

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Terje Paalits

SUUR RAHVAPIDU SIIMU-JAANI TALUS

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Marju Mäger, MA

Kaitsmisele lubatud: -----

Viljandi 2016

SISUKORD

| | |
|--|-----------|
| SISSEJUHATUS | 4 |
| 1. KULTUURIPOLIITIKA EESTIS | 6 |
| 1.1. Rahvakultuuri osatähtsus Eesti kultuuripoliitikas..... | 6 |
| 1.2. Kultuuritegevuse rahastamine Eesti maapiirkondades..... | 7 |
| 2. ORGANISATSIOONI ANALÜÜS | 9 |
| 2.1. Undruk OÜ ajalugu ja areng | 9 |
| 2.2. Organisatsiooni eesmärgid, missioon ja visioon..... | 12 |
| 2.3. Organisatsiooni struktuur ja tüüp..... | 14 |
| 3. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS | 16 |
| 3.1. Sündmuse eesmärk ja sisu..... | 16 |
| 3.2. Sündmuse korraldus | 18 |
| 3.2.1. Meeskond ja tegevuskava | 18 |
| 3.2.2. Sündmuse eelarve ja rahastamine | 20 |
| 3.2.3. Sihtgrupp ja teavitamine | 22 |
| 4. SÜNDMUSE SOTSIAAL-MAJANDUSLIKU MÕJU ANALÜÜS | 24 |
| 5. ENESEREFLEKSIION | 28 |
| KOKKUVÕTE | 31 |
| KASUTATUD LÜHENDID | 33 |
| KASUTATUD ALLIKAD | 34 |
| LISAD | 36 |
| Lisa 1. Sündmuse päevaprogramm | 36 |
| Lisa 2. Meeskond ja tegevuskava | 37 |
| Lisa 2 a. Meeskond | 37 |
| Lisa 2 b. Tegevus- ja ajakava..... | 38 |
| Lisa 3. Riskianalüüs | 40 |
| Lisa 4. Stsenarium..... | 41 |
| Lisa 5. Eelarve | 43 |

| | |
|--|-----------|
| Lisa 6. Vabatahtliku töölehe näidis..... | 44 |
| Lisa 7. Sündmuse legend | 45 |
| Lisa 8. Meedia- ja reklaamiplaan..... | 46 |
| Lisa 9. Sündmuse plakat | 47 |
| Lisa 10. Meediakajastused..... | 48 |
| SUMMARY | 49 |
| LIHTLITSENTS..... | 51 |

SISSEJUHATUS

Viljandi Kultuurikorralduse eriala annab eeldused ja teadmised töötamiseks kultuurikorraldajana ükskõik millises kultuurivaldkonnas, samuti töötamiseks iseseisva kultuuriettevõtjana. Samas ei suuda keegi olla spetsialist igas valdkonnas ja seetõttu spetsialiseerub iga lõpetaja vastavalt oma huvidele. Minu jaoks on olnud südamelähedane valdkond rahvakultuur, selle erinevad vormid. Näen oma missiooni kultuurikorraldajana rahvakultuurialase tegevuse arendamises, uudsete lähenemiste teostamises ja seismises teadmiste säilimise eest Eesti külaelust.

Valisin oma lõputöö sündmuseks Suure Rahvapeo Siimu-Jaani talus, mille korraldajaks oli minu enda osühing Undruk OÜ ja mille raames olen kogu õpinguperioodi vältel oma eelpool toodud missiooni teostanud. Undruk OÜ tegutseb Jõgevamaal, Pajusi vallas, olles oma piirkonnas ainus kultuuriorganisatsioon. Kuidas selline olukord on tekkinud, et piirkonna ainus kultuuriorganisatsioon on eraettevõtte, on selgitatud esimeses ja teises peatükis.

Suur Rahvapidu on oma valdkonnas innovaatiline sündmus, sest ta on loodud kohaspetsiifiliselt ning keskendub tavapärasest erinevale ajaperioodile (1920-30ndad) meie ajaloos. Käesolev lõputöö annab ülevaate sündmust korraldanud organisatsiooni eesmärkidest, sündmuse seostest eesmärkidega, sündmuse tähtsusest kohalikule piirkonnale ja tuleviku ootustest.

Töö on jaotatud viieks osaks. Esimeses osas arutlen teemal, millist osakaalu omab rahvakultuuri alane tegevus Eesti Vabariigi kultuuripoliitikas ja millised on selle valdkonna kitsaskohad. Et lõputöö organisatsioon tegutseb Jõgevamaal, on antud lühiülevaade ka Jõgevamaa rahvakultuurialastest prioriteetidest ja probleemidest. Iga organisatsiooni tegevust mõjutab keskkond, kus ta tegutseb - esimene peatükk kirjeldab keskkonda, kus tegutseb lõputöö organisatsioon. Teine osa analüüsib lõputöö organisatsiooni ning kirjeldab,

kuidas organisatsioon paigutub esimeses peatükis välja toodud konteksti. Kolmas osa on loov-praktilise lõputöö korraldustöö analüüs. Kirjeldan sündmuse eesmärki, korralduslikku tegevust, meeskonnatööd, sündmuse rahastamist, sündmusest teavitamist ning tulemust. Neljandas peatükis on teostatud sündmuse sotsiaalmajandusliku mõju analüüs. Viies peatükk sisaldab eneserefleksiooni, kus analüüsin enda kui kultuurikorraldaja tugevaid ja nõrku külgi ning millist kasu on mulle andnud õppimine Viljandi Kultuuriakadeemias.

Kõik korraldustööga seotud tabelid, kavad ja lisainformatsioon on ära toodud töö lisades. Töö valmimiseks on kasutatud palju pikkade nimedega organisatsioonide andmeid, dokumente ja arengukavasid, milledele viitamise lihtsustamiseks kasutan lühendeid, millede nimekiri on ära toodud töö lõpus.

1. KULTUURIPOLIITIKA EESTIS

„Kultuuripoliitika on ühiskondlike kokkulepete kogum, millega määratakse avaliku võimu suhe loovisikusse, suhe loomingut ja kultuuriloolist pärandit vahendatavatesse institutsioonidesse ning suhe kultuuri tarbijasse“ (Kivilo & Birnkraut 2008, lk 5). Sellised kokkulepete kogumid on riigiti erinevad, lähtudes riigi eripärast ja traditsioonidest. J. Lewis oma artiklis „Kultuuripoliitika kujundamine“ (Kivilo & Birnkraut 2008) märgib, et paljudes riikides ei ole üldse mingit ametlikku kultuuripoliitikat. Kultuurivaldkonna küsimuste reguleerimine on kaootiline ja juhuslik – peamiselt kulgeb kultuurielu reguleerimine vabaturu põhimõttel, mis Lewis`e arvates ei ole õige ega jätkusuutlik.

Eesti Vabariigil on kultuuripoliitika olemas, mida tunnistab juba fakt, et Eestil on olemas Kultuuriministeerium, mida igas riigis ei ole. Eestis reguleerivad kultuuripoliitikat mitmed valdkondlikud arengukavad: Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava aastateks 2017 – 2020 (KuM VAK), Konkurentsivõime arengukava „Eesti 2020“, „Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020“, „Lõimuv Eesti 2020“ ja „Eesti spordipoliitika põhialused aastani 2020“ (samas, lk 4). Käesoleva töö kontekstis on oluline dokument ka Eesti regionaalarengu strateegia 2014 – 2020 (ERAST).

1.1. Rahvakultuuri osatähtsus Eesti kultuuripoliitikas

Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava aastateks 2017 – 2020 (KuM VAK) defineerib Eesti kultuuripoliitika eesmärgi: „Kultuuripoliitika eesmärgiks on kujundada loovust väärtustav ühiskond, hoides ja edendades Eesti rahvuslikku identiteeti, talletades ja kandes edasi kultuurimälu ning luues soodsad tingimused elujõulise, avatud ja mitmekesise kultuuriruumi arenguks ning kultuuris osalemiseks“ (2016, lk 4). Eesti Vabariigi kultuuripoliitikas peetakse rahvusliku eripära säilitamist tähtsaks: „Eesti arengu aluseks on

eesti rahvuse ja kultuuri jätkusuutlikus, eestluse püsimine on Eesti arengueesmärkide reas esikohal“ (KuM VAK, lk 3). Seega, Eesti kultuuripoliitika eesmärk on rahvusriigi säilimine.

Eesti rahvakultuuri iseloomustab rikkalik pärand ja inimesed, kes meie kultuuripärandit väärtustavad ja edasi kannavad (samas, lk 96). Eesti ühines 2006 aastal UNESCO vaimse kultuuripärandi kaitsekonventsiooniga ning see on hoogustanud vaimse kultuuripärandialaseid tegevusi (samas, lk 97). Vaimne kultuuripärand UNESCO kaitsekonventsiooni kohaselt on: „tavad, esitus- ja väljendusvormid, teadmised, oskused ja nendega seotud tööriistad, esemed, artefaktid ja kultuuriruumid, mida kogukonnad, rühmad ja mõnel juhul üksikisikud tunnustavad oma kultuuripärandi osana“ (Vaimne kultuuripärand Eestis, *s.a.*, lk 4). Selle definitsiooni kohaselt võime vaimseks kultuuripärandiks lugeda kõike, mida tunneme rahvakultuuri nime all. Eesti kultuuripoliitika põhialused kinnitavad, et rahvakultuur loob võimalused eri kultuurivaldkondade professionaalide järlekasvuks ja innustab inimesi kultuuris osalema (KPPA, lk 12). Niisiis, rahvakultuuril on Eesti kultuuripoliitikas oluline osakaal ja riik toetab rahvakultuurialaseid tegevusi.

Sarnaselt riiklike arengukavadega tähtsustatakse ka Jõgevamaal meie vaimset pärandit, rahvakultuuriga tegelemist, muuhulgas on eraldi välja toodud Jõgevamaaga seotud legendide ja pärimuste kogumine (JM VAK 2012, lk 6). Samas dokumendis on rõhutatud küla kui kultuuriväärtuse kandja olulisust: „Jõgevamaa väärtustab inimeste ja perekonna rolli kultuuri säilitamisel ja kestmisel. Küla on oluline keskus ning külaelu oluline kultuurikandja“ (samas, lk 3). Rahvakultuurivaldkond on Jõgevamaal enim arenenud kultuurivaldkond. Kuna Jõgevamaal ei asu ühtegi suuremat linna, on siinsed inimesed veel lähedalt maa ja külaga seotud, vanad traditsioonid on säilinud ja neid antakse edasi põlvest põlve.

1.2. Kultuuritegevuse rahastamine Eesti maapiirkondades

Rahvakultuuri edendamisel ja harrastamisel on arvestatav tähtsus rahva-, seltsi- ja külamajadel, sest neisse koonduvad inimesed, kelle kaudu meie kultuuripärand elab ja areneb. Ei ole võimalik tõhusalt edendada rahvakultuurialast tegevust kui selleks puudub koht, kus kokku saada. Eestis tegutseb Rahvakultuuri Keskuse 2015 a andmetel 459 rahvamaja (kultuurikeskust, seltsi- või külamaja), harrastusringides osaleb 88 730 harrastajat, kuid sellegi poolest on probleemiks statistika puudumine kultuurikorralduse

olukorra kohta maapiirkondades. Seetõttu on haldusreformi käigus plaanis kaardistada ja korrastada kohalike omavalistustasandi kultuurikorralduslikke ülesandeid ja vastutusalasid (KuM VAK, lk 97). Eesti regionaalarengu strateegia sätestab, et **toimepiirkondade keskustes** peavad olema tagatud igapäeva elus oluliste avalike ja üldiste majandustegevuse ja -teenuste kättesaadavus, kuid **elukohale lähemal** peavad asuma muuhulgas ka külakeskus või seltsimaja (ERAST, lk 21). Dokument siiski ei defineeri, millist raadiust loetakse „elukohale lähemal“ olevaks.

Eesti taasiseseisvumise algusaastel jäid paljud maarahvamajad tühjalt seisma, sest puudus piisav riiklik rahastus majade korrashoidmiseks ja kultuuritöö arendamiseks. Olukord muutus kui Eesti astus Euroopa Liitu. Tänu EL-i investeeringutele on meil täna palju kauneid maarahvamaju, kuid kas meil on süsteemi, kas on arengukava, kus, kui palju ja kui tihedalt peaks rahvamajad paigutatud olema? Kuidas peaks kultuuritöö KOV-i piires korraldatud olema? Seda probleemi on käsitletud ka Jõgevamaa kultuurivaldkonna arengukavas, kus on probleemina välja toodud riikliku regionaalpoliitika heitlikus, sh vajadus rahvamajade seaduse järele (JM VAK 2012, lk 5).

Nii nagu mujal Eestis, nii ka Jõgevamaal on EL-investeeringute ja maaelu arendamise programmidest saadavate finantseeringute tõttu paljud vallad ise loobunud kultuuritegevust ja –majandust rahastamast, pannes selle sõltuvaks kultuuritöötaja projektikirjutamise oskustest. Mõnes vallas kannab KOV küll maja ülalpidamiskulud, kuid sisuline tegevus sõltub täielikult projektide edukusest. Kuna kultuuritegevuse võimalikkus maal on eelpooltoodud põhjustel jäänud sõltuvaks projektitoetustest, on see loonud olukorra, kus mõnes piirkonnas on tegutsevad rahvamaju nii tihedalt, et toimub konkurents nende väheste inimeste pärast, kes seal elavad ja mõnes teises kohas on rahvamaja kas üldse kinni pandud või seisab tühjalt, sest ei ole inimestele midagi pakkuda. Kokkuvõttes on Eesti maapiirkonnad kaetud rahvamajade võrgustikuga kaootiliselt – kohati on neid liiga palju, kohati puudub kohalik kultuuritegevus üldse. Eesti haldusreformi käigus läbi viidav kaardistamine annab lootust, et selle probleemiga hakatakse tegelema (KuM VAK 2016, lk 97).

