise ei otsi kontserte aktiivselt; „ainult muusika” võib tunduda tänapäeva publiku jaoks liiga napp	I6 puhul ei ole peamine probleem huvipuudus, vaid see, et klassikaline kontsert ei murra tema igapäevasesse infovälja piisavalt sisse
I7	tuttav sisu; <i>soundtrack</i> ’id ja instrumentaalmuusika;	harjumuse puudumine; koduse eeskju puudumine; asukoht ja logistika; hinnatundlikkus	võtmeküsimus madalama riski ja tuttavama sisu pakkumine, mis looks positiivse kokkupuute nii žanri kui ka kontserdipaigaga.

Allikas: Autori koostatud (vt. lisa 4 põhjalikum versioon tabelist)

Võib järeldada, et klassikalise muusika kontserdikülastus on seotud muusikaharidusega, sest enamik intervjuueeritavatest on lapsepõlves kokku puutunud vähesel määral ka muusikalise haridusega (informatsioon ei olnud eelnevalt autorile teada). Vastavalt töö teooria osas käsitletud teemale võib nõustuda väitega, et inimesed, kes on klassikalise muusikaga lapsepõlves kokku puutunud, naasevad žanri juurde hilisemas eluetapis.

Ekspertintervjuus tõi välja ERSO direktor (vt. tabel 11), et nende lähenemine probleemile klassikalise muusika publiku vähenemisel ei ole nii negatiivne, kui üldiselt paistab.

Publik käib meie kontsertidel nii orkestriga tekkinud sideme kui ka huvi pärast sümfoonilise muusika vastu. ERSO visioon on olla inimestele saatjaks kogu elukaare ulatuses. (E1)

Tabel 11. Ekspertintervjuu kokkuvõte – ERSO direktor

Teema	Intervjuust ilmnenu tähelepanek	Tähendus uurimistöö kontekstis
Publik	Mitte publiku vananemine vaid pikaajaline elukaare jooksul kujunev (kliendi)teekond.	kontserdipubliku kujunemist võiks uurida protsessina, mitte ühe demograafilise näitaja kaudu.
Kontserdikülastuse motiivid	orkestriga tekkinud side; sümfoonilise muusika elamus	Kontserdielamus koosneb nii emotsionaalsest seotusest kui ka kunstilisest kogemusest.
Kogukonna tunne	Side orkestriga tugevneb sõprade klubi, toetajate ringi, eelkontsertide ja muude lisategevuste kaudu.	Publikuarendus on teenuse laiendatud osa
Varased kokkupuutepunktid	Lasteprojektid, pillituvustused ja koolikoostöö loovad varajasi positiivseid kogemusi.	Toetab teenusedisaini ja publikukujunduse käsitlemist, milles on oluline järjepidev kontakt.
Elukaare loogika	varasemate kogemuste, elustiili muutuste, ajakasutuse ja silmaringi laienemisega.	Võimaldab siduda publikukäitumise analüüsi elukaare ja kultuuritarbimise teooriaga.
Kontserdipaiga mõju	Estonia kontserdisaali atmosfäär ja formaalsus võivad mõjuda tõrjuvalt; majast väljas toimuvad formaadid toovad teistsugust publikut.	Toetab väidet, et füüsiline keskkond mõjutab ligipääsetavust ja publiku taju.
Noorema publiku kaasamine	Vabamad formaadid, selgitavad vaheteksid ja vähem jäik etikett võiksid aidata vähendada barjääre.	Sobib teenusedisaini soovitusel: kogemuse ümberkujundamine võib laiendada sihtrühma.
Uus kontserdisaal	Uus, kaasaegne ja avatud kontserdikeskkond võiks tuua lisaks olemasolevale ka uut publikut.	Võimaldab käsitleda arhitektuuri ja ruumidisaini kui strateegilist publikuarenduse vahendit.

Allikas: autori koostatud intervjuu põhjal (vt. lisa 5 ja 6)

ERSO on võtnud väga selge ja strateegilise eesmärgi tugevdada sidet oma publikuga. Mõni aasta tagasi alustasid nad programmi „kasvan koos muusikaga“. Viimastel aastatel on nad

ligikaudu 5000 lapsele tutvustanud erinevaid orkestri pille. Nii mõnedki leidnud tee pilliõppeni just ERSO kontserdi järel:

Oluline on kokkupuude luua juba varajases nooruses, et saaks selle juurde hiljem tagasi tulla. Kollektiivide juures on oluline kogukonnatunde ja kontakti loomine. ERSO on loonud nii Sõprade Klubi kui ka laia toetajate ringi, mis pakuvad erinevaid lisategevusi. Suurtele sümfoonilistele kontsertidele eelnevad väiksemad eel-kontserdid või kammerkontserdid ning kontserdieelsed vestlused. (E1)

ERSO on üks esimesi kollektiive Eestis, kes COVID-19 pandeemia ajal lõi oma digikanali – ERSO TV. Digivõimaluse olemasolu ei ole kontserdikülastusi vähendanud, vaid hoopis sidet publikuga tugevdanud. Eriti oluline on see ligipääsetavuse koha pealt paljudele, kes ei saa füüsiliselt nii kergesti liikuda. Kontserdipaiga mõju peab orkester oluliseks ning seetõttu on just noorele publikule pakutud võimalusi kuulata kontserte nii *techno*-klubis Hall, kui ka *Teras Beach* 'il, mis on rannaliivaga kaetud võrkpalli sisehall Tallinnas.

Ekspertintervjuus tõi välja käitumisteadlane (vt. tabel 12), et otsus osaleda kultuurisündmusel on mõjutatud eelkõige tugevast harjumusest ning kujuneb mitme teguri koosmõjul.

Piletiost erineb tavapärase toote spontaansest ostmisest, sest rolli mängib teatav ettearvamatus ning muud emotsionaalsed ajendid. Kontserdi puhul ei ole kindlasti määravaks vaid hind, vaid soov kogeda midagi erilist ja tähenduslikku. (E2)

Intervjuus märgitakse, et lapsepõlv on siinkohal suureks mõjutajaks selles osas, kas tekib harjumus ja teadlikkus või mitte. Kui varajane kokkupuude on positiivne, siis minnakse sarnaseid elamusi taas otsima.

Teatri- ja kontserdikülastus on sotsiaalne tegevus. Tekib soov jagada ühiselt kogetud elamust. Oluliseks võib saada ka endast teatud kuvandi loomine, eriti praegusel ajal, soovides luua endast vastavaid väärtusi kandev isik. (E2)

Kontserdikülastuse takistuseks võib siin olla peamiselt ajapuudus ning finantsiline pool, kuid ka ebakindlus etenduse või kontserdi sisu osas. Intervjueeritav toob ka ise välja, et temalgi on raske valida rohkete kontsertide vahel ning ootab tihti soovitusi tuttavatelt.

Tabel 12. Ekspertintervjuu kokkuvõte – käitumisteadlane

Teema / uurimisküsimus	Intervjuus esitatud peamised seisukohad	Täendus uurimistöö kontekstis
Kultuurisündmustel osalemise otsustusprotsess	osalemise otsust mõjutavad harjumused, varasemad kogemused, emotsioonid, sotsiaalne keskkond.	Kultuuritarbimine on mitme teguriga otsustusprotsess. Olulist rolli mängib kogemuse ettearvamatus.
Nostalgia roll otsustamises	otsitakse tuttavat, turvalist ja emotsionaalselt tähenduslikku kogemust. Nostalgia seostub ka teadmise, et inimene „teab, mida saab”.	võib toimida emotsionaalse ja turvatunnet loova motivaatorina, suunab inimesi tuttavate kogemuste juurde
Emotsioonid ja kultuuritarbimise otsused	inimeste vaimne ja emotsionaalne seisund mõjutab soovi kultuurielamusi otsida. Näiteks võib inimene soovida teatud emotsiooni läbi kogeda või vastupidi sellest eemalduda ja otsida rõõmu, lohutust	Kultuurisündmus võib täita emotsionaalse regulatsiooni funktsiooni, aidates inimesel oma seisundit muuta või kogetut mõtestada.
Peamised tõrked kontserdikülastusel	inimesi võivad tagasi hoida aeg ja raha, aga ka eelarvamused, teadmatuse ning ebakindlus. Klassikalise muusika või teiste kultuurisündmuste puhul võivad takistuseks saada hirm, et sündmus on igav, võõras või seotud rangete käitumisreeglitega.	Tõkked ei ole ainult materiaalsed, vaid ka psühholoogilised ja kultuurilised, mis on oluline publiku laiendamise strateegiate mõistmisel.
Lapsepõlve ja varasemate kogemuste mõju	lapsepõlves saadud kultuurikogemused mõjutavad hilisemaid valikuid märkimisväärselt. Kui inimene on noores eas puutunud kokku kultuurisündmustega, võib see kujundada hilisemat harjumust, avatust ja valmisolekut samalaadsetes tegevustes osaleda.	Varased kultuurikogemused aitavad kujundada kultuuritarbimise harjumusi ning võivad mõjutada tulevast kontserdihuvi ja publiku kujunemist.
Sotsiaalne mõõde kultuuritarbimises	Kultuuriüritus on teiste inimeste soovitude, ühiskondlike hoiakute ja jagatud kogemuse väärtusega. Seda toetab ka usalduse ja soovitude olulisus otsustusprotsessis.	sotsiaalselt mõjutatud tegevus. oluline on arvestada kogukondliku ja suhtepõhise mõjuga publiku käitumises

Allikas: autori koostatud intervjuu põhjal (vt. lisa 7 ja 8)

Ekspertintervjuus leiab muusikapsühholoog (Tabel 13), et muusika mõju inimestele on väga individuaalne ja kompleksne. Näiteks harmoonia mõjutab rohkem inimeste tundeelu ning rütm ja tempo füüsilist olekut ning võib tekkida soov isegi muusika rütmis kaasa liigutada.

Muusikat kuulates võivad inimese kujutlusse tekkida erinevad kujutuspildid ja võib lausa sattuda teatavale rännakule või flow seisundisse. Võib juhtuda, et otsime muusikast oma emotsionaalset peegeldust. Näiteks kuulatakse tihti kurbuse peletamiseks kurba minoorset muusikat. (E3)

Tabel 13. Ekspertintervjuu kokkuvõte – muusikapsühholoog

Teema / uurimisküsimus	Intervjuus esitatud peamised seisukohad	Täendus uurimistöö kontekstis
Muusika üldine mõju inimesele	erinevad parameetrid, näiteks harmoonia, rütm ja tempo, mõjutavad inimest erinevalt: harmoonia seostub enam tundeeluga, rütm ja tempo aga kehalise kogemuse ja liikumisega.	Muusika mõju hõlmab emotsionaalset ja kehalist tasandit
Muusika ja emotsioonid	muusika mõjutab tugevalt inimese emotsioone ning võib esile kutsuda väga erinevaid tundeid	Muusika toimib emotsioonide vahendajana vaimse heaolu ja elamuse kujundamisel.
Muusika füsioloogiline ja kehaline toime	võib mõjutada keha automaatseid reaktsioone, näiteks liikumissoovi, rütmiga kaasaminekut	Kontserdikogemus ei ole üksnes vaimne, vaid ka kehaliselt tajutav.
Kontserdielamuse eripära	Elav muusika ja kontsert võimendab kohalolu tunnet ning võib esile kutsuda sügavaid emotsionaalseid reaktsioone. Kontserdisaal on turvaline ruum, kus inimene saab muusika toel eelnevaid elukogemusi läbi töötada.	Elav muusika võib pakkuda intensiivsemat ja tähenduslikumat kogemust kui igapäevane muusika kuulamine
Muusika ja mälu	Muusika on tihedalt seotud mäliga ning võib taastada varasemaid kogemusi väga elavalt, tuues esile nii sündmusi, tundeid kui ka meelelisi detaile.	Muusika toimib mälukäivitajana, osad kontserdikogemused jäävad inimesele pikaks ajaks meelde.
Muusika ja nostalgia	Muusikal on tugev seos nostalgiaga, eriti lapsepõlves või nooruses kogetud muusikaelamustega.	Nostalgia aitab mõista, kuidas varasemad kokkupuuted mõjutavad hilisemat kontserdihuvi.

Allikas: autori koostatud intervjuu kokkuvõtte põhjal (vt. lisa 9 ja 10)

Kontserdisaalis erineb muusika kuulamine võrreldes koduste tingimustega päris palju.

Esiteks mõjutavad meie kogemust ka teised meeled, nägemine ja ka kompimismeel. Kõik erinevad nüansid ja ka laval toimuv mõjub sellele, kuidas me muusikat tajume. Tihti saabub inimene saali teatava eelhäälestusega. Ta valmistub pidulikuks elamuseks ja ka mentaalselt keskendub kuulamisele. (E3)

Intervjuus rõhutatakse ka sotsiaalset momenti kontserdi juures, milleks on vaheaeg, kus inimesed soovivad enamasti ka suhelda ning elamust teistega jagada.

Mälu ja muusika omavaheline seos on väga tugev, esmalt juba seetõttu, et neid protsessitakse samas aju osas. Muusika võib taaselustada mälu pilte, mis võivad inimesi

viia tagasi situatsioonidesse, mida nad enam ei mäletanud. Samamoodi võib meelde jääda positiivselt ka esmane kontserdikülastus näiteks pereliikmetega. Hilisemas eluetapis minnakse tagasi kontserdisaali neid elamusi jälle püüdma. Nostalgial on siin suur roll ja eks see on osa inimeseks olemisest. (E3)

Intervjueeritav rõhutab loovuse kui ühe olulisema hakkamasaamise oskust elus. Loovus on vajalik, et tekiks harjumus leida oma igapäevastele probleemidele lahendused. Muusika aitab neid võimeid väga hästi arendada. Rootsi teadlased on juba mõnda aega tagasi leidnud, et muusika ja kultuuriüritused hoiavad inimesi kauem tervetena, sest nii sotsiaalsed koosviibimised, kui ratsionaalse analüütilise aju osa aktiveerimine mõjub positiivselt.

Tabelis 14 on lühike kokkuvõte kõikide intervjuude olulisematest seisukohtades, mis saab aluseks järeldestele ja lahendustele.

