

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond
kultuurikorralduse õppekava

Sandra Audova

KONTSERDISARI „MADE“ 2017/2018

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA kultuurikorraldus,
kultuurikorralduse assistent

Kaitsmisele lubatud:.....

Viljandi 2019

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. ORGANISATSIOONI ANALÜÜS	6
1.1 Organisatsiooni kirjeldus	6
1.2 Organisatsiooni struktuur	7
1.3 Organisatsiooni missioon, visioon ning eesmärgid	9
2. KORRALDUSTÖÖ PROTSESS	11
2.1 „Made“ eellugu	11
2.2 „MADE“ 2017/2018 kontseptsioon	12
2.3 Projekti missioon, visioon ja eesmärgid	12
2.4 Sarja korraldusprotsess	14
2.5 Eelarve ja selle täitmine	18
2.6 Meeskond	19
2.7 Turundus	21
2.8 Sotsiaalmajanduslik analüüs	23
2.9 „Made“ tulevikus	25
3. ENESEREFLEKSIOON	27
KOKKUVÕTE	31
KASUTATUD ALLIKAD	33
LISAD	35
Lisa 1 TÜ VKA struktuur	35
Lisa 2 „Made“ sarja SWOT analüüs	36
Lisa 3 „Made“ № 2 tegevusplaan	37
Lisa 4 „Made“ № 2 eelarve ja selle täitmine	38

Lisa 5 „Made“ № 4 riskianalüüs.....	40
Lisa 6 „Made“ № 3 turundusvaldkonna tegevusplaan	43
SUMMARY	45

SISSEJUHATUS

Sündmused on inimesi kokku toonud juba aastatuhandeid, igas suuremas ja väiksemas külas on inimeste tähelepanu köitnud erinevad pidustused, laadad ja muud sündmused. Tänapäeval on sündmuste valik juba äärmiselt lai, ulatudes planeeritud kultuuri-, spordi- ja poliitüritustest kuni ülisuurte megaüritusteni. Sündmused ongi täna vabaajategevuste seas üks kiireimini kasvavaid valdkondi (Müristaja, Tarmula 2011, lk 5), mille omapära seisneb suhteliselt piiratud ajalises kestuses ja iga sündmuse ainulaadsuses. Viimases peitubki sündmuste peamine võlu, kuna kaht täiesti identset sündmust pole võimalik korraldada. (*ibid.*, lk 8)

Lisaks ühekordsetele sündmustele korraldatakse ka perioodilisi sündmusi, mille puhul sündmuse ainulaadsuse aspekt esineb samuti, kuna igal üksikul sündmusel on enda unikaalne iseloom (*ibid.*, lk 5). Perioodilise sündmusena sooritasin ka enda loov-praktilise lõputöö, milleks oli kontserdisarja „Made“ esimese ehk 2017/2018 hooaja korraldamine. Sarja raames toimus õppeaasta jooksul Viljandis 4 omanäolist kontserti, kus astusid peamiselt üles Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia muusikaosakonna rütmi- ja pärimusmuusika eriala üliõpilased. Minu ülesanne oli olla sarja peakorraldajaks/produtsendiks, töötades välja sarja ning iga kontserdi kontseptsiooni ning viies samaaegselt läbi ka kontsertide korraldusprotsessi. Projekti raames töötasid koos muusikaosakonna, visuaaltehnoloogia ning kultuurharidusosakonna erinevate erialade tudengid ehk ühe „Made“ kontserdi toimumisse panustas keskmiselt 70-liikmeline meeskond. Nõnda suure produktsiooni eestvedamine oli minu jaoks esmakordne kogemus, kuid kuna muusikavaldkonnaga soovin siduda ka enda tuleviku, oli kogu protsess äärmiselt kasulik. Mind inspireerib loome, mis inspireerib mind looma ning antud loomesümbioosis meeskonnaga kontserdisari „Made“ sündiski.

Käesolevas töös kirjeldan ja analüüsin „Made“ sarja loomist ja selle korraldamisprotsessi. Töö koosneb kolmest suuremast peatükist: organisatsiooni analüüsist, korraldustöö protsessist ning eneserefleksioonist. Esimeses peatükis annan ülevaate Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemiast kui „Made“ sarja juriidilisest korraldajast, kirjeldades ja analüüsides selle struktuuri, missiooni, visiooni ning eesmärke. Teine suurem peatükk keskendub „Made“ 2017/2018 korraldustööle, koosnedes kontserdisarja eelloost, kontseptsioonist, missioonist, visioonist, eesmärkidest, korraldusprotsessist, eelarvest, meeskonnast, turundusest, sotsiaalmajanduslikust analüüsist ning sarja tulevikuvaatest. Kolmas ehk viimane peatükk on eneserefleksioon, kus teen tagasivaate toimunule, iseenda spektri läbi.

1. ORGANISATSIOONI ANALÜÜS

Kontserdisarja „Made“ idee algatajaks oli Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia (edaspidi ka kultuuriakadeemia või TÜ VKA) muusikaosakonna töötajad, kellega koostöös sarja väljatöötamine ning korraldamine ka käis. Sellest tulenevalt oli organisatsioon, kellega olin enim seotud, kultuuriakadeemia, lähtuvalt muusikaosakonna rollist ühe TÜ VKA akadeemilise osakonnana.

1.1 Organisatsiooni kirjeldus

Virovere, Alas ja Liigand (2008, lk 19) on tänapäevast käsitlust organisatsioonist kirjeldanud kui inimühendust, kes ühiste eesmärkide saavutamiseks tegutseb koos ning keda iseloomustatakse kindla eesmärgi, strateegia, struktuuri ja tehnoloogiaga. Ühise eesmärgiga inimühendus, tänase nimega kultuuriakadeemia, sai alguse aastal 1952, mil loodi Tallinna Kultuurharidusala Kool, kus koolitati spetsialiste raamatukogude ja kultuurimajade jaoks. 8 aastat hiljem kolis kool ruumide kitsikuse tõttu Tallinnast Viljandisse, kus kõrgharidusega spetsialistide arvu kasvust tulenevalt jõuti arusaamisele, et ka et kultuuriala töötajal peab olema kõrgharidus. Sellest tulenevalt alustaski 1991. aastal kultuurialast kõrgharidust pakkuv õppeasutus Viljandi Kultuurikolledž, kus raamatukogundusele, koori- ja tantsujuhtimisele lisandusid erialadena ka rahvamuusika, vokaal-instrumentaalsambelite juhtimine ja lisaks veel mitmed teatrirakenduslikud erialad. 2003. aastal vahetas kool taaskord nime ning Viljandi Kultuurikolledžist sai Viljandi Kultuuriakadeemia. Oma tänase nimekuju, Tartu Ülikooli

Viljandi Kultuuriakadeemia, saavutas kool aastal 2005, mil kohalikul haridusmaastikul toimuvate muudatustega seoses liituti Tartu Ülikooliga. (Ajalugu s.a.) Täna on kultuuriakadeemias neli osakonda (etenduskunstid, kultuurharidus, rahvuslik käsitöö, muusika) ning 10 erinevat õppesuunda (TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast s.a.).

Kultuuriakadeemia on Tartu Ülikooli humanitaarteaduste ja kunstide valdkonna koosseisu kuuluv kolledž, mis järgib ülikooliseadust, Tartu ülikooli seadust, ülikooli põhikirja, enda põhikirja ning arengukava ja muid seadusakte (Juhtimine s.a.).

Muusikaosakond, millega enim kokku puutusin, on kultuuriakadeemia struktuuriüksus, mis ühendab endas muusikaalaseid õppekavasid. Osakonna põhiülesanne on õppe-, arendus-, teadus- ja loometöö korraldamine ja läbiviimine oma valdkonnas. (Muusikaosakonna nõukogu 2007)

1.2 Organisatsiooni struktuur

Organisatsiooni struktuur on Brooksi sõnul üks peamised tegureid, „mis mõjutab organisatsiooni toimimist ning töötajate hoiakuid ja käitumist“. Organisatsiooni struktuur kirjeldab Brooksi sõnul klassikalist moodust, kuidas on organisatsioon jagatud töörühmadeks ning kuidas on ühtlasi reguleeritud aruandlus ja võimusuhted, mis seovad organisatsioonis tegutsevaid üksikisikuid ja rühmi. (Brooks 2006, lk 200-201)

Kultuuriakadeemia kõrgeim otsustuskogu on 14-liikmeline nõukogu (Juhtimine s.a.), mille koosseisu kinnitab kultuuriakadeemia direktori ettepanekul humanitaarteaduste ja kunstide valdkonna dekaan. Kultuuriakadeemia direktor on nõukogu esimees ning nõukogu koosseisu kuuluvad lisaks temale kultuuriakadeemia asedirektord, akadeemiliste osakondade juhatajad, üks esindaja igast akadeemilisest osakonnast ning üliõpilased, kes moodustavad 1/5 nõukogu koosseisust. Nõukogu peamised ülesanded on kultuuriakadeemia arenguprioriteetide määramine; eelarve kinnitamine ning selle täitmise jälgimine; õppe-, teadus- ja arendustöö ning kunstilooke küsimuste otsustamine ja samuti ka lektorite, assistentide, õpetajate, vanemteadurite, teadurite ja nooremteadurite valimine. (Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri 2018)

Kultuuriakadeemiat juhib direktor, kes valitakse senati poolt avaliku konkursi ning salajase hääletuse tulemusena viieks aastaks. Direktor tagab muuhulgas kultuuriakadeemia tegevuse vastavuse arenguprioriteetidele, kooli enda põhikirjale, ülikooli põhikirjale, seadustele ning muudele õigusaktidele. Ühtlasi on direktori vastutada eraldatud raha ja muu vara õiguspärane ning otstarbekas kasutamine; tema teostada on administratiiv- ja distsiplinaarvõim; direktori kinnitada on kultuuriakadeemia struktuur ning ta vastutab ka õppetöö korralduse, õppetöö taseme ja eelarve täitmise eest. Direktor on aruandekohustuslik dekaani, kolledži nõukogu ja nõunike kogu ees. (Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri 2018) Kultuuriakadeemia juhatusse kuuluvad lisaks direktorile hetkese seisuga ka õppedirektor ja haldusdirektor (Juhtimine s.a.).