2. ORGANISATSIOONI ANALÜÜS

„Tänapäevases käsitluses on organisatsioon inimühendus, kes tegutseb koos ühiste eesmärkide saavutamiseks ja keda on iseloomustatud kindla eesmärgi, strateegia, struktuuri ja tehnoloogiaga“ (Virovere jt. 2008, lk 19). Kultuurisündmuse Suur Rahvapidu korraldajaks oli minu isiklik osaühing Undruk OÜ. Undruk OÜ on loodud kindla eesmärgiga - arendada ühte vanasse talukompleksi välja rahvakultuurikeskus, mis töötaks turismiettevõttena. Puhkekompleksi hooned ja taluõu on planeeritud restaureerida 1930ndate aastate jõuka talupidamise stiilis, et rikastada Eesti kultuuri- ja turismimaastikku uudse miljööga puhkekohaga ning seeläbi pakkuda kliendile valikuvõimalusi. Tulenevalt talu nimest tegutseb Undruk OÜ Siimu-Jaani talu nime all (turunduslik nimi).

2.1. Undruk OÜ ajalugu ja areng

Undruk OÜ alustas tegevust 2011ndal aastal, eesmärgiga renoveerida hooned ja alustada puhkekeskuse tegevust. Eesmärgi kohaselt pidi puhkekeskus pakkuma teenusepakette, mis sisaldavad endas kõike Eesti talukultuuriga seonduvat: rahvakultuurikontserdid koos tantsu- ja lauluõpitubadega, käsitöö ja majapidamisoskuste õppimine, sõnalise rahvakultuuri tunnid jms. Idee erilisus seisneb selles, et kõik see toimub koos stiilse majutuse ja maheda toiduga, meelelahutuslikus vormis. Ettevõtte äriline eesmärk siinjuures oli majutusest ja toitlustusest teenitava kasumiga korraldada kultuurisündmuse ehk isemajandav kultuuriettevõtte.

21. sajandi kultuuriturunduse teooria selgitab, et tänapäeva kultuuriorganisatsioon ei saa enam olla kasumit mittetaotlev *kunstiinstituatsioon*, on kadumas kasumit mittetaotleva kõrgkultuuri ja kasumit taotleva popkultuuri eristamine (Kolb 2005, lk 6). Uueks mõisteks tänapäevase kultuuriturul on *kultuuritarbija*. B. M. Kolb on oma raamatus „Kultuuriturundus“ (samal, lk 36-42) toonud ära kaasaegse kultuuritarbija liigituse:

Tabel 1. Kultuuritarbija liigitused:

| Liik | Osalus |
|-------------------|---|
| Kultuuritarbija | Kergekaaluline kunsti/kultuuri tarbimine, puuduvad maitse-eelistused |
| Kultuurifänn | On kiindunud konkreetsele staarile, kunstnikku, spordiklubisse jne |
| Kultuurikumardaja | On valmis kulutama aega ja raha, et süüvida oma lemmikstaari/klubi tegevusse. Organiseeruvad huviklubidesse. |
| Kultuurientusiast | Ei ole huvitatud ainult ühest staarist, vaid kogu kunsti/kultuuri/spordi alast. Oma huvialaga tegelmine on nende elus olulisel kohal, õpivad ja arendavad ennast. |
| Väikeprodutsent | Pühendumus on nii suur, et nad otsivad võimalusi ise loomisprotsessis osaleda. |

(Allikas: Kolb 2005, lk 41)

Kolb väidab lisaks, et kuigi iga kultuuriorganisatsiooni unistuseks on, et kõik inimesed oleksid vähemalt kultuurientusiastid, siis kultuuriorganisatsioonid peavad leppima faktiga, et enamiku inimeste huvi jääb tarbija tasemele. Neile tuleb pakkuda kultuurisündmusi, mis sobivad erinevate gruppide erineva pühendumisastmega (samal, lk 41).

Undruk OÜ lähtub oma tegevustes samadest põhimõtetest. Selle teooria järgi võin ennast pidada väikeprodutsendiks, kes tahab luua koha, kuhu ka kultuuritarbija tasemel olev inimene hea meelega tuleb. Taas, lähtudes Kolbi teooriast: kultuuritarbijad on inimesed, kes soovivad kunsti tarbida koos meelelahutusega ja seega kultuuriorganisatsiooni üheks turundusstrateegiaks on kultuuritoodete pakkimine pakettidena, mis sisaldavad nii kultuuri kui meelelahutust (samal, lk 4 ja 77). Undruk OÜ sihtgrupiks on inimesed, kes tavaliselt ei käi muuseumis ega osale isetegevusringides, aga naudivad hea meelega meie rahvakultuuri väärtusi kui nad sellega endale sobival ajal kokku puutuvad. Samas peame silmas, et ka kultuurientustia jaoks peavad Siimu-Jaani talu poolt korraldatavad sündmused olema sobivad – pakutav peab olema hea kvaliteediga ja arendav ka neile. Ka Kolb leiab, et

tänapäeva kultuuriorganisatsioon peab keskenduma vähemalt kahele grupile: kultuuritarbija ja kultuuriorganisatsioon (samal ajal, lk 42). Et haarata mõlemat gruppi on tähtis, et idee teostus nii miljöös kui esinejate/õpetajate tasemel oleks keskmisest kõrgem.

Kaasaegse organisatsiooniteooria kohaselt on oluliseks organisatsioonikäitumise teguriks keskkond, kus organisatsioon asub ja tegutseb (Virovere & Alas & Liigand 2008, lk 19; Brooks 2008, lk 19). Ärikeskkond mõjutab organisatsiooni ning organisatsioon omakorda mõjutab keskkonda. (Brooks 2008, lk 19) Undruk OÜ on tegutsenud viis aastat ning selle aja jooksul on toimunud nii organisatsiooni muutumine, kohandumine keskkonnaga kui keskkonna muutumine organisatsiooni tegevuse tulemusena.

Undruk OÜ tegutseb Pajusi valla selles osas, kus valla rahvamaja jääb valla teise otsa ehk 20 km kaugusele. Siimu-Jaani talu asub külas, mis on endine sovhoosikeskus. Kuna peale sovhooside likvideerimist suur osa elanikest lahkus külast, iseloomustavad meie küla pooltühjad korterelamud ja lagunened vanad tootmishooned. Kui algselt oli ettevõtte eesmärk kasutada hästi säilinud talukompleksi puhkekeskuse tegevuseks ja me ei seostanud end külaga, siis tänaseks päevaks on Siimu-Jaani talust kujunenud piirkonna kultuurielu keskpunkt. Siinses piirkonnas lammutati rahvamaja 1997 aastal ja pärast seda on kultuurielu põhimõtteliselt seiskunud. Elanikkond on küllaltki vaene ja passiivne, seega pole neil võimalusi ka kuskilt kaugemalt kultuurilist meelelahutust otsida. Elanikkonna passiivsuse tõttu ei ole ka vallavalitsus huvi tundud siinse piirkonna arenguvõimaluste suhtes ja kõik investeeringud on tehtud valla teise otsa, keskusesse. Piirkonna rahvaarv tänasel päeval on 500 inimest, mistõttu kultuuriasutuse vajadus on suur.

Nendel põhjustel on Siimu-Jaani talu oma tegemistega jõudnud nii valla juhtkonna kui piirkonna elanike huviorbiiti ja tänaseks on arenenud välja koostöö, kus sotsiaalse ja ärilise tegevuse vahele on isegi raske piiri tõmmata. Siimu-Jaani talu organiseerib kohalikke huviringe, külapidusid jms, tehes selleks koostööd kohaliku omavalitsusega. Tänu külaelu aktiivsuse kasvule on ka vallapoolne huvi meie piirkonna vastu kasvanud – on hakatud lammutama vanu hooneid ning tehtud heakorratoid, et küla üldilmet parandada. Samuti on vald väga palju rahaliselt toetanud kultuurisündmuste läbiviimist.

Kui ettevõtte esialgne äriplaan nägi ette, et kõige pealt on vaja valmis ehitada hooned ja seejärel hakata teenust osutama, siis peagi sai selgeks, et selline plaan oli liialt

ambitsioonikas. Tegevust alustades arvestas ettevõtte 2011 aastal kehtinud EL toetusfondide võimalustega: EAS-i alustava ettevõtte toetused ja Leader programmi investeeringute toetused. Kuid selgus, et algajale ja tundmatule ettevõtjale nii lihtsalt rahasid ei eraldata. Ettevõtte omanikuna sain aru, et pean alustama enda kui kultuurikorraldaja tuntuse loomisega ning arendama puhkekeskuse ideed vastavalt võimalustele. Möödunud viie aasta jooksul olengi tegelenud kultuurisündmuste korraldamisega talus. Sündmuste korraldamine on olnud projektipõhine ja praegu veel ei ole ettevõttel püsivat teenust, mis regulaarset käivet toodaks. Kuid on olemas plaanid, kuidas edasi minna.

Samaaegselt Siimu-jaani talu tuntuse loomisega olen täiendanud oma kultuuriettevõtjaltaluseid teadmisi õppides Viljandi Kultuuriakadeemias kultuurikorraldust ning töötades mitme valla kultuuritöötajana. Olen õpitud saanud kogu aeg kohe praktikas rakendada ja see on loonud talule ja minule kui spetsialistile maakonna piires positiivse kuvandi ning tänasel päeval on äriidee teostamine reaalsem kui viis aastat tagasi. Samuti on see viis aastat mulle õpetanud, kuidas oma ideed teostada nii, et ei peaks alustama suurte investeeringutega ja nende teadmiste ja kogemuste najal on välja töötatud ettevõttele uus strateegia: liikuda edasi tegevuste arendamisega olemasoleva taristu võimalusi kasutades, tugevdada sidemeid kohaliku kogakonna ja koostööpartneritega ning püsitenustena arendada edasi Aidakino projekti (kino näitamine talu aidas) ning alustada toitlustuse pakkumist nii oma korraldatud sündmustel kui väljapoole.

2.2. Organisatsiooni eesmärgid, missioon ja visioon

Eesmärk on organisatsiooni põhiülesanne, see, milleks ta on loodud (Virovere jt. 2008, lk 22). Eesmärk määrab organisatsiooni tegevussuuna, millest lähtuvad kõik teised organisatsiooni iseloomustavad tegurid: missioon, visioon, struktuur, strateegia, organisatsiooni kultuur ning tehnoloogia (Perens 2001, lk 14; Karilaid 2009). Seega eesmärgi õige määratlemine on organisatsiooni jaoks väga oluline. Eesmärgid aitavad püsida kindlal rajal, et mitte välis- ja sisekeskkonna mõjul võetud rajalt kõrvale kalduda.

Undruk OÜ põhieesmärk – puhkekeskuse loomine – on eelpool toodud põhjustel pikaajaline protsess, mis uue strateegia kohaselt on jaotatud lühemateks viie aastateks etappideks. Järgmise etapi eesmärgid töötakse välja kui eelmise viie aasta eesmärgid on saavutatud, arvestades vahepeal toimunud keskkonna ja turu muutusi.

Undruk OÜ eesmärgid aastani 2021:

- Siimu-Jaani talu on tunnustatud puhkekoht, kus külastaja tunneb end kui vanaema juures maal, saades osa meie mitmekülgsest rahvakultuuri pärandist.
- Talus on välja ehitatud 10 ööbimiskohta.
- Töötab taluköök, mis suudab toitlustada Siimu-Jaani puhkekeskuse külastajaid, korraldatavaid sündmusi ja ümberkaudsete tööstusettevõtete töötajaid.
- Ettevõttel on neli töötajat: administraator, kokk, koristaja ja tegevjuht. Töötajad on kohalikud elanikud, kes moodustavad kvalifitseeritud, motiveeritud ja usaldusväärse meeskonna.
- Aastas toimub 12 kultuurisündmust ja neli rahvakultuuri kursust. Nende seas Suur Rahvapidu on saavutanud üleriigilise ulatuse ning on kasumit tootev sündmus.
- Täidetud eesmärgid on hakanud tootma kasumit, mis võimaldavad edasi minna puhkekeskuse välja ehitamisega.

Missioon

Organisatsiooni missioon peab väljendama õigustust organisatsiooni loomiseks ning olema siduvaks motivaatoriks kõigile organisatsiooni liikmetele (Virovere jt. 2008, lk 22). Missioon peaks vähemalt osaliselt sisaldama viiteid asukohale, tootele, klientuurile, tehnoloogiale, organsitastiooni väärtustele ning filosoofiale (Karilaid 2010). Parimaks peetakse missiooni, kus kõik need komponendid on välja toodud ühe lausega (Virovere jt. 2008, lk 22). Õigesti sõnastatud missioon peab igale organisatsiooni liikmele andma motivatsiooni, miks ta midagi teeb.

Undruk OÜ Missioon

Organisatsioon töötab selle nimel, et säiliks teadmised eesti külaelust – elustades traditsioone, kajastades ajalugu, arendades tänapäeva ja luues tulevikku.

Undruk OÜ missioon annab teada, et tegeleme traditsioonilise Eesti talu säilitamisega, Eesti külaelu tutvustamisega, ajaloo uurimisega ning otsime võimalusi siduda ajalugu tänase päevaga nii, et see oleks huvitav tänasele kultuuritarbijale.