Tabel 14. Intervjuude süntees

Teemad	Seisukohad intervjuudes	Tähendus uurimistöö kontekstis
Info kontsertide kohta	Infot aktiivselt ei otsita, loodetakse, et see jõuab nendeni	Korraldajad peavad pingutama, et olla nähtavad. Rohkem kanaleid.
Peamised motivaatorid kontserdikülastusel	Kunstiellamus, harjumus, soov kaaslaste või sõpradega vaba aega veeta.	Inimesed otsivad elamusi; tänapäeval on religioon asendunud spirituaalsusega; vaimne tervis
Peamised tõrked kontserdikülastusel	Ajapuudus, suur valik (st ei oska valida millist kontserti külastada)	Peamised tõrked on ajapuudus, kõrge piletihind, arusaamatu sisu
Muusika mõju emotsioonidele	Mõjutab suurel määral üldist heaolu ja vaimset tervist, vaheldus argipäevast.	(rahulik) klassikaline muusika võib mõjuda rahustavalt nii vaimses kui füüsilises mõttes
Traditsioonid kontserdisaalis	Kohati puudulik teadlikkus käitumistavade kohta kontserdisaalis	Tõrkeks võib olla ka hirm, et ei osata kontserdisaalis vastavalt käituda, ei teata, millal aplodeerida
Asukoht, atmosfäär, interjäär	Ajendiks kontserdikülastusele võib olla asukoha interjäär	Asukoht võib olla mõjutaja nii positiivses kui ka negatiivses mõttes

Allikas: autori koostatud

Kokkuvõtvalt võib järeldada, et intervjuudest selgus mitmeid kattuvaid teemasid. Läbivalt mainitakse muusika mõju emotsioonidele ja soovi kogeda vaheldust argipäevast. Oluliseks on kultuuri väärtustamine üldisemalt ning harjumuse tekitamine juba lapsepõlves. Kollektiivi vaates, näiteks ERSO, on võimalik erinevate võtetega koondada publikut näiteks sõprade klubi ja erinevate toimumispaikadega. Järgmises peatükis analüüsitakse seisukohti täpsemalt.

2.3. Diskussioon, järeldused ja ettepanekud

Käesolevas töös käsitletakse klassikalise muusika kontserdielamuse kujundamist ning publiku erinevate motivaatorite ja tõrgete avastamist. Töö käigus kerkib esile mitmeid ettepanekuid uuteks lahendusteks kontserdisaalis, mis aitaksid tugevdada seotust klassikalise muusika žanriga. Toetudes intervjuueritute väljendatud seisukohtadele saab järeldada, et klassikalise muusika kontserdikülastus ei toimu automaatselt, vaid tihti sõprade, sugulaste, kaaslaste soovitusel ning eelneva positiivse kokkupuute olemasolul. Aktiivselt ise reklaami ei otsita, vaid loodetakse pigem, et info jääb silma. Mitmed pidasid oluliseks meedia rolli. Leiti, et klassikalise muusika esinejaid ei tutvustata piisavalt näiteks televisiooni vahendusel. Rohkem on nähtaval popmuusikud. Piletihinna kui tõrget intervjueritavad esmajoones välja ei toonud, vaid kinnitasid, et kui on soov minna, siis leitakse võimalus ja investeeritakse kultuurisündmuse piletisse. Tabelis 15 on toodud intervjuude selgunud peamised järeldused:

Tabel 15. Järeldused ja ettepanekud

Alateema	Järeldused / üldistused	Ettepanekud
Info kontsertide kohta ja meediakajastused	Infot ei jõua tihti potentsiaalse külastajani, meedias ei näe liiga tihti klassikalisi artiste	Aktiivsem, visuaalselt atraktiivsem teavitus; esinejate nähtavuse tõstmine (sotsiaal)meedias
Kunstiline sisu, vorm ja formaat	Publiku jaoks on tihti vajalik eeltutvustus; soovitakse ka nn kontserte võhikutele, mis selgitaksid sisu põhjalikumalt	Lua vabamad kontserdiformaadid, sõnalise sisututvustusega, mis toetaksid harva külastaja eelistusi
Publik	Muusika mõju emotsioonidele; muusika pakub heaolutunnet	Selgitada publikule läbi erinevate kanalite muusika positiivset mõju
Motivaatorid	Soov kogeda midagi erilist; vaheldus argipäevale. Varasem positiivne kogemus	Muusikalist sisu tugevdada lisakomponentidega, nagu visuaal ja valgusinstallatsioon
Tõrked	Ajapuudus; hinnatundlikkus; raske valida, kuna tihti ei saa infot märgates kontserdi sisust aru;	Pakkuda lühemaid formaate, võimalik, et ka tööpäeva sees; kasutusele võtta soovitude süsteem, kus tuntud nägu selgitab kontserdi sisu
Traditsioonid kontserdisaalis	Publikul on teatav hirm käitumisreeglite ees, näiteks plaksutamine ja püsti tõusmine	Tõsta publiku teadlikkust ja kuvada erinevates kanalites infot ning julgustada inimesi käituma vabalt ning formaadile vastavalt. Jaotada formaadid pidulikeks ja vabama õhkkonnaga kontsertideks
Asukoht, atmosfäär	Kontserdipaigal on oluline roll elamuse komponendina; hinnatakse arhitektuurilist esteetikat	Atmosfääri saab luua kontserdisaalis erineva paigutusega ning valgustusega; uudsama võimalusena ka lõhnade kasutamisega

Allikas: autori koostatud

Antud töös läbi viidud uuring näitab samuti tugevat seost muusikahariduse või üldise muusikalise kogemuse seosest varajases nooruses võrreldes hilisema kontserdikülastuse või kultuuritarbimisega üldisemalt. Siit järeldub, et Eesti muusikakultuuri säilimise huvides, võiks suunata rohkem tähelepanu ja ressursse õppekavade arendamisele, et kujundada põhjalikumalt noorte kultuuritarbimise harjumusi hariduse osana.

Publiku vähenemise ja vananemise tendents on küll märgatav, kuid on ka häid näiteid publiku koondumisest ühe konkreetse kollektiivi ümber, näiteks nagu Eesti Riiklik Sümfooniaorkester (edaspidi ERSO). Sama on märgatud ka Suurbritannias läbi viidud uuringus, kus *Royal Philharmonic Orchestra* publikunumbrid on pigem tõusutrendis. Siit järeldub, et seotus ja kontakt tekkis vastava kollektiivi mitte ainult konkreetse muusikastiiliga.

Kontserdikülastuse barjäärideks on nii praktilised kui ka kultuurilised takistused. Näiteks piletihind ei ole harvem kontserti külastava inimese jaoks murekoht, küll aga tekitab teatava tõrke käitumisharjumiste tundmine kontserdisaalis. Küsimusi tekitab aplaus – millal võib, millal ei või? Kui tuua paralleele *jazz*-muusikaga, siis on aktsepteeritav seal ka muusika ajal hea solistliku etteaste eest aplodeerida.

Intervjuudes toodi välja, et tihti on abiks kontserdil esitatava muusikaga parema kontakti loomiseks vajalik eeltutvustus. Enamik eelistab vabamaid formaate, kus tutvustatakse muusikat ka läbi sõnalise osa (Keith, 2022, lk 14). ERSO puhul toodi intervjuus välja kontserdi-eelsed vestlused, kui ühena võimalustest publikuga paremat sidet leida. Eesti Kontsert kasutab kontsert-vestlusringide formaati näiteks iga-aastaselt festivalil TubIN (Tartus), kus muusika vahele on kutsutud vestlusringi juhtima Joonas Hellerma. Samal festivalil on toiminud hästi ka dirigendi ja kunstilise juhi Mihhail Gerts'i poolt läbi viidud lühike pöördumine publiku poole, tutvustamaks vastavate orkestriteoste motiive vaheldumisi sõnalise osaga, seda enne, kui tervikteos ette kantakse. Selle formaadi tabavaks nimeks sai „võtmed kätte“, mis peaks publikule andma vastavad näpunäited, millele muusikas tähelepanu pöörata.

Intervjuudes peeti lisaks tutvustusele oluliseks ka lisaelementide olemasolu, näiteks visuaalne element või muu distsipliin. Muul viisil kui kontserdisaalis muusikat kuulates ja sotsiaalmeediat tarbides on visuaalne stimulatsioon juba iseenesest nii tugev, mistõttu publiku ootus on selleks olemas ka kontserdisaalis. Digitaalne areng mõjutab inimkonda üha enam ning Virtuaalreaalsuse ehk VR ja liitreaalsuse ehk AR lisamine kontserdiformaatidele ei ole enam kaugel saamaks igapäevaseks elemendiks kontserdi juures. Töö käigus läbiviidud intervjuudes

selgus samuti, et inimestel on ootus muusika kõrval ka muudeks efektideks. Eriti ootab multimeediaga rikastatud kontserdielamust noorem publik (Leba & Paulus, 2025, lk 92; Salvaggio, 2025, lk 26).

Interdistsiplinaarsed kontserdiprojektid on ka Eesti Kontserdi hooajas olulisel kohal (näiteks kolme Sihtasutuse – Eesti Draamateatri, Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri ja Eesti Kontserdi ühisprojekt – lavastus „Macbeth“, lavastanud Ojasoo ja Semper. Lavastuses osales täiskoosseisus ERSO ning laval olid Eesti tuntuimad näitlejad. Etenduse ajal toimus tegevus osaliselt *live*-video abil suurel ekraanil. Nii sündiski lavastus-formaat, mis põimis klassikalise kontserdi, etenduse ja filmikunsti elemendid.

Norrbottenis, Rootsis toimuva *Resonans* festivalil kasutatakse täielikku pimedust muusika kaaslaseks. Musta kasti (*black box*) stiilis teatriruumis pimendatakse täielikult kogu ruum. Täielik pimedus on loodud selleks, et tugevdada kontakti muusikaga ning samuti muusikute omavahelist keskendumist. Kuulates muusikat tavakontserdil, kuulab inimene lisaks kõrvadele ka silmadega. Kui üks meel on blokeeritud, avaneb teine tasand ka muusikas. (Keith, 2022, lk 15–16). Pimedus on üks võimalus tõmmata publiku suuremat tähelepanu ning pakkuda midagi ebatraditsioonilist.

Valgustus mängib olulist rolli elamuse kujundamisel. Popmuusika kontsertidel on lahutamatuks osaks valgus-*show*, kuid klassikalisel kontserdil enamasti tavaline valgus (Tröndle, Weining, Uhde, *et al.*, 2025a, lk 67). Intervjuudest selgus, et publik ootab midagi erilist ka selles osas. Klassikalise kontserdi puhul võiksid korraldajad samuti rohkem pingutada, et valgus oleks veidi erilisem.

Erinevate segmentide jaoks publikust võib kontserdikülastuse kasuks otsustamisel olla oluline ka kellaaeg. Erinevatest riikidest on näiteid lühikestest kontsertidest lõunapausil, mis mahuvad 1h sisse. Kontserdi aega valides saab lähtuda nii klientide ehk publiku eelistustest, kui ka ühiskonnas kujunenud tavadest. Eestis on enamasti õhtuste kontsertide ajaks kujunenud 19:00, Suurbritannias 19:30, Itaalias, Hispaanias 20:30. Eesti Kontsert on kellaaajaga katsetanud Estonia kontserdisaalis ning korraldas mitu hooaega järjest öökontserte algusega kell 22:00.

Publikule pakub huvi ka kultuurisündmuse ning kontserdi nn köögipool. Üks võimalus, kuidas publikuga sidet luua ja tugevdada on ka pakkuda lisaks kontserdielamusele võimalust vaadata projekti valmimisprotsessi. Suurema ansambli või orkestri puhul on heaks võimaluseks avatud

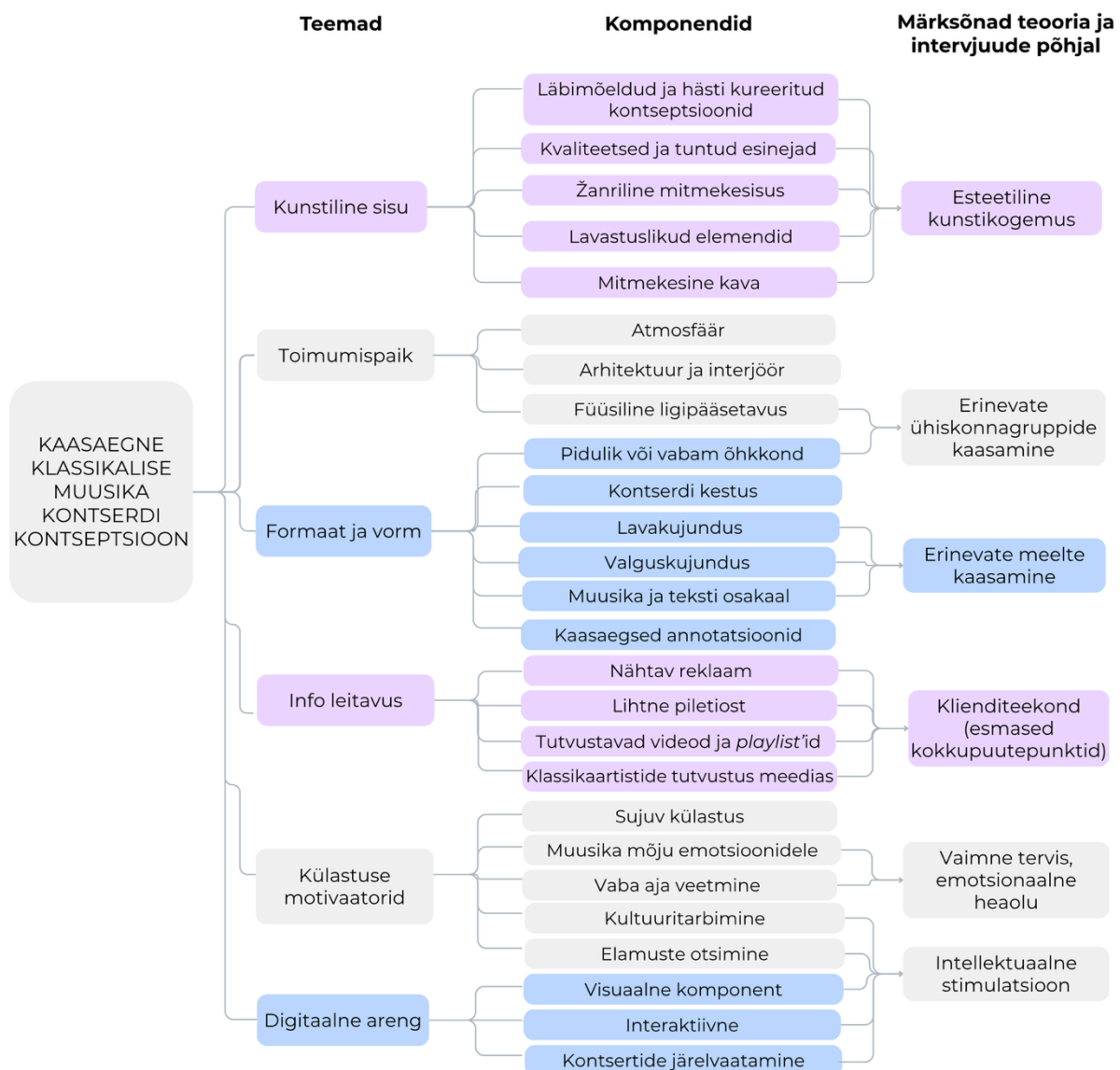
proov. (Sloboda 2024) Sarnaselt filmidele või telesaadetele, millest tehakse eraldi valmimise protsessi tutvustavaid klippe, on pilk kulisside taha põnev ning jutustab omaette lugu.