Nõuandva koguna tegutseb kultuuriakadeemias kuni 11-liikmeline nõunike kogu. Selle koosseisu kuuluvad kultuuriakadeemia tegevusvaldkonna seisukohalt olulisemate tööandjate ja sotsiaalsete partnerite esindajad ning rektori määratud isik. Antud kogu seob kultuuriakadeemiat, ülikooli juhtorganeid, tööandjaid ning ühiskondlikke organisatsioone kultuuriakadeemia tegevusvaldkonda puudutavates küsimustes. (Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri 2018)

Organisatsioon on Brooksi kirjelduse järgi korraldatud teatud hierarhiasse, mis määrab ära võimuliinid. Nii tema sõnul tagatakse, et töötaja teab, kellelt ta saab juhiseid ja teavet ja ning kellele ta oma tööst aru annab. Sellised vastutussuhted moodustavad hierarhilise struktuuri. (Brooks 2006, lk 200) Kultuuriakadeemia on antud valdkonnale mõelnud ning loonud ka visuaalsel kujul enda organisatsioonis toimiva struktuurijoonise (vt Lisa 1 TÜ VKA struktuur). Analüüsides joonist, märkasin mitmed sarnasusi funtsioonistruktuuriga. Funktsioonistruktuuri üks iseloomustavaid jooni on Thommeni sõnul moodustumine funtsioonide ehk ülesandevaldkondade ning tegevuste alusel (Siimon 2004, lk 210 järgi). Selline liigendus on eesmärgipüstitusest tulenevalt suunatud ettevõtte täidetavatele ülesannetele (*ibid.*, lk 161). Kultuuriakadeemia struktuurijooniselt (vt Lisa 1 TÜ VKA struktuur) näeb samuti, et see on jaotunud ühiste funtsioonide järgi. Funktsioonide järgi liigendamise omadusteks on Schertleri teksti alusel veel mõtlemine funtsioonides, tööjaotuse vastamine erialasele spetsialiseerumisele ja väljaõppele (Siimon 2004, lk 162 järgi). Funktsioonistruktuuri iseloomustab Thommeni sõnul ka juhtimisprintsibiina üheliinisüsteem (*ibid.*, lk 210 järgi), mille põhiomadusteks on hierarhiline mõtlemine (*ibid.*, lk 168) ja majandusteadlase Fayoli

juhtimis põhimõtteid aluseks võttes saavad põhiprintsiibina alluvad korraldusi ühelt ülemuselt (Alas 2008, lk 25 järgi). Vaadates kultuuriakadeemia struktuurijoonist (vt Lisa 1 TÜ VKA struktuur), näib ka see vastavuses olevat, kuna igale liinile vastab kindel juhataja. Selline toimimine annab Thommeni järgi võimaluse juhtimise ühtsuseks, mille käigus liigub ühtne selgete korralduste ja vastutuste liin ülalt alla (Siimon & Vadi 1999, lk 106-107 järgi). Üheks funktsioonistruktuuri omaduseks otsustamiskompetentsi jaotumise printsiibi alusel on Thommeni sõnul ka tsentralisatsioon (Siimon 2004, lk 210 järgi), mille puhul juhtimisotsused tehakse juhtimise tipptasandil (*ibid.*, lk 170). Tuginedes eelnevale kirjeldusele kultuuriakadeemia toimimisest ning vaadeldes ka TÜ VKA struktuurijoonist (vt Lisa 1 TÜ VKA struktuur), näib ka antud aspekt vastavat, kuna kõik liinid jooksevad üles kultuuriakadeemia nõukogu juurde. Kogu eelnevale põhjal on Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemias tegu funktsioonistruktuuriga.

1.3 Organisatsiooni missioon, visioon ning eesmärgid

Organisatsiooni iseloomustavad tema missioon, visioon ning eesmärgid (Uverskaja & Papp 2012). Esimene neist ehk organisatsiooni missioon on otseselt seotud organisatsiooni tuumikkompetentsi ja väärtustega. Missioon „peab siduma organisatsiooni liikmed ja andma aluse jõupingutusteks ühise eesmärgi nimel“. (Virovere, Alas & Liigand 2008, lk 22) Missiooniga määratakse organisatsiooni olemasolu vajalikkus ja üldine põhieesmärk.

Viljandi kultuuriakadeemia **missiooniks** on „teadus-, kunsti- ja tehnoloogiavaldkondi lõimiva kõrghariduse kaudu tagada omakultuurikeskselt mõtleva loovharitlaskonna järjekestvus Eesti ühiskonnas“ (Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022 s.a., lk 1).

Organisatsiooni teine iseloomustav aspekt on visioon, mis on kaugem tulevikunägemus (või lõppeesmärk), milleni tahetakse jõuda (Virovere, Alas & Liigand 2008, lk 22).

Kultuuriakadeemia **visioon aastaks 2020**: „Viljandi kultuuriakadeemia Tartu Ülikooli üksusena on rahvusvaheliselt tunnustatud pärimuskultuuri edendaja, omakultuuri

kontseptsiooni kandja, regionaalne haridus-, loome- ja arenduskeskus ning arvamusiider Eesti ühiskonnas“ (Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022 s.a., lk 1).

Nii missioon kui ka visioon vastavavad neile eelnenud teoreetilisele iseloomustusele ehk on seekaudu korrektselt sõnastatud. Tänu sellele on need heaks aluseks ka TÜ VKA arengueesmärkidele. Eesmärgid on organisatsiooni esimeseks psühholoogiliseks tunnuseks (Virovere, Alas & Liigand 2008, lk 22) ning need kujutavad kindlat lõpptulemust, mida soovitakse saavutada (Üksvärv 2008, lk 105). Eesmärk on seisund, kavatsus ning tegevuse juhtmõte, mis vastab küsimustele mida soovitakse saavutada ja kuhu tahetakse jõuda (*ibid.*, lk 105-106)

Viljandi kultuuriakadeemia peamised 8 arengueesmärki on olla (Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022 s.a., lk 1):

- 1) „Eestis ning rahvusvaheliselt tunnustatud pärimuskultuuri, kunstide ja loomeettevõtluse kompetentsikeskus;
- 2) kogukondade ühendaja ning haridus- ja kultuurivaldkonna arengute suunaja nii regioonis kui Eestis laiemalt;
- 3) ühiskondlik arvamusiider kultuuri ja hariduse valdkonnas;
- 4) kõrgetasemelist ja tulemuslikku õppe-, teadus- ja loometegevust ellu viiv ülikooli akadeemiline üksus;
- 5) dünaamiline organisatsioon, mis väärtustab, inspireerib ja ühendab inimesi.“

Leian, et ka kultuuriakadeemia eesmärgid on sõnastatud korrektselt, avades organisatsiooni iseloomu ning tegevuste sisu. Eesmärgid koos missiooni ning visiooniga moodustavad minu jaoks ühtse ning selgesti mõistetava terviku.

2. KORRALDUSTÖÖ PROTSESS

2.1 „Made“ eellugu

Enda kolmanda kooliaasta alguses 2017. aasta sügisel sain pakkumise kultuurikorralduse assistendilt Piret Ausilt seoses TÜ VKA muusikaosakonna (edaspidi ka MO) uue kontserdisarja korraldamisega. Uue kontserdisarja idee tekkis vajadusest muusikaosakonna õpilastele pakkuda nende koolitöö raames professionaalsema kontserdikorraldusega ja suurearvulisema publiku ees esinemisi, seda eriti rütmi- ning pärimusmuusika eriala tudengeid silmas pidades, keda koolitataksegi muusikaosakonnas lavamuusikuteks. Ühtlasi soovis muusikaosakond hea kvaliteedimärgiga sündmust, mille abil tutvustada enda osakonda ning selle tegemisi. MO oli juba varasemalt korraldanud avalikke ansamblite ettemängimisi kontserdi vormis, kuid nende uus idee oli sama vorm viia suurematesse mõõtmetesse. Selle all pidasid nad silmas kontsertide ühendamist ühtseks sarjaks, mille eestvedajaks ning produtsendiks võiks olla kultuurikorraldaja, kelle abiga viia kontserdid rohkem Viljandi linnaruumi ning tuua lisaks kultuuriakadeemia inimestele saali ka linnarahvast.

Antud sarjale korraldaja leidmiseks kontakteerus muusikaosakonna juhataja TÜ VKA kultuurharidusosakonnaga, kus õige tudengi leidmise võttis enda peale Piret Aus, kes minuga seejärel ühendust võttis. Idee pakkus mulle koheselt huvi ning pärast esimesi koosolekuid muusikaosakonnaga, algas koheselt korraldusprotsess. Kontserdisarja kontseptsioon oli algselt väga lahtine, teada oli vaid, et kooliaasta jooksul saab toimuma 4 kontserti, millest esimene saab toimuma esmasest koosolekust juba veidi rohkem kui kuu aja pärast. See tähendas, et kuu ajaga oli tarvis välja töötada kogu kontserdisarja kontseptsioon, moodustada endale sarja vältel toimiv ühine tiim ja lisaks sellele tegeleda ka kontserdi korraldus- ning teavistustööga.

Kavandatava kontserdisarja otstarbekust ja tulemusi plaaniti analüüsida esimese aasta lõpus ning otsustada siis, kas sündmusest võiks saada ka iga-aastane traditsioon.

2.2 „MADE“ 2017/2018 kontseptsioon

Kontserdisari oli mõeldud lavamuusikuteks õppivatele rütmi- ning pärimusmuusika eriala tudengitele professionaalsemal tasemel kontserdikorralduse ja suurearvulisema publiku ees esinemiskogemuse pakkumiseks, tutvustades seekaudu ka TÕ VKA muusikaosakonda. Üks kontsert oli muusikaosakonna õppejõudude poolt grupeeritud tudengiansamblite 5-nädalase harjutusperioodi tulem ning kooliaasta peale toimus kokku 4 kontserti. Pärast iga eelmainitud kontserti moodustati uued ansamblid ning kogu protsess algas otsast peale. Setõttu oli iga kontsert väga omanäoline, kuna musitseerisid alati uued koosseisud ning alati muutus ka toimumiskoht.

Sarja käigus suurendati osakondadevahelist koostööd, kuna „Made“ toimumisse panustasid üliõpilased muusikaosakonna, kultuurharidusosakonna ning visuaaltehnoloogia osakonna erinevatelt erialadelt. Eesmärgiga jõuda sarjaga rohkem linnarahva sekka, tegutses „Made“ 2017/2018 hooaja meeskonnas ka kogukonnaportaali VLND fotograaf, kes ühtlasi õppis Viljandi Gümnaasiumis ning oli seekaudu seotud paljude noorte viljandlastega.

2.3 Projekti missioon, visioon ja eesmärgid

Teades, et „Made“ 2017/2018 hooaja eduka õnnestumise korral võib sarjast saada iga-aastane traditsioon, mõtlesin alguses ka läbi, mis on „Made“ kui kontserdisarja otstarve ning kuhu see võiks tulevikus arenguga jõuda. Minu jaoks oli oluline, et mõtleksin korraldades kaugemale kui järgmise kontserdi või ühe hooaja lõpuni. Kontserte korraldades tahtsin näha „Made“ ka suuremas plaanis ning iga kontserti killukesena ühtsest eesmärgist. Sellest tulenevalt lõin sarjale ka missiooni, visiooni ning tulevikku vaatavad eesmärgid. Hein (2004, lk 681) on visiooni defineerides olulisena välja toonud vaate tulevikule, ettevõtte parima suundumuse kirjelduse ning arusaama arenemissoovist. Visiooni luues lähtusingi vaatest tulevikule ning

kuhu „Made“ sari areneda võiks. Missiooni löin kooskõlas visiooniga, pidades silmas, et see peegeldaks „Made“ peamist rolli ning viisi, kuidas visioonini jõuda.

Missioon: „Made“ missioon on pakkuda TÜ VKA muusikaosakonnas lavamuusikuteks õppivatele tudengitele professionaalse kontserdikorralduse kaudu esinemiskogemust, tutvustades seekaudu TÜ VKA muusikaosakonda põhjalikumalt Viljandi linna ning Viljandimaa elanikele.

Visioon: „Made“ on tuntud kontserdisari Viljandis ja Viljandimaal ning selle hea korraldusliku taseme tulemusena on muusikatudengid saanud mitmekülgset esinemiskogemust ja sari on ühtlasi TÜ VKA visiitkaardiks.

Perensi sõnul (2001, lk 74) on projekti **eesmärk** „kirjeldus mõõdetavast tulemusest, mis tuleb saavutada ettenähtud aja piires. Eesmärkide läbimõeldud ja õige püstitamine aitab projektijuhti projekti kavandamisel, juhtimisel ja kontrollimisel.“ Eesmärke luues lähtusin nende tingimustest olla mõõdetavad, konkreetsed, reaalsed ning omavahel sobivuses (Hein 2004, lk 682).

Järgnevalt toon välja loodud pikaajalisemad eesmärgid, kuhu pärast iga eesmärki olen selgituseks toonud sisu avava lause ning viisi, kuidas selle realiseerumist mõõta saaks.