Undruk OÜ visioon

Siimu-Jaani puhkekeskus on aastaringsest tegutsev, peaaegu täismahus välja müüdnud pärandkultuuri keskus. Siin on kokku saanud organisatsioonid, talendid ja külastajad, et koos nautida, õppida ja kogeda meie esivanemate pärandit. Siimu-Jaani talust puhkusest naasnu on vaimselt puhunud, õnnelik ja tegutsemistahtest pakatav inimene.

Visioon on organisatsiooni kaugemas tulevikus asuv lõppeesmärk (Virovere jt. 2008, lk 22). Visioon on suur pilt, mille poole organisatsioon oma tegevuses püüdleb.

2.3. Organisatsiooni struktuur ja tüüp

Organisatsiooni struktuur lähtub organisatsiooni eesmärkidest ja visioonist, mille alusel töötakse välja strateegia. Strateegia täitmiseks luuakse organisatsiooni struktuur, kus peetakse silmas optimaalset töökohtade vajadust, et organisatsiooni strateegia ellu viia. Juhi ülesanneteks siinjuures on: töökohtade kavandamine ja grupeerimine, alluvus- ja arunadlussuhete määratlemine, õiguste ja võimu jaotamine, tegevuste koordineerimine ning liini ja staabi eristamine (Virovere jt 2008, lk 22; Brooks 2008, lk 215).

Nii investeeringute mahu kui kasumi tootmise eesmärgi tõttu on organisatsiooni vormiks valitud osaühing. Undruk OÜ-d võib pidada pereettevõtteks, kuigi juriidiliselt olen organisatsiooniga seotud ainult mina, olles nii osanik kui juhatuse liige. Samas töötame koos abikaasaga meile kuuluvas talus tulevase puhkekeskuse huve silmas pidades ja suuremate sündmuste korral on vabatahtlikuks abijõuks meie lapsed. Kuna reaalne tegevus piirdub praegu eelpool toodud põhjustel ainult projektipõhiste kultuurisündmuste korraldamisega, siis ei ole ettevõttel hetkel vajadust ega ka võimalust omada palgatöötajaid. Tulevikku silmas pidades on ettevõttel siiski teada, milliseid töökohti on võimaluste avanedes vajalik luua, esmased neist on kajastatud ka ettevõtte eesmärkides.

Kuigi organisatsiooni struktuur jätab mulje suletud süsteemist, on iga organisatsioon seotud võrgustikuga, mis teeb koostööd väljaspool organisatsiooni olevate partneritega, et saavutada oma strateegilisi eesmärke (Brooks 2008, lk 221). Undruk OÜ on praegu etapis, kus peamiselt tegutsetakse koostöös väljaspool ettevõtet olevate partneritega. Iga projekti

teostamisega kaasneb meeskond ja koostööpartnerid. Meeskond luuakse iga projekti puhul eraldi ja sinna kuuluvad enamasti vabatahtlikud. Seetõttu on ettevõtte jaoks oluline koostöö kohaliku kogukonnaga ja kuigi kultuuritöö korraldamine piirkonnas on minu jaoks vabatahtlik töö, on selle eesmärgiks muuhulgas tuleviku kasum – leida kogukonnast nii tulevasi töötajaid kui tugevat toetust ettevõtte eesmärkide täitmisele.

Viie aastase sündmuste korraldamise aja jooksul on ettevõttel väljakujunenud koostööpartnerid teiste organisatsioonide seas. Nagu juba nimetatud on meie olulisem koostööpartner kohalik omavalitsus, toetanud on ka Jõgeva Maavalitsus. Sündmuse sisu koostamisel, korraldamisel ja läbiviimisel on peamisteks koostööpartneriteks olnud Jõgeva Kultuurikeskus, Folklooriselts Jõgevahe Pere ja Põltsamaa Muuseum. Jõgeva Kultuurikeskuse ja Folklooriselts Jõgevahe Perega olen tihedalt seotud rahvatantsuringis ja kultuuritöötajana erinevate maakonna sündmuste korraldamises osalemise kaudu. Põltsamaa Muuseum juhataja on pärit kohalikust külast ja tunneb kohalikku ajalugu põhjalikult.

Brooks'i järgi on organisatsioonid erinevad vastavalt suurusele ja struktuurile. Brooks eristab selle järgi viis organisastiooni põhitüüpi: lihtstruktuur, mehaaniline bürokraatia, professionaalne bürokraatia, jagus organisatsioon ja adhokraatia (2008, lk 222). Neli viimast eeldavad, et tegemist on suurte organisastioonidega, kus struktuur ja juhtimine on keerukad. Lihtstruktuuriga organisastioonid on tavaliselt alustavad ja autokraatlikel põhimõtetel töötavad ettevõtted. Neis organisastioonides on tehnoloogia ja tugipersonali arv minimaalne (samas, lk 221). Undruk OÜ on nii praegu kui ka tulevikus lihtstruktuuriga organisastioon. Lähtuvalt oma eesmärkidest ei ole ettevõttel ette näha keerukat struktuuri ega rohkearvulist töötajaskonda.

3. KORRALDUSTÖÖ ANALÜÜS

Undruk OÜ poolt korraldatud Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus on kõige suurem suvesündmus piirkonnas ja Undruk OÜ jaoks samuti. Suurt Rahvapidu võib juba nimetada traditsiooniliseks, sest see on toimunud kolm suve järjest ja on muutunud aina populaarsemaks. Lõputöö sündmus toimus 2014 aasta augustis ja oli järjekorras teine.

3.1. Sündmuse eesmärk ja sisu

Kultuurisündmuse korraldamise eesmärgiks ei saa olla lihtsalt sündmuse korraldamine, vaid sündmus peab olema seotud organisastiooni eesmärgiga. Sündmus peab olema suunatud sellele, et see viiks sammu organisatsiooni eesmärgile lähemale (Mäger 2016). Suur Rahvapidu on Undruk OÜ eesmärkide väljund – Eesti külaelu ajaloo ja rahvakultuuri tutvustamine tänasele kultuuritarbijale sobivas pakendis. Suur Rahvapidu keskendub Eesti Vabariigi (edaspidi EW) algusperioodile e 1918-1940 aastatele. Periood on valitud teadlikult, sest see on kõige vähem kajastatud periood meie ajaloos. Ometi on ka see ajajärk meie rahva elus oluline – just tol ajal paika pandud väärtusi kanname me ka täna endas. Gustav Suitsu poolt 1905ndal aastal välja kuulutatud Noor Eesti loosung: „Olgem eurooplased, jäägem eestlasteks“ kehtib ja on tihti tsiteeritud ka tänapäeval (EKM 2016). Meil kasvavad peale uued põlvkonnad, kelle jaoks ka kõnealune periood on kaugel minevik, seepärast pean oluliseks just praegu, kui on elus veel paljud inimesed, kes neid aegu ise mäletavad, hakata talletama mälestusi ja fakte. Suue Rahvapeo korraldamiseks tegelen ise pidevalt ajaloo uurimisega ja intervjuude kaudu inimeste mälestuste talletamisega (Paalits 2014).

Ajal, mil Siimu-Jaani puhkekeskuse valmimine on alles idee tasandil, on Suur Rahvapidu olnud konkreetne võimalus tutvustada talu, Undruk OÜ tegevuse eesmärke ja arendada külastajaskonda. Eelmise sajandi algusperioodil hakkas Eesti küla ja ühiskond tervikuna väga kiiresti muutuma. Seoses vabaduse saavutamisega, Eesti Vabariigi loomisega ning

teaduse ja tehnika arenguga oli ühiskondlik areng tormiline – kadus sajandeid ühetaolisena kestnud talupojakultuur. Asemele tulid euroopalikud väärtused, uued tööviisid ja -vahendid, muutus toit, riietus ja elustiil. Muutusid ka talude hooned ning kodude sisutsused. See oli meie ajaloos väga põnev aeg, mil eestlased suure energia ja aktiivsusega teostasid oma vabadust. Seltsitegevus oli oma arengu tipul – tegeleti kõigega: kodumajandusega, istegevusega, spordiga, huvituti tervislikest eluviisidest ja kirjandusest (Läbi paeselt halli argipäeva 2011, lk 7). Suur Rahvapidu on teemapäev, mis kõiki neid muutusi püüab meelelahutusliku programmi kaudu edasi anda. Ka oma nime on pidu saanud sellest perioodist – just nii kutsuti tol ajal siinses piirkonnas suuri iga-aastaseid suvepidusid.

Materjali ja valdkondi, mida peo korraldamiseks kasutada, on väga palju. Seetõttu on igal aastal peo fookuses erinev teema. Igal peol on alati eeskava, mis lähtub sajanditagusest moest, kuid päeva põhiteemad on erinevad. Esimese peo teema oli isetegevuslike etenduskunstide avaldumisvormid 1920ndatel aastatel - tolleaegsete pidude eeskavad. Teine, lõputöö teemapäev, tutvustas olmetehnikas toimunud muutusi 1930ndatel aastatel ja etteruttavalt, kolmas pidu kajastas Eesti tuletõrjeseltside rolli tolleaegses seltsitegevuses. Teemasid tuleviku jaoks on veel küllaga – toit, riietus, käsitöö, kodumajandusseltside tegevus jne.

Peo sisuks oli niisiis eestlaste 100-aasta taguse küla- ja seltsielust ajendatud tegevused. Päeva programm sisaldas eeskava, atraktsioone, võistlusi, talu- ja käsitöö saaduste müügilette, näitusi, õpitubasid, meelelahutust puuviljaaia kohvikus ning tantsuprogrammi päeva lõpus. Oluline koht oli loteriil, sest loterii oli igal EW-aegsel peol olemas, ükskõik kui väike ka pidu ei olnud. Eraldi oli lasteala, kus lapsed said mängida vanaaegseid mänge, turnida heinakuhjades ja proovida osavust ragulka tegemisel ning sellega laskmises. Täiskasvanud võistlesid heinaniitmises. Päev oli üles ehitatud nii, et erineva taustaga inimestel oleks huvitavaid tegevusi, et oli võimalik nii osaleda kui lihtsalt pealt vaadata. Tegevused toimusid paralleelselt, iga külastaja sai valida, kus ta parasjagu viibib. Ning loomulikult oli kujundus ning meeskonna riietus ajastutruu – Siimu-Jaani talu ise oma hoonetekompleksi, taluõue ning puu- ja köögiviljaaiaga on sobiv dekoratsioon sellise teemaga sündmustele. 2014 aasta Suur Rahvapidu sai läbi viidud koostöös paljude Eesti muuseumidega, kes kõik tutvustasid oma valdkonna arenguid sellel perioodil. Kohal olid Eesti Jalgrattamuuseum, Eesti Põllumajandusmuuseum, Eesti Piimandusmuuseum, Eesti ringhäälingumuuseum ning Laitse Rallipark 1930ndate autoga (Päeva programm Lisa 1).

3.2. Sündmuse korraldus

Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus toimus 02.08.2014 Siimu-Jaani talus, Vägari külas, Pajusi vallas, Jõgevamaal. 2014 aasta Suur Rahvapidu oli järg 2013 aastal toimunud Talurahwa Piddoõhtule. Pidud oli planeeritud suurejoonelisem kui eelmine – lisaks isetegevuslastele astusid üles professionaalsed muusikud, lisaks külatantsudele õpetati ka swingtantsu ja päeva nael oli kindlasti Laitse Rallipargi auto – tõeline iludus 1929ndast aastast.

3.2.1. Meeskond ja tegevuskava

Meeskond on inimeste kooslus, mis tegutseb ühise eesmärgi nimel ja vastutab ühiselt tulemuste eest (Virovere jt. 2008, lk 113). Meeskond ei ole lihtsalt inimeste grupp, kes on mingi ülesande lahendamiseks kokku pandud. Et grupist saaks meeskond, on vaja selle nimel töötada. Inimesed peavad üksteist tundma õppima, peavad välja tulema meeskonna liikmete tugevused ja nõrkused, peab tekkima omavaheline usaldus ja motivatsioon töötada ühise eesmärgi nimel. Meeskonna kujunemise protsessi jagatakse nelja etappi, millele erinevad autorid on andnud erinevaid nimetusi, kuid kokkuvõtlikult väljendavad nad ühte ja sama - siinkohal lähtun Woodcock`i (1979) käsitlusest (Brooks 2008, lk 109):

- Arenemata meeskond – rühma eesmärgid ei ole veel selged, juhil on alluvatega erinev arusaam, pingete maandamisega ei tegeleta, pigem süüdistatakse kui otsitakse lahendusi;
- Katsetav meeskond – rühmakaaslased kuulavad üksteist rohkem kui enne, ollakse valmis riskima ja kastetama, luuakse isiklikke kontakte rühmakaaslaste vahel;
- Ühinev meeskond – töötakse omavahel kokku lepitud reeglite alusel, omavahelised suhted tihenevad ja neid kasutatakse meeskonnaüleselt;
- Küps meeskond – teises etapis tekkinud avatus ja kolmandas etapis saavutatud süstemaatiline lähenemine on aluseks tõelise, küpse meeskonna väljakujunemisel. Küpset meeskonda iseloomustab usaldus, avatus, ausus, koostöö ja vastandumine.

Küpse meeskonna kujunemine võtab aega ja seda ei ole võimalik kiirendada. Seetõttu lühiajaliste projektide puhul tavaliselt ei jõuta neljandasse faasi (Perens 2001, lk 45). Kultuuriorganisatsioonis (nagu igas teiseski organisatsioonis) on küpse meeskonna saavutamine ideaal, mis on võimalik vaid suuremates kultuuriorganisatsioonides, kus on

mitu püsitöötajat. Väikestes maarahvamajades töötab tavaliselt üks inimene, kes suurema sündmuse korraldamise juurde peab moodustama ajutise meeskonna, tavaliselt vabatahtlikest. Samamoodi on see ka Undruk OÜ-s. Seega Suure Rahvapeo korraldamiseks tuli luua meeskond - Perens'i järgi: **puhas projektorganisatsioon**, mis tähendab, et projekt luuakse ettevõtte juurde nii, et see ei puuduta ettevõtte seniseid funktsioone või tegevusvaldkondi. Puhta projektorganisatsiooni eeliseks on, et meeskonna jõupingutused on suunatud ühele projektile, meeskond on motiveeritud heade tulemuste saavutamisele ning muutustele reageerimine on kiire (samas, lk 17).