Kultuurisündmustele on võimalik tähelepanu tõmmata ka arhitektuuriga. Näiteks uued kontserdimajad, mis on valminud staar-arhitektide eestvedamisel (Elbphilharmonie, Hamburgis, Pariisi Filharmonia, Berliini Filharmonia (Tröndle, 2021, lk 18). Ettepanek Eesti kontekstis on kasutada ära võimalusi arhitektuuri näol, näiteks luua arhitektuurikavand ja visioon uuele kontserdisaalile Linnahalli praegusesse asukohta. Autori hinnangul oleksime me kultuuriturismi sihtpunktina oma regioonis veelgi rohkem hinnatud, kui leitaks võimalus uus multifunktsionaalne mereäärne kompleks valmis ehitada. Selleks, et tuua rohkem inimesi publikusse ning arendada ja hoida professionaalset kultuuri, tuleks luua ka vastavad tingimused.

Mõttearendused töö teooria osas viisid kontseptuaalse tühimiku leidmiseni ning mõtteni pakkuda välja uudne kontseptuaalne idee – kultuuridisain. Mõiste jääb töös ideetasandile ning selle arendamine ja defineerimine vajab täpsemat uurimistööd. Kultuuridisain hõlmaks kaunite kunstide (nt kontsertidega) seonduva sisulise kontseptsiooni, vormilise lahenduse ja publikukogemuse tervikliku kujundamise, sh kultuurikorralduse (nt produtsendi töö), teenusedisaini elemente ja nende seoseid. Kultuuridisain ei peaks asendama iga vastava valdkonna eksperte, kuid seoks elemendid kokku üheks, tervikliku ja tugeva positiivse elamuse kujundamiseks. Täpsemal otsingul kultuuridisaini kohta leidsid väheseid allikaid, kus käsitletakse kultuuri disainimist just kunstilises mõttes. Kultuuridisainer peaks olema orienteeritud kõrgetasemelisele kunstile, mida pakutakse läbi ladusalt toimiva teenuse. Teaduslikes allikates on kasutusel mõiste kultuuriettevõtja (*cultural entrepreneur*), mis on majanduslikuma suunilusega ning kelle viit põhiomadust on kirjeldatud järgmiselt: avatud võimalustele, kunstiliselt ja organisatsiooniliselt loominguine juht, kirglik kunstilise sisu osas, veenev nii artistide kui toetajate osas ning julge (van Meerkerk, 2022, lk 235). Toetudes läbi töötatud allikatele võib järeldada, et kultuuridisaini saaks edasi uurida ning arendada.

Lähtudes käesoleva töö teooria osas selgunust ning publikuintervjuudes ilmnenust võib järeldada, et kaasaegse klassikalise muusika kontserdielamuse kujunemisel mängivad olulist rolli paljud erinevad aspektid ehk teemad. Nii intervjuude kokkuvõtetes kui ka teooria osas toodud teemablokkides ilmsid korduvad mustrid, mille analüüsimisel ja sünteesimisel kasutati nii deduktiivset kui induktiivset lähenemist (vt joonis 8). Märksõnad paremas tulbas on tuletatud deduktiivselt, joontega on kujutatud seos keskmises tulbas olevate

komponentidega, mida on täiendatud intervjuudes ilmnenu. Vasakus tulbas olevad teemad on saadud induktiivselt, nn telgkodeerimisega (Gioia, 2021).



Joonis 8. Kaasaegse klassikalise muusika kontserdi kontseptsioon. Autori koostatud

Publik on mõjutatud nii digiajastu kiirest arengust, kui vaimse tervise kriisist ja majanduslikust seisust. Korraldajatel on oluline läbi mõelda senisest veelgi enam kontserdi kontseptsioonid ning pakkuda muusikale lisaks ka erilahendusi eeltutvustuste, sõnalise osa, lavastuse ning valguslahenduste näol.

Kokkuvõtvalt toob autor välja, et ülemaailmselt elame tehnikast läbi imbunud ajal ning suurimas vaimse tervise kriisis. Muusikal on inimesele tugev mõju ning autor järeldab, et ka Eesti Kontserdi näitel oleks hea juhtida publiku tähelepanu just muusika positiivsele mõjule,

et kutsuda rohkem inimesi kontserdile. Selleks, et kontserdimajja jõuaks rohkearvuline publik, on korraldajatel võimalus kureerida kontserdi sisu kui ka vormi. Elamuse kujundamiseks saab kasutada erinevaid formaate, valgustust, kontserditutvustusi nii paberil kui elavas ettekandes ning luua ootuspärasest erinev atmosfäär. Klassikaline muusika ei pea saama iga inimese argipäeva osaks, kuid erinevaid elemente kokku sobitades on võimalik selle žanri populaarsust tugevalt kasvatada.

KOKKUVÕTE

Muusikavaldkond on silmitsi arengute ja muutustega ühiskonnas. Inimeste vabaajaveetmise harjumused on muutumas, seoses erinevate digitaalsete vahendite arenguga ning kultuurinautimine vajab korraldajate poolt pingutusi, et publik leiaks tee klassikalise muusika kontserdini.

Käesolev töö käsitleb kontserdielamuse kujundamist. Klassikalise muusika publik vananeb ja väheneb terves maailmas. Korraldajad otsivad erinevaid võimalusi, kuidas kaasata uut publikut ning eriti nooremaid kuulajaid muusika juurde tuua. Oluline on kandev kunstiline sisu, kuid eeldusel, et vaatleme kontserti kui teenust, saab aina olulisemaks teenuste disaini osakaal ja meetodid, näiteks kliendi- ehk publikuteekonoma sujuvus. Töös on kasutatud näitena Eesti suurimat kontserdiorganisatsiooni, milleks on sihtasutus Eesti Kontsert.

Töös toetutakse erinevatele teooriatele esteetilise kunstikogemuse tõlgendamise kohta, erinevate külastusmotivaatorite ja tõrgete kohta ning sellele, kuidas eelnevad kokkupuuted muusikaga külastusharjumusi mõjutavad. Käsitletakse muusika mõju inimese emotsioonidele ja vaimsele tervisele.

Magistritöö eesmärk, disainida terviklik klassikalise muusika kontserdielamuse kontseptsioon, mis suurendaks publiku osalust, rahulolu ja seotust žanriga, sai täidetud peamiselt kaasaegse klassikalise muusika kontserdi kontseptsiooni teemade kaardistamisega (vt joonis 8, lk 45) ning ettepanekutega, mis võtsid arvesse intervjuudest saadud publiku vajadusi (vt tabel 15, lk 41). Töös pakutakse välja ka termin kultuuridisain, mis ühendab endas nii kunstilise sisu ja formaadi disainimise kui ka teenuse vormilise lahenduse leidmise oskused. Kirjanduse ülevaatest selgus, et termini sisu ja vormi ühendava definitsiooni kirjeldusi napib.

Uuring tugines nii kvalitatiivsele meetodile ehk intervjuudele publiku ja ekspertidega kui ka kahele kvantitatiivsele küsitlusele – Eesti Kontserdi publiku rahulolu uuringule (2025) ja Ernst & Youngi poolt läbi viidud mitte-külastajate uuringule (2026). Uuringu käigus intervjueriti

kokku kümme inimest, nende seas kolme eksperti, kelleks olid käitumisteadlane, Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri direktor ja muusikapsühholoog.

Analüüs näitas, et on mitmeid tõrkeid osalemaks klassikalise muusika kontserdil, näiteks ajapuudus ja piletihind, vähene teadlikkus esinejate ja sisu kohta, info leitavus ei ole piisav ning teadmatus kontserdisaali käitumisnormide kohta. Motivaatoreid oli samuti erinevaid, näiteks intellektuaalne stimulatsioon, soov õppida ja kogeda midagi uut, otsida elamusi ning veeta aega pere, abikaasa või sõpradega. Intervjuudest selgus ka soov näha muusika kõrval teisi kunstiliike või visuaalseid elemente. Eelistatakse lühemaid formaate ning sõnalisi sisututvustusi.

Käesoleva töö maht ei võimaldanud käsitleda turundust ja kommunikatsiooni, mis on kontserdi kui teenuse lahutamatu osa. Edasised uuringud annaks võimaluse kaardistada reklaami mõju ning turunduse aspekte. Võimalusel korraldada ka koosloome töötuba vastava fookusgrupiga, kus saaks testida nii olemasolevaid formaate, reklaami- ja turunduse mõju ja leida uusi lahendusi.

Kokkuvõttes võivad töös tehtud ettepanekud aidata kontserdikorraldajatel paremini mõtestada kontserdi kunstilise sisu kõrval ka vormi ja formaati, et tänapäeva publikule pakkuda piisavat huvi ja motivatsiooni. Klassikalise muusika mõju inimesele üldiselt on positiivne ning või olla oluliseks võtmeks ka vaimse tervise kriisi leevendamiseks.

VIIDATUD ALLIKAD

- Bender-Salazar, R. (2023). Design thinking as an effective method for problem-setting and needfinding for entrepreneurial teams addressing wicked problems. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00291-2>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction* (R. Nice, Tõlk).
- Bowie Christoforetti, E., & Verganti, R. (2025). Designing for our better selves—a call for design in the 21st century to move beyond a user-centered approach. *Design Journal*, 28(1), 54–57. <https://doi.org/10.1080/14606925.2025.2455638>
- Burland, K. P. S. (2014). *Coughing and Clapping. Investigating Audience Experience*.
- Bühler, M. (2021). *Contemporary Audience Rituals at Classical Concerts*. [University of Gloucestershire]. <https://doi.org/10.46289/MK54EE16>
- Cacovean, C. M., Peluso, A. M., & Plăiaș, I. (2021). Consumer satisfaction in performing arts: an empirical investigation into Romanian theatres. *Arts and the Market*, 11(3), 217–239. <https://doi.org/10.1108/AAM-07-2020-0024>
- Chan-Hartley, H. (2021). The Oxford Handbook of Public Music Theory. The Visual Listening Guide. *The Oxford Handbook of Public Music Theory*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197551554.001.0001>
- Cohen, B. (s.a.). *Classical music and audience engagement: Updating the Bernstein model*.
- Danatzis, I., Hill, T., Karpen, I. O., & Kleinaltenkamp, M. (2025). Curating the Crowd: How Firms Manage Social Fit to Stage Social Atmospheres. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429251328277>

- Darki, C., Riley, J., Dadabhoy, D. P., Darki, A., & Garetto, J. (2022). The Effect of Classical Music on Heart Rate, Blood Pressure, and Mood. *Cureus*. <https://doi.org/10.7759/cureus.27348>
- Davies, C., Page, B., Driesener, C., Anesbury, Z., Yang, S., & Bruwer, J. (2022). The power of nostalgia: Age and preference for popular music. *Marketing Letters*, 33(4), 681–692. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09626-7>
- Design Council. (2023). *Framework for Innovation*. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>
- Dobson, M. (2008). *Exploring classical music concert attendance: The effects of concert venue and familiarity on audience experience*. <http://www.uni-graz.at/muwi3www/SysMus08/>
- Eesti Kontsert. (2025). *Publiku rahulolu uuring*.
- Eesti Kultuuriministeerium. (2021). *Kultuuri arengukava 2030*.
- Emerson, G. (2024). *Audience Experience and Contemporary Classical Music: Negotiating the Experimental and the Accessible*. Routledge.
- Ernst & Young. (2026). *Kontsertide mittekülastajad: barjäärid*.
- ERSO. (2025). *Eesti Riiklik Sümfooniaorkester, Majandusaasta aruanne*. www.erso.ee
- Falck, O., Fritsch, M., Heblich, S., & Otto, A. (2018). Music in the air: estimating the social return to cultural amenities. *Journal of Cultural Economics*, 42(3), 365–391. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9310-4>
- Gioia, D. (2021). A Systematic Methodology for Doing Qualitative Research. *Journal of Applied Behavioral Science*, 57(1), 20–29. <https://doi.org/10.1177/0021886320982715>
- Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Diefenbach, S., Laschke, M., Lenz, E., & Kim, J. (2013a). Designing Moments of Meaning and Pleasure. Experience Design and Happiness. *International Journal of Design* (Kd 7, Number 3).

- Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Diefenbach, S., Laschke, M., Lenz, E., & Kim, J. (2013b). Designing Moments of Meaning and Pleasure. Experience Design and Happiness. *International Journal of Design*, (7(3), 21–31). www.ijdesign.org
- Hawkins, D. I. ., & Mothersbaugh, D. L. . (2010). *Consumer behavior : building marketing strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Jackson, M. R. (Phd). (2023). *Arts Participation Patterns in 2022: Highlights from the Survey of Public Participation in the Arts*. <https://www.arts.gov/sites/default/files/2022-SPPA-final.pdf>
- Jakobsson, K., & Björkman, M. (2024). *Switched-On Malmö Live*.
- Jang, H. W., & Lee, S. B. (2019). Applying effective sensory marketing to sustainable coffee shop business management. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22). <https://doi.org/10.3390/su11226430>
- Jensen, A., Folker, A. P., Lindström, M., & Ekholm, O. (2023). Arts and culture engagement for health: a Danish population-based study. *Public Health*, 225, 120–126. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2023.09.012>
- Johnson. (1995). *Listening in Paris: A Cultural History*. University of California Press.
- Johnson, J. (2011). *Who Needs Classical Music?* . Oxford University Press.
- Johnson, J., & Perrine, W. M. (2014). Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value. *Philosophy of Music Education Review*, 22(1), 96–100. <https://muse.jhu.edu/article/546294>
- Jørgensen, C. Ø. (s.a.). *Unpaid Labor in the Danish Music Industry - a Qualitative Study of Danish Record Companies and Venues*.
- Kahneman, D. (2012). *Thinking, Fast and Slow*. Penguin Books.
- Keith, M. (2022). *Concert Curation On the importance of audience engagement, and the improvement of the classical music concert*.