2021. aastaks on „Made“:

- 1) ühendanud kooli ja kogukonda

Lisaks kultuuriakadeemia inimestele külastavad kontserdeid perioodiliselt ka Viljandi linna ja Viljandimaa inimesed

Selle täitmist saab jälgida kontsertidel vaatluse abil ning samuti läbi viies publiku- uuringut.

- 2) pakkunud külastajatele mitmekülgset kontserdikogemust

Kontserdid on läbi mõeldud ning igale kontserdile on loodud vastav kunstiline kontseptsioon (näiteks muusika, valgus-, visuaal- ja lavakujunduse kaudu).

Selle teostumist saab uurida külastajate kaudu, viies nende seas läbi küsitluse, kus uurida, kas kontsert pakkus neile midagi uut või põnevat.

- 3) saanud traditsiooniks

„Made“ on saanud traditsiooniks nii korralduslikus mõttes (sarjal on järjepidev korraldusmeeskond ja kunstiline meeskond) kui ka kogukondlikus mõttes (umbes 50% külastajatest on Viljandi linna ja Viljandimaa inimesed).

Järjepideva korraldus- ning kunstilise meeskonna hoidmine on suuresti peakorraldaja teha, kes kaasab tiimi potentsiaalsed tulevased korraldajad, et sari traditsiooniliselt ka jätkuks. Seekaudu saabki selle aspekti täitumist jälgida peakorraldaja. Viljandi linna ning Viljandimaa ehk kohalike seas antud sarja traditsiooniks saamist saab aga kontrollida publiku-uuringu kaudu, selgitades välja, kust kuulajad pärit on ning kas nad külastavad sarja esmakordselt või ei.

4) Kontsertidel on alati vähemalt 200 külastajat

Seda saab kontrollida kontsertidel käepaelte jagamisega.

Missioon, visioon ning eesmärgid moodustasid mulle sarja korraldusprotsessi vältel tugistruktuuri, millest lähtusin erinevate otsuste tegemisel. Samuti löid need kogu sarjast suurema pildi ning olid iga üksikkontserti korraldamise puhul motiveerivaks terviku loojaks.

2.4 Sarja korraldusprotsess

Sündmuse kavandamine aitab prognoosida ja hinnata protsessi tulemuslikkust, kontsentreeruda eesmärkidele ja nende saavutamisele, arvestades organisatsiooni ja tema valikuid mõjutavaid sise- ja väliskeskkonna tegureid. Selle käigus on võimalik „tuvastada varjatud probleemid, leida neile lahendused, luua hulk alternatiivseid strateegiaid, selgitada meeskonnaliikmetele soovitud eesmärgid ja ülesandeid ning vähendada ebamäärasust, mis projekti elluviimisega sageli kaasneb“. (Müristaja & Tarmula 2011, lk 37) Projektidel on oma elukaar ning nende ajalise edenemise saab jagada etappideks: projekti määratlus, planeerimine, teostamine ja lõpetamine. (Salla 2007, lk 12). Antud etappide kaudu ka „Made“ korraldusprotsessi kirjeldan.

Projekti määratlus koosneb omakorda erinevatest etappidest. Projekti idee tuleneb üldjuhul organisatsioonis tekkinud probleemist või sihrühma vajadustest. Analüüsides erinevaid lahendusi ja ideid, valitakse neist välja elujõulisemad, mille osas viiakse läbi eeluuring. Seejärel määratakse lähteülesanded ja eesmärgid ning tehakse projekti lõplik valik. (Salla 2007, lk 12)

Projekti idee tulenes muusikaosakonnas tekkinud vajadusest pakkuda rütmi- ja pärimusmuusikutele professionaalsema kontserdikogemuse kaudu suurearvulisema publiku ees esinemisi. Seoses uue ansamblitundide vormiga, kus viis nädalat tehakse ühe õppejõu

juhendamisel teatud koosseisuga proovi ning pärast seda uuendatakse koosseise ning määratakse ansamblitele uued juhendajad, sooviti iga viienädalane etapp lõpetada avaliku kontserdiga. Eelneva sümbioosis tekkiski idee kontserdisarjast.

„Made“ korraldusprotsess algas 2017. aasta sügisel alates esimestest koosolekutest muusikaosakonna töötajatega. Esimestel kokkusaamistel selgitas MO juhtkond üldiselt sarja ideed, selle toimimist seoses õppekavaga ning nägemust sarja tuleviku osas. Esialgu oli idee aga väga üldsõnaline ning tugipunkte, millele korraldajana toetuda saaks, väga vähe. Antud etapp oli kogu projektikulu juures üks intensiivsemaid, kuna väga lühikese aja jooksul tuli mõtestada ning luua projekti täielik kontseptsioon, kuna oli teada, et eduka toimumise korral jätkub sari ka tulevikus ehk alus oli vaja luua võimalikule traditsioonile. Koosolekute kaudu püüdsin kaardistada, mida soovib MO kui sündmuse tellija, mida võiks soovida muusikatudeng kui osaleja ning mis ootused on kultuuriakadeemial kui finantseerijal. Hiljem eelmainitud analüüsid, mõtestasin läbi, kes võiks olla antud sarja sihtgrupp ning mida ootab tema antud sündmustest, mis on kasutegur Viljandi linnale kui toimumiskohale ja kui juba meeskond oli komplekteeritud, siis mis on nende ootused antud projektile. Samuti määratlesin projekti tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud ehk tegin sarjale SWOT- analüüsi (vt Lisa 2 „Made“ sarja SWOT- analüüs). Kogu eelneva sümbioosis kujunes välja kontserdisarja „Made“ esialgne kontseptsioon ning esmane tegevusplaan.

Planeerimise etapi käigus määratakse esmalt probleemid, mida projekt lahendab ja projekti sihtrühm. Seejärel planeeritakse erinevaid aspekte, näiteks tegevusi, aega, personali, vahendeid ning raha. Selle käigus valmivad ajagraafik, eelarve ja juhtimisplaan. (Salla 2007, lk 12-13)

Osa planeerimise etapi ülesandeid viisin ellu paralleelselt projekti määramise etapiga. Selleks, et esialgset kontseptsiooni luua, määrasin varasemalt juba projekti sihtrühma ning probleemi, mida sari lahendab, oli määranud juba MO. Planeerimise etappi läbisin sarja jooksul neli korda, kuna iga kontsert oli oma spetsiifikaga ning vajas kontseptsioonist lähtuvaid plaane. Esimese kontserdi eel alustasin personali planeerimisega, et kiiresti koondada meeskond vajalike oskustega. Esialgu ei hooanud ma aga kogu projekti tegelikku suurust ning seega alahindasin erinevate rollide vajalikkust meeskonnas. Seetõttu jätkus vajaminevate inimeste meeskonda otsimine ka pärast esimest kontserti. Esimese „Made“ eel töötasin koos

helitehnilise meeskonna ning valguskujundajaga, teise „Made“ eel aga juba ka lavakujundaja, sponsorlusjuhi ning pressijuhiga. Enne hooaja viimast kontserti liitus meeskonnaga ka multimeedia spetsialist. Olin enda esialgses tegevusplaanis ning personaliplaanis vigu teinud, arvestades, et jõuan mitmeid ülesandeid ise teha. Pärast esimest kontserti lõin uue plaani meeskonna komplekteerimiseks, võttes arvesse üldist tegevusplaani ning selle teostamiseks vajalikke kompetentse.

Eelmainitud alade vastutajad koostasid endale ise plaani kontserdiks vajalike esemete ning vahendite osas, mille saamise ning kohalejõudmise eest vastutasid eelkõige nemad kui enda eriala spetsialistid. Eelneva alla käis näiteks vajamineva heli- ja valgustehnika ning samuti ka lavakujunduselementide organiseerimine. Terve sarja jooksul antud kord toimis.

Enne kontserte suhtlesin kontserdipaikadega nende tehniliste ning ajaliste võimaluste osas üle, et saaksin meeskonnale välja saata kindla informatsiooni ja ajalise plaani. Enne iga kontserti koostas in helitehnilisele meeskonnale ning ansamblitele ka heliproovide graafikud, millest sõltus ka paljude teiste meeskonnaliikmete ajakasutus. Samuti tutvusin Autoriõiguse seadusega, kuna kontsertide vältel esitati avalikult nii enda kui ka teiste autorite loomet. Seoses „Made“ rolliga muusikute õppeprotsessis, me aga Eesti Autorite Ühinguaga lepingut ei sõlminud.

Kuna iga kontsert oli väga omanäoline, erinedes toimumiskoha, ansamblite koosseisu ning repertuaari ehk ka vajamineva tehnika osas, siis lõin igaks kontserdiks selle spetsiifikast tulenevalt uue tegevusplaani (vt Lisa 3 „Made“ № 2 tegevusplan), eelarve (vt Lisa 4 „Made“ № 2 eelarve ja selle täitmine) ja ka riskianalüüsi (vt Lisa 5 „Made“ № 4 riskianalüüs).

Ühtlasi jäi sellesse perioodi ka Eesti Kultuurkapitali Viljandimaa ekspertgruppi (edaspidi ka KULKA) taotluste kirjutamine, mida tegin sarja jooksul kahel korral.

Teostamise etapi käigus viiakse plan ellu. See algab üldjuhul avakoosolekuga, kus antakse projektis osalejatele selge ülevaade projekti ülesandest, eesmärkidest, tulemustest, meeskonnaliikmete ülesannetest, vastutusest ning ajagraafikust. Projekti sujuv teostamine on kõigi projektiliikmete vastutusel. (Salla 2007, lk 12, 43)

Iga uue kontserdi planeerimine algas koosolekuga esmalt muusikaosakonnaga ning seejärel meeskonnaga, kus kaardistasime tulevase kontserdi teema ning kontseptsiooni ja seadsime

paika ka vajalikud tegevused ning meeskonnaliikmete ülesanded. Seoses kontserdisarja intensiivse vormiga, algas tegevusplaani kohene täitmine, kuna sageli oli järgmise kontserdini aega vaid veidi üle kuu. Muusikud alustasid proove, pressijuht pressiteadete koostamise ning väljasaatmisega, sponsorlusjuht jätkas suhtlust olemasolevate või lõi suhte uute sponsoritega järgmiste kontsertide tarbeks, lavakujundaja alustas rekvisiitide materjali otsimise ning valmistamisega. Antud perioodi jooksul suhtlesin iga ala esindajaga ka eraldi, et veenduda, kas kõik vajalik on töös ning sujub. Seoses 70-liikmelise seltskonnaga, kes iga „Made“ kontserdiga seotud oli, oli antud periood äärmiselt tihe ning intensiivne.

Kontserdile eelnenud päevadel toimus sageli lavakujundajaga üheskoos kujunduse ülespanemine ning samuti valgustaja tehnika paikapane. Kontserdi päev algas helitehnika kontserdipaika transportimise, ülespaneku ning heliproovidega. Sinna lõppu olin alati jätnud aja saali kordapanekuks, et sättida see publiku tulekuks valmis. Kontserdi ajal kontrollisin esinemisgraafikut ehk ansamblite õiges järjekorras ning õigel ajal lavale tulekut. Esimese kahe kontserdi puhul lõin teksti ka õhtujuhile ning pidasin temaga enne kontserte lühiajalisi koosolekuid, et kõik vajalik üle selgitada. Kontserdi lõpus algas tehnika ning lavakaunistuste mahavõtmine ja tagasitransport, samuti koristamine.

Projekti viimane etapp ehk **lõpetamine** kätkeb endas lõplike kokkuvõtete tegemist, analüüsi ning lõpphinnangu andmist (*ibid.*, lk 12).