Suure Rahvapeo projekti põhimeeskond koosnes viiest inimestest, kes projekti ideed jagasid ja olid valmis selle korraldamisele kaasa aitama. Põhimeeskonnale lisandusid enne pidu vabatahtlikud, kes aitasid peopäeval sündmust läbi viia, neid oli 11 inimest (Lisa 2 a). Kuna 2014 aasta Suur Rahvapidu oli teine pidu samast sarjast, siis tegelikult moodustus korraldusmeeskond juba eelmisel aastal osalenud inimestest. Ka vabatahtlikud on igal aastal enam-vähem samad kohalikud elanikud. Seega kuigi on tegemist ajutise projektimeeskonnaga võib sellest meeskonnast kasvada välja püsiv meeskond selle sündmuse korraldamiseks. Praegu võib hinnata, et meeskond on jõudnud teise etappi, kus juba teatakse üksteise tugevaid ja nõrku külgi ning osatakse üksteisega arvestada. Samas, kuna tegemist on vabatahtlikega, kes seda tööd teevad oma põhitöö kõrvalt, on minu kui projektijuhi roll oluline, sest mina haldan protsessi ja info liikumist, jagan ülesandeid ja jälgin stsenaariumi.

Sündmuse ettevalmistamine algas 2013 aasta lõpus, mil toimus esimene käivituskooolek, kus liikmed andsid nõusoleku projektis osaleda, jagati valdkondlikud ülesanded, otsustati sündmuse toimumise kuupäev ja koostati esialgne stsenaarium (Perens 2001, lk 143). Esimese koosoleku põhjal koostas tegevuskava (Lisa 2 b), riskianalüüsi (Lisa 3) ja vormistasin stsenaariumi (Lisa 4). Kokku toimus neli korraldustöö koosolekut, millest kaks viimast toimusid kuu aja jooksul enne pidu ja neist võtsid osa juba ka ülejäänud vabatahtlikud. Vahepealsel ajal suhtlesime telefoni ja meili teel.

Viimastel koosolekutel toimus konkreetsete ülesannete jagamine päeva läbi viimiseks ning tegevuskohtade üle vaatamine – kes, kus ja milliseid ülesandeid täidavad. Sündmuse toimumise ajal pean oluliseks, et iga detail oleks võimalikult põhjalikult läbi mõeldud, et ei toimuks ootamatusi, mis publiku päeva nautimist võiks häirida. Olen püüdnud ülesanded

jagada nii, et igas tegevuskohas on vähemalt üks vabatahtlik, kes täpselt teab, mille eest ta vastutab. Teine oluline aspekt on koormuse jagamine - et kõigil oleks võimalik võtta puhkepause ja keegi ei peaks ka ilma tegevuseta passima. Seepärast mõtlen kogu päeva enne läbi ja koostan infolehed: üldine kõigile, koos telefoninumbritega, et kõik vabatahtlikud teaks, kus teised töötavad ja kellega on vaja mingis küsimuses ühendust võtta. Ning igale tegevusele eraldi, kus juba on põhjalikumalt kirjeldatud konkreetse vabatahtliku ülesanded. (Näide - Lisa 6).

3.2.2. Sündmuse eelarve ja rahastamine

Võimalik eelarve ja sündmuse sisu arutati läbi meeskonna esimesel koosolekul. Eelmise aasta kogemusele tuginedes leidsime, et publiku kokku toomiseks on vaja vähemalt ühte tuntud esinejat. Meie sündmuse kontekstis pöördusime Mart Sander'i poole, kuna 2014 aasta peo fookuses oli ka uus muusika (swingmuusika), mis eestlaste kodudesse ja pidudele 1930ndatel jõudis. Päringu Mart Sandrile saatsime 2013 aasta lõpus. Ta andis esialgse nõusoleku ja selle järgi sai koostatud ka esialgne eelarve. Hiljem ta siiski enam ei vastanud meilidele ja tuli leida uued esinejad.

Suure Rahvapoe oluliseks rahastamise allikaks oli planeeritud piletitulu. Kuna võisime ette arvestada, et ainult piletituluga ei ole võimalik kõiki kulusid katta, oli vaja leida ka teisi rahastajaid. Siinkohal on takistuseks ettevõtte juriidiline vorm – OÜ-l ei ole nii palju võimalusi projektitoetusi küsida kui MTÜ-del. Meie peamiseks toetajaks oli Pajusi Vallavalitsus (1500 €). Esitasime projekti ka Rahvakultuuri Keskuse festivalide programmi, kes eelmisel aastal toetas, kuid sel aastal kahjuks sealt rahastust ei saanud. Sellise sündmuse rahastamisel oleks suur abi olnud Leader projekti toetusest, kuid 2014 aastal olid seoses EL rahastusperioodi lõppemisega Leader programm suletud.

Suur osa sündmuse rahastamisel oli sponsoritel (1005 €), kes peamiselt toetasid kas väiksemate esinemistasude või asjadega. Lisaks piletitulule aitas eelarvet täita talu meenete ja aiasaaduste müük ning sponsorite abil kokku pandud loterii (600 €). Siiski jäi omaosaluse summa küllaltki suureks ehk sündmust tuli toetada ka korraldaja finantsidega (1662 €). Piletitulu jäi oodatust väiksemaks, samas vähenesid ka planeeritud kulud esinejate muutumise tõttu, nii et kokkuvõttes jäi ettevõtte omaosalus planeeritud summa piiridesse.

Piletitulu oodatust väiksem osakaal võis olla tingitud liiga kõrgest hinnast (10 €), sündmuse vähesest tuntusest ning kultuurisündmuste tihedast konkurentsist.

Paljude sündmuste eelarve tulude poolele saab arvestada ka sündmusel osalevate kauplejate ja toitlustajate kohamaksud, mis on seda suuremad, mida suurem ja tuntum on sündmus. Ka meie sündmuse stsenaarium nägi ette väikest laata, et tekiks suurem melu ja tuleks paremini välja 1930ndate olustik. Kuid kuna sündmuse peaesmärk ei olnud laat ja tegemist oli tundmatu sündmusega, siis oli laadakauplejaid ja toitlustajaid väga raske leida, sest nemad on orienteeritud läbimüügile, mida me neile garanteerida ei saanud. Seetõttu ei võtnud me kaupajatelt ja toitlustajatelt platsimaksu, kuid palusime anda mõned esemed laada loteriisse. See toimis hästi, loterii sai täiendust eriilmeliste ja huvitavate võiduloosidega.

Eelarve kulude koosseisus olid peamised kuluartiklid esinejate honorarid (2689 €) ja reklaamikulud (1468 €). Projekti üheks eesmärgiks oli kvaliteetne sündmus ja seepärast kutsusime esinema professionaalseid muusikuid, kellede esinemistasudeks tuli arvestada ka suuremad väljaminekud. Püüdsime jõuda optimaalse tulemuseni – olles kindel esineja kvaliteedis valisime odavama pakkuja. Lähtudes teadmisest, et sündmusel ei ole veel laialdast kõlapinda, soovisime teavitada võimalikult paljusid inimesi, seetõttu planeerisime ka tavapärasest suuremad reklaamikulud. Promotsiooni tulemuslikkuse kohta tuleb edaspidi põhjalikumalt läbi mõelda, antud juhul võib öelda, et kulutatud raha ei täinud oma eesmärki.

Kultuurisündmuse korraldamisega kaasneb veel rida kulutusi, mille tegemine on hea tulemuse saavutamiseks paratamatu: heli- ja muu tehnika rent, kulud rekvisiitidele ja dekoratsioonidele, haldus- ja kommunaalkulud, WC-de rent ning autoritasud. Rahvakultuurisündmuste puhul on autoritasud tavaliselt minimaalsed, sest enamus esitatavaid teoseid jäävad kaugemasse minevikku kui 75 aastat ja on seega autoritasude vabad. Teiste kulude osas saime palju toetust sponsoritelt, kes renditud tehnika ja mööbli eest renditasu ei võtnud, kuid tekkis ka lisakulusid. Näiteks tekkis peopäeva hommikul kahtlus, kas olemasolev elektrienergia on piisav sündmuse probleemideta kulgemiseks. Seetõttu otsustasime rentida lisaks varugeneraatori, mis varustas vooluga laadalava ja mis oli kulu, mida eelarves ei olnud arvestatud. Teisalt saime pärast pidu paljude esinejatega kokkuleppele väiksemates tasudes, sest kõik olid väga rahul sündmuse ideega ja soovisid toetada, et sellised sündmused edaspidi jätkuksid. Nii, et kokkuvõttes jäid eelarve kulud ja tulud tasakaalu. Lisas ära toodud eelarve kajastab esialgset ja lõplikku eelarvet (Lisa 5).

3.2.3. Sihtgrupp ja teavitamine

Suur Rahvapidu on uutmoodi lähenemine tuntud valdkonnale (rahvakultuur). Seetõttu võib väita, et tegemist on innovaatilise sündmusega. Innovaatilise sündmuse puhul tuleb arvestada, et inimesi on raske meelitada midagi uut proovima, sest paljud kardavad riskida (Kolb 2005, lk 167). Sündmusest teavitamine e promotsioon jaotatakse kolmeks ülesandeks: informeerimine, veenmine ja meelde tuletamine. Informeerimine on vajalik, kuid jääb tänavapäeval kultuurisündmuse reklaamimiseks väheseks. Oluline on veenmine, eriti uuenduslike sündmuste puhul ja kultuuritarbijale suunatud reklaami korral. Meeldetuletus on suunatud kultuurientusiastidele, kes kultuuritoote sisust ja väärtusest on teadlikud ning kellele on vaja teada anda, kus ja millal järgmine sündmus toimub (samas, lk 171). Suurest Rahvapeost teavitamiseks oli eelkõige vaja kasutada informeerimist ja veenmist. Selleks me lõime sündmuse sisust legendi (Lisa 7), millega tutvustasime sündmuse stsenaariumi ning püüdsime edasi anda seda erilisust, mida taotleme. Lisaks legendile püüdsime taotletavat olustikku edasi anda ka plakati kujundusega (Lisa 9).

Nagu juba eelnevalt kirjeldatud, oli meie sihtgrupiks kultuuritarbijad ja kultuurientusiastid, kes suvisel ajal armastavad käia erinevatel kultuurisündmustel kas sõprade või peredega. Et jõuda sihtgrupini planeerisime promotsioonile tavapärasest suurema reklaamieelarve. Võimalikult palju kasutasime ka tasuta reklaami võimalusi. Teavitustöö eesmärk oli jõuda potentsiaalsete klientideni üle Eesti.

Sõnumi edastamiseks tarbijale kasutatakse erinevaid promotsiooni meetodeid: reklaam, müügistiimulid, isiklik müük, suhtekorraldus, otseturundus, veebilehtede tegemine, meiliklubid, isikliku suhte loomine (Kolb 2005, lk 171 – 181). Eestis kasutatakse samuti kõiki neid meetodeid, kuid konkreetsete meetodid sõltuvad sündmuse suurusest, eelarvest ja võimalustest ning ka vajadusest. Suure Rahvapeo reklaamiseks kasutasime enamuse meetodeid lähtudes oma võimalustest ja oskustest.

Suure Rahvapeo promotsiooni meetodid:

- Reklaam e mittepersonaalne lähenemine: trükitud plakatid üle Eesti (200 plakatit), teated raadios (Elmari Raadio Lõuna-Eesti piirkond, ERR-i kultuuriteadetes, Ring FM ja Uuno raadio), kuulutused Vooremaas, LED ekraan Tartu kesklinnas ja sündmuse reklaam Kultuuriinfo portaalis.

- Müügistiimulid: eelmüügis odavamad piletid, piletite loos Kultuuriinfo portaalis ja Suure Rahvapeo *Facebooki* lehe jagajate vahel, piletid müügil Piletilevis ja Piletimaailmas, loterii peaauhinna reklaamimine *Facebook`is*. Ristpromotsioonina tegime koostööd Jõgeva Kultuurikeskusega – Suure Rahvapeo videoreklaam jooksis Jõgeva Kultuurikeskuse LED ekraanil.
- Isiklik müük: tasuta pääsmed meekonna liikmetele ja meeskonna liikmete isiklik reklaam tuttavate hulgas.
- Suhtekorraldus: artikkel enne pidu maakonna lehes Vooremaa ja interneti väljaandes *Külaudised*, eelmise aasta peo meediakajastuste eksponeerimine peo *Facebook`i* lehel, peoinfo üleval erinevate organisatsioonide interneti lehtedel: Pajusi valla koduleht, Jõgevamaa Koostöökoja koduleht, *visitestonia.com*, *kuhuminna.ee* ja *etnoweb.ee* kultuurisündmuste lehel.
- Otseturundus: Undruk OÜ kodulehe e-poes piletite ostmise võimalus, sündmust ja Undruk OÜ-d tutvustavad *flyerid*, mida jagasime eelnevalt teistel sündmustel, samuti Jõgevamaa Turismiinfopunkti kaudu, kes omakorda viis reklaami ka Eesti Turismimessile.
- Veebilehtede tegemine: Suure Rahvapeo *Facebooki* lehekülj – tutvustasime eelnevalt esinejaid, loosisime välja pileteid ja andsime jooksvalt informatsiooni, kuidas saada pileteid, kuidas kohale tulla ja mida eest oodata.
- Isikliku suhte loomine – kutsete saatmine Jõgevamaa prominentsematele ja sündmuse edasise toetuse seisukohalt olulistele isikutele: Jõgeva maavanem, Pajusi vallavanem, maakonna kultuuritöö spetsialistid, Vooremaa ajakirjanikud, Suure Rahvapeo sponsorid, kohalikud ettevõtjad.