- Kolb, B. M. (2001). The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 1–35. <https://doi.org/10.1080/09548960109365147>
- Kolb, B. M. (2013). *Marketing for Cultural Organizations : New Strategies for Attracting Audiences - Third Edition*.
- Kreuzer, M., Wald-Fuhrmann, M., Weining, C., Tröndle, M., & Egermann, H. (2025). Western Classical Music Concerts Are More Immersive, Intellectually Stimulating, and Social, When Experienced Live Rather Than in a Digital Stream. An Ecologically Valid Concert Study on Different Modes of Liveness. *Music and Science*, 8. <https://doi.org/10.1177/20592043251333995>
- Kreutz, G., Ott, U., Teichmann, D., Osawa, P., & Vaitl, D. (2008). Using music to induce emotions: Influences of musical preference and absorption. *Psychology of Music*, 36(1), 101–126. <https://doi.org/10.1177/0305735607082623>
- Kuznetsova-Bogdanovitš, K., & Jyrämä, A. (2018). *Kuidas korraldada kultuuri? Managing the Arts III: III*. Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia.
- Kõlar, A., Vardja, M., & Jõks, E. (2025). Methis: Studia Humaniora Estonica:vaimse heaolu ja kunstide erinumber. *Methis. Studia humaniora Estonica*, (Vaimse heaolu ja kunstide erinumber). <https://doi.org/10.7592/methis.v28i35>
- Laks, T. (2008, juuni 10). Tormis Meestelaulud. *Delfi Kultuur*.
- Leba, J., & Paulus, A. (2025). ‘It’s not only musicians in tails playing music by mostly dead male composers’: New interdisciplinary formats to counter the classical concert crisis. *Journal of Cultural Management and Cultural Policy*, 11(1), 86–113. <https://doi.org/10.1177/27018466251348923>
- Makkonen, H., Aspara, J., Grönroos, C., & Mäntymäki, M. (2026). Advancing conceptual clarity in marketing science: Delineating process and systems perspectives on value co-creation. *Marketing Theory*. <https://doi.org/10.1177/14705931261430777>

- Melenhorst, M. S., & Liem, C. C. S. (2015). *Put The Concert Attendee in the Spotlight. A User-Centered Design and Development Approach for Classical Concert Applications*. <https://www.digitalconcerthall.com/en/home>
- National Endowment for the Arts. (2015). *When Going Gets Tough: Barriers and Motivations Affecting Arts Attendance*.
- Pappel, K. (2011, september 9). Piirilinna Parsifal. *Sirp*.
- Pappel, K., Siitan, T., Schaper, A., Kõlar, A., & Heinmaa, H. (2025). *Eesti muusikalugu: I* (T. Siitan, Toim). Eesti Muusika-ja Teatriakadeemia.
- Penin, L. (2018). *An introduction to service design: designing the invisible*. . Bloomsbury Publishing.
- Pitts, S. E., & Burland, K. (2013). Listening to live jazz: an individual or social act? *Arts Marketing: An International Journal*, 3(1), 7–20. <https://doi.org/10.1108/20442081311327138>
- Prior, N. (2013). Bourdieu and the Sociology of Music Consumption. *Edinburgh Research Explorer*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/soco.2013.7.issue-3>
- Radbourne, J., Glow, H., & Johanson, K. (2010). Measuring the intrinsic benefits of arts attendance. *Cultural Trends*, 19(4), 307–324. <https://doi.org/10.1080/09548963.2010.515005>
- Radbourne, J., Glow, H., & Johanson, K. (2013). The Audience Experience: A critical analysis of audiences in the performing arts. *ProQuest Ebook Central*. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/nlibee-ebooks/detail.action?docID=4307619>.
- Rahvusooper Estonia. (2025). *Rahvusooper Estonia majandusaasta aruanne 2024*. www.opera.ee
- Reason, M., Conner, L., Johanson, K., & Walmsley, B. (2022). *Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts*.

- Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (2014). *Event design: Social perspectives and practices*. <https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/bf63c92e-5693-454b->
- Rosen, Charles. (1998). *The classical style : Haydn, Mozart, Beethoven*. W.W. Norton & Company.
- Royal Philharmonic Orchestra. (2024). *Embracing the future with confidence: The evolution of the orchestral audience in the digital age A research study by the Royal Philharmonic Orchestra*.
- Saarikorpi, P., & Heinonen, K. (2025). The art experience triad: Conceptual underpinnings and implications. *Handbook of Service Experience* (lk 37–53). Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.4337/9781035300198.00010>
- Salvaggio, S. A. (2024). *OSF Preprints: Performing Arts in the Age of Shifting Tastes. Implications for Cultural Management*.
- Salvaggio, S. A. (2025). *Digital Transformation of Performing Arts*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003598749>
- Saro, A. (2014). Strategies to Re-(Present) Reality in the Performing Arts. *Methis. Studia humaniora Estonica*, 11(14). <https://doi.org/10.7592/methis.v11i14.3693>
- Siitan, T. (1998). *Õhtumaade muusikalugu: I*. Talmar & Põhi.
- Sloboda, J. (2024). How Professional Musicians Can Better Connect to Audiences for Live Classical Music: Assessing Theory And Practice in the Light of the COVID-19 Crisis. S. Nikolić, B. Bogunivić, & R. Trimmers (Toim), *Psychological Perspectives on Musical Experiences and Skills: Research in the Western Balkans and Western Europe*. Open Book Publishers. <https://doi.org/10.11647/OBP.0389>
- Spence, C. (2021). Scent in the Context of Live Performance. *i-Perception*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/2041669520985537>
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is Service Design Doing*. O'Reilly Media, Inc.

- Teater Vanemuine. (2025). *Vanemuise majandusaasta aruanne 2024*.
- Tooman, H., Roosipõld, A., & Rekkor, S. (2023). *Teenindusprotsesside juhtimine ja teenusedisain*. Tallinna Ülikooli Kirjastus.
- Tröndle, M. (2021). *Classical Concert Studies*.
- Tröndle, M. (2022). *Non-Visitor Research* (M. Tröndle, Toim). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35181-6>
- Tröndle, M., Weining, C., Uhde, F., & Tschacher, W. (2025a). The effects of concert formats on classical concertgoers. *Journal of Cultural Management and Cultural Policy*, 11(1), 62–85. <https://doi.org/10.1177/27018466251350270>
- Tröndle, M., Weining, C., Uhde, F., & Tschacher, W. (2025b). The effects of concert formats on classical concertgoers. *Journal of Cultural Management and Cultural Policy*, 11(1), 62–85. <https://doi.org/10.1177/27018466251350270>
- Tröndle, M., Weining, C., Wald-Fuhrmann, M., & Tschacher, W. (2025). Classical Concert Visitor Types: Attendance Motivation, Expectation, and Experience. *Journal of Arts Management Law and Society*, 55(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/10632921.2025.2480585>
- van der Heijde-Zomerdijs, M. (2022). *The development of public concerts during the late seventeenth and eighteenth centuries*. https://www.dbnl.org/tekst/_med009199901_01/colofon.php
- van Meerkerk, E. (2022). The Cultural Entrepreneurship Scorecard: An Instrument for Assessing Cultural Institutions. *Journal of Arts Management Law and Society*, 52(4), 231–248. <https://doi.org/10.1080/10632921.2022.2030270>
- Verbanova, L. (2012). *Strategic Management in the Arts*. Taylor & Francis.
- Viilmann, K. (2024). *Kultuuris osalemise uuring*. <https://www.kul.ee/uudised/kultuuris-osalemise-uuring-naitab-kultuurielus-osalemise-taastumist-koroonaaajast>
- Wald-Fuhrmann, M., Egermann, H., Czepiel, A., O'Neill, K., Weining, C., Meier, D., Tschacher, W., Uhde, F., Toelle, J., & Tröndle, M. (2021). Music Listening in

Classical Concerts: Theory, Literature Review, and Research Program. *Frontiers in Psychology* (Kd 12). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.638783>

Wald-Fuhrmann, M., Herget, A.-K., Kreutzer, M., & Egermann, H. (2026). Concert formats influence how audiences experience live classical music. *Humanities and Social Sciences Communications*. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06461-9>

Weick, K. E. (2012). Organized sensemaking: A commentary on processes of interpretive work. *Human Relations*, 65(1), 141–153. <https://doi.org/10.1177/0018726711424235>

Lisa 1. Teejuht muusikavaldkonnas

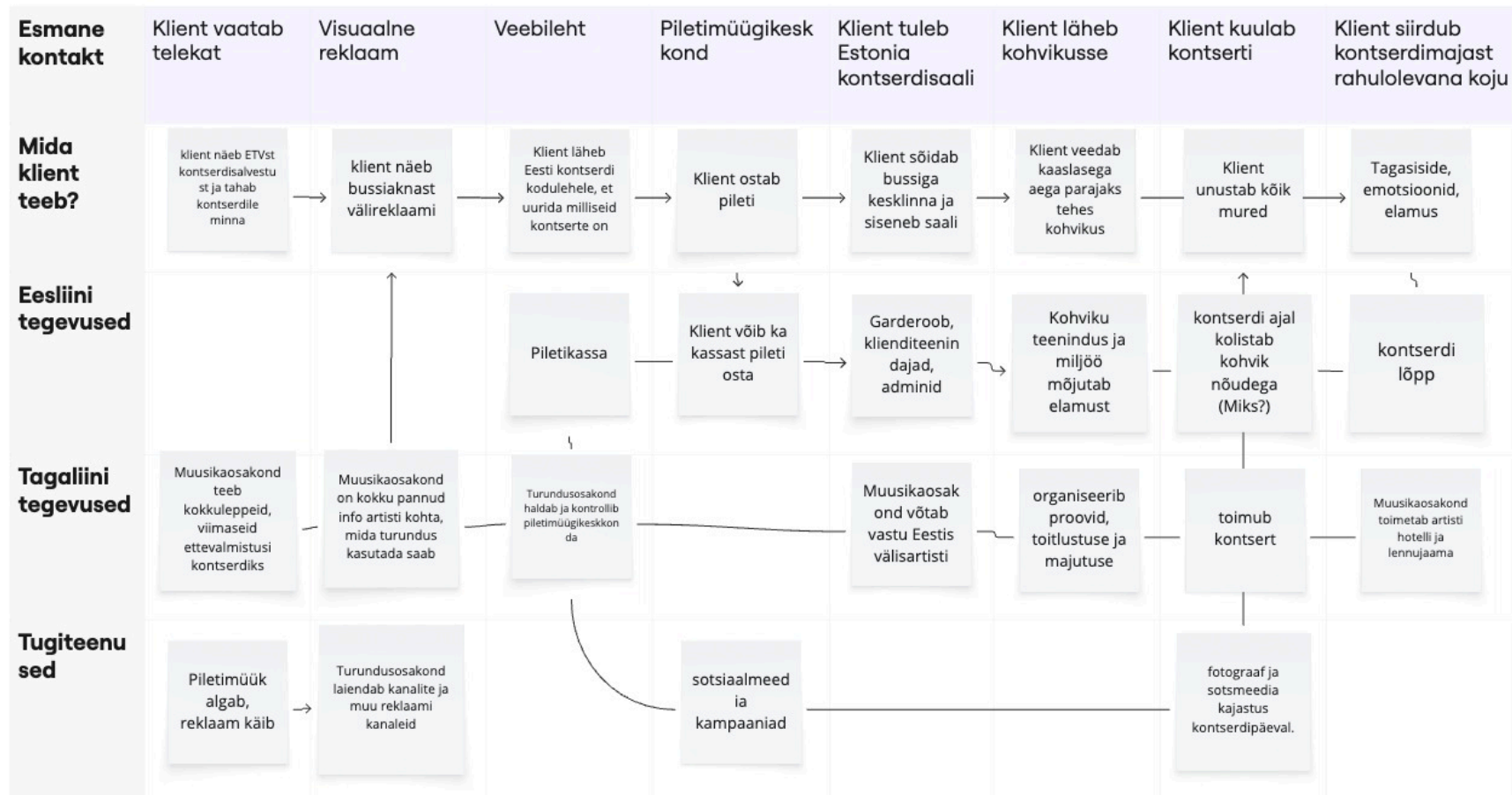
Märksõna	Selgitus
4'33"	John Cage'i 1952. aastal loodud teos, mille esitus ei põhine tavapäraselt tekitatud helidel, vaid suunab tähelepanu ümbritsevale akustilisele keskkonnale. Teost peetakse 20. sajandi muusikaloo üheks tuntumaks kontseptuaalseks teoseks, kuna see tõstatab uuel viisil küsimuse sellest, mida saab nimetada muusikaks. (Encyclopedia Britannica)
Académie royale de musique	Pariisi ooperi ajalooline nimetus ning üks Prantsuse õukondliku muusikaelu keskseid institutsioone. Selle kujunemine oli seotud kuningliku privileegisüsteemi ja prantsuskeelse ooperi institutsionaliseerumisega; sellest kasvas hiljem välja tänapäevane Pariisi ooper. (Estonian National Opera)
Art music	Mõiste <i>art music</i> tähistab professionaalses ja kirjalikult fikseeritud traditsioonis loodud muusikat; eesti keeles vastab sellele ligikaudu termin <i>kunstmuusika</i> . Tavaliselt eristatakse seda rahvamuusikast ja populaarsest muusikast, kuigi piirid nende kategooriate vahel ei ole alati jäigad. (Encyclopedia Britannica)
Bach, „Hästi tempereeritud klaviir“	Johann Sebastian Bachi <i>Hästi tempereeritud klaviir</i> (<i>The Well-Tempered Clavier</i> , BWV 846–893) koosneb kahest kogumikust, mis hõlmavad 48 prelüüdi ja fuugat kõigis duur- ja mollhelistikes. Teost peetakse lääne klahvpillimuusika ja kontrapunktilise mõtlemise üheks põhitekstiks. (Encyclopedia Britannica)
Concerts spirituel / Concert Spirituel	<i>Concert Spirituel</i> oli 1725. aastal Pariisis rajatud avalik kontserdisari, mida peetakse üheks Euroopa varaseks avaliku kontserdielu institutsiooniks. See toimus eeskätt usupühadel, mil teised suured etendusasutused olid suletud, ning on muusikaloo oluline avaliku kontserdikultuuri kujunemise näide. (Wikipedia)
Corelli	Arcangelo Corelli (17.02.1653–08.01.1713) oli itaalia viiuldaja ja helilooja. Tema panus oli eriti oluline trio-sonaadi ja concerto grosso arengus ning ta mõjutas tugevasti hilisemat barokk-instrumentaalmuusikat. (Encyclopedia Britannica)
Eesti Filharmoonia Kammerkoor (EFK)	Eesti Filharmoonia Kammerkoor on 1981. aastal asutatud professionaalne kammerkoor. Institutsionaalselt kuulub see riigi loodud sihtasutuste hulka; Kultuuriministeerium nimetab seda üheks riigi poolt ellu kutsutud muusikasihtasutuseks. Koos on rahvusvaheliselt tuntud eriti eesti koorimuusika interpreedina. (kul.ee)
Eesti Kontsert	Eesti Kontsert on Eesti suurim kontserdikorraldaja. See tegutseb riigi asutatud sihtasutusena ning selle alla kuuluvad mitmed kollektiivid ja festivalid. (concert.ee)
Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia	Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia on muusikale ja teatrile spetsialiseerunud avalik-õiguslik ülikool. Seega kuulub ta Eesti riiklikku kõrgharidussüsteemi ega ole kohaliku omavalitsuse asutus. (Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia)
Eesti Rahvusmeeskoor	Eesti Rahvusmeeskoor ehk RAM on Eesti professionaalne meeskoor ja rahvusliku esindusfunktsiooniga kollektiiv. Kultuuriministeeriumi ülevaadete kohaselt kuulub RAM Sihtasutuse Eesti Kontsert koosseisu, mistõttu paikneb ta riikliku sihtasutuse raamistikus. (kul.ee)
Eesti Riiklik Sümfooniaorkester	Eesti Riiklik Sümfooniaorkester ehk ERSO on Eesti rahvusorkester ja vanim järjepidevalt tegutsev sümfooniaorkester Eestis. Orkester tegutseb sihtasutusena SA Eesti Riiklik Sümfooniaorkester, mis tähendab, et see kuulub riigi alla. (ERSO)
ERSO TV	ERSO TV on Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri digitaalne vahenduskanal, mille kaudu on edastatud orkestri kontserte veebis. Tegemist ei ole eraldi juriidilise üksusega, vaid ERSO tegevuse meediaväljundiga; institutsionaalselt kuulub see sama riikliku sihtasutuse raamistikku. (ERSO)