Pärast iga toimunud kontserti oli meil tagasi- ja ühtlasi edasivaatav koosolek muusikaosakonna töötajatega ning samuti meeskonnaga. Selle ajal hindasime, mis läks eelmisel kontserdil edukalt ja millised lahendused toimusid, mis aga vajaks muutmist. Tänu nendele koosolekutele sai iga järgmist kontserti mingis vallas täiustada. Samuti toimusid antud koosolekutel põgusad rollipõhised tagasiside andmised, peamiselt andes soovitusi järgmistel kontsertidel tegutsemiseks. Samasse aega langesid ka KULKA aruannete koostamised.

Pärast sarja lõppu tegime muusikaosakonna töötajatega ühise kogu sarjale tagasivaatava koosoleku, et tervikuna hinnata „Made“ esimest hooaega ning arutada sarja tuleviku osas. Samuti andsin endapoolse tagasiside ning tänusõnad muusikaosakonnale ning meeskonnale.

2.5 Eelarve ja selle täitmine

Jaan ja Lehte Alver (2011, lk 244) on eelarvet kirjeldanud kui teatud ajaperioodi jooksul raha ja muude ressursside soetamiseks ning kasutamiseks loodud detailset kava. Eelarvestamine on tuntud finantskontrolli- ja juhtimise vahend, mis on suunatud tulevikku ja on seega juhtimisarvestuse koostisosa. Eelarvete ja plaanide koostamise ühed peamised eesmärgid on orienteerumine tulevikule, osategevuste kontrollimine ja mõjutamine, potentsiaalsete probleemide ennetav avastamine, ressursside efektiivse paigutamise ja kasutamise tagamine. (*ibid.*)

Sarja iga kontserti käsitlesime kui eraldiseisvat produktsiooni ning sellest lähtuvalt koostasime igale kontserdile iseseisva eelarve (vt Lisa 4 „Made“ № 2 eelarve ja selle täitmine). Eelarved olid sarja vältel kulu- ning tuluartiklite osas tagasihoidlikud, kuna sündmus toimus TÜ VKA korraldatavana, siis saime sealt mitmekülgset tehnilist ning oskuslikku tuge. „Made“ oli kohustuslik õppetöö osa pärimus- ning rütmimuusikutele ja samuti ka helitehnoloogia tudengitele. Sellega seoses olid nii esinejad, helitehnikud ning vajaminev tehnika tagatud muusikaosakonna poolt. Samuti koosnes kogu ülejäänud meeskond vabatahtlikkuse alusel koondunud liigestest, seetõttu ei tekkinud ka rahalisi väljaminekuid töötasude osas. Õhtujuht, kes osales kahel „Made“ kontserdil, tegutses samuti vabatahtlikkuse alusel.

Peamised kuluallikad sarja vältel olid erinevate sündmuskohtade rendid ja lavakujunduse loomiseks vajaminevad materjalid. Esimese katmiseks saime kahel korral toetust Kultuurkapitali Viljandimaa ekspertgrupist, ülejäänud kulud kattis muusikaosakonna eelarvest TÜ VKA. Kontserdisarja „Made“ 2017/2018 hooajal oli kokku ka viis sponsorit: Saku Õlletehas AS, Pajumäe Talu OÜ, Koidukuma OÜ, Mulgi Pruulikoda OÜ ja AS Maris Gilden, kes andsid enda toodetega tänuväärse panuse 70-liikmelise meeskonna turgutamisse kontsertide vältel.

Eelarve tulud ületasid eelarve kulusid 350,20 € võrra.

Üks vigu, mis eelarvete koostamisel tegin, oli transpordikulu mitte arvestamine. Kontserdid toimusid kõik Viljandi linnas sees ning tehnika transportimiseks kasutasime kooli bussi. Sellest tulenevalt ei osanud ma esialgu sellele kui kulule tähelepanu pöörata, kuna projekti vältel polnud see meie jaoks rahaline väljaminek, millele oleksime pidanud katte leidma.

Tehtud eelarveid nüüd analüüsid avastasin, et kuigi antud aspekt läheb omafinantseeringu alla, oleks see siiski pidanud olema ka kuludes kajastatud, kuna tulevikus sama sarja sündmuseid planeerides ei saa arvestada, et antud aspekt samuti omafinantseeringu korras kaetud saab.

2.6 Meeskond

Projekti edukaks läbiviimiseks ei piisa ainult projektirühma kokku kogutud vajalikust hulgast kõrgestikvalifitseeritud liikmetest. Üldjuhul ei paku moodustatud tööühm kohe algusest peale emotsionaalselt tasakaalustatud, rahulikku pilti, tõhusat struktuuri ega optimaalseid tulemusi. Heade tulemuste saavutamiseks peab projektijuht moodustatud tööühmast arendama meeskonna. (Perens 2001, lk 44)

„Made“ 2017/2018 hooaja meeskond kasvas iga kontserdiga. Esimese „Made“ toimumisse panustasid lisaks minule ja muusikaosakonnale ka valgustehnik. Teise kontserdi eel liitusid meeskonnaga ka lavakujundaja, pressijuht ja sponsorlusjuht ning enne neljandat kontserti ka multimeedik ja vabatahtlikud. Seetõttu oli antud hooaja „Made“ tiim muutlik ning pidevalt kasvav. Eelkirjeldatud pidev kasvamine tulenes kindlasti minupoolsest projekti suuruse esialgsest alahindamisest, kuid samuti ka motivatsioonist iga kontsert teatud aspekti võrra paremini teha.

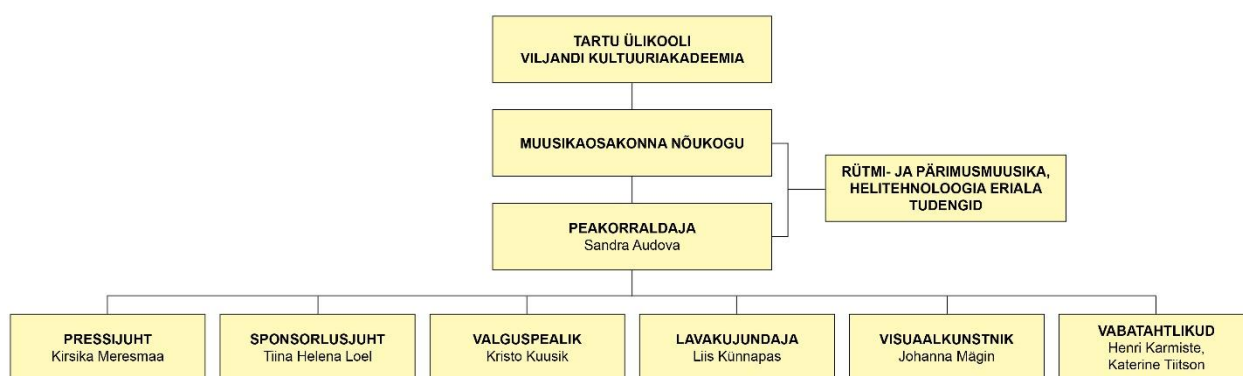
Perensi sõnul (2001, lk 44) oodatakse projektirühmalt eelkõige head koostööd. Tõhus töö projektirühmas eeldab seda, et „kõik liikmed oleksid valmis ja võimelised tegema meeskonnatööd, osalejad oleksid avatud ja loomingulised, projektis osalejad oleksid võimelised tegema ja vastu võtma konstruktiivset kriitikat, kõik rühma liikmed oleksid valmis õppima ja õpetama“ (*ibid.*).

Minu põhilisse meeskonda kuulusid sponsorlusjuht, pressijuht, valguskujundaja, lavakujundaja, hiljem ka multimeedik ning kaks vabatahtlikku, paljudes protsessides rääkis muusikaosakonna poolt kaasa ka Ahto Abner. Eelkirjeldatud meeskonnas tundsin terve projekti vältel sujuvat ning tõhusat koostööd, mille käigus peeti üksteisest lugu ning teistesse suhtumine oli avatud ja abivalmis. Kontsertide päevadel oli üldjuhul kogu meeskond koos ning üksteist aidati erinevate tööülesannete juures, olenevalt kes parasjagu kus abi vajab. Olin

tiheidalt seotud ka muusikaosakonna erinevate erialade tudengitega, peamiselt ansamblite kõneisikutega, ning samuti ka erinevate helitehnoloogia kursustega. Seoses viimase kahe seltskonna tiheda vahetumisega kontsertide vältel, siis antud rühmaga mul paraku sama tugevat meeskonnasidet ei tekkinud kui esmakirjeldatud seltskonnaga.

Projektijuhi isikule ja tema rollile seatakse hierarhilise juhtimisstruktuuri puhul suur tähelepanu ja suured nõudmised. Praktikas aga just hierarhilise juhtimisstruktuuriga projektirühma vormi sageli rakendataksegi. (Perens 2001, lk 44)

„Made“ 2017/2018 hooaja meeskonna struktuur on nähtav Joonisel 1.



Joonis 1. Meeskonna struktuuri jagunemine (Allikas: autori joonis)

Antud jooniselt võib näha kuidas peakorraldajana olin ühenduslüli muusikaosakonna erinevate erialade ning kogu ülejäänud meeskonna vahel. Struktuuri ladvikus on TÜ VKA (sümbioosis valitsuse, direktori ning nõukoguga), järgmine liin on muusikaosakonna nõukogu, kes otsustas „Made“ kui õppetöö aspekte ehk kellest olin seetõttu sõltuv. Kõrvalliin rütmi-ja pärimusmuusika ning helitehnoloogia tudengitega on minu ning muusikaosakonna nõukogu vahel seetõttu, et eelkirjeldatud seltskond sai „Made“ õppetöö kontekstis juhiseid muusikaosakonna nõukogult, kuid otseselt kontserdiga seonduvaid juhiseid minult. Minult said otseselt juhiseid pressijuht, sponsorlusjuht, valguspealik, lavakujundaja, multimeedik ning vabatahtlikud.

Antud struktuuri puhul on tegu funktsioonistruktuuriga, kuna erinevad liinid on moodustunud funktsioonide ehk ülesandevaldkondade ning tegevuste alusel (Siimon 2004, lk 210). Iseloomult oli meeskonna puhul tegu küll hierarhilise struktuuriga, kuna ülesannete saamine ning vastutamine käis konkreetsete isikute/gruppide ees, siis antud struktuur tegelikkuses nii

jäik polnud ning vastavalt vajadusele käis erinevate valdkondade suhtlus vahepeal ka muudmoodi.

2.7 Turundus

Varasemalt on kõrg- ja popkultuuri vahele tõmmatud tugev eraldusjoon, täna elame me aga maailmas, kus kultuurielu sarnaneb pigem puhvetele kui hierarhiale. Leidub kunsti, mis on täielikult selle loojale keskenduv, samas on ka täielikult tarbijale keskenduvat kunsti. Nüüdisaegse kultuurielu valik on lai ja inimesed valivad endale meeldivad tegevused puhvete eri ottest, luues seekaudu ise oma ainulaadse kultuurielu. (Kolb 2005, lk 32)

Kultuurisündmuse külastamise motiivi aitab mõista see, mil määral inimene tunneb end kunstiliigi ja teistega seotud olevat. Selle alusel on võimalik luua vajadustele vastav kultuuriüritus ja müügistrateegia. (*ibid.*, lk 39) Oluline on aru saada publiku motivatsioonist ja soovidest, miks otsustatakse sündmusel osaleda (*ibid.*, lk 59). Tänapäeval peetaksegi peamiseks kaasaegseks turundusteooriaks tarbijale keskendumist. Selle kaudu on võimalik saavutada kompromiss kultuuritarbija ja kultuuriorganisatsioonide vahel, kes muidu toodet erinevalt defineerivad. Kultuuriorganisatsiooni jaoks on loodud toode kunstitoode, tarbija jaoks kujutab sama toode aga tervet kogemuste paketti, kuhu kuulub õhtune meelelahutus, millegi uue õppimine, sotsiaalne kogemus või seikluslik sündmus. Kultuuriorganisatsioonil on võimalus seda kõike pakkuda ilma enda toodet muutmata, muutub vaid viis, kuidas kultuuritootest teada antakse, kuidas seda esitatakse ning pakendatakse. (*ibid.*, lk 65)

„Made“ puhul oli kultuurisündmuse üldine sisu ehk kontserdivorm algusest peale teada. Teadsin seekaudu, mis on kultuuritoodet, mida publikule pakkuda saan. Antud kultuuritootet tegelik sisu ja sellest arusaam küll arenesid ja täienesid sarja jooksul rohkesti, aga algselt sain siiski kontserdivormile toetudes üldise nägemuse toimuva hakkavast luua.