Kokkuvõtvalt püüdsime teha võimalikult laialdast reklaami, arvestades, et sündmus on uudne ja korraldaja tundmatu. Teavitamise ajalise läbiviimise kohta koostasime meediaplaani (Lisa 8). Promotsiooniga alustasime mai teisel poolel *flyeri`te* jagamisega. Plakatite üles panemisega ja piletite levitamisega Piletilevis, Piletimaailmas ja Undruk OÜ kodulehel alustasime juuni teisel nädalal, samal ajal läksid üles ka kõik netireklaamid. Raadio reklaam toimus nädal enne sündmust.

4. SÜNDMUSE SOTSIAAL-MAJANDUSLIKU MÕJU ANALÜÜS

Sündmuse jagatakse nende mõjuulatuse ja suuruse järgi nelja kategooriasse: kohalikud, piirkondlikud, riiklikud ja megaüritused. Uuringud on näidanud, et sündmuse mõju ulatus on otseselt seotud sündmuse suurusjärguga (rahvusvahelised) (EKI 2010, lk 9). Jõgeva maakonnas megaüritusi ei ole, riiklik sündmus on Eesti Naiste tantsupidu, mis toimub üle viie aasta. Piirkondlikke sündmuseid on rohkem, neist suurimad iga-aastased sündmused on: Jõgevatreff, Suur Paunvere Väljanäitus ja Laad, Kalevipoja kala- ja veefestival, Kalevipoja Uisumaraton (JAS 2015, lk 55). Suur Rahvapidu on praegu veel kohaliku tähtsusega sündmus, kuid meie ambitsiooniks on jõuda piirkondliku sündmuse staatusesse. Kohalikke sündmuseid, millega Suur Rahvapidu konkureerib on mitmeid: Pajusi mõisapäev, Kamari Veetrall, Põltsamaa linna sündmused. Nende sündmuste puhul on oluline, et nad ei toimuks ühel päeval, see mõjutab otseselt külastajate arvu.

Kultuuri- ja spordisündmuste majandusliku mõju tähtsust on maailmas uuritud juba 30 aastat. Eestis on Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt läbi viidud vastav uurimus 2012 aastal (EKI 2012). Sündmuste majanduslike mõjude hindamiseks kasutatakse erinevaid mudeleid, mida omavahel võrrelda on raske. Kuid üldiselt otsivad kõik uuringud vastust järgmistele küsimustele: kui palju külastajaid toob üritus piirkonda ja kui palju külastajad piirkonnas kulutavad, kui suur osa kohalike ettevõtete ja asutuste müügitulust teenitakse tänu üritusele, kui palju töökohti loob üritus piirkonnas, millised on ürituse otsesed ja teisesed mõjud, ürituse lühi- ja pikaajalised mõjud jms (EKI 2012, lk 14).

Sündmuse mõju piirkonnale jagatakse otsesteks ja kaudseteks mõjudeks (EKI 2010, lk 7).

Otsesed mõjud on:

- korraldajate investeeringud ja hangitud toetused,
- külastajate tehtud kulutused,

- avaliku sektori toetusmehhanismid

Kaudsed mõjud:

- tänu sündmusele toimuvad täiendavad investeeringud,
- sündmuse toimimiseks rajatav infrastruktuur,
- kohalikke inimeste ettevõtlikkuse tõus,
- küllastajate lisandunud viibimine piirkonnas,
- kohalike elanike viibimine regioonis, mitte alternatiivse tegevuse otsimine mujal piirkondades
- kohalike elanike elukvaliteedi tõus (positiivsed emotsioonid, rahuolu, haritus)

Sündmuse võimalike mõjude ja mõjusuundade hindamise kriteeriumite määratlemiseks kasutatakse skaalasid. Tabeli 2 aluseks on võetud 2010 aastal Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt läbi viidud uuringu „Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ja analüüs – Viljandi Kitarrifestival“ vastav tabel ning kohandatud see Suure Rahvapeo võimalikele mõjudele.

Tabel 2. Sündmuse võimalikud mõjud

| | POSITIIVNE MÕJU | NEGATIIVNE MÕJU |
|-----------------------------|--|---|
| Majanduslik | <ul style="list-style-type: none"> • suurenenud tulud ja kasu • lisatööjõu kaasamine | <ul style="list-style-type: none"> • turistide ei õnnestu kaasata • ebaadekvaatne sündmuse kulutuste hindamine |
| Turism/ kommertstegevus | <ul style="list-style-type: none"> • Suurenenud teadlikkus piirkonnast kui reisi ja turismi sihtkohast • Suurenenud teadmised piirkonnast kui võimalikust investeeringute ja kommertsaktiivsuse sihtkohast | <ul style="list-style-type: none"> • olemasolevate ettevõtete negatiivsed reaktsioonid, sest kardetakse uut konkurentsi tööjõu ja omavalitsuste toetuste osas. |
| Keskkond | <ul style="list-style-type: none"> • uute hoonete ehitus • kohaliku taristu arendamine • pärandi säilitamine | |
| Sotsiaalne/ kultuuriline | <ul style="list-style-type: none"> • püsiv kohaliku huvi suurenemine sündmustega | |

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| | seotud tegevustes osalemise vastu • piirkonna väärtuste ja traditsioonide tugevdamine | |
| Psühholoogiline | • suurenenud kogukonnatunne ja kohalik uhkus • suurenenud mitte-kohaliku teadlikkus <ul style="list-style-type: none"> • emotsionaalne rahulolu | |
| Poliitiline/ administratiivne | • korraldajate oskuste täiendamine | • mõnede soovitud eesmärkide saavutamata jätmine |

Tabelist on näha, et sündmuse positiivsed mõjud piirkonnale on oluliselt suuremad kui negatiivsed mõjud. Sündmus on toonud piirkonnale tuntuks, kohaliku omavalitsuse tähelepanu ja investeeringuid taristu korrastamise näol ning väga oluline on kohalike elanike aktiivsuse ning kogukonnatunde kasv.

Sündmusel osalesid kohalikud elanikud vabatahtlikena, kes tasuta said kaks vaba päaset ja ise tasuta osaleda. Samuti said kõik kohalikud elanikud kaubelda oma aia- ja käsitöösaadustega. Sündmus on võetud kohaliku omavalitsuse ja maakonna kultuurikalendrisse ning teavitamisel osaleb Jõgevamaa Turismiinfokeskus. Sündmusel kasutati mitmete teiste ettevõtete teenuseid – välitoitlustus, heli- ja valgustehnika, lava- ja lavatehnika, WC-de rent – nende ettevõtete tulud on otsesed sündmuse majanduslikud mõjud.

Kultuuri- ja spordisündmuste majanduslik mõju piirkonnale on oluliselt suurem kui see esmapilgul välja paistab. Lisaks sündmuse otsestele mõjudele külastajate kulutuste kaudu, on neil kõigil ka kaudsed mõjud kohalikele majandusele, mis ilmnevad hiljem. (EKI 2012, lk 3). Suur Rahvapidu on mõjutanud tugevalt kohalikku omavalitsust investeeringute tegemiseks piirkonda. On korrastatud haljasalaid ja teid, paigaldatud tänavavalgustus, lammutatud vanu mahajäänud hooneid. 2016 aastal hakati lõpuks ehitama koolimaja laiendust, mille eesmärgiks on luua kohalike elanikele kultuurilise kooskõimise koht. See on näide sündmuse kaudsetest mõjudest, mis ilmnevad hiljem – Suurel Rahvapeol osalemine on tõstnud kohalike inimeste aktiivsust, mis omakorda on viinud kohaliku omavalitsuse

arusaamisele, et piirkonda on vaja kultuuriasutust ning sahtlist võeti välja 10 aastat seisnud projekt ning viidi ellu. Nende projektide teostumine ei ole juhus, need on otseselt seotud Siimu-Jaani talu poolt algatatud suvesündmustega, milledest olulisem ja suurim on Suur Rahvapidu. Suurel Rahvapeol osalemine kas vabatahtliku või külastajana on toonud kohalike elanike teadvusse oma kodukoha väärtustamise ja aidanud neil mõista kui palju on võimalik ise oma kogukondliku elu paremaks muutmiseks ära teha.

Negatiivseks osutus turistide (väljastpoolt maakonda tulnud küllastajate) hulk. Eestis on rahvakultuuriga tegelemine väga heal järjel ja rahvakultuuriga seotud sündmusi toimub väga palju, nii suuremaid kui väiksemaid. Lisaks on suur osa neist tasuta sündmused. Konkurents on väga tihe. Suur Rahvapidu on uudse formaadiga sündmus. Teistest omataolistest erineb ta sisult ja ajaperioodilt, mida kajastatakse. Probleem seisneb selles, et reklaamiga on väga raske edasi anda ideed, et toimub teistsugune sündmus kui sõna „rahvakultuur“ inimestele tähendab. Sellist sündmust tarbijateni viia saab põhimõtteliselt ainult kohalkäinute suulise reklaami kaudu, kuid see võtab aega. Mida pikemat aega sündmus iga-aastaselt toimub, seda kaugemale levib info ja tekib usaldus korraldaja vastu, et kaugemalt kohale sõita.

Üheks negatiivseks tagajärjeks on olnud kohaliku külaseltsi vastuseis, kes tõenäoliselt kardab konkurentsi. Ülejäänud negatiivsed mõjud – sündmuse kulutuste ebaadekvaatne hindamine ja kõigi soovitud tulemuse mittesaavutamine on tingitud sellest, et ei õnnestunud kaasata turiste. Sellest tegi korraldaja järeldused ja järgmise aasta eelarve koostati palju tagasihoidlikum ning 2015 aasta sündmus ei vajanud enam märkimisväärsest korraldaja omaosalust.

Sündmusel osales 370 inimest, neist esinejad moodustasid 35% ja 65% olid küllastajad. Positiivse mõjuna tooksin veel välja sündmusel osalenute arvamuse. Kuna sündmus on uudse stsenaariumi ja toimumiskohaga, siis on oluline, et kõik, kes kohale olid tulnud, kiitsid väga sündmuse ideed ja teostust. Teiste seas minu jaoks olulised arvamused olid Laitse Rallipargi ja Swing Clubi mänedžeride arvamused, kes julgustasid kindlasti jätkama, öeldes, et idee on väga hea ja tuntuse (sellega küllastajate arvu suuremine) saavutamine võtab aega.

5. ENESEREFLEKSIOON

Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus ei olnud suurim sündmus, mida olen korraldanud. Selle sündmuse tähtsus minu jaoks oli eelkõige selles, et see oli MINU sündmus. Olin selle peo produtsent, stsenaarist, lavastaja ja peakorraldaja. See pidu väljendas eesmärki, mille olen endale püstitanud – tuua tänasesse päeva meie vanaemade ja vanaisade 100-aasta tagune igapäevaelu, nii selle lihtsuses kui pidulikkuses, et jätkuvalt oleks väärtustatud eesti külaelu.

Sündmuse korraldamine sujus ladusalt. Eeskava kokkupanek ja esinejate leidmine oli minu jaoks lihtne, kõik kellele oma ideed tutvustasin olid kohe nõus osalema, va Mart Sander, kes algul lubas, aga siis kaduma jäi. Kindlasti oleks publiku hulk olnud tunduvalt suurem kui oleksin saanud välja reklaamida tema nime. Siiski olid osalenud esinejad väga heal tasemel ning kohale tulnud publik oli üllatunud, et ühel „külapeol“ nii häid esinejaid nautida said.

Sündmuse tegevuskava koostamine ja planeerimine on samuti minu tugevad küljed. Olen kogenud, et suudan läbi mõelda enamus üksikasju, et peo päev laabuks sujuvalt. Ka Suur Rahvapidu sujus ilma viperusteta. Kõik esinejad saabusid õigeaks ajaks ja sündmuse idee sai teostatud nii, et ka publik tundis, et käis erilisel sündmusel.

Raskem oli hea meeskonnatöö saavutamine. Pean oma nõrgaks küljeks delegerimisoskust ja seetõttu olen ise ülekoormatud. Kuna meeskond koosnes vabatahtlikest töö käivatest inimestest, siis tihti ei saanud neilt õigeaks ajaks kokkulepitud tulemust ning pidin ise ära korraldama asju, mida olin oodanud teistelt. Edaspidi tuleb korraldustöö ülesanded jagada nii, et inimene on aru saanud, et ta on vastutuse võtnud. Vabatahtlike tööülesannete jagamisel selgus, et ei osanud inimeste võimeid õieti hinnata (katsetava meeskonna arengujärgu miinus) ja mõned vabatahtlikud kurtsid hiljem, et neil oli liiga palju vaba aega. Õppisin sellest ja järgmise peo (2015) ajal olid meeskonna ülesanded jaotatud nii, et iga üksiku meeskonna liikme hõivatus peo päeval paremini korraldatud.