Folk	<i>Folk</i> ehk rahvamuusika tähistab traditsiooniliselt kogukondlikus kasutuses kujunenud ja suulise pärimuse kaudu edasi antud muusikat. Seda seostatakse sageli kohaliku identiteedi, rituaalide ja kogukondlike praktikatega, kuid tänapäevases kasutuses võib mõiste hõlmata ka pärimusmuusikast lähtuvat uuemat loomingut. (Encyclopedia Britannica)
Haapsalu Valgete Ööde Festival	Haapsalu Valgete Ööde festival on suvine klassikalise muusika festival. Eesti Kontserdi ametliku teabe järgi kuulub see Eesti Kontserdi korraldatavate festivalide hulka; seega paikneb ta riikliku sihtasutuse Eesti Kontsert raamistikus. (concert.ee)
Händel	Georg Friedrich Händel (23.02.1685–14.04.1759) oli Saksamaal sündinud ja hiljem peamiselt Inglismaal tegutsenud helilooja. Ta kuulub hilisbaroki tähtsaimate autorite hulka ning on tuntud eriti ooperite, oratooriumide ja orkestriteoste poolest. (Encyclopedia Britannica)
Hortus Musicus	Hortus Musicus on 1972. aastal asutatud eesti vanamuusikaansambel. Eesti Kontserdi teatel kuulus ansambel varem Eesti Kontserdi koosseisu, kuid alates 18. juulist 2025 jätkab tegevust iseseisva ansamblina; seega on selle institutsionaalne kuuluvus hiljuti muutunud. (concert.ee)
Interpreetide liit	Eesti Interpreetide Liit on professionaalseid muusikuid ühendav loomeliit. Kultuuriministeerium nimetab seda mittetulundusühinguna tegutsevaks loomeliiduks, mistõttu ei kuulu see riigile ega kohalikule omavalitsusele, vaid tegutseb sõltumatu erialaühendusena. (kul.ee)
Jazz	Jazz on Ameerika Ühendriikides kujunenud muusikavorm, mille lähtekohad on seotud afroameerika muusikatraditsioonidega. Žanri keskseteks tunnusteks peetakse improvisatsiooni, rütmilist paindlikkust ja isikupärast kõlakäsitlust; ajalooliselt on sellest arenenud arvukalt alamstiile. (Encyclopedia Britannica)
Jazzkaar	Jazzkaar on Eesti rahvusvaheliselt tuntuim jazzifestival. Festivali korraldab MTÜ Jazzkaare Sõprade Ühing, mistõttu ei kuulu see riigile ega omavalitsusele, vaid tegutseb mittetulundusühingu korraldatud festivalina. (Festival Jazzkaar)
John Cage	John Cage (05.09.1912–12.08.1992) oli Ameerika helilooja, muusikateoreetik ja kunstnik, keda peetakse 20. sajandi eksperimentaalmuusika üheks keskseks kujuks. Tema loomingus on olulisel kohal juhuslikkus, vaikuse esteetika ja laiendatud arusaam muusikalisest materjalist. (Encyclopedia Britannica)
Johann Strauss	<i>Ilusal sinisel Doonaul</i> (<i>An der schönen blauen Donau</i> , op. 314) on Johann Strauss II 1867. aastal loodud valss. Teosest on kujunenud Viini muusikakultuuri sümbol ning see kuulub 19. sajandi tantsu- ja orkestrirepertuaari tuntuimate näidete hulka. (Encyclopedia Britannica)
Kristjan Järvi	Kristjan Järvi (13.06.1972–) on eesti dirigent, helilooja ja produtsent. Tema tegevust iseloomustab žanripiire ületav muusikaline mõtlemine ning seotus selliste kollektiividega nagu Absolute Ensemble ja Baltic Sea Philharmonic. (kristjanjarvi.com)
Max Reinhardt	Max Reinhardt (09.09.1873–31.10.1943) oli Austria päritolu lavastaja ja teatrijuht, keda peetakse 20. sajandi alguse teatireformi üheks oluliseks kujundajaks. Muusikateatri kontekstis on ta tähtis eeskätt moodsa lavastusmõtlemise ja teatrilise sünteesi arendajana. (Encyclopedia Britannica)
Multy-Story Orchestra / Multi-Story Orchestra	Multi-Story Orchestra on Londonis tegutsev orkestriline algatus, mille eesmärk on tuua orkestrimuusika tavapärastest kontserdipaikadest välja uutesse linnaruumi kontekstidesse. Organisatsioon tegutseb heategevusliku kultuuriorganisatsioonina Inglismaal ja Walesis, seega ei kuulu see riigile ega kohalikule omavalitsusele. (The Multi-Story Orchestra)
Narva Linnaorkester	Narva Linna Sümfooniaorkester on Narvas tegutsev orkester. Narva linna ametliku teabe järgi tegutseb see linnale kuuluv kultuurimajas Rugodiv, mistõttu kuulub orkester kohaliku omavalitsuse ehk Narva linna kultuurisüsteemi. (Narva)
Non-classical liikumine, London	<i>Nonclassical</i> on Gabriel Prokofievi rajatud Londoni algatus, mis ühendab nüüdismuusika klubikultuuri, alternatiivsete esituspaikade ja uute kuulamispraktikatega. See tähistab ühtaegu nii konkreetset plaadifirma- ja kontserdiformaati kui ka laiemat esteetilist hoiakut, mis nihestab klassikalise kontserdikultuuri tavaraame. Tegemist ei ole riikliku ega omavalitsusliku institutsiooniga, vaid sõltumatu algatusega. (nonclassical)

Ooper	Ooper on muusikateatri žanr, milles lavaline tegevus kandub edasi peamiselt laulmise ja orkestri kaudu. Žanr ühendab muusika, draama, lavastuse ja visuaalse kujunduse ning selle vormiline ülesehitus on eri ajastutel oluliselt muutunud. (Encyclopedia Britannica)
Pariisi ooper	Pariisi ooper ehk <i>Opéra national de Paris</i> on üks Euroopa ajalooliselt mõjukamaid ooperi- ja balletiasutusi. Selle juured ulatuvad 17. sajandisse ning institutsioon kasvas välja muu hulgas <i>Académie royale de musique</i> 'i traditsioonist.
Pärnu Linnaorkester	Pärnu Linnaorkester on 1994. aastal loodud professionaalne sümfooniaorkester. Tegemist on Pärnu nime kandva linnaorkestriga, mille tegevus on seotud Pärnu linna kultuurieluga; magistritöö lisas võib seda määratleda kohaliku omavalitsuse kultuurisüsteemiga seotud kollektiivina. (Pärnu Linnaorkester)
Polüfoonia	Polüfoonia tähendab kahe või enama meloodilise liini samaaegset kõlamist. Seda seostatakse eriti kontrapunktilise kirjutusviisiga, milles eri hääled säilitavad oma iseseisvuse, kuid moodustavad ühtse terviku. (Encyclopedia Britannica)
Purcell, Henry	Henry Purcell (u 1659–21.11.1695) oli inglise barokiaja helilooja. Ta on keskne autor inglise vokaal-, kiriku- ja lavamuusika ajaloos ning tema tuntuimate teoste hulka kuulub ooper <i>Dido and Aeneas</i> . (Encyclopedia Britannica)
Rahvusoooper Estonia	Rahvusoooper Estonia on Eesti keskne ooperi- ja balletiasutus. Juriidiliselt on see seaduse alusel loodud avalik-õiguslik juriidiline isik, mistõttu kuulub ta Eesti riigi kultuurikorralduslikku süsteemi, mitte kohaliku omavalitsuse haldusalasse. (Estonian National Opera)
Rahvusteater Vanemuine	Vanemuine on Eesti esimene emakeelne teater ja ühtlasi ainus kolmežanriteater Eestis. Juriidiliselt tegutseb see sihtasutusena SA Teater Vanemuine; seega ei ole tegemist kohaliku omavalitsuse asutusega, vaid sihtasutusliku teatriga Eesti riiklikus kultuuriväljas. (TKO)
Richard Wagner	Richard Wagner (22.05.1813–13.02.1883) oli saksa helilooja, dirigent ja muusikateoreetik, kelle mõju 19. sajandi ooperile oli erakordselt ulatuslik. Tema olulisemate teoste hulka kuuluvad <i>Tristan und Isolde</i> , <i>Der Ring des Nibelungen</i> ja <i>Parsifal</i> . (Encyclopedia Britannica)
Royal Philharmonic Orchestra	Royal Philharmonic Orchestra on Londonis tegutsev sümfooniaorkester. Tegemist on iseseisva professionaalse muusikaorganisatsiooniga, mitte riigi- või omavalitsusorkestriga. (rpo.co.uk)
Saaremaa Ooperipäevad	Saaremaa ooperipäevad on Kuressaares toimuv rahvusvaheline ooperifestival. Eesti Kontserdi ametliku teabe järgi kuulub see Eesti Kontserdi korraldatavate festivalide hulka, seega paikneb ta riikliku sihtasutuse Eesti Kontsert raamistikus. (concert.ee)
Tallinna Kammerorkester	Tallinna Kammerorkester on 1993. aastal Tõnu Kaljuste asutatud professionaalne orkester. Kollektiiv tegutseb Tallinna Filharmoonia juures, mistõttu kuulub Tallinna linna ehk kohaliku omavalitsuse kultuurisüsteemi. (TKO)
Tõnu Kaljuste	Tõnu Kaljuste (28.08.1953–) on eesti dirigent, kelle tegevus on olnud määrava tähtsusega Eesti koori- ja orkestrikultuuri rahvusvahelisel nähtavaks muutmisel. Ta on seotud Eesti Filharmoonia Kammerkoori ja Tallinna Kammerorkestri kujunemislooga ning tuntud eriti eesti muusika interpreedina. (TKO)
Uus muusika ehk nüüdismuusika	Nüüdismuusika all mõistetakse üldjuhul 20. ja 21. sajandi kunstmuusikat või selle uuenduslikumat osa. Mõiste osutab helikeelele, mis kasutab uusi kompositsioonitehnikaid, kõlavärve, vormiprintsiipe ja esteetilisi lähtekehti. (Encyclopedia Britannica)
Veljo Tormis („Meestelaulud“)	Veljo Tormis (07.08.1930–21.01.2017) oli eesti helilooja, kelle looming on keskne eesti koorimuusika ajaloos. Tema teosed tuginevad sageli regilaulu ja teiste läänemeresoome pärimuste loovale tõlgendusele; tsükkel <i>Meestelaulud</i> on üks tema tuntumaid meeskooriteoseid. (Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia)
Wagneri ooper „Parsifal“	<i>Parsifal</i> on Richard Wagneri viimane ooper, mille esiettkanne toimus 26. juulil 1882 Bayreuthis. Teos ühendab mütoloogilise, religioosse ja filosoofilise ainetiku ning seda käsitatakse Wagneri hilisstiili võtmeteosena. (Encyclopedia Britannica)

Lisa 2. Eesti Kontsert – teenusekaart

Kontserdikülastuse teenusekaart Estonia kontserdisaali näitel



Lisa 3. Intervjuukava I

Valim: 7

Küsimused	Seos teooriaga
1. Millised on teie eelnevad kokkupuuted muusikaga ja/või olete muusikaliselt haritud?	(Cohen, s.a., lk 22)
2. Mis on peamised põhjused, miks külastate klassikalise muusika kontserte?	(Burland, 2014, lk 24, 28; Emerson, 2024, lk 25)
3. Kui sageli käite kontserdil? Mis paneks teid sagedamini kontserdil käima / mis takistab teid veel sagedamini kontserdil käimast?	(Eesti Kontsert, 2025)
4. Kuidas mõjutab teid kontserdi atmosfäär näiteks Estonia kontserdisaalis?	(Danatzis <i>et al.</i> , 2025)
5. Mis teeb teie jaoks kontserdist nauditava elamuse?	(Radbourn <i>et al.</i> , 2010, lk 313)
6. Kuidas te tavaliselt kontserdile lähete? (näiteks bussiga, autoga vms)	(Eesti Kontsert, 2025)
7. Kellega te tavaliselt kontserte külastate?	(Burland, 2014, lk 30; Emerson, 2024, lk 25;)
8. Kui oluline on Teie jaoks avastamise ja õppimise aspekt kontserdil?	(Emerson, 2024; National Endowment for the Arts, 2015)
9. Milliseid tundeid kontserdil käimine teie tekitab?	(Cohen, s.a., lk 60)
10. Milliseid kontserdiformaate te eelistate?	(Burland, 2014, lk 29)
11. Kui oluline on teie jaoks esineja?	(Burland, 2014, lk 28)
12. Kui oluline mõjutaja kontserdikülastuse puhul on teie jaoks kontserdil esitatav kava / programm?	
13. Mis kuulub veel teie kontserdikülastuse / kontserdielamuse juurde?	