Mõtestades läbi „Made“ missiooni, visiooni ning üldist kontseptsiooni, soovisin antud terviku sisu peegeldada ka sarja turundustegevuses. Minu jaoks jäid enim kõlama TÜ VKA muusikaosakonna tutvustamine ning kohaliku kogukonnani jõudmine ja need aspektid kaasasin ka enda turunduslikku tegevusse.

Esimese „Made“ kontserdi turunduskontseptsioon oli loodud sarja esmasele tutvustamisele. „Made“ loodi muusikaosakonna vajadustest lähtuvalt ning oli seega osakonnaga tugevas sümbioosis. Sellest tulenevalt sai ülesandeks muusikaosakonna ning seal loodava esmane tutvustamine. Luues esimesele kontserdile visuaali, jalutasime kujundajaga muusikamaja erinevatel korrustel, mille käigus võttis ta tooniproovid muusikamaja seinavärvist. Sellest sai ka esimese kontserdi turundustegevuse alusvärv, kandes endas muusikamaja sisemuse linnaruumi viimise tähendust. Peamiselt oli selle tähenduse all mõeldud küll tudengite loome ning õpitulemuste tutvustamist „Made“ kontserdil, kuid eksponeerides antud värviga plakateid ka Viljandi linnaruumis, viisime osa muusikamajast juba sel viisil linnaruumi. Samuti olid sotsiaalmeedia turunduseks loodud ansambleid tutvustavad pildid tehtud kõik muusikamaja erinevates paikades, et laiemalt avada seal toimuvat. Esimese kontserdi peamine turundustegevus toimuski sotsiaalmeedias, nii Facebookis muusikaosakonna ja kultuuriakadeemia lehtede kaudu, kui ka muusikute isiklike kontode kaudu Facebookis ja Instagramis. Projektiga seotud inimeste suur hulk (60-70 inimest kontserdi kohta) oligi üks peamisi aspekte, mida turunduse puhul kasutasin, paludes meeskonnaliikmetel antud sündmusele sõpru kutsuda ja seda jagada. Samuti tegin aktiivset teavitustööd enda Viljandis elavate tuttavate seas ning Viljandi Gümnaasiumi erinevates gruppides, info saatsime laiali ka Viljandimaa koolidesse ja muusikakoolidesse. Esimene kontsert, mis toimus Viljandi Gümnaasiumis, oli väga edukas. Juba esimesel kontserdil said muusikud esineda täissaalile ning ühtlasi oli publikus lisaks kultuuriakadeemia tudengitele ka rohkesti linnaelanikke, mis oli minu üks peamisi eesmärke.

Jätsime iga kontserdi puhul peamise rõhu sotsiaalmeedias tehtavale turundusele. Lõime sarjale ka endanimelise Facebooki lehe, mille alt saaks järgmiseid sündmusi korraldada ning ühtlasi et oleks olemas ka virtuaalne kogukond, kuhu sarjast huvitatud koonduda saaksid. Järgnevate kontsertide käigus ilmusid arvustused kogukonnaportaalis VLND, ajalehes Sakala, ilmus intervjuu raadios Kuku, artikkel Eesti Rahvusringhäälingu kultuuriportaalis ning lisaks arvustusele ka kaks artiklit ajalehes Sakala. Kogu eelneva sümbioosis oli igal „Made“ kontserdil täissaal ning publikus rohkesti linnaelanikke.

2.8 Sotsiaalmajanduslik analüüs

Eestis toimub igal aastal sadu kultuuri- ja spordisündmusi, mis peale kultuurielu mitmekesistamisele ja meelelahutuse pakkumisele avaldavad olulist mõju ka kohalikule majandusele. Selliste sündmuste toimumine kasvatab toimumiskoha tuntust ja soodustab turismi, tuues otsest kasu ettevõtjale, eelkõige teenusepakkujale. (Josing, Vahi, Lepane, Pulver, Reiman, Orro, Niklus, Randrüt, Jõekalda 2012, lk 3)

Müristaja ja Tarmula on kirjutanud (2011, lk 14) „Kultuurisündmusi peetakse sündmusturu tuumikuks – erinevates sihtkohtades korraldatavad festivalid ja kontserdid on muutunud paiga kohaidentiteedi oluliseks osaks ning mõjutavad koha sotsiaalset ja kultuurielu. Kultuurisündmused on tihedalt seotud turismisektoriga, sest nad loovad põhjusi, miks sihtkohtadesse tulla. Tuginedes Eesti siseturismi uuringutele, teevad ligi pooled Eesti elanikud ühepäevaseid reise eesmärgiga külastada kultuuri- või meelelahutusüritusi teistes Eesti paikades.“

„Made“ esimene hooaeg keskendus kohalike ehk Viljandi linna ja selle elanike jõudmisele, kuid tänu üle Eesti kultuuriakadeemiasse õppima tulnud muusikaosakonna üliõpilastele, käisid kontsertidel ka inimesed erinevaist Eesti paigust. Väljastpoolt Viljandit külastajateks olid „Madel“ esinevate üliõpilaste perekonnad ja sõbrad. Fookus kohalikule elanikkonnale on aga samuti oluline, kuna „kohalikud elanikud saavad põhjuse veeta oma vaba aeg kodupiirkonnas ega pea reisima kaugemale, kaudselt tõuseb ka kohalike elanike elukvaliteet (positiivsed emotsioonid, rahulolu, haritus jne)“ (Müristaja, Tarmula 2011, lk 21).

„Made“ sarja sotsiaalmajandusliku mõju analüüsi sooritades toetusin Müristaja ja Tarmula loodud tabelile „Sündmuste mõju sihtkohale ja asjalistele“ (Müristaja, Tarmula 2011, lk 28).

Mõjutatud valdkond	Mõju
Sotsiaal- kultuuriline keskkond	• TÜ VKA erinevate osakondade koostöö • Tänu ansamblite uuestiformeerimisele muusikute mitmekülgne koostöökogemus teiste muusikatudengitega • Muusikaosakonna ja TÜ VKA tegemiste laiem

	tutvustamine • Viljandi linna kultuuriprogrammi rikastamine • Viljandi kui loomelinna identiteedi tugevdamine • Linnaelanike ja TÜ VKA inimeste kokkutoomine • Kogukondliku osalemise ja aktiivsuse kasvatamine • Panus Eesti autoriloomesse, uue muusikalise loome kaudu • Uue traditsiooni loomine
Ehitatud ja looduskeskkond	• Arendatud infrastruktuuri kasutamine (kontserdi korraldamine Viljandi Gümnaasiumi aatriumis, mida eriti kontserdipaigana ei ole kasutatud)
Poliitiline keskkond	• Viljandi Gümnaasiumi ja TÜ VKA koostöö arendamine • Hea koostöö jätkamine Pärimusmuusika Aida, Ugala Teatri ja Sakala Keskusega • Korraldajate oskuste arendamine
Turism ja majandus	• Viljandi linna külastajate arvu suurenemine (esinejate pered, sõbrad) • Eelneva punkti kaudu ka kütusepakkuja ja transpordiettevõtete käibe suurenemine. Samuti ka kohalike toidukohtade ning -poodide käibe suurenemine. • Hooajalisuse vähendamine (kontserdid toimusid sügisest kevadeni) • Esinemispaikade ja sealsete kohvikute suurenenud tulu

„Made“ toimus sarjana esimest korda 2017. aasta sügisel, seega on tegu väga noore kontserdisarjaga. Eelneva ning kohalikele elanikele suunatud fookuse tõttu oli

sotsiaalmajanduslik mõju antud hooajal tagasihoidlik, hõlmates peamiselt kohalikku kogukonda. Järgnevatel aastatel suunates turundust lähimaakondadesse, suureneks kindlasti ka „Made“ sotsiaalmajanduslik mõju (esmal juba kütusepakkujate, transpordiettevõtete ning kohalike toidukohtade seas). Usun, et kui sari säilitab hea korraldusliku ning kunstilise taseme ja on saavutanud rohkem tuntust, on tulevikus ka antud mõju oluliselt suurem. Nagu kirjutasid ka Müristaja ja Tarmula (2011, lk 5), siis on sündmused ühed turismi peamisi motivaatoreid ning on sihtkoha konkurentsivõime kasvatamisel aina kasvava tähtsusega. Sellest tulenevalt loodan, et ka kohalikus plaanis märgatakse käesoleva sündmuse olulisust ning aidatakse seekaudu selle laiemale tutvustamisele kaasa, tuues seekaudu eelkõige kasu kohalikule piirkonnale.

2.9 „Made“ tulevikus

Alustades esimese „Made“ hooaja korraldamisega, teadsin, et selle eduka toimumise korral võib sellest saada pikki aastaid kestev traditsioon. Hoidsin seda meeles kõiki korraldustegevusi mõtestades ja läbi viies, hoides silme ees suuremat pilti kui järgmine kontsert või käesolev hooaeg. Saades positiivset tagasisidet pärast iga toimunud kontserti, nägin, et antud mõttemall töötab ning „Made“ liigub iga kontserdiga lähemale saamaks iga-aastaseks sarjaks. Viimasel koosolekul muusikaosakonnaga selgus- „Made“ toimub ka järgmisel aastal ning plaanis on sarjast luua iga-aastane traditsioon.

Kontserdisarja esimene hooaeg läks peamiselt sarja täieliku kontseptsiooni ja „Made“ kui brändi väljatöötamiseks. Iga kontserdiga ilmnes uusi aspekte, mille osas järgmisi kontserte muutsime. Seega saavutas „Made“ enda täieliku kontseptsiooni enne viimast ehk neljandat kontserti. Järgmistel aastatel peaks seetõttu põhirõhu suunama turundusele, et loodud kontseptsiooni ja brändi aina rohkematele tutvustada. Kontserdipaigad Viljandi linnas seavad suuremale publikuhulgale küll omad piirid, kuna juba esimesel hooajal olid Viljandi Gümnaasiumi aatrium, Sakala Keskuse saal, Pärimusmuusika Aida suur saal ning Ugala Teatri väike saal suuremahuliselt täidetud. Publikuarvu osas on võimalik edasi liikuda veel Ugala Teatri suurde saali, mis mahutab 540 inimest.