Vaatamata laialdasele reklaamile jäi sündmusest osalemine oodatust väiksemaks, ületasime küll kohaliku piirkonna rahvakultuuri sündmusest tavapärase osavõtjate arvu, kuid ettevalmistatud olime suurema publiku vastu võtmiseks. Kaugemalt tulijaid oli vähe. Võib-olla oleks paremaid tulemusi toonud promotsiooni suunamine kultuurientusiastidele - reklaamimine kultuuriorganisatsioonide kaudu nende liikmetele. See oleks nõudnud eraldi tegelemist ja selle peale tasub mõelda. Samas rahvakultuurisündmuste konkurents on tihe ja pigem võtab tuntuse saavutamine aega.

Üheks teguriks, miks publiku arv jäi oodatust väiksemaks oli kindlasti liiga kõrge pileti hind (10 €), eriti selles osas, et me ei teinud perepiletit ning lapsepilet oli liiga kallis (8 eurot). Kahjuks ei mõelnud me seda alguses korralikult läbi ja hiljem kui nägime, et müük ei edene, ei saanud hindasid enam muuta, sest pileti hind oli trükitud plakatitele, mida hakkasime levitama juba juuni alguses.

Tänu vähestele publikule osutus planeeritud sündmuse territoorium liiga suureks, see jättis osalenud rahvale mulje, et inimesi oli veel vähem kui tegelikult. Siimu-Jaani talu territoorium mahutab vabalt 1000-1500 inimest. Samas on see territoorium liigendatud ja seda saab sündmuse jaoks kasutada ka osaliselt. Lõputöö sündmusel oli kasutusel kogu territoorium ja see rikkus visuaalse pildi rahvarohkest peost. Ka selle võtsime arvesse järgmise Suure Rahvapeo (2015) korraldamisel ning saavutasime publiku vaimustuse ning sündmuse idee täieliku teostuse – õdus õhtupoolik 100 aasta taguses taluaias.

Sündmuse korraldus algab teadmisesest, et selline sündmus on vajalik. Kultuurikorraldaja peaks olema inimene, kes tunnetab ühiskondlikke vajadusi – ta pakub korraldatud sündmuse kaudu vastust, lahendust või hoopis esitab küsimuse, mis publikut kõnetab. See aspekt seob kultuurikorraldust kõigi teiste kunstivaldkondadega. Selle teadmiseni olen jõudnud õppides Viljandi Kultuuriakadeemias. Suurt Rahvapidu korraldades kasutasin õpitud teadmisi:

- Sündmuse aja, koha ja meeskonna valik: kultuurikorralduse alused, organisatsiooni õpetuse ja projektitöö ained, personalijuhtimine.
- Sündmuse eelarve ja stsenaarium– kultuurikorralduse alused, juhtimisökonomika, projektitöö ained, ettevõtja praktiliste oskuste baaskursus, ülevaade valdkonna institutsioonidest ja rahastamisest, stsenaaristika, omakultuur, pärimustantsu ajalugu, eesti kultuurilugu. Lisaks teadus- ja loometöö metodoloogia, seminaritöö.

- Sündmuse korraldustöö – tööõigus, intellektuaalne omand, personalijuhtimine, organisatsiooni juhtimine, strateegiline planeerimine, läbirääkimiste tehnika, õiguse alused, kultuuriettevõtluse alused, fundraising ja sponsorlus, , heli- ja valgustehnika praktikum, korraldustöö praktika.
- Sündmusest teavitamine – meediaõpetus, sotsiaalne kommunikatsioon, kultuuriturundus, ettevõtja praktiliste oskuste baaskursus, korraldustöö praktika.
- Sündmuse läbiviimine - etenduskunstide semiootika ja teised etenduskunstide ained, stsenaarium, organisatsioonikäitumine, personalitöö, töökeskkonna korralduslikud regulatsioonid, avalik esinemine.
- Sündmuse tulemuste hindamine – juhtimisökonoomika, kultuuriettevõtluse alused, kultuuriturundus, ettevõtja praktiliste oskuste baaskursus, kultuurikorralduse alused, kultuurikorralduse praktika.

Kokkuvõtteks - inimene õpib kogu elu. Viljandi Kultuuriakadeemias olen omandanud baastadmised kultuuri korraldamisest ja saanud kogemusi praktikas. Olen aru saanud oma tugevatest ja nõrkadest külgedest kultuurikorraldajana ning liigun edasi teadmise ja oskusega, et tean ja oskan palju, kuid alati on midagi juurde õppida.

KOKKUVÕTE

Minu lõputöö sündmuseks oli Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus, mis toimus 02.08.2014 Jõgevamaal Pajusi vallas. Suur Rahvapidu oli uudse formaadiga rahvakultuurisündmus ning käesolevas töös on kirjeldatud ja analüüsitud sündmuse teostamisega seotud aspekte. Töö on jagatud viieks peatükiks, millest kolm esimest analüüsivad vastavalt kultuurikonteksti, sündmust korraldanud organisatsiooni ja sündmuse korraldust. Neljandas peatükis on läbi viidud sündmuse sotsiaalmajanduslik analüüs ja viiendas, viimases, teostatud eneserefleksioon.

Rahvakultuuril on Eesti kultuuripoliitikas suur osatähtsus, Eesti riik peab kultuuripoliitika peamiseks eesmärgiks eestluse - seega rahvusriigi säilimist. Rahvakultuuriga tegelemise tähtsustamise kõrval on siiski rida probleeme, mis selle valdkonna arengut takistavad. Eestil puudub korralik statistika, kuidas on rahvakultuurialane tegevus korraldatud kohalike omavalitsuste tasandil ning puudub ka arengukava, kuidas see korraldatud peaks olema. Seetõttu on paljud maapiirkonnad jäänud omapäi ja kultuurialane tegevus neis kohtades sõltub sellest, kas kohapeal leidub häid projektikirjutajaid või mitte, sest peamine maapiirkondade kultuurivaldkonna rahastus on praegu jäetud sõltuvaks EL-i ja riiklikest toetusprogrammidest.

Ühes sellises piirkonnas tegutseb Undruk OÜ – lõputöö organisatsioon, kes seetõttu oma põhieesmärkide kõrval tegeleb palju kohaliku kultuurielu organiseerimisega. Seejuures on organisatsiooni heaks partneriks kohalik omavalitsus, kes mõistab kultuuritegevuse puudujääke selles valla piirkonnas, kuid pole leidnud vahendeid neid lahendada. Undruk OÜ on minu isiklik ettevõtte, mis loodi Siimu-Jaani talukompleksist rahvakultuurile pühendatud puhkekeskuse loomiseks. Töös on kirjeldatud organisatsiooni ärikeskkonda ning põhjusi, miks ettevõtte on muutnud oma strateegiat ja tegeleb tänasel päeval peamiselt kultuurisündmuste korraldamisega.

Suur Rahvapidu on teemapäev, mis on pühendatud Eesti Vabariigi alguskümnenditele (1918-1940), väga pöördelisele ajajärgule meie rahva ajaloos. Sündmus kannab endas Undruk OÜ tegevuse eesmärgi: seista hea selle eest, et teadmised eesti külaelust, meie lähiminevikust, säiliks ja jääks kestma. Sündmust korraldatakse igal suvel alates 2013ndast aastast ja seetõttu võib seda pidada traditsiooniliseks. Korraldusmeeskond on projektipõhine ja koosneb vabatahtlikest. See teeb sündmuse korraldamise natuke keerulisemaks kui töötada professionaalsete kultuuritöötajatega. Sellest hoolimata sujus sündmuse korraldamine lausalt ja sündmus täitis oma eesmärgi.

Sündmuse sotsiaalmajanduslikud mõjud olid rohkem kaudsed kui otsesed. Sündmus on esialgu veel kohaliku tähtsusega, ega hõlma nii suurt publikut, et otseselt mõjutada kohalike ettevõtete sissetulekut. Kuid samas on sündmuse kaudsed mõjud olulised, sündmus on toonud varem mahajäänud piirkonda vallavalitsuse tähelepanu ja investeringuid, milledest olulisem on, et sel suvel ehitatakse siia uus kogukonnakeskus. Sündmuse korraldus ja läbiviimine sujusid hästi, olin sündmuse peakorraldaja ja usun, et sain oma ülesannetega hästi hakkama. Paremini oleksin tahtnud hakkama saada meeskonnatöö organiseerimisega ja kriitilisemalt peaksin suhtuma eelarvesse.

Kultuurikorraldajana olen otsustanud valida enda valdkonnaks rahvakultuuri ja oma edasise tegevusi seostan Siimu-Jaani talu puhkekeskuse idee edasi arendamisega. Suur Rahvapidu jätkub iga-aastase sündmusena ning eesmärgiks on saavutada üle-Eestiline tuntus. Julgust, teadmisi ja oskusi selleks on andnud mulle õpingud Viljandi Kultuuriakadeemias kultuurikorralduse erialal.

KASUTATUD LÜHENDID

EAS – Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus

EKI – Eesti Konjunktuuriinstituut

EKM – Eesti Kirjandusmuuseum

EL – Euroopa Liit

ERAST – Eesti regionaalarengu strateegia 2014-2020

EW – Eesti Vabariik perioodil 1918-1940

JAS – Jõgevamaa uuendatud arengustrateegia 2020+

JM VAK – Jõgevamaa Kultuurivaldkonna arengusuunad 2009-2012

KOV – Kohalik omavalitsus

KPPA – Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020

KuM – Kultuuriministeerium

KuM VAK – Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava aastateks 2017-2020

LEADER – *pr.keeles: Liaison entre actions de développement de l'economie rurale,*
eesti keeles: Seosed maamajandust arendavate tegevuste vahel

KASUTATUD ALLIKAD

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

Eesti Kultuuriministeeriumi arengukava aastateks 2017 – 2020. Eesti Kultuuriministeeriumi kodulehekülg.
http://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kultuuriministeeriumi_arengukava_2017-2020.pdf (24.04.2016)

Eesti regionaalarengu strateegia 2014 – 2020.
https://www.siseministeerium.ee/sites/default/files/dokumendid/eesti_regionaalarengu_strateegia_2014-2020.pdf (24.04.2016)

Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs. 2012. Eesti Konjunktuuriinstituut.

EKM 2016. Eesti kirjandusmuuseum. <http://kreutzwald.kirmus.ee/et/noor> (09.05.2016)

Jõgevamaa kultuurivaldkonna arengukava. Strateegilised alused aastateks 2009 – 2012.
<https://jogeva.maavalitsus.ee/documents/182803/1065245/J%C3%B5gevamaa+kultuurivaldkonna+arengukava+2009+-+2012.pdf/d1431c75-7b2b-4f64-855e-a152cd47ca4b?version=1.0> (25.04.2016)

Jõgevamaa uuendatud arengustrateegia 2020+
<https://jogeva.maavalitsus.ee/documents/182803/6665835/Jogevamaa+uuendatud+arengustrateegia+2020.pdf/60113bb3-3cba-4c7d-9c2f-8cf2e2011d64> (25.04.2016)

Karilaid, J. 2009. *Organisastiooniõpetus*. Loengukonspekt. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.

Kivilo, A. & Birnkraut, G. 2008. *Valik artikleid kultuuripoliitikast*. Eesti Keele Sihtasutus.

Kolb, B. 2005. *Kultuuriturundus*. Atlex AS. Tartu

Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse mõju hindamine ja analüüs – Viljandi Kitarrifestival. 2010. Eesti Konjunktuuriinstituut.

Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020. Eesti Kultuuriministeeriumi kodulehekül. https://www.riigiteataja.ee/aktiis/3140/2201/4002/RKo_lisa.pdf (24.04.2016)

Läbi paeselt halli argipäeva. 2011. Toim. Tänav, R., Kask, M. Vali Press OÜ. Põltsamaa.

Mäger, M. 2016. *Strateegiline planeerimine ja arengukava koostamine*. Loengukonspekt. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.

Paalits, T. 2014. *Isetegevuse toimetehhanismid endises Kurista vallas aastatel 1920-1940*. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia. [Seminaritöö]. Viljandi.

Perens, A. 2001. *Projektijuhtimine*. Külim. Tallinn

Rahvakultuur. 2016. Mis on vaimne kultuuripärand. http://www.rahvakultuur.ee/s2/1783_11557_707_Loe_infovihikut_siin.pdf (24.04.2016)

Virovere, A. & Alas, R. & Liigand, J. 2008. *Organisastioonikäitumine*. Kirjastus Külim.

LISAD

Lisa 1. Sündmuse päevaprogramm

02.08.2014, KELL 15.00 – 22.00

EESKAVA

14.00 Algab piletite müük ja avatakse väravad

15.00 AVAMINE JA PÄEVAKAVA TUTVUSTAMINE– LAADA LAVA

15.30 Maarja-Magdaleena segakoor – AIDA LAVA

16.15 Rahvatantsurühm Kaljaan – Anna Raudkatsi tantsud LAADA LAVA

16.30 Margus Pöldsepp, Jaanus Jantson ja Marju Varblane - 30-ndate külamuusika ja seltskonnatantsud, tantsude õpituba LAADA LAVA

18.00 Viljandi Seasaare Näitemängu Selts – etendus „Toonekurg“ AIDA LAVA

19.30 Eesti Idla Selts – Idla võimlemine LAADA LAVA

19.45 Auhinnad ja tänamised LAADA LAVA

20.00 Tantsuõhtu ansambliga Swing Club LAADA LAVA

20.00 Tallinn Swing Dance Society – swingtantsud, esitamine ja õpetamine LAADA LAVA

TEGEVUSED

15.00 - 20.00 Loterii-allegrii - peavõit suitsupörsas. LAADAPLATS

17.00 – 17.45 Toimub heinaniitmise võistlus. HEINAMAAL

16.00 – 18.00 Töötab lasteala – vanad mängud ja -õpetused, saab möllata heintes

TAGAÕU

15.00 – 19.00 Laitse Rallypark demonstreeb 1929 aasta autot, võimalus teha stiilseid pilte ja lõbusõitu. LAADAPLATS

15.00 – 19.00 Eesti Jalgrattamuuseum demonstreeb 1936 aasta moodsaid jalgrattamudeleid ning mängitab tõelist vändaga grammofoni. AIDA LAVA

15.00 – 19.00 Eesti Põllumajandusmuuseum õpetab leiva küpsetamist ja linatöid.