Lisa 4. Külastajaintervjuude analüüsitabel

Intervjuu	Lühikokkuvõte	Peamised motiivid	Peamised barjäärid	Ootused kontserdile	Mis on selles intervjuus eriline	Analüütiline järeldus
11	Klassikaline muusika ei ole tema jaoks iseseisev huvivaldkond. Ta käib harva ja pigem kaaslaste kutsel. Elamus sõltub väga palju kavast ja ettekandest.	sotsiaalne koosolemine; hea enesetunne, kui kava töötab; huvitav esineja või terviklik programm	nõrk isiklik huvi; ei soovi sagedamini käia; osa kontserte võib tunduda ajaraiskamisena	sidus ja läbimõeldud kava; meeldiv, mitte liiga „raske” muusika; hea esitaja	Väga selgelt tuleb välja, et kontserdil käimine on tema puhul pigem kaasnev sotsiaalne tegevus , mitte eesmärk omaette.	I1 puhul ei ole põhiprobleem ligipääs või hind, vaid see, et klassikaline kontsert ei konkureeri tema jaoks teiste tegevustega piisavalt tugeva sisulise väärtusega.
12	Harv külastaja, kellel on põgus muusikaline taust ja varasem kokkupuude. Kontsert mõjub talle positiivselt, kuid kardab, et ei tunne piisavalt klassikalise muusika kontserdiga kaasnevat kombestikku.	lõõgastus; vaheldus; sõpradega koos olemine; võimalus vaadata ja jälgida ka publikut enda ümber ja kogu sündmust	ajapuudus; puudub tugev tõmme kindla esineja vastu; ebakindlus käitumisreeglite suhtes; pikad kontserdid väsitavad	lühem formaat; „võhikutele” mõeldud kontsert; lihtsad suulised selgitused; ligipääsetavam sisu	Intervjuus tõuseb eriti tugevana esile kombestiku barjäär : millal plaksutada, kuidas käituda, millal trampida jalgadega, kuidas end turvaliselt tunda.	I2 puhul ei takista osalemist niivõrd vastumeelsus klassikalise muusika vastu, kui teadmatus ja vähene kindlustunne selle vormiga kaasneva ees.
13	Positiivse kultuurihoiakuga intervjuueeritav, kellel on varasem muusikaline taust, kuid kelle jaoks kontserdil käimine ei ole regulaarne harjumus. Tähtsad on nähtavus, eelhäälestus ja kultuuriharidus.	vaimne ja emotsionaalne kogemus; kultuuriline eneseareng; huvi sügavama tähenduse vastu	harjumuse puudumine; vähene nähtavus; muusikute anonüümsus; vähene isiklik side	esinejate ja kava parem tutvustus; kaasaegsed tutvustusvahendid; mitmekesisemad formaadid	Intervjuu on kõige tugevamalt suunatud publiku kasvatamisele süsteemsel tasandil : kool, noored, kultuuripoliitika.	I3 puhul joonistub välja, et publiku kasvatamine ja teadlikkuse tõstmine ei ole ainult turunduse küsimus, vaid pikaajaline haridus, mis algab lapsepõlvest.
14	Muusikaga lähedases suhtes olev intervjuueeritav, kelle jaoks klassikaline kontsert on viis argipäevast välja tulla. Oluline on terviklik elamus, mitte ainult muusika ise.	rahunemine; argipäevast eemaldumine; kultuuriõhtu; koos abikaasaga elamise kogemine, <i>restart</i> ja meditatsioon	ajapuudus; asukoht; tavapärase saali vähene hubasus; vajadus, et sündmus pakuks piisavalt väärtust	tuttavad teosed uues vormis; visuaalne lisakiht; eriline ruum; lühem ja intensiivsem formaat; atmosfäär	Intervjuus on eriti keskne täispaketi idee : muusika + ruum + visuaal + rituaal.	I4 puhul sõltub kontserdi atraktiivsus sellest, kas see suudab pakkuda terviklikku esteetilist kogemust, mitte ainult kvaliteetset esitust.
15	Kõige kogenum ja motiveeritud klassikalise muusika kuulaja selles valimis. Tal on lapsepõlvest pärit harjumus, tugev side ooperi ja sümfoonia muusikaga ning kõrge ootused kogu kontserdikogemusele	muusika kvaliteet; tugev emotsionaalne elamus; pidulik rituaal; perega koos käimine; õppimine ja avastamine	hind, eriti perega käies; elamust võivad rikkuda publik, teenindus või esteetiliselt nõrk keskkond	väärikas ja ilus ruum; hea teenindus; tugev kava; vahel ka eriprojektid; suhtlev dirigent; praktiline info ja õige riietus	Intervjuus tuleb kõige selgemalt välja rituaali, ruumi esteetika ja publiku käitumise mõju elamusele.	I5 puhul on klassikaline kontsert mitte lihtsalt sündmus, vaid terviklik kultuuriline rituaal, mille kvaliteet sõltub nii kunstilisest sisust kui ka teenusedisainist.

Intervjuu	Lühikokkuvõte	Peamised motiivid	Peamised barjäärid	Ootused kontserdile	Mis on selles intervjuus eriline	Analüütiline järeldus
I6	Harv külastaja, kes satub kontserdile peamiselt soovitude kaudu. Teda kõnetavad eriti tugevalt visuaalselt huvitavad ja mitmekesised kontserdid.	eriline ja pidulik kogemus; kuvand olla kultuurne; soov kogeda midagi mõjuvat ja visuaalselt terviklikku	info ei jõua temani; ta ise ei otsi kontserte aktiivselt; „ainult muusika” võib tunduda tänapäeva publiku jaoks liiga napp	tugevam turundus; nähtavam kommunikatsioon; visuaalne element; elamus, mis haarab mitut meelt	Intervjuus on kõige tugevamalt esil turunduse ja nähtavuse puudujääk .	I6 puhul ei ole peamine probleem huvipuudus, vaid see, et klassikaline kontsert ei murra tema igapäevasesse infovälja piisavalt nähtavalt ja atraktiivselt sisse.
I7	Klassikaline muusika ei tekita temas tugevaid emotsioone; ta on pigem neutraalne ja kaldub eelistama muud muusikat. Huvi võiks tekkida siis, kui sisu on tuttav või formaadilt ligipääsetavam.	tuttav sisu; <i>soundtrack</i> ’id ja instrumentaalmuusika; potentsiaalne huvi, kui formaat haakub olemasolevate maitsetega	harjumuse puudumine; koduse eeskuju puudumine; asukoht ja logistika; hinnatundlikkus; vähene seos näiteks Estonia majaga	tuttavam repertuaar; žanriülesed projektid; tugevam nähtavus; teistsuguse profiiliga esinejad, mis tootsid uue publiku majja	Intervjueeritav sõnastab väga hästi selle, kuidas maja kuvand võib saada barjääriks: „kuna ma klassikalist muusikat ei kuula, siis ma sinna majja ei satu”.	I7 puhul on võtmeküsimus madalama riski ja tuttavama sisu pakkumine, mis looks esimese positiivse kokkupuute nii žanri kui ka kontserdipaigaga.

Lisa 5. Intervjuukava II

Ekspertintervjuu: Eesti Riikliku Sümfooniaorkestri (ERSO) direktor.

Küsimus	Seos teooriaga
1.Kuidas te oma publikult tagasisidet kogute?	(Radbourn et al., 2010, lk. 317)
2.Kuidas läheneb ERSO probleemile, et klassikalise muusika publik vananeb ja väheneb?	(National Endowment for the Arts, 2015)
3.Kuidas on publiku käitumist mõjutanud ERSO TV?	(Jakobsson & Björkman, 2024, lk. 18)
4. Kuidas olete mõõtnud publiku rahulolu ERSO TVga?	(Emerson, 2024, lk. 26)
5. Kuidas mõõdate publiku rahulolu kontserdisaalis?	(Cacovean <i>et al.</i> , 2021)
6. Kuidas võtate publiku tagasisidet arvesse järgnevate hooegade kujundamisel?	(Radbourn et al., 2010, lk. 317)

Lisa 6. Ekspertintervjuu kokkuvõte: ERSO direktor

Teema	Intervjuust ilmnenu tähelepanek	Täendus magistritöö jaoks
Publiku kujunemine	Publikut ei käsitleta eelkõige “vananeva publiku probleemina”, vaid pikaajalise elukaare jooksul kujuneva klienditeekonnana.	Toetab vaadet, et kontserdipubliku kujunemist tuleb uurida protsessina, mitte ühe demograafilise näitaja kaudu.
Kontserdikülastuse motiivid	Inimesed käivad ERSO kontserdil nii orkestriga tekkinud sideme kui ka sümfoonilise muusika elamuse pärast.	Kinnitab, et kontserdielamus koosneb nii emotsionaalsest seotusest kui ka kunstilisest kogemusest.
Kogukonnaloome	Side orkestriga tugevneb sõprade klubi, toetajate ringi, eelkontserdi juttude ja muude lisategevuste kaudu.	Näitab, et publikuarendus hõlmab teenuse laiendatud osa, mitte ainult kontserti ennast.
Varased kokkupuutepunktid	Lasteprojektid, pillitutvustused ja koolikoostöö loovad varajasi positiivseid kogemusi.	Toetab teenusedisaini ja publikukujunduse käsitlust, milles oluline on varajane ja järjepidev kontakt.
Elukaare loogika	Hilisem kontserdikülastus seostub varasemate kogemuste, elustiili muutuste, ajakasutuse ja silmaringi laienemisega.	Võimaldab siduda publikukäitumise analüüsi elukaare ja kultuuritarbimise teooriaga.
Digikanalid	Raadioülekanded ja ERSO TV suurendavad ligipääsetavust ja aitavad hoida sidet publikuga.	Toetab hübriidse kontserdielamuse käsitlust, kus füüsiline ja digitaalne kogemus täiendavad teineteist.
Digipubliku mõõtmine	ERSO TV rahulolu ei ole eraldi mõõdetud.	Näitab uurimislünka: digitaalse publiku kogemuse hindamine vajab süsteemsemat käsitlust.
Tagasisidesüsteem	Pärast iga kontserti kogutakse publiku tagasisidet; vastamismäär on umbes 50%. Selliselt tagasisidekogumist alustati eelmisel aastal.	Viitab organisatsiooni liikumisele andmepõhise publikuanalüüsi suunas.
Tagasiside sisu	Senine tagasiside pigem kinnitab olemasolevaid teadmisi kui toob esile ootamatuid tulemusi.	Lubab käsitleda publiku-uuringut reflektiivse ja valideeriva tööriistana.
Kontserdipaiga mõju	Estonia kontserdisaali atmosfäär ja formaalsus võivad mõjuda osale publikust tõrjuvalt; majast väljas toimuvad formaadid võivad tuua teistsugust publikut.	Toetab väidet, et füüsiline keskkond mõjutab ligipääsetavust ja publiku taju.
Noorema publiku kaasamine	Vabamad formaadid, selgitavad vahetektid ja vähem jäik etikett võiksid aidata vähendada barjääre.	Sobib teenusedisaini soovituseks: kogemuse ümberkujundamine võib laiendada sihtrühma.
Uus kontserdisaal	Uus, kaasaegne ja avatud kontserdikeskkond võiks tuua lisaks olemasolevale publikule ka täiesti uut publikut.	Võimaldab käsitleda arhitektuuri ja ruumidisaini kui strateegilist publikuarenduse vahendit.

Lisa 7. Intervjuukava III

Ekspertintervjuu - käitumisteadlane.

Küsimus	Seos teooriaga
1. Kuidas ja mille põhjal teeb tänapäeva inimene ostuotsuseid? Laiemalt, aga ka täpsemalt sündmustele ja elamustele?	(Kahneman, 2012, lk 139)
2. Millised psühholoogilised tegurid seda mõjutavad?	(Kahneman, 2012)
3. Kuidas rakendada / ära kasutada seda mustrit kultuuriürituste puhul?	
4. Kui suur osa inimeste otsustamises võib olla nostalgia?	
5. Millised emotsioonid võivad inimest enim suunata klassikalise muusika piletiostule?	(Kreutz <i>et al.</i> , 2008)
6. Kuidas võib otsustamist täna mõjutada näiteks lapsepõlv?	(Prior, 2013)
7. Kuidas mõjutavad ostuotsust sotsiaalsed tegurid, näiteks kuuluvustunne teatud rühma (Rahamaa näide...kas oled juba näinud..)	(National Endowment for the Arts, 2015)
8. Kuidas võib mõjutada inimeste elamust kontserdipaiga atmosfäär?	(Wald-Fuhrmann <i>et al.</i> , 2026)
9. Kuidas Sa hindad 5 meeletu kaasamist elamuse juures?	(Jang & Lee, 2019)
10. Mida võiksid klassikalise muusika korraldajad käitumisteadusest õppida, et paremini mõista ostumotivatsiooni ja edendada seotust žanriga ning tõsta piletimüüki?	(Hassenzahl <i>et al.</i> , 2013)

Lisa 8. Ekspertintervjuu kokkuvõte: käitumisteadlane

Teema / uurimisküsimus	Intervjuus esitatud peamised seisukohad	Täendus uurimistöö kontekstis
Kultuurisündmustel osalemise otsustusprotsess	Intervjuus rõhutatakse, et kultuurisündmustel osalemise otsus ei kujune üheainsa teguri põhjal, vaid seda mõjutavad samaaegselt harjumused, varasemad kogemused, emotsioonid, praktilised asjaolud ning sotsiaalne keskkond. Kultuurisündmuse ostuotsus erineb füüsilise toote ostmisest, sest inimene ei tea täpselt ette, millise kogemuse ta saab.	Kultuuritarbimist tuleb käsitleda mitme teguriga otsustusprotsessina, kus olulist rolli mängib kogemuse ettearvamatus.
Usaldus kui ostuotsuse mõjutaja	Intervjuu põhjal on usaldus kultuurisündmuste puhul keskne, sest piletit ostes tuleb uskuda, et saadav kogemus õigustab kulutust. Otsust võivad suunata usaldus korraldaja, soovitaja, esineja või institutsiooni vastu.	Usaldus vähendab tajutud riski ning aitab selgitada, miks tuntud esinejad, tugev bränd või soovitud mõjutavad piletimüüki.
Nostalgia roll otsustamises	Intervjuus leitakse, et nostalgia võib mõjutada inimeste valikuid, eriti olukordades, kus otsitakse tuttavat, turvalist ja emotsionaalselt tähenduslikku kogemust. Nostalgia seostub ka teadmise, et inimene „teab, mida saab”.	Nostalgia võib toimida emotsionaalse ja turvatunnet loova motivaatorina, mis suunab inimesi tuttavate kultuurikogemuste juurde tagasi pöörduma.
Emotsioonid ja kultuuritarbimise otsused	Intervjuus märgitakse, et inimeste vaimne ja emotsionaalne seisund mõjutab nende otsuseid kultuurielamusi otsida. Näiteks võib inimene soovida kas teatud emotsiooni läbi kogeda või vastupidi sellest eemalduda ja otsida rõõmu, lohutust või vaheldust.	Kultuurisündmus võib täita emotsionaalse regulatsiooni funktsiooni, aidates inimesel oma seisundit muuta või kogetut mõtestada.
Peamised tõrked kontserdikülastusel	Intervjuus tuuakse esile, et inimesi võivad tagasi hoida aeg ja raha, aga ka eelarvamused, teadmatus ning ebakindlus. Klassikalise muusika või teiste kultuurisündmuste puhul võivad takistuseks saada hirm, et sündmus on igav, võõras või seotud rangete käitumisreeglitega.	Tõkked ei ole ainult materiaalsed, vaid ka psühholoogilised ja kultuurilised, mis on oluline publiku laiendamise strateegiate mõistmisel.
Lapsepõlve ja varasemate kogemuste mõju	Intervjuu järgi mõjutavad lapsepõlves saadud kultuurikogemused hilisemaid valikuid märkimisväärselt. Kui inimene on noores eas puutunud kokku kultuurisündmustega, võib see kujundada hilisemat harjumust, avatust ja valmisolekut samalaadsetes tegevustes osaleda.	Varased kultuurikogemused aitavad kujundada kultuuritarbimise harjumusi ning võivad mõjutada tulevast kontserdihuvi ja publiku kujunemist.
Sotsiaalne mõõde kultuuritarbimises	Intervjuu üldisest käsitlusest ilmneb, et kultuurisündmusel osalemine ei ole üksnes individuaalne otsus, vaid seotud ka teiste inimeste soovitude, ühiskondlike hoiakute ja jagatud kogemuse väärtusega. Seda toetab ka usalduse ja soovitude olulisus otsustusprotsessis.	Kultuuritarbimine on sotsiaalselt mõjutatud tegevus, mistõttu on oluline arvestada kogukondliku ja suhtepõhise mõjuga publiku käitumise analüüsil.
Kontserdipaiga ja füüsilise keskkonna mõju	Intervjuus märgitakse, et elamust mõjutavad lisaks sisule ka füüsilised tingimused, näiteks temperatuur, valgus, mugavus ja üldine atmosfäär. Samuti võivad positiivsed meelelised detailid, näiteks kohviku või teeninduse osa, jätta sündmusest meeldivama tervikmulje.	Kontserdielamus kujuneb mitme meele koostoimes; seetõttu on keskkond oluline osa kogemusdisainist ja külastaja rahulolust.
Käitumisteaduslikud õppetunnid korraldajatele	Intervjuu lõpuosas rõhutatakse, et korraldajad võiksid paremini mõista inimeste käitumist ja ostuotsuseid, et tugevdada seotust žanriga ja suurendada piletimüüki. See tähendab vajadust vähendada ebakindlust, kujundada usaldust ja pöörata tähelepanu kogu külastajakogemusele.	Käitumisteaduslik lähenemine aitab paremini mõtestada publiku ootusi ja takistusi ning toetab sihipärasemat kultuuriturundust.