Konkurendid sarjale on samal ajal Viljandis toimuvad kultuurisündmused. Esimesel hooajal toimusid kontserdid küll tööpäeviti ning sellest tulenevalt ei leidunud linnas eriti sündmusi, millega oleksime samaaegselt konkureerinud, see aga ei välista antud konkureerimist tulevikus. Tööpäevil toimuvast aspektist tulevalt olid esimesel hooajal konkurentideks aga toimuvad huviringid ning pikemad tööpäevad, kuna kontserdid algasid kell 19:00. Sellest tulenevalt võiks tulevastel aastatel kontserdiaegu paigutada ka näiteks reedestele päevadele, mil tööpäevad lõppevad sageli varem ning järgmisel päeval ei ole töö ega kooliga seonduvaid kohustusi. Samuti oleks selviisil võimalus kontserti külastada ka esinevate muusikute peredel, sugulastel ning sõpradel ja teistel väljaspool Viljandit elavatel inimestel, kes argipäeva õhtul järgmiste päevade kohustustega seonduvalt antud reisi ette ei võtaks.

Oluline oleks iga „Made“ hooaja eel panna paika tuleva sarja plaan: kudas ja kus toimub iga kontsert ning mis on nende teema ja üldine sisu. Selviisil toimides on korraldajal oluliselt lihtsam enda tegevusi planeerida, tehes plaani terve aasta peale. Ühtlasi on ühtne ning selge nägemus sarjast olemas kogu kontserdiga seotud meeskonnal: ansambli juhendajatel, muusikutel, helitehnikutel, valgus-visuaal- ja lavakujundajatel, kes enda loomingulise plaani ühtlase kontseptsiooni ümber saavad luua.

Esimene hooaeg näitas, et „Made“ on suure potentsiaaliga kontserdisari, mis võeti hästi vastu nii kultuuriakadeemia tudengite kui ka linnarahva poolt. Esimesel hooajal väisasid kontserte kohalikest peamiselt gümnasistid, järgmistel aastatel saab turundust suunata ka vanemaealistele linnaelanikele. Esimesel hooajal saavutatud edu põhjal on aga „Madel“ võimalik saada lisaks kultuuriakadeemia traditsioonilisele sündmusele ka Viljandi linna üheks traditsiooniliseks sündmustesarjaks, mis toob kokku linnarahva ning kultuuriakadeemia inimesed.

3. ENESEREFLEKSIOON

„Made“ sarja korraldamine algas äkki ning seetõttu ka veidi kaootiliselt. Lühikese perioodi jooksul oli vaja luua alus kontserdisarjale, millest võis saada pikaajaline traditsioon. Antud aspekt oli minu jaoks eriti kaaluka tähendusega ka seetõttu, et läbimõtestatud plaani kaudu eelistan ise tegutseda, aru saades, mida ja miks teen. Sarja kontseptsiooni loomiseks, selle tutvustamiseks muusikaosakonnale, meeskonna komplekteerimiseks ning kogu kontserdi korraldus- ja teavitustööks oli aega veidi üle kuu. Päris täpselt aru saamata, mida see kõik praktikas endast kujutama hakkab ning mis minu ülesanded täpsemalt on, astusin väikese teadmatuse najal „Made“ sarjale vastu, ajendiks põnev väljakutse ja suur motivatsioon. „Projektijuhi ametikohta iseloomustab vastutuse selgus ja konkreetsus. Projektijuht peab otsuseid vastu võtma tunduvalt suurema teadmatuse tingimustes kui tavajuht ning otsustamishetkel olemasoleva informatsiooni väiksema hulga tõttu on projekti juhtimine seotud oluliselt suuremate riskidega kui tavajuhtimine.“ (Perens 2001, lk 39) Olemasoleva informatsiooni põhjal lõin esialgse sarja kontseptsiooni ning tegutsemisplaani, mis üsna pea aga parandamist ja täiendamist vajasisid.

Enne esimest „Made“ kontserti ilmnas mitmeid arusaamatusi tööülesanne jaotuses, näiteks kes kogub ansamblitelt nende tehnilised vajadused ning kes seab paika heliproovide ajad. Arvasin, et kuna see valdkond on tihedalt seotud helitehnoloogia ja helitehnikutega, siis tegeleb sellega inimene antud valdkonnast. Saades nädal enne kontserti ansambliiidritelt ja juhendajatelt küsimusi heliproovide toimumise kohta, sain aru, et nende paika panemisega pole siiani keegi tegeleenud. Scholtes on kirjutanud (2001, lk 40) „Hästi töötav organisatsioon hästi toimivate süsteemidega võimaldab kõigi ametiastmete töötajatel teha tööd, mille üle nad võivad uhked olla. Kui saame üheskoos hästi töötada ja väärt tööd teha, siis tekitame sel viisil

nautimisväärse töökeskkonna“. Esialgu hästi toimivat süsteemi polnud, kuid kohe selle probleemide kerkides, arutasime antud valdkonna helitehnoloogia eriala juhatajaga läbi. Eelkirjeldatu esialgne läbirääkimatus lisas aga esimese „Made“ eel minusse ärevust, närvilisust ja samuti ka kahtlust endas: kas ma ikka saan aru mida ma tegema pean ja kas olen selleks piisavalt pädev. Heliproovide graafiku tegemine polnud samuti lihtsalt kellaaegade paikapanek, vaid kätkes endas valdkonnapõhist spetsiifikat. Olin varasemalt heliproovidega kokku puutunud Noortebändi konkursil, kus olin osalevate bändide saatjaks ning viibisin seetõttu ka bändide heliproovides. Toona ma aga graafikuid ise ei koostanud ning sellest tulenevalt ei teadnud ka antud valdkonna iseärasusi, mida omakorda „Made“ käigus õppisin.

Pärast esimest kontserti said mitmed asjaolud selgemaks: mis on täpselt minu ja mis on MO roll antud sarja raames, mis kompetentse meeskonda veel tarvis on ning kuidas antud projekti raames korraldustöö käima peab. Kiiruga korraldatud esimese „Made“ käigus leidis aset mitmeid arusaamatusi ja segadust, mis veidi õõnestasid minu enesekindlust peakorraldajana. Võtsin antud äpardusi isiklikult ning tundsin, et ma pole antud rolli jaoks siiski piisavalt kompetentne. Hetkel antud sündmustele tagasi vaadates aga mõistan, et esimese kontserdi korraldusaeg oli nõndavõrd lühike, et arusaam toimuvast sarjast polnud veel välja kujunenud. Samuti olid eelnevast tulenevalt osad ülesanded meeskonnas läbi rääkimata. Usun, et esmane endas kahtlemine oli mulle aga vajalik kogemus, kuna olin harjunud sooritama erinevaid ülesandeid hästi ning sellest tulenevalt polnud ma väga palju kogenud ebaõnnestumist. Juhtunu oli mulle kindlasti isikliku arengu seisukohast oluline, kuna mõtestasin enda tegevust pärast seda oluliselt rohkem lahti ja samuti motiveeris see mind paremate tulemuste poole tulevikus.

Järgmiste kontsertide puhul kulges korraldustöö ladusamalt, ainus, mis veel problemaatiline oli, oli kommunikatsioon muusikaosakonnas. Sageli leidsin end positsioonilt, kus ühes majas õppivad tudengid polnud omavahel asju läbi rääkinud ning sellest tulenevalt pidin tegema sekkumisi, millega esialgu polnud arvestanud. Ühtlasi langes vahepeal tuju, nähes, kuidas osad muusikatudengid võtavadki antud sarja vaid kohustusliku õppetööna, mitte võimalusena end ning enda loomingut pea 200- liikmelisele publikule näidata. Püüdes neile luua võimalikult häid esinemistingimusi nii rohke publikuarvu, esinemist toetava visuaalse kujunduse, mugava lavataguse olemise kui ka mitmete muude detailide kaudu, siis antud

suhtumine tõmbas sarja jooksul mu motivatsiooni veidi alla. Oli aga ka muusikuid, kes kogu tehtud tööd hindasid ja ütlesid endapoolsed kiidu- ja tänusõnad ja need hetked motiveerisid mind innuga edasi tegutsema. Vaatamata eelkirjeldatud tudengite kohatisele motivatsioonipuudusele projektist täie kogemuse võtmise osas, oli üldiselt muusikutega suhe aga väga hea ning kontserdipäevad möödusid sellest tulenevalt alati rõõmsas meeleolus.

Üks valdkondi, mille puhul oleksin soovinud rohkem panustada, oli turundus. Valdkond ise pakub mulle huvi ning uute põnevate lahenduste väljamõtlemine samuti. Paraku läks kogu esimese aasta energia peamiselt sarja kontseptsiooni täielikuks väljatöötamiseks: katsetamiseks, mis töötab, mis mitte, mida tulevikus jätkata ning mida muuta. Hetkel analüüsid tehtud turundusvaldkonna tegevusplaani (vt Lisa 6 „Made“ № 3 turundusvaldkonna tegevusplaan) mõistan, et tehtud plaanid oleksid saanud olla oluliselt põhjalikumad ning kaasata rohkem erinevaid kanaleid.

Kogu kontseptsiooni väljakujunemise protsess käis koostöös MO töötajatega, kellega pärast iga kontserti toimunud analüüsisime ning seoses „Made“ kui tudengite õppekava osaga, ka mitmete aspektidele uued lahendused leidsime. Need koosolekud olid ühtlasi mulle heaks isiklikuks tagasisideks ning suurepäraseks õppimiskohaks, kuna sain tehtu kohta tagasisidet muusikavaldkonna spetsialistidelt. Õppisin seekaudu nägema ning paremini mõistma muusikupoolset vaadet toimuvale, mis edasiste tegevuste kavandamisel kindlasti kasuks tuli.

Kogu „Made“ sarja vältel õppisin peamiselt kommunikeerimist suurearvulises meeskonnas; uue sarja loomist ning igale kontserdile ühise kontseptsiooni leidmist; meeskonnas juhi rollis tegutsemist ning mitmeid erinevaid kontserdikorralduse aspekte (instrumentide spetsiifikat, heliproovide graafiku koostamist, kontserdipaikadega suhtlemisel heliproovide ja vajaliku tehnika osas teavitamist, kinnitamist ja kontrollimist).

Tundsin end sarja korraldades üldiselt hästi, mõned vahepealsed tagasilöögid viisid kohati tuju küll alla, ent pärast antud olukordade analüüsimist võtsin neid lihtsalt õpetliku kogemusena. Usun, et peamised isikuomadused antud projekti eestvedamiseks olid mul olemas: hakkamistahet, avatus, hea suhtlemisoskus, võime suuremat pilti/kontseptsiooni hoomata, empaatiavõime, asjalikkus ning leidlikkus. Antud omaduste sümbioosis kogesin esmakordselt juhi rolli kontserdiprojektis ning õppisin neid omadusi kui väärtusi endas tähele panema. Esile

kerkis ka omadusi, millega pean veel tööd tegema, millest oluliseimad on kannatlikkus ja julgus.

Suurima kogemusena võtsin projektist kaasa kontserdikorralduse erinevate aspektide õppimise ning muusikute kui loomeinimestega koostöötamise. Sooviga enda tööalast tegevust samuti muusikavaldkonnaga siduda, oli „Made“ sarja korraldamine minu jaoks kuldaväärt kogemus!

KOKKUVÕTE

Antud töö kontserdisarja „Made“ loomisest ja korraldusprotsessist on minu loov-praktilise lõputöö kirjalik ja analüütiline osa. Töö annab ülevaate sarja loomisest, kirjeldab ning analüüsib korraldusprotsessiga seotud organisatsiooni, annab ülevaate „Made“ korraldustööst ning vaatest sarja tulevikule ja viimases ehk eneserefleksiooni peatükis analüüsin enda isiklikku arengut.