TAGAÕU

15.00 - 19.00 Eesti Piimandusmuuseum õpetab või tegemist. TAGAÕU

15.00 – 19.00 Eesti Ringhäälinumuseum demonstreeb 1936 aasta moodsaimaid raadiomudeleid ning populaarseid raadiohääli. TALUTOAS

15.00 – 19.00 Laat ÜLE TERRITOORIUMI

16.00 – 18.00 Ajaloolised filmid Ernst Idlast AIDAS

15.00 – 20.00 Vanade fotode näitus AIDA LAVAL

15.00 – 22.00 Töötab päevapiltnik – võimalus teha stiilseid pilte

15.00 – 22.00 Suvekohvik puuviljaaias

Päeva juhib Janek Varblas

Lisa 2. Meeskond ja tegevuskava

Lisa 2 a. Meeskond

| Amet | Nimi | Korralduse vastutusala | Kohustused sündmusepäeval |
|-------------------------------------|----------------|--|--|
| 1. Põhimeeskond | | | |
| Projektijuht Perenaine | Projektijuht | Projektide esitamine Eelarve koostamine Projektimeeskonna juhtimine Eeskava koostamine Koosolekute korraldamine Vabatahtlike meeskonna juhtimine Rahaliste lepingute sõlmimine | Talu perenaine Töötab koos päevajuhiga Suhtleb külalistega Aitab meeskonda, kus vaja |
| Programmijuht | Liige 1 | Projektijuhi abi eelarve, eeskava ja kutsete nimekirja koostamisel Kauplejate registreerimine Pinkide, laudade, telkide rent Läbirääkimised toitlustajatega | Programmijuht on päevaprogrammi eest vastutaja ja korraldaja. Ta peab jälgima, et järgmine etteaste on õigeaks ajaks valmis |
| Turundus | Liige 2 | Kõik reklaami ja turundusega seonduv Lepingute sõlmimine piletimüügi-kohtadega | Muuseumi ala: Paigutus vastavalt plaanile Probleemide lahendamine Ühendus tehnilise korraldajaga Jälgida ja olla abiks muuseumi alal |
| Tehniline juht Peremees | Liige 3 | Ettevalmistavad tööd territooriumi korrashoiuks, dekoratsioonide valmistamine ja paigaldamine | Vastutab elektriga varustatuse eest, kõikvõimalike tehniliste probleemide eest, lahendab tekkinud olukordi |
| Korraldaja | Liige 4 | Meeskonna kostüümid Esmaabi paketi kokkupanek Kohalike seast lastealaga ja heinaniitmise võistluse hindajate leidmine, loterii organiseerimine loterii ja toitlustuse talongid | Üldinfo haldamine, küsimustele vastuste leidmine, vabatahtlike probleemide lahendamine |
| 2. Sündmuspäeva lisameeskond | | | |
| Piletimüüja 1 | Vabatahtlik 1 | | Kassa |
| Piletimüüja 2 | Vabatahtlik 2 | | Nimekirjad |
| Piletimüüja 3 | Vabatahtlik 3 | | turva, kääpealad, parkimisala |
| Aiakohvik | Vabatahtlik 4 | | Haldab kohviku territooriumi, abistab toitlustajad, täidab ettekandja rolli |
| Loterii müüja | Vabathtlik 5 | | Aktiivne müük, infopunkt |
| Loterii müüja | Vabathtlik 6 | | Aktiivne müük |
| Taluköök | Vabathtlik 7 | | Kes toast midagi tahab, küsib Liisi käest (kohv, vesi jms) |
| Lasteala | Vabatahtlik 8 | | Registreerib ja jälgib lapsi |
| Aidaala | Vabatahtlik 9 | | Filmide näitamine aidas |
| Laadaplats | Vabathtlik 10 | | Kauplejate paigutamine Laadaplatsil tekkinud probleemide lahendamine |
| Parkija | Vabatahtlik 11 | | Parkimise korraldamine |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|----------------------|
| Fotograafi tellimine | | | | | | | | x | | | | | | | | | | Projektijuht |
| Pinkide, laudade, telkide rent | | | | | | | x | x | x | | | | | | | | | Liige 1 |
| Lasteala vahendite ja lasetega tegelejate korraldamine | | | | | | | | | | x | x | x | x | x | x | | | Liige 4 |
| Heina niitmise võistluse vahendite ja hindajate korraldamine | | | | | | | | | | x | x | x | x | x | x | | | Liige 4 |
| Loterii asjade organiseerimine ja kokkupanek | | | | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | | | Liige 4 |
| WC-de tellimine | | | | | | x | | | | | | | | | | | | Projektijuht |
| Sünnuspäeva meeskonna kostüümid | | | | | | | | x | x | x | x | | | | | | | Liige 4 |
| Lepingute sõlmimine Piletilevi ja Piletimaailmaga | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 2 |
| Kutsete postitamine | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 2 |
| Territooriumi ettevalmistus ja parkimisalad | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 3 |
| Sünnuskoha kujundus | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 3 |
| Esmaabi korraldamine | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 4 |
| Loteriipiletite ja toidutalongide valmistamine | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 4 |
| Kingituste pakkimine ja tänukirjade täitmine | | | | | | | | | | | | | | | | | | Projektijuht/Liige 4 |
| Avaliku sündmuse kooskõlastamine Politsei ja Päästeametiga | | | | | | | | | | | | | | | | | | Projektijuht |
| Elektri tagamine, varugeneraatori rent | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 3 |
| Videotehnika korraldamine | | | | | | | | | | | | | | | | | | Liige 3 |

Lisa 3. Riskianalüüs

Riskide analüüsimisel puhul on hinnatud **ohtude tõsidust** (1-3 skaalal) ja **tõenäosust** (1-3 skaalal). Skaala selgitus: 1= madal; 2= kõrge; 3= väga kõrge
Ennetav on tegevus, mis takistab ohu tekkimist. **Korrigeeriv** on tegevus, mis teostatakse kui oht projekti teostamise käigus ilmneb.

| Nr. | Tegevus | Oht ja seda tekitav põhjus/tegevus | Ohu tõsisus/ tõenäosus | Ennetav tegevus | Korrigeeriv tegevus |
|-----|--|--|---------------------------|--|--|
| 1. | Esinejate valik | Esineja ei tule kohale | 3/1 | Päev planeeritakse nii, et ühe esineja ära jäämine ei tekita kaost. | Päevajuhi ja kohal olevate esinejate abil täidetakse auk kavas muude tegevustega |
| 2. | Ei saa rahastust | Eeskava koostatakse vastavalt võimalustele. Korraldaja on omaosalusega arvestatud. | 3/2 | Esitatakse projektid Pajusi VV-le ja Rahvakultuuri Keskusele. Otsitakse sponsoreid | Kõik mis võimalik korraldatakse kohalikest elanikest vabatahtlike abil. |
| 3. | Ilm on halb | Vihmase ja muidu halva ilmaga ei tule publik kohale | 3/2 | Hoiame publikut FB lehe kaudu toimuvaga kursis Rendime telke | Postida üleskutseid FB lehel, reklaamida loosi peaauhinda ja esinejaid |
| 4. | Kauplejad ei registreeru, ei tule kohale | Kuna tegemist ei ole laadaga, ei ole kauplejad huvitatud kauplema tulemast | 1/3 | Korraldame ise talusaaduste ja käsitöö müügi kohalike inimeste abiga | Päevajuht on aktiivne ja lahutab publiku meelt |
| 5. | Toitlustaja jääb tulemata | Toitlustaja kohalolek on oluline, sest päev on pikk | 2/3 | Sõlmitakse lepingud mitme toitlustajaga | Kohaletulnud toitlustaja teenib rohkem |
| 5. | Vabatahtlik ei tule kohale | Ülesanded on jagatud, kui keegi jääb tulemata, tekib probleem korraldusega | 1/1 | Viimane koosolek vahetult enne sündmust, eelnevalt organiseeritakse piisav arv vabatahtlikke | Ülesanded jagatakse ümber, keegi saab lisaülesandeid |
| 6. | Sündmuse päeval on elektri katkestus | Elektrit vajavad toitlustajad ja esinejad | 1/2 | Renditakse rendifirmalt generaator | Renditakse lisageneraator |
| 7. | Piletite müük | Piletitulu jääb loodetust väiksemaks | 3/2 | Eelarves püütakse teha kärpeid. Leida sponsoreid ja toetajaid. | Ettevõtte arvestab selle riskiga ja loeb tehtud kulutusi reklaamikuludeks |

Lisa 4. Stsenaarium

| Tegevusplokk | Aeg | Stseenid | Tegevused | Tegija | Muusika/heli | Koht | Rekvisiidid |
|----------------------|---------------|----------|--|---|---------------------------------------|------------------------------|---|
| Piletimüügi algus | 14.00 – 17.00 | 1. | Müüakse pileteid, Kontrollitakse kutseid, pannakse käepaelad | Piletimüüja 1 Piletimüüja 2 Piletimüüja 3 | Taustamuusika helipuldist | Värv | Laud, 2 tooli, päevavari, käepaelad, kassa, kutsete ja eelmüügi nimekirjad, pastakad, telefon |
| Kauplejate saabumine | 14.00 – 15.00 | 2. | Kauplejate saabumine | Liige 3 Vabatahtlik 10 | Taustamuusika | Talu õuel | Elekter, kaabel, lauad, pingid |
| Toitlustus | 14.30 | 3. | Toitlustuse alustamine | Liige 3 Vabatahtlik 4 Programmijuht | Trio - Varblane, Jantson, Põldsepp | Taluaias Laadalava | Elekter, kaabel, lauad, toolid Lava, helitehnika, mikrofonid, võimendus, generaator |
| Loterii | 15.00 | 4. | Alustab loterii | Vabatahtlik 5 Vabatahtlik 6 | Kõne | Laadaplats | Telk, 2 lauda, 2 tooli, 2 pinki, loterii asjad ja piletid, kassa, vahetusraha |
| AVAMINE | 15.00 | 5. | Pererahvas sõidab 1930ndate autoga pealava ette | Perenaine Peremees Päevajuht | Trio - Varblane, Jantson, Põldsepp | Laadalava | Lava, helitehnika, mikrofonid, võimendus, generaator |
| | 15.05 | 6. | Avatervitus, päeva tutvustus | Päevajuht | Kõne | Laadalava | Päevakava, mikrofon |
| | 15.15 | 7. | Sõna maavanemale ja vallavanemale | Päevajuht | Kõne | Laadalava | Mikrofon |
| Muuseumid | 15.15 – 19.00 | 8. | Alustavad tegevust muuseumid | Jalgrattamuuseum Põllumajandus m Piimandusmuuseum | Vana grammofon Kõne Kõne | Aidalava Tagaõu Tagaõu | Laud, 2 tooli Laud, tool Laud, tool |

| | | | | | | | |
|------------------------------|---------------------|-----|--|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|---|
| | | | | Ringhäälingu m Laitse Rallipark | Kõne, muusika Pealava muusika | Talutoas Laadalava | Toas olev mööbel, elektter - |
| Eeskava | 15.30 | 9. | Maarja-Magdaleena segakoor | Programmijuht | Laul | Aidalava | Koorimikrofonid |
| Lasteala | 16.00 – 18.00 | 10. | Töötab lasteala | Vabatahtlik 8 | Helid mujalt territooriumilt | Tagaõu | Hein, heinaredel, ragulkad, kiigud, paber, pastakas |
| Film | 16.00 – 18.00 | 11. | Ajaloolised filmid Ernst Idlast | Vabatahtlik 9 | Filmiheli | Aidaruum | Projektor, arvuti, elektter, ekraan, pingid |
| Eeskava | 16.15 | 12. | Rahvatantsurühm Kaljaan | Programmijuht | Muusika helipuldist | Laadalava | Trupi juht annab muusikakandja helitehniku kätte |
| Eeskava | 16.30 – 17.30 | 13. | Trio – Varblane, Jantson, Põldsepp, Tantsude õpetamine | Programmijuht Trio | Muusika, laul | Laadalava | Kõik vajalik eelnevalt paigas |
| Võistlus | 17.00 | 14. | Heina niitmise võistlus | Päevajuht Vabatahtlik 10 | Kõne | Heinamaal | Mikrofon, paber, pastakas |
| Eeskava | 18.00 | 15. | Näitemäng Seasaare | Programmijuht | Kõne | Aidalava | - |
| Eeskava | 19.30 | 16. | Idla võimlemine | Programmijuht | Muusika | Laadalava | Trupi juht annab muusikakandja helitehniku kätte |
| Päevaprogrammi lõpetamine | 19.45 | 17. | Auhinnad ja tänamised | Perenaine, Päevajuht | Kõne, muusika | Laadalava | Kingipakid, tänukirjad, mikrofon |
| Õhtune kava | 20.00 -22.00 | 18. | Tantsuõhtu Swing Club | Programmijuht | Muusika | Laadalava | Kõik vajalik juba paigas |
| Õhtune kava | 20.00 – 22.00 | 19. | Tallinn Swing Dance Society, tantsude õpetamine | Programmijuht TSDS | Muusika | Laadalava | - |