Lisa 9. Intervjuukava IV

Ekspertintervjuu - muusikapsühholoog, muusikaterapeut

Küsimus	Seos teooriaga
1. Kuidas muusika inimesele mõjub /kuidas emotsioone mõjutab?	(Richards <i>et al.</i> , 2014, lk 165)
2. Kuidas toetab muusika vaimset ja füüsilist heaolu?	(Kõlar <i>et al.</i> , 2025, lk 8–9)
3. Milliseid tundeid võib inimene klassikalise muusika kontserdil kogeda?	
4. Kuidas veenda inimesi, et muusika kuulamine on neile hea?	
5. Kuidas seletada muusikateraapia vaatenurgast seda, et elav muusika võib inimest sügavalt puudutada või muuta tema enesetunnet?	
6. Kuidas rikastab loovus / muusika kuulamine või muusikaga tegelemine inimese elu ja vaimset tervist?	
7. Miks peaksid inimesed rohkem muusikat kuulama?	
8. Miks otsivad inimesed elamusi?	(Richards <i>et al.</i> , 2014, lk 165)

Lisa 10. Ekspertintervjuu kokkuvõte: muusikapsühholoog

Teema / uurimisküsimus	Intervjuus esitatud peamised seisukohad	Täendus uurimistöö kontekstis
Muusika üldine mõju inimesele	Intervjuu kohaselt on muusika mõju ühtaegu kompleksne ja individuaalne. Muusika erinevad parameetrid, näiteks harmoonia, rütm ja tempo, mõjutavad inimest erineval viisil: harmoonia seostub enam tundeeluga, rütm ja tempo aga kehalise kogemuse ja liikumisega.	Muusika mõju ei piirdu ainult kuulmiskogemusega, vaid hõlmab emotsionaalset ja kehalist tasandit, mis on oluline kontserdielamuse terviklikul mõtestamisel.
Muusika ja emotsioonid	Intervjuus rõhutatakse, et muusika mõjutab tugevalt inimese emotsioone ning võib esile kutsuda väga erinevaid tundeid sõltuvalt kuulaja isikust, olukorrast ja hetke seisundist.	Muusika toimib emotsioonide vahendajana, mistõttu on see oluline vahend vaimse heaolu ja elamuskogemuse kujundamisel.
Muusika füsioloogiline ja kehaline toime	Vestluses tuuakse välja, et muusika võib mõjutada keha automaatseid reaktsioone, näiteks liikumissoovi, rütmiga kaasaminekut ning teisi füsioloogilisi reaktsioone, nagu kahanemine või kehaline pingeseisundi muutus.	Kontserdikogemus ei ole üksnes vaimne või esteetiline nähtus, vaid ka kehaliselt tajutav kogemus.
Kontserdielamuse eripära	Intervjuu põhjal võib elav muusika ja kontsertsituatsioon võimendada kohalolu tunnet ning esile kutsuda sügavaid emotsionaalseid reaktsioone. Kontserdisaali kirjeldatakse turvalise ruumina, kus inimene saab muusika toel oma eelnevaid elukogemusi läbi töötada.	Elav muusika võib pakkuda intensiivsemat ja tähenduslikumat kogemust kui igapäevane muusika kuulamine, mis on oluline kontserdielamuse kujunemise analüüsimisel.
Muusika mõju inimese heaolule	Intervjuus märgitakse, et muusika aitab inimesel oma elusündmusi mõtestada, autobiograafilist kogemust ümber hinnata ning sisemiselt kohaneda. Muusika võib seega toetada vaimset tasakaalu ja enesemõistmist.	Muusika võib täita vaimset heaolu toetavat funktsiooni, aidates kuulajal reflekteerida iseenda kogemuste üle.
Muusika ja mälu	Intervjuus rõhutatakse, et muusika on tihedalt seotud mälega ning võib taastada varasemaid kogemusi väga elavalt, tuues esile nii sündmusi, tundeid kui ka meelelisi detaile.	Muusika toimib mälukäivitajana, mis aitab selgitada, miks teatud kontserdi- või kuulamiskogemused jäävad inimesele pikaks ajaks meelde.
Muusika ja nostalgia	Vestluses seostatakse muusikat nostalgiaga, eriti lapsepõlves või nooruses kogetud muusikaelamustega. Positiivsed varased kogemused võivad hilisemas elus suunata inimest taas kontserdisaali või sarnaste elamuste juurde.	Nostalgia aitab mõista, kuidas varasemad muusikakogemused mõjutavad hilisemaid kultuuritarbimise valikuid ja kontserdihuvi.

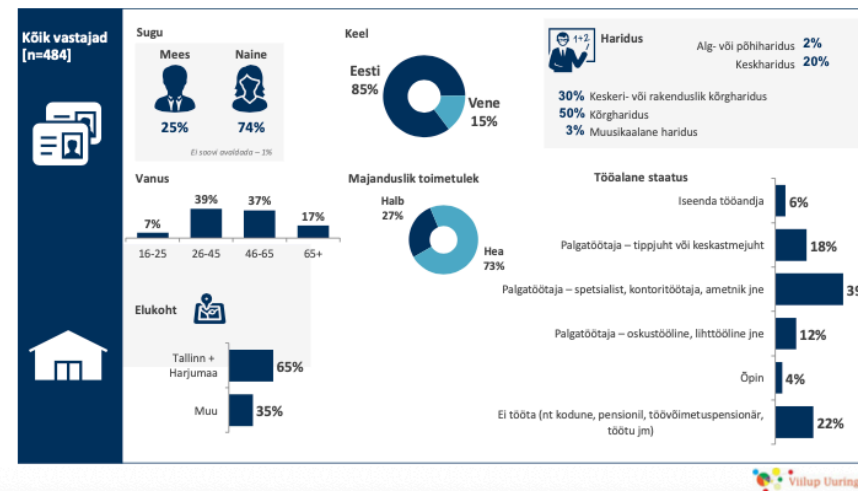
Lisa 11. Eesti Kontsert, rahulolu-uuringu väljavõtted

Uuringu parameetrid



Eesmärk	Mõista, kuidas külastaja liigub ideest kontserdi külastamiseni. Samuti uurida klassikalise muusika külastuskohtade ja korraldajate tuntust. Ning lõpetuseks välja selgitada nii Eesti Kontserdi kui tema konkurentide maine.
Uuringu periood	01.2026
Metoodika	Veebi-intervjuud veebipaneelis
Sihtrühm	Eesti elanikud, kes külastavad klassikalise muusika kontserte. Arvestades Eesti Kontserdi asukohti, valiti vastajatest 2/3 Tallinna ja Harjumaa piirkonnast ning 1/3 teistest Eesti piirkondadest. Valimi koostamisel jälgiti, et oleks esindatud nii nooremad kui ka vanemad inimesed.
Valimi suurus	484 vastajat
Terms used	* Valimi suurus $30 < n < 50$ on liiga väike, et teha statistiliselt olulisi järeldusi. ** Valimi suurus $n < 30$ on äärmiselt väike, need andmed on vaid illustratiivsed.
	Märkimisväärselt madalam või kõrgem võrreldes 2020.a. uuringuga Märkimisväärselt madalam või kõrgem tulemus võrreldes koguväljalisa

Valimi kirjeldus



Klassikalise muusika külastuskohad: sotsiaal-demograafiline profiil



Estonia kontserdisaal	ERSO	Tallinna Kammerorkester	Alexela Kontserdimaja	Rahvusoper Estonia
85% eestikeelne 75% naine - Elab Tallinnas või Harjumaal (84%) - Põhiliselt 26-45 (40%) või 46-65 (34%) - Haridus kõrgem (53%) ja keskeri või rakenduslik kõrgharidus (28%) - Palgatöötaja - spetsialist, kontoritöötaja, ametnik jne (40%), samuti palgatöötaja - tippjuht või keskastmejuht (24% - märgatavalt kõrgem) - Heal majanduslikul järjel (79% - märgatavalt kõrgem)	87% eestikeelne 72% naine - Elab Tallinnas või Harjumaal (74%) - Põhiliselt 46-65 (42%) või 26-45 (30% märgatavalt madalam) - Haridus kõrgem (56%) ja suur osa ka keskeri või rakenduslik kõrgharidus (28%) - Palgatöötaja - spetsialist, kontoritöötaja, ametnik jne (39%), samuti palgatöötaja - tippjuht või keskastmejuht (23%) - Heal majanduslikul järjel (79%)	82% eestikeelne 66% naine - Elab Tallinnas või Harjumaal (83%) - Põhiliselt 26-45 (42%) või 46-65 (28%) - Haridus kõrgem (52%) ja suur osa ka keskeri või rakenduslik kõrgharidus (32%) - Palgatöötaja - spetsialist, kontoritöötaja, ametnik jne (32%), samuti palgatöötaja - tippjuht või keskastmejuht (25%) - Heal majanduslikul järjel (80%)	82% eestikeelne 75% naine - Elab Tallinnas või Harjumaal (85%) - Põhiliselt 26-45 (52% - märgatavalt kõrgem) või 46-65 (29%) - Haridus kõrgem (50%) ja suur osa ka keskeri või rakenduslik kõrgharidus (27%) - Palgatöötaja - spetsialist, kontoritöötaja, ametnik jne (35%), samuti palgatöötaja - tippjuht või keskastmejuht (23%) - Heal majanduslikul järjel (75%)	89% eestikeelne 70% naine - Elab Tallinnas või Harjumaal (81%) - Põhiliselt 26-45 (37%) või 46-65 (37%) - Haridus kõrgem (60% - märgatavalt kõrgem) ja suur osa ka keskeri või rakenduslik kõrgharidus (27%) - Palgatöötaja - spetsialist, kontoritöötaja, ametnik jne (40%), samuti palgatöötaja - tippjuht või keskastmejuht (19%) - Heal majanduslikul järjel (80%)



Peamised järeldused

Klassikaline muusika kuulub selgelt inimeste kultuurielu hulka — kuid enamiku jaoks ei ole see harjumus.

- Peaaegu pooled (50%) publikust külastavad klassikalise muusika kontserte vaid korra või mõned korrad aastas.
- Väga sagedased külastajad on haruldased (14% käib kontserdil mõned korrad kvartalis; 4% kord kuus).
- Takistuseks ei ole huvi, sihtgrupp ega hind. Peamine takistus on otsustusloogika ja harjumuse puudumine.

Klassikalist muusikat mäletatakse paikade, mitte korraldajate kaudu.

- Inimestel tulevad esmalt meelde kontserdipaigad, nagu Estonia kontserdisaal ja kirikud, mitte ürituste korraldajad.
- Korraldajate tundmine kasvab kogemuse kaudu. Ilma varasemate külastusteta jääb korraldaja suuresti märkamatuks.

Sagedased ja harvad külastajad on demograafiliselt sarnased, kuid mõttelaadilt väga erinevad.

- Nad ei erine selle poolest, kes nad on. Nad erinevad selle poolest, kuidas nad otsustavad.

Sagedased külastajad	Harvad külastajad
Kultuuriline tegevus	Sotsiaalne väljakäik
Valivad programmi järgi	Valivad esineja järgi
Otsivad ise infot	Märkavad infot
Usaldavad korraldajaid	Usaldavad sõpra ja nende kutseid
Tunnevad end mugavalt ka üksi külastades	Eelistavad käia koos teistega
Otsuseid juhivad harjumus ja kogemus	Puudub harjumus, vajavad välist tuge

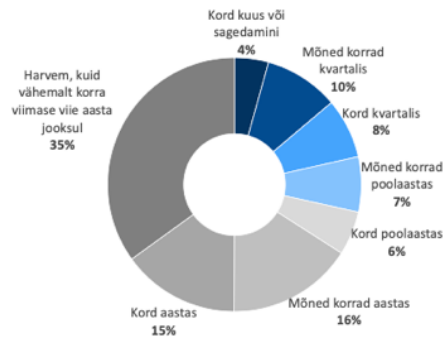
- See erinevus avaldub selgelt käitumises:
- Sagedased külastajad otsivad aktiivselt kontserte piletimüügiportaalist ja korraldajate kodulehtedelt.
- Harvad külastajad toetuvad Facebookile, televisioonile/raadiotele ja soovustele.
- Hinnatundlikkus on mõlemas rühmas sarnane — erinevus ei seisne rahalistes võimalustes, vaid motivatsioonis.
- Zanriliised formaadid (pop/folk sümfoniaorkestriga, filmimuusika, teater + muusika) on harvadele külastajatele märkimisväärselt atraktiivsemad ning kujutavad endast tugevaimat kasvuvõimalust.



Kontserdikülastamise sagedus

Eesti Kontsert

K1. Kui sageli Te käite KLASSIKALISE (sh kammer-, koori-, jazzkontserdid jms) muusika kontsertidel? Arvestage Eesti kontserte.
Baas: Kõik vastajad [n=484]



Järeldused

65% vastanutest käib klassikalise muusika kontsertidel vähemalt kord aastas.

Regulaarne külastatavus (Rohkem kui mõned korrad kvartalis) on 14%.

22% vastanutest käib kord kvartalis või sagedamini.

Üle kolmandiku (35%) vastanute külastatavus on pigem harv.

Viilup Uuringud

Vabaaja tegevuste ning meelelahutuse kriteeriumid

Eesti Kontsert

K2. Mida Te võtate tavaliselt arvesse, kui valite endale järgnevat vabaaja tegevusi või meelelahutust?