Kontserdisarja „Made“ loomise idee tekkis vajadusest pakkuda kultuuriakadeemia muusikaosakonna rütmi- ja pärimusmuusika eriala tudengitele professionaalsema kontserdikorraldusega ja suurearvulisema publiku ees esinemisi. „Made“ produtsendina lõin sarjale ning igale kontserdile kontseptsiooni ning vastutasin sarja korraldusprotsessi eest. Olin terve kontserdisarja jooksul tihedas koostöös MO töötajatega, kellega arutasime läbi sarja erinevaid aspekte ning tegime vajadusel muudatusi. 2017/2018 õppeaasta oli kontserdisarja „Made“ esimene hooaeg, mille vältel toimus 4 omapalgelist kontserti, kus lavamuusikuteks õppivad tudengid esitasid viienädalase ansamblitundide tulemusi.

„Made“ on muusikaosakonna seni suurim kontserdisarja vormis produktsioon, mis ühendab kultuuriakadeemia üliõpilasi pea igast osakonnast. Sarja esimese hooaja vältel olid „Made“ meeskonnas lisaks muusikaosakonna tudengitele visuaaltehnoloogia osakonnast valguskujundaja, dekoraator-butafoor ja multimeedia spetsialist ning kultuurharidusosakonnast kultuurikorraldajad. Seekaudu töötas sarja valmimise nimel koos kolm erinevat TÜ VKA osakonda. Ühtlasi tegutses meeskonnas kujundaja ja fotograafina Viljandi Gümnaasiumi õpilane, kes on tegev ka kogukonnaportaalis VLND. Seeläbi ühendas projekt kultuuriakadeemia tudengeid ka noorte linnaelanikega.

Esimese „Made“ hooaja üks eesmäärke oli lisaks kultuuriakadeemia inimestele saada publikusse ka linnarahvast. Sellest eesmärgist lähtuvalt teostasime ka turundustegevust, mis keskendus kohalike elanikeni jõudmisele ehk peamiselt kohalikele kanalitele. Eelneva mõjudel oli „Made“ esimese hooaja sotsiaalmajanduslik mõju peamiselt Viljandi linna keskne. Sari on aga kindlasti potentsiaalikas, esimesel hooajal olid saalid juba täis ehk turundust ka Viljandi linnast väljapoole suunates, on „Made“ sotsiaalmajandusliku mõju kasv kindlasti teostatav.

„Made“ korraldamise käigus kogesin esimest korda peakorraldaja/produtsendi rolli, mis algselt oli äärmiselt põnev, protsessi vältel väga vastutusrikas ning kokkuvõtteks õpetlik ja kogemusterikas protsess. Õppisin endas nägema omadusi, mis juhtpositsioonil tegutsemiseks on vajalikud, kuid samuti ka omadusi, mille arendamisega pean veel vaeva nägema. Õppisin juurde mitmeid erialaspetsiifilisi oskusi, millest mul on juba kasu olnud. Mis aga kõige olulisem, „Made“ sarja korraldades mõistsin, et neli aastat tagasi valitud eriala oli ainuõige valik ning muusikavaldkond tundub olevat ainuõige tulevik.

KASUTATUD ALLIKAD

Ajalugu. s.a. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.

<https://www.kultuur.ut.ee/et/akadeemia/ajalugu>, (6.05.2019).

Alas, R. 2008. Juhtimise alused. Kirjastus Külim.

Alver, A. & Alver, L. 2011. Majandusarvestus ja rahandus. Leksikon. A-L. Tallinn: Tallinna Raamatutrükikoda.

Brooks, I. Organisatsioonikäitumine: Üksikisik, rühm ja organisatsioon. 2006. Tallinn: Kirjastus Tänapäev.

Hein, T. 2004. Strateegilised eesmärgid. Rmt: Organisatsiooni käsiraamat: Kontseptsioonid ja vahendid. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, lk 681-682.

Josing, M., Vahi, T., Lepane, L., Pulver, B., Reiman, M., Orro, E., Niklus, I., Randrüt, S. & Jõekalda, P. 2012. Eesti toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs. Tallinn: Kultuuriministeerium.
https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf, (15.05.2019)

Juhtimine. s.a. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.
<https://www.kultuur.ut.ee/et/juhtimine>, (6.05.2019).

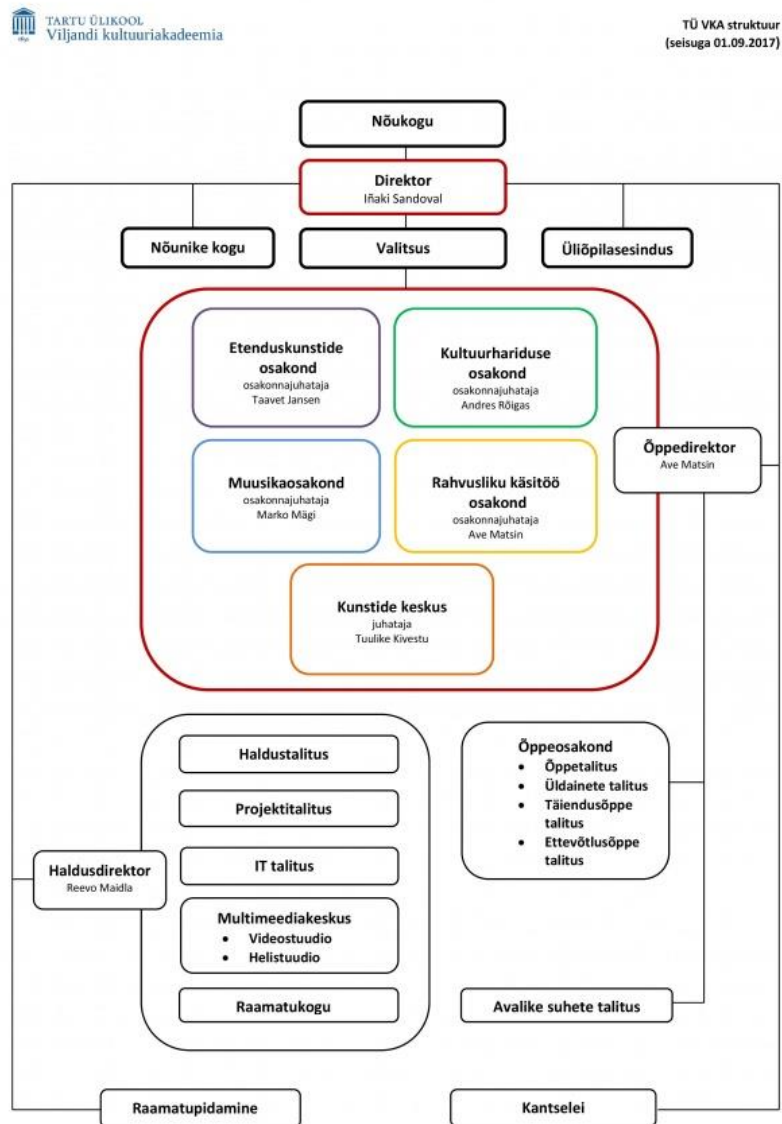
Kolb, B. M. 2005. Kultuuriturundus. Tartu: AS Atlex.

Muusikaosakonna nõukogu. 2007. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia.
<https://www.kultuur.ut.ee/et/muusika/noukogu>, (6.05.2019).

- Müristaja, H. Tarmula, K. 2011. Sündmus- ja koosolekukorraldus. Tallinn: Kirjastus Argo.
- Perens, A. 2001. Projektijuhtimine. Tallinn: Kirjastus Külim.
- Salla, S. 2007. Projektijuhtimine. Praktiline käsiraamat projektide ettevalmistamisest koos näidisprojektiga. Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.
- Scholtes, P. R. 2001. Juhi käsiraamat. Tallinn: TEA Kirjastus.
- Siimon, A. 2004. Orhanisatsiooniõpetus. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Siimon, A. & Vadi, M. 1999. Organisatsioon ja organisatsioonikultuur. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia arengukava aastateks 2016-2022. https://www.kultuur.ut.ee/sites/default/files/www_ut/vkaarengukava2017-2020.pdf, (14.05.2019).
- Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia põhikiri. 2015. https://www.kultuur.ut.ee/sites/default/files/vka/viljandi_kultuuriakadeemia_pohikiri_kehtib_alates_15062018.pdf, (14.05.2019).
- TÜ Viljandi Kultuuriakadeemiast. s.a. Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemia. <https://www.kultuur.ut.ee/et/akadeemia>, (14.05.2019).
- Uverskaja, E. Ja Papp, Ü-M. 2012. Organisatsiooni alusuuring infoauditi läbiviimiseks. [Õpiobjekt]. https://www.tlu.ee/opmat/in/Organisatsiooni%20alusuuring/2_organisatsiooni_olemus_ja_identiteet.html, (15.05.2019).
- Vadi, M. Organisatsioonikultuur ja väärtused ning nendevahelised seosed (Eesti näitel). 2000. Tartu: Tartu ülikooli kirjastus.
- Virovere, A., Alas, R. & Liigand, J. 2008. Organisatsiooni käitumine. Kirjastus Külim.
- Üksvärav, R. 2008. Organisatsioon ja juhtimine. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikooli Kirjastus.

LISAD

Lisa 1 TÜ VKA struktuur



Joonis 1. TÜ VKA struktuur (Allikas: TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia kodulehekülg)

Lisa 2 „Made“ sarja SWOT analüüs

Tugevused	Võimalused
• oskustega inimesed (meeskond) • koolipoolne toetus • kontserdisarja vorm annab võimaluse iga kontserti täiendada ja parandada • Kontserdid on tasuta • Iga kontsert on omanäoline (uued ansamblite koosseisud ja kunstilised lahendused) • sari on osa õppeprotsessist ehk esinejad on alati olemas • sari toimub sügisest kevadeni- hooajavälise nõudluse tekitamine	• folkmuusika populariseerimine • kokkuhoidev kogukond • Viljandi maine loova linnana- selle kinnistamine (seekaudu võimalus linnapoolseks toetuseks)
Nõrkused	Ohud
• kuna tegu on tudengite korraldatava kontserdisarjaga, kus esinevad samuti tudengid, võib oskustest puudu jääda • osakonnasisesene infosulg • kuna on palju ansambleid, siis on ajakava lõhkimine lihtne juhtuma • konsert võib osutuda kuulaja jaoks liiga pikaks	• samal ajal toimuvad teised kontserdid ja sündmused • kooli toetus võib kaduda • professionaalseid kontserdinautlejaid ei suuda rahuldada • sari ei suuda kuulajale enam midagi uut pakkuda (sama vormiga kontserdid neli korda kooliaastas)

Lisa 3 „Made“ № 2 tegevusplaan

Uute koosseisude planeerimine, muusikutele edastamine	9.10.2017- 17.10.2017
Ansamblite harjutusperiood	23.10.2017- 5.12.2017
Meeskonna täiendamine pressijuhi ning lavakujundaja osas, nende ülesannete seletamine ning esialgse plaani paikapane	23.10.2017- 3.11.2017
Turundus sotsiaalmeedias (Facebookis „Made“ sündmusel, „Made“ lehel, TÜ VKA muusikaosakonna lehel, Kultuurisyda Instagramis ja TÜ VKA kodulehel)	13.11.2017-6.12.2017
Ansamblitega jõulukombeid tutvustavate videote filmimine	13.11.2017-3.12.2017
Pressiteadete saatmine, pressiga suhtlemine	13.11.2017-6.12.2017
Plakatite ülespanek Viljandi linnas	20.11.2017
Lavadekoratsioonide valmistamine	20.11.2017-5.12.2017
Dekoratsioonide paigaldamine Pärimusmuusika Aita, KONTSERT	6.12.2017
Pressi järelkajastused, nende jagamine sotsiaalmeedias	7.12.2017-15.12.2017

Lisa 4 „Made“ № 2 eelarve ja selle täitmine

Eelarve ja selle täitmine seisuga 5.detsember 2017.