Lisa 5. Eelarve

| KULU LIIK | PLANEERITUD EELARVE | EELARVE TÄITMINE | TULU LIIK | PLANEERITUD SUMMA | TEGELIK SUMMA |
|--|------------------------|---------------------|--|----------------------|------------------|
| Esinejate honorarid | 4 350,00 | 2 689,00 | Rahvakultuurikeskuse festivalide toetusprogramm | 1 200,00 | 0,00 |
| Muuseumite tasud | 1 405,00 | 930,00 | Pajusi Vallavalitsus projektitaotlus | 1 500,00 | 1500,00 |
| Autoritasud | 75,00 | 13,00 | Piletitulu | 3 890,00 | 1900,00 |
| Tegevused ja võistlused | 50,00 | 0,00 | Loterii | 300,00 | 450,00 |
| Helitehnika rent ja helitehniku teenus | 200,00 | 200,00 | Meenete müük | 200,00 | 150,00 |
| Lava rent 1tk | 463,00 | 463,00 | Sponsorite toetused | 500,00 | 1005,00 |
| Välikäimlad 4 tk | 254,00 | 254,00 | Omafinantseering | 1 639,00 | 1662,60 |
| Generaatori rent ja küte | 0,00 | 75,00 | Vabatahtlik töö | 1 230,00 | 1230,00 |
| Käepaelad 1000 tk | 45,00 | 51,60 | | | |
| Esinejate ja vabatahtlike toitlustamine | 100,00 | 95,00 | | | |
| Telgid, pingid, lauad | 125,00 | 0,00 | | | |
| Majanduskulud (elekter, prügi, niitmine jms) | 100,00 | 30,00 | | | |
| Meened müügiks ja kingituseks | 400,00 | 388,00 | | | |
| Esmaabi vahendid | 10,00 | 11,00 | | | |
| Kostüümid ja rekvisiidid | 102,00 | 0,00 | | | |
| Loterii loosi asjad | 50,00 | 0,00 | | | |
| Teavitus, reklaam | 1 500,00 | 1468,00 | | | |
| Vabatahtlik töö - projekti meeskond 5x25hx5 | 625,00 | 625,00 | | | |
| Vabatahtlik töö - sünnuspäeva meeskond 11x11hx5 | 605,00 | 605,00 | | | |
| KOKKU | 10 459,00 | 7 897,60 | KOKKU | 10 459,00 | 7 897,60 |

Lisa 6. Vabatahtliku töölehe näidis

MUUSEUMID – Liige 2

Ülesandeks jälgida, et kirja pandud soovid on korraldatud õigeaks ajaks, tulijate vastuvõtmine ja näitamine, kus ja kuidas nad tegutsevad. Koha peal tekkivate probleemide lahendamine.

1. Põllumajandusmuuseum – linatööd ja leivaküpsetamine. Leivaahju jaoks elekter (5m² pinda), linatööd (10 m²) kaugemal (tolmab). Praegu plaanitud taha aeda, leivaahi majale lähemale. Tuleb 3 inimest. Sõidavad sisse autoga, panevad asjad maha ja auto tuleb ära viia parklasse. Kontakt: *Nimi ja telefoninumber*

Saabuvad 13.30? Edasi ütlevad ise, mida veel vaja on.

2. Piimandusmuuseum – või tegemine. Üks või kaks inimest, **toitlustus**. Vajavad ühte tugevat lauda (toast) ja pinki (väljast). Asukoht mustsõstrapõõsaste taga. . Sõidavad sisse autoga, panevad asjad maha ja auto tuleb ära viia parklasse. Kontakt: *Nimi ja telefoninumber*

Saabuvad 13.30 Edasi ütlevad ise, mida veel vaja on.

3. Laitse Rallypark – vanaauto, tuleb treileriga, läheb makivist hoonesse. Tuleb üksi, anda **toidutalong**. Kontakt: *Nimi ja telefoninumber* **Saabub 13.30** Edasi ütleb ise, mida veel vaja on.

Kell 15.00 pidulik väljasõit maakivist hoonest laadaplatsi keskele, jätta ruumi.

4. Jalgrattamuuseum – 8 vana jalgratast ja üks grammofon. Peavad olema lähestikku, et saab ühe juurest teise juurde käia. Tuleb kaks meest. Jalgrattad lähevad pukkidele, grammofon aidaplatvormile. Kaks autot ja üks järelkäru. Sõidavad autodega juurde ja laadivad maha, seejärel on vaja autod parklasse viia. Elektrit ei vaja, panna sinna laud ja 2 tooli. Kontakt: *Nimi ja telefoninumber* **Ei toitlusta.**

Saabuvad 13.30

5. Ringhäälingumuuseum – 8 raadiot, tuleb üksi. Vajab katust ja elektrit, paigutame tupp. Tupp tuleb panna 4 lauda (toodud lauad), toalaud läheb või tegemisele. Kontakt: *Nimi ja telefoninumber* **Toidutalong.**

Saabub 13.30

Kõik muuseumid kogunevad kella 15.00-ks pealava juurde, kus toimub tutvustamine. Üks meeskonna liige jääb asju valvama, teised kogunevad samuti pealava juurde.

Lisa 7. Sündmuse legend

Teemapäev

Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus

Eesmärk – tutvustada praktilise osavõtmise kaudu, millega tegelesid 1930.-ndatel aastatel Eesti maaseltsid.

Toimumiskoht: Siimu-Jaani talu, Pajusi vald, Jõgevamaa

Toimumisaeg: 02.08.2014, kell 15.00 – 21.00

Legend: 1936 Eestimaa talus. Talupere on plaaninud suure peo tähistamiseks esimese auto ostmist. Külla on kutsutud kõik naabrid, sugulased, tuttavad nii maalt kui linnast. Kuuldavasti tulevad ka noorpere ülikoolikaaslased. Ühesõnaga sellest tuleb üks suurejooneline ja rahvarohke suvepidu. Pererahvas vaaritab, ehitab, koristab, kaunistab aeda, kutsub esinejaid jne, et külalised end pidus hästi tunneksid ja näeksid kui toredasti ja jõukalt Siimu-jaani talu rahvas elab. Head talutoitu saab ka kaasa osta ja õnne proovida loteriis, kus eriti head kraami saadaval on. Loterii peaauhind suitsupõrsas.

Tegelased: Kõik kohale tulnud tegelased (muuseumid, toitlustajad, käsitöölised jms) moodustavad talupere ja päeva alguses tutvustatakse neid pealaval. Kes nad on, mis nad teevad ja kus neid leiab peoplatsil. Päeva jooksul käib päevajuht kõigi nende juurest korra läbi ja teeb ülekande toimuvast.

Praktiliselt: Kõik kohaletulnud esitavad väikese ajaloolise ülevaate (autod, jalgrattad, põllutöömashinad, heli- ja olmetehnika, pillid jms. ka läbi mikrofonide + uudistajatega otse suhtlemine. Õpetatakse tantse (seltskonna tantsud päeval ja swingtantsud õhtul).

Lisa 8. Meedia- ja reklaamiplaan

| | 2014 NÄDALAD | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--------|
| | 9 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 02.08. |
| MEEDIAPLAAN | | | | | | | | | | | | | |
| Facebook | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Artikkel Vooremaas | | | | | | | | | | | | x | |
| Artikkel Külauudistes | | | | | | | | | | | | x | |
| Siimu-Jaani koduleht | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| REKLAAMIPLAAN | | | | | | | | | | | | | |
| Jõgevamaa kultuurikalender | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Pajusi valla kultuurikalender | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Jõgeva KK teleekraan | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| visitjogeva.com | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Jõgevamaa Koostöökoja koduleht | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| kuhuminna.ee | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| kultuuri.net | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| etnoweb.ee | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| ERR, Uuno, Elmar, Ring FM | | | | | | | | | | | x | x | x |
| LED ekraan Tartu kesklinnas | | | | | | | | | | | | x | x |
| Maakonna leht Vooremaa | | | | | | | | | | | | x | |
| Piletilevi ja Piletimaailm | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Pajusis valla koduleht | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Plakatid | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Flayerid | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Kutsed | | | | | | | | x | | | | | |

Pidevate ristidega on tähistatud need kanalid, kuhu sisestatud info jääb üles kuni sündmuse toimumiseni

Lisa 9. Sündmuse plakat

Laupäeval, 2. augustikuu päeval 2014, kell 15.00
kutsub Siimu-Jaani talu pererahvas

SUURELE
RAHVAPEOLE

On aasta 1936. Suure rahvapeoga tähistab talupere oma esimese auto ostu.
Saab näha kui hästi oli üks Eesti talu riigi 18ndaks iseseisvusaastaks edenenud.

Pidu toimub
Siimu-Jaani talus
Vägari külas
Pajusi vallas



Eeskava • Näitused • Õpetused • Lasteala • Laad
Loterii-allegrii peaaühinnaks suitsupõrsas • Heina niitmise võistlus
Tantsuõhtu swingmuusika saatel

Pererahva sõbrad ja sugulased

Pajusi vald, Eesti Põllumajandusmuuseum, Eesti Piimandusmuuseum,
Eesti Ringhäälingu muuseum, Eesti Jalgrattamuuseum, Põltsamaa muuseum,
Laitse Rallipark, Eesti Idla Selts, Viljandi Seasaare Näitmängu Selts,
Maarja-Magdaleena segakoor, Swing Club, Tallinn Swing Dance Society,
Margus Põldsepp, Jaanus Jantson, Marju Varblane.

Rahvapidu juhib Janek Varblas.

Pilet eelmüügis 10 €, kohapeal 12 €. Kuni 3 a lapsed tasuta, kuni 14 a ja pensionärid 8 €

Piletid müügil alates 01.06.2014 Piletilevis, Piletimaailmas ja
Siimu-Jaani e-poes <http://www.siimujaani.com/epood>.
Info: www.siimujaani.com, tel 5373 8531

Lisa 10. Meediakajastused

Siimu-Jaani talus peetakse plaane järgmiseks suveks. Vooremaa. 29.06.2013
<http://www.vooremaa.ee/siimu-jaani-talus-peetakse-plaane-jargmiseks-suveks/>
(15.05.2016)

Siimu-Jaani rahvapeol tähistatakse 1936. aasta autoostu. Vooremaa. 29.07.2014
<http://www.vooremaa.ee/siimu-jaani-rahvapeol-tahistatakse-1936-aasta-autoostu/>
(15.05.2016)

Siimu-Jaanil peeti stiilipidu. Vooremaa. 07.08.2014
<http://www.vooremaa.ee/siimu-jaanil-peeti-stiilipidu/> (15.05.2016)

Avasta! Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus. Postimees. 14.07.2014
<http://elu24.postimees.ee/2858915/avasta-suur-rahvapidu-siimu-jaani-talus> (15.05.2016)

SUMMARY

The event of my thesis is “Great Folk Party at Siimu-Jaani Farm“, which was held on the 2nd of August 2014 in Jõgevamaa, Pajusi parish. „Great Folk Party“ was a folk cultural event in a new format. The paper at hand describes and analyses the aspects related to the execution of the event. The thesis is divided into five chapters. First three of them analyse the cultural context, the organisation responsible for conducting the event and the overall execution of the event. The fourth chapter focuses on the socio-economic analysis of the event and in the fifth, the last one, self-reflection has been carried out.

Folk culture is an important aspect of Estonian cultural politics. The main objective of the Republic of Estonia in cultural politics is preserving the national identity of Estonians and thus, the preservation of the nation state. Nevertheless, while acknowledging the importance of folk culture, there are several problems preventing the development of the field. In Estonia, we lack proper statistics about how folk culture activities are planned and organised on the local level. In addition, specific development plans with guidelines how this data should be recorded are absent. Because of this, rural areas have been left on their own and cultural activity depends mainly on whether there are good grant writers in the area, since most of the financing of the cultural field in rural regions is dependent of EU and state support programmes.

In one of these areas, Undruk PCO has been established – the organisation discussed in this thesis – which for above-mentioned reasons puts a lot of effort in organising cultural life in addition to the general goals of the organisation. There, the local municipality is a good partner for the organisation since it understands the shortcomings in cultural activities in the region but has not found resources to solve them. Undruk PCO is my personal company which has been established in the complex of Siimu-Jaani farm in order to create a vacation centre which is devoted to folk culture. In this thesis, the business environment of the

company is described, as well as the reasons why the company has changed its strategy and is currently mainly engaged in organising cultural events.

„Great Folk Party“ is a thematic whole-day event which is devoted to the first decades of the Republic of Estonia (1918-1940), a very momentous era in the history of our nation. The event carries the goals and ideas of Undruk PCO's strategy: to make sure that knowledge about the village life of Estonia, our recent past, is well-preserved and will continue to last. The event has been held every summer since 2013 which is why it can be considered traditional. The organising team is project-based and composed of volunteers. This makes it more difficult to organise the event in comparison to working with professional cultural workers. In spite of this, the execution of the event went fluently and the goals set for the event were met.

The socio-economic influences of the event were more indirect than direct. At the moment, the event is of local importance and does not include an audience big enough to influence the income of the local companies. Nevertheless, the indirect effects of the event are important since it has attracted the attention of the local municipality and brought investments to the formerly depressed area, such as the establishing of a new community centre which will be built this summer. The organising and execution of the event went well. I was the main organiser of the event and believe I managed my assignments well. I would have liked to have succeeded better in the management of the team work and should be more critical regarding the budget in the future.

As cultural manager, I have decided to choose folk culture as my field of work. My future activities are associated with the development of the idea of the Siimu-Jaani vacation centre. „Great Folk Party“ continues as an annual event with the aim to become known all over Estonia. My studies in the field of Culture Management in Viljandi Culture Academy have given me the courage, knowledge and skills to keep pursuing it.

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Terje Paalits,

(autori nimi)

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

Suur Rahvapidu Siimu-Jaani talus

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Marju Mäger,

(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, **18.05.2016**