Baas: Kõik vastajad [n=484]

	Teatrienduse	Klassikalise muusika kontsert (sh kammer-, koori-, jazzkontserdid jms)	Pop, rokk, folk jm muusika kontsert
TOP			
Huvipakkuvad teemad/žanr	46%	37%	33%
Ajaliselt sobiv	39%	36%	37%
Tuntud esinejad/näitlejad	37%	30%	44%
Sooduspakkumised	39%	30%	31%
Piletid on saadaval	36%	29%	32%
Valin esineja/näitleja järgi ning muu on teisejärguline	21%	23%	36%
Pilet kingitakse mulle	27%	29%	24%
Kolleegid, sõbrad, pere soovivad	28%	23%	22%
Uue kogemuse võimalus	26%	24%	21%
Hea asukoht/ligipääs transpordi ja parkimise mõttes	24%	22%	21%
Meeldiv õhkkond/keskkond	17%	18%	19%
Erisüdamused (juubelkontsert, esietendus, külalisesineja jne)	14%	21%	15%
Hea varasem kogemus korraldaja/kohaga	18%	13%	17%
Tuntud heliloojad	13%	20%	10%
Tuntud lavastajad või dirigendid	16%	17%	9%
Kontserdimaja, teatrimaja, korraldaja üldine hea maine	17%	13%	10%
Saal/ruum on mugav (toolid, temperatuur, ventilatsioon jne)	14%	13%	11%
Võimalus panna pidulikult riidesse	10%	10%	5%
Suure meediakajastusega	6%	5%	7%
Harjumuspärane tegevus	6%	5%	5%
Midagi muud	1%	2%	1%
Ei käi seda tüüpi sündmustel	0.4%		3%

Järeldused

Kõigi ürituste tüüpide puhul jäävad sobiv ajastus, eripakkumised, piletite saadavus ning sõprade või pere soovitusel järgnevalt olulisemaks, mis näitab, et praktilised ja sotsiaalsed tegurid mängivad rolli sõltumata ürituse tüübist.

Teatrienduste puhul on kõige olulisem tegur huvitav teema või žanr (46%), millele järgnevad praktiline ajasobivus (39%) ja eripakkumised (39%). Suurt rolli mängivad ka tuntud näitlejad (37%). See näitab, et teatri valik põhineb eelkõige sisul ja esinejatel, mida toetavad praktilised kaalutlused.

Klassikalise muusika kontsertide külastusotsus põhineb rohkem huvil muusika enda vastu kui praktilistel või sotsiaalsetel põhjustel. Huvitav teema või žanr ning sobiv ajastus on siin samuti peamised aspektid. Veidi rohkem kui teiste ürituste puhul on oluline tuntud heliloojad ja erisüdamused.

Pop-, rock- ja folkmuusika kontsertide puhul on domineeriv tegur selgelt esineja. Kõige olulisem kriteerium on valik artisti järgi (36%) ja tuntud esinejad (44%), samas kui žanr või teema on vähem tähtis kui teatris või klassikalises muusikas. Praktilised tegurid, nagu ajastus (37%), piletite saadavus (32%) ja soodustused (31%), jäävad küll oluliseks, kuid keskne roll on artistil.

Viilup Uuringud

Allikas: Eesti Kontsert, Publiku rahulolu uuring (2025)

Lisa 12. Mitte-külastajate uuring



Allikas: Ernst & Young, (2026)

	Kõik vastajad	15-24 a	65+	Mees	Naine	Eesti kodune keel	Vene kodune keel	Ida-Viru maakond	Tallinn ja Harju maakond	Hiiu, Lääne, Pärnu, Saare maakond	Jõgeva, Põlva, Tartu, Valga, Viljandi, Võru maakond	Järva, Lääne-Viru, Rapla maakond	Linna- lised asulad	Maa- asulad	Väike- linnalised asulad
Nõustumine kontsertide külastamisega seotud väidetega (täiesti + pigem nõus)															
Kontserdipilet on minu jaoks liiga kallis	64%	73%	58%	56%	71%	63%	67%	64%	64%	63%	66%	59%	64%	63%	64%
Mul ei ole raha erinevateks lisakuludeks, mis kontserdikülastusega kaasnevad (näiteks transport, majutus)	50%	58%	39%	43%	56%	47%	55%	52%	46%	58%	53%	50%	50%	54%	47%
Mul ei ole kontsertidel käimiseks aega, kuna mu vaba aeg kulub muudele vaba aja veetmise viisidele (nt meedia tarbimine, looduses liikumine, sport, muud hobid)	48%	59%	32%	50%	46%	40%	62%	57%	50%	35%	48%	38%	52%	44%	53%
Sellised kontserdid (klassikaline muusika, rahvamuusika, jazz) ei ole minu jaoks huvitavad	47%	65%	37%	51%	43%	48%	46%	40%	49%	42%	46%	48%	49%	44%	51%
Eelistan kuulata kontserdisalvestusi või -ülekandeid raadios või veebis ning seetõttu kontserdil ei käi	43%	35%	54%	45%	41%	33%	60%	54%	45%	43%	34%	41%	46%	44%	40%
Mul ei ole kontsertidel käimiseks aega töö, õppimise või hoolduskohustuse tõttu (vajadus hoolitseda laste või hooldamist vajavate täiskasvanute eest)	36%	45%	15%	35%	37%	35%	38%	39%	36%	25%	42%	32%	37%	36%	44%
Transport kontsertide toimumiskohtadesse on minu jaoks keeruline	31%	27%	39%	26%	35%	31%	29%	47%	21%	42%	34%	38%	26%	41%	43%
Mul ei ole kellegagi koos kontserdile minna	29%	46%	29%	22%	35%	28%	31%	29%	28%	27%	31%	30%	31%	29%	36%
Info kontsertide toimumise kohta ei jõua minuni	27%	37%	22%	27%	27%	32%	18%	17%	27%	32%	29%	27%	26%	29%	34%
Kontsertide toimumisajad ei sobi mulle	24%	34%	16%	23%	25%	25%	22%	29%	19%	25%	33%	23%	24%	28%	30%
Ma tunnen ennast kontsertidel ebamugavalt	19%	31%	17%	20%	18%	17%	22%	20%	21%	18%	17%	14%	22%	17%	17%
Sain kontserdil negatiivse kogemuse ning ei soovi uuesti minna	6%	10%	8%	6%	6%	5%	7%	5%	7%	5%	4%	7%	6%	6%	9%

Allikas: Ernst & Young (2026)

	Otsustamine				Info hankimine	Piletiost			Minek / Tulek		Kohalolek	
Takistus	Huvi-puudus	Aja-puudus	Sain negatiivse kogemuse, ei soovi minna	Kuulan salvestusi, ülekandeid	Infopuudus	Toimumisajad ei sobi	Kallis pilet	Ei ole kellegagi minna	Transport on ebamugav	Asutus ei ole hästi ligipääsetav	Suured lisakulud	Tunnen end ebamugavalt
Vanus 15-24	65% nõus	58% (hobid)			37% nõus		73% nõus	46% nõus			58% nõus	31% nõus
Vanus 65-79				54% nõus	Tasuta kontsertide toimumise infot ei leia üles		59% nõus Pilet on liiga kallis, Estonia peaproovidele ei saa enam tasuta minna Tasuta kontsert kõnetab küll		39% nõus		39% nõus	
Ida-Eesti		47% (hobid)		54% nõus			54% nõus		47% nõus		51% nõus	
Lääne-Eesti				44% nõus	31% nõus		63% nõus		42% nõus		58% nõus	
Lõuna-Eesti	46% nõus						66% nõus	31% nõus	44% nõus		53% nõus	
Erivajadused, puue					Erivajadustega inimesed ei tea, mis võimalused neil kontserdisaalis on				Võib olla saatja vajadus (nt pimedad), seega on kohalejõudmine keeruline	Kuulmisvaegusega inimestele ei pakuta silmusvõimenduse lahendust Kaja võib takistada Muinsuskaitsete piirangutega asutused ei ole füüsiliselt ligipääsetavad		Külastusele eelnevalt tehtu kokkulepped ei kehti kohapeal
Ettepanekud	Koostöös haridusasutustega soodustada grupikülastusi				Täpsem info olemasolevatest ja puuduvatest erivajadusi arvestavatest võimalustest Sihistatud turundus erinevates		Rohkem teavitust soodus-kampaaniatest Suuremad soodustused noortele ja pensionäridele	Koostöös haridusasutustega soodustada grupikülastusi	Varasemad etendusajad või päevased etendused pensionäridele	Rõhk kõneselgusel (kui juhatatakse esinejaid sisse) Tehnilised lahendused, mis toetaks erivajadustega/vanemate		Sujuvam kommunikatsioon külastajatega Täpsem info olemasolevatest ja puuduvatest erivajadusi arvestavatest võimalustest

Allikas: Ernst & Young (2026)

Lisa 13. Visuaalse annotatsiooni näide

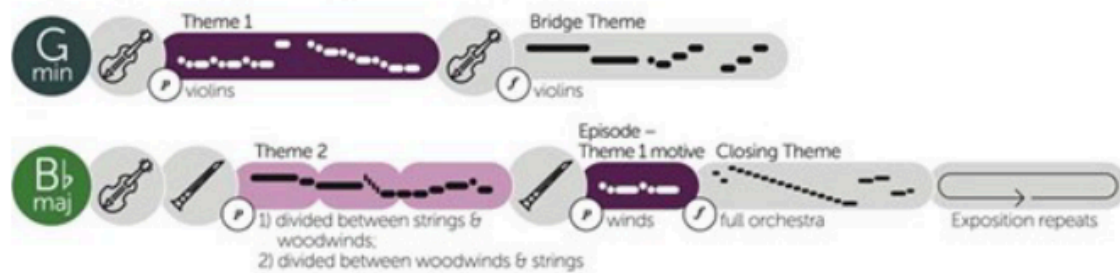
LISTENING GUIDE

Wolfgang Amadeus Mozart
Symphony No. 40 in G Minor, K. 550

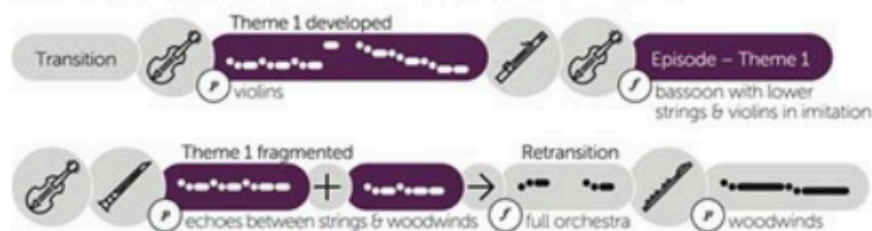
FIRST MOVEMENT



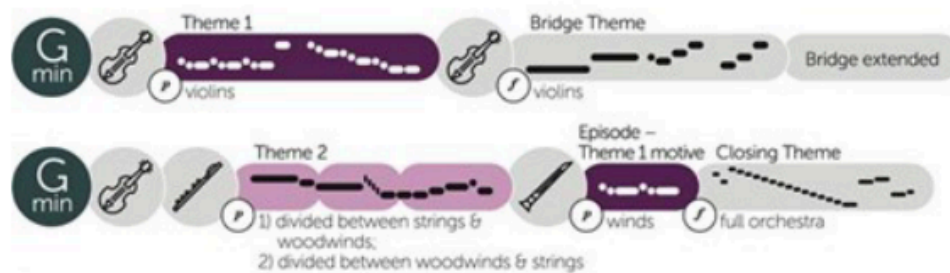
Exposition: initial presentation of thematic material



Development: thematic material developed and extended



Recapitulation: return of thematic material from the exposition



Coda: concluding section of movement



Allikas: (Chan-Hartley, 2021, lk 8)

Lisa 14. Eesti Kontserdi publiku teekond Estonia kontserdisaali näitel

Publiku teekond Estonia kontserdisaali näitel								
	Enne kontserti			Kontserdimajas			Pärast kontserti	
Kliendi tegevus ja eesmärk	Jälgib kultuurisünd muste infot	Märkab huvitavat reklaami	Otsib Piletilevist või kodulehelt infot	Siseneb kontserdimajja: piletikontroll	Üleriided garderoobi	Leia istumiskoht	Jagab sotsiaalmeedias pilte ja emotsioone, räägib sõpradele	
Vajadused	Soovib esineja kohta täpsemat infot	Jälgib Mis kell on kontsert? Kaua kestab?	Kus parkida saab?	Vahetusjala nõud kingakotti	Kus asub kohvik, kas on avatud?	Kus on WC?	Kohanumbrid pole hästi näha	Tahaks veel kontserdist muljetada
Tunded	Sooviks võimalikult lihtsat lahendust	Tahaks midagi ilusat ja sügavat kuulata		Interjäär on nii ilus ja pidulik	Peaks ikka tihemini käima	Esineja on nii äge		Emotsioonid on laes
Takistused	Info on segane	Kuidas kohale minna?	Mida selga panna?	Teised inimesed kõhivad liiga valjusti	Kavalehe tekst on keeruline	Vaheajal on WC järjekord võimatult pikk		Garderoobi järjekord
	Kas osta pilet EK kodulehelt või Piletilevist?	Üksi ei tahaks minna, kellega koos külastada?		Kohvikujärjekord vaheajal				

SUMMARY

DESIGNING CLASSICAL MUSIC CONCERT PERFORMANCE EXPERIENCE

Maarit Kangron

Over the past few decades classical music has seen audiences declining and ageing. Reaching out to younger generation with the aim to grow new audiences remains challenging and concert halls, orchestras, ensembles and cultural management in general needs to focus more on making classical music performances more accessible. Designing different formats, explaining the content and making people feel welcome is crucial. Going to concerts doesn't come naturally to all people, so there is a strong need to approach designing the concert experience in most holistic way possible, not only the musical element, but going to a concert hall as an experience itself. Going to a concert hall can be seen as a service and on the customer journey there are several touchpoints, to make the experience more enjoyable, no matter the attendance motivation or level of knowledge about the content. Another option is to find more ways to interact with the audience. Communication is key and communication can and should happen not only between performer and audience member, but also with the involvement of the concert organiser. Very often concert halls and symphony orchestras concentrate on marketing aspects, but it is time to really start listening to what audience has to say. In this thesis the author also suggests a new term – Culture Designer (not to be confused with design culture). The Empirical study included two research papers; one executed by Ernest and Young (2026) and other specifically for Foundation Eesti Kontsert. In addition, 7 interviews were held with audience members between ages of 28-49 as well as 3 interviews with experts, such as Director of Estonian National Symphony Orchestra, Behavioural Scientist and Music Psychologist. Analysing the different aspects of a classical concert and the audience member's needs, a new holistic concept of a concert is offered, that covers the main elements to create an enjoyable and engaging experience for everyone. Using service design and other tools available, it is certainly possible to strengthen the connection and raise knowledge about classical music and make audiences thrive.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, _____Maarit Kangron_____,

(autori nimi)

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

_____Klassikalise muusika kontserdielamuse kujundamine_____,

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on _____Arvi Kuura_____,

(juhendaja nimi)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada Tartu Ülikooli digitaalarhiivi kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni;

2. annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, 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.

Maarit Kangron

12.04.2026