KULUD						
Rendikulud	Ühik	Ühiku hind (€)	Kogus	Summa (KM-ga)	Täitmine	Rahastaja
Helitehnika rent	päev	435.00	1	435.00	435.00	TÜ VKA omafinantseering
Pärimusmuusika Aida rent	päev	500.00	1	500.00	462.00	Kultuurkapital (Viljandimaa ekspertgrupp)
Kujundustarvikud						
Põhupakk	tk	3.00	5	15.00	15.00	TÜ VKA omafinantseering
CD-plaadid	tk	3.00	100	300.00	300.00	TÜ VKA (plaadid saime MO tudengitelt)
Takunöör	tk	4.00	1	4.00	2.65	TÜ VKA omafinantseering
Tamiil	tk	8.00	1	8.00	6.65	TÜ VKA omafinantseering
Toidukulud						
Pajumäe talu jogurtid	tk	0.65	60	39.00	39.00	Sponsorlus
Vichy vesi	tk	0.39	60	23.40	23.40	Sponsorlus
Töötasud						
Õhtujuht	õhtu	200.00	1	200.00	200.00	Sponsorlus
Helitehnikud	tehnika	200.00	3	600.00	600.00	TÜ VKA omafinantseering
Valgustehnik	h	25.00	9	225.00	153.00	TÜ VKA omafinantseering
Lavakujundaja	h	15.00	20	300.00	300.00	TÜ VKA omafinantseering
Plakati, sotsiaalmeedia visuaali kujundaja	h	30.00	4	120.00	40.00	Sponsorlus
Fotograaf	h	100.00	2	200.00	50.00	Sponsorlus
Turunduskulud						
Plakatite trükk	tk	1.00	25	25.00	17.50	TÜ VKA omafinantseering
			KOKKU	2994.40	2644.20	
			TULEM		350.00	

TULUD	Planeeritud summa	Tegelik tulu
Viljandimaa ekspertgrupp	500.00	462.00
TÜ VKA omafinantseering	1912.00	1829.80
Sponsorlus	582.40	352.40
KOKKU:	2994.40	2644.20

Lisa 5 „Made“ № 4 riskianalüüs

Nr	Tegevus	Oht	Tõsidus/tõenäosus (hindamine skaalal 1-3, kus 1=madal, 2=keskmine, 3=kõrge)	Riski suurus	Ennetav tegevus	Korrigeeriv tegevus
1	Projekti juhtimise alased riskid	Ebapiisav rahastus Kultuurkapitalist	2/3	6	Läbi rääkida muusikaosakonnaga, kas antud kontserdi korraldamine on rahaliselt võimalik ka Kultuurkapitali rahastusega. Kui ei, broneerida varakult mõni odavam/kooli jaoks tasuta esinemispaik.	Kui muusikaosakonnal rahaliselt antud kulutust pole võimalik ise teha, leida kontserdiks uus odavam/tasuta kontserdipaik.
		Kontserdi kontseptsiooni kõikide muusikute mitte jõudmine	2/2	4	Üldiselt kasutuses oleva bändiliidrite süsteemi asemel kasutada seekord ühise meili saatmise meetodit. Koostada selge ning selgitav meil eesootavast kontserdist ning selle kontseptsioonist ja saata see kõikidele osalevatele tudengitele. Kontseptsioon üle rääkida bändiliidritega, et jagaksime ühtset nägemust.	Nii kui kellegi teadmatus ilmneb, välja selgitada milline infoallikas ei tööta (kas pole meili saanud/pole bändiliider teemat bändiga arutanud) ning kohe tegeleda vigase infoallikaga (saata kordusmeil, tõsisemalt rääkida bändiliidritega).
		Projekti juht haigestub vahetult enne kontserti	3/2	6	Meeskonnale antud sarja kontseptsiooni võimalikult hästi avamine ning kontserdipäeval toimuma saava kirjeldamine. Meeskonnale edastada täpne ajagraafik Ugalasse saabumise,	Võtta üks meeskonnaliige, kes tegeleb korraldavate ülesannetega, uurida kas ta oleks nõus minu asemel olema vastutav. Seletada talle kõik vajalikud ülesanded ära, olla telefonitsi

					seal viibimise ning sealt lahkumise infoga. Panna kokku kontserdi memo: mis on tarvis enne kontserti teha, milline on bändide esinemisjärjekord, mis on tarvis pärast kontserti teha.	kontserdipäeva vältel kättesaadav.
2	Sisutegevuse alased riskid	Dekoratsioonide ülespanek hilineb, sellest tulenevalt hilinevad ka heliproovid	2/1	2	Täpselt paika panna graafik, kes kunas Ugalasse saab minna. Meeskonnale meelde tuletada kui oluline on graafikust kinnipidamine, kuna selle arvelt võib terve päeva graafik nihkesse minna.	Alustada heliproovidega õigeaegselt, vabade võimaluste korral või heliproovidega paralleelselt panna üles dekoratsioonid.
		Dekoratsioonid kukuvad kontserdi ajal alla	2/1	2	Kinnitada dekoratsioonid tugevalt ning enne nende üles tõmbamist kontrollida kõik kinnitused üle.	Veenduda ega keegi viga ei saanud, kiiresti transportida allalangenud dekoratsioonid lavalt ära.
		Muusikutel pole võimalust enne esinemist instrumenti häälestada/häält lahti laulda	2/1	2	Ugala Teatriga antud vajadus enne üle arutada. Ruumi saamisel üle kontrollida ruumi sobivus antud tegevuseks. Üle kontrollida ruumi kaugus lavale mineku alast. Ruumi saamisel muusikutele varasemalt kindlasti ära näidata ruumi asukoht ning sinna ja lavale saamise viisid.	Läbi arutades teenindusjuhiga, võtta kasutusele lavale lähim ning sobivam ruum antud tegevuseks.
		Helipult läheb katki	3/1	3	Varuda piisavalt heliproovideks aega, et helitehnika tudengid väga kiirustama ei peaks. Helitehnika juhiga eelnevalt läbi arutada võimalused tehtud heliproovide andmete paralleelseks salvestamiseks mõnele muule seadmele.	Teha heli jooksvalt.
		Elekter läheb ära	3/1	3	Uurida kas Ugalal on varu elektrigeneraatoreid	Kui generaatorite kasutamise võimalust pole,

					või kuidas nad on plaaninud enda etenduste puhul sellise olukorraga tegeleda.	uurida kui paljud ansamblid on võimelised ka akustiliselt mängima. Kui antud arv jääb ikkagi liiga väikseks, teha sotsiaalmeedias ning koha peal viisakas vabandamine ning teatada kontserdi ärajäämisest.
		Saalis on liiga palav/lämbe	2/2	4	Õhutada saali heliproovide vahel ning enne kontserti. Lubada saali teenindusjuhi poolt soovitatud mõistlik arv inimesi.	Paluda kuulajatel saalist vaheajaks lahkuda, õhutada saali. Kontserdi ajal avada võimalikult palju teid saali õhku laskmiseks, mis aga kontserdikogemust ei segaks.
3	Teavitusalased riskid	Sündmuse liiga hiline avaldamine Facebookis	3/2	6	Lua turundusplaan kindlate aegadea. Varem sündmus valmis teha ning lasta automaatselt teatud kuupäeval ja kellaajal Facebooki poolt see avaldada.	Levitada infot intensiivselt, kõikvõimalikes kanalites.
		Pressiteadete hiline	2/2	4	Koostada meediaplaan kindlate kuupäevade, paanitava väljasaateva sisuga ja ka kontaktidega	Kiire reageering, saata info esimesel võimalusel välja, võimaluse korral kontakteeruda ajakirjanikega telefonitsi. Panna rõhk alternatiivsetele kanalitele (sotsiaalmeedia).

Lisa 6 „Made“ № 3 turundusvaldkonna tegevusplaan

MILLAL	SÕNUM	KANAL	KOMMENTAARID
Esimesel võimalusel	Made no3	kuhuminna, kultuurikava, kultuurisober, kultuur.info, + kultuur.ut.ee kalender	Esmane info üles nii kiiresti kui võimalik
5. märts		Viljandi linna FB leht, nädala kultuurikava	Info sündmuste kalendrisse
7./21.märts		Facebook	Sündmus luua
		UT ajakiri	Pressiteade, uurida loo saamise võimalust
		Rada7	Pressiteade
		kultuur.ut.ee	Pressiteade/ uudisnupuke kodulehe paremasse serva
14. märts		Sakala	Pressiteade
18.märts		Kooli ekraanid	Video
19. märts		Koolide meilidele (muusikakõrgkolid, gümnaasiumite huvijuhid, muusikaõpetajad)	Kutse kontserdile
	TÜ VKA (üliõpilasesinduse) ja UT meililistid	Üldine tutvustus+ foto	

		Sakala sündmuste rubriik	Tasuline, kooliga läbi rääkida
20. märts		Facebook (Made leht)	Meeldetuletuspostitus, pildid deko/lava valmimisest
		Instagram	Akadeemia kasutaja alt story'd
21. märts	TOIMUB MADE NO3	Facebook	Live Made lehe alt, mille käigus näidata kontserdi ettevalmistusi. Muusikaosakonna Facebooki lehe kaudu Made sündmuse/ piltide jagamine.
28.märts	Arvustus	Sakala	Viljandi Gümnaasiumi õpilase arvustus

SUMMARY

This paper about the creation and management process of the concert series „Made“ is the written and analytical part of my practical thesis. This paper gives an overview of the creation of the series, describes and analyses the organisation related to the management process and gives an overview of the management of “Made” with a future vision for the series. The last section is about self-reflection where I analyse my personal growth.

The idea of creating the concert series „Made“ arose from the need to offer the students of UT Viljandi Culture Academy’s rhythm and traditional music, the opportunities to perform to a larger audience with a more professional concert organisation. As the producer of „Made“ I created the conception of the series and all of the concerts. I was also responsible for the management process of the concert series. Throughout the concert series, I worked closely with the music department’s staff to discuss various aspects of the series and, if necessary, made changes. The academic year of 2017/2018 was the first season of the concert series „Made“ throughout which, four unique concerts were held, where students who study to become stage musicians, performed the results of five-week long ensemble lessons.

„Made“ is music department’s biggest production so far, which connects the students of Culture Academy from almost every department. During the first season of the series, in the “Made” team, in addition to the music department’s students, were also a light designer,

decorator-props master and multimedia specialist who were from visual technology department and also culture managers from culture education department. That means that three different departments of UT VCA worked together on this series. In addition, a student of Viljandi Gymnasium, who is also an active member of the community portal VLND, worked as a designer and photographer in the team. In this way, this project connected the students of the Culture Academy with young citizens.

One of the goals of the first „Made“ season was to perform to citizens in addition to the people of Culture Academy. To reach that goal, we put the primary focus of our marketing strategy to reach the citizens, using mostly local channels. That resulted in having the most socio-economic impact on Viljandi. „Made“ has definitely potential since the concert halls during the first season were already full so directing marketing to reach further than Viljandi, could result in the growth of socio-economic impact.

Organising the concert series „Made“, I experienced the role of head organiser/producer for the first time, which was extremely exciting and a lot of knowledge and experience was gained throughout this process. I learned to see my characteristics that are needed in the leadership position, but also the characters that I still need to work on. I learned different skills related to my speciality that have already been beneficial. The most important revelation about organising „Made“ series, was realising, that choosing this specialty four years ago was the right choice and working in the music field seems like the right future for me.

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Sandra Audova,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Kontserdisari “Made” 2017/2018”, mille juhendaja on Piret Aus, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Sandra Audova

15.05.2019