

# PRODUTSENDI ÕPPEVIHIK

starman

vabalava

starman

ballo

vabalava.ee



## **SISUKORD**

Theatre Expanded

Sissejuhatus

Produtsent

Ettevalmistus: ideest teostuseni

Eelarvestamine

Tiimitöö

Lepingud ja autoriõigused

Teostus: teostusest esituseni

Turundus ja kommunikatsioon

Aruandlus ja kokkuvõtted

Reisimine ja külalissetendused



## THEATRE EXPANDED

Interregi Kesk-Läänemere programmi kaheaastane koostööprojekt THEATRE EXPANDED, mille läbiviijateks olid Vaba Lava Teatrikeskus ning ja Läti Uue Teatri Instituut, seadis eesmärgiks etenduskunste valdkonna vabakutseliste loojate ja projektiteatrite konkurentsivõime tõstmise ja elujõulisuse suurendamise, kusjuures projekti esimese aasta fookuses oli vabakutseliste teatriproduktsete koolitusprogramm.

Eesmärgiks oli koolitada eelkõige teatriproduktsete, kes teoreetiliste loengute ja praktikumide baasil omandaksid oskusi tuua välja rahvusvahelisi lavastusi ja kaasproduktsetioone.

Koolitus toimus paralleelseselt nii Eestis kui Lätis, kusjuures vastastikküsimisele ka mõlema organiseerija poolt pakutavatel loengutel ja praktikumides. Täpsemalt koosnes produktsetide koolitusprogramm avalikest loengutest laiemale auditooriumile, kus nii välis- kui kodumaised teatriprofessionaalid jagasid teoreetilisi ja praktilisi kogemusi produktseerimisest ning praktilistest töötubadest 16-liikmelisele produktsetioonitüümile, mis valiti välja avatud konkursi baasil. Produktsetikoolitusel osalejad aitasid koos Vaba Lava tiimiga tuua välja kolm rahvusvahelist kaasproduktsetiooni ning samuti osalesid nad nii Lätis toimuvatel loengutel ja töötubades kui praktikantidena rahvusvahelise festivali Homo Novus korraldustöös. Läti Uue Teatri Instituudi poolt organiseeritava produktsetikoolituse osalejad said valikuliselt osa nii Eestis toimuvatest loengutest ja rahvusvahelisest konverentsist „Etenduskunste tulevik: teatrit välja avardamine“ kui osalesid ka Vaba Lava rahvusvahelise kaasproduktsetiooni väljatoomises.

**Eesti programmi koordineerisid:** Vaba Lava juhatuse liige Kristiina Reidolv, välissuhete juht Inga Koppel ja projektijuht Külli Hansen (Estonian Business School), Läti programmi koordinaatorid olid Läti Uue Teatri Instituudi juhataja Gundega Laiviņa, projektijuhid Zane Kreicberga ja Laura Stašān.

**Eesti produktsetikoolitusel osalesid:** Piret Jaaks, Liisa Pool, Grete Nelis, Laura Kvelstein, Siim Lepik, Kristi Rebane, Irina Lygach, Mairi Hüüdma, Roland Laos, Merete Väin, Mirjam Matiisen, Ere Naat, Laura Lisete Roosaar, Liisa Liksor, Viktor Aspel ja Ksenia Kuzmina.

## SISSEJUHATUS

Produktseti õppevihi eesmärgiks on anda ülevaade produktseerimisprotsessi kõigest aspektidest.

See, kas lõpuks lavastus ideaalselt õnnestub või mitte, sõltub väga paljude asjaolude kokkulangevusest – hea idee, õnne, oskuste ning protsessi strateegilise planeerimise tulemusel võib mõnikord sündida imeline tulemus, kuid stabiilse kvaliteedi aluseks on siiski produktseti adekvaatsed protsessi haldamise oskused.

Käesolev õppevihik käsitleb samm-sammult terviklikku lavastuse väljatoomise protsessi produktseti vaatepunktist lähtudes, püüdes sealjuures kirjeldada protsessi üldist loogikat laskumata eriolukordadesse ja detailidesse. Teemade järjestus järgib produktsetiooni väljatoomise ja planeerimise ajalist loogikat, kusjuures iga teema lõpus on viited lisainformatsioonile.

## PRODUKTSENT

*Produktset viib koos oma tiimiga idee lavastuse valmimiseni.*  
/ Helen Cole, Joon Lynn Goh

---

*Produktsetid muudavad piirangud võimalusteks.*  
/ Helen Cole, Joon Lynn Goh

---

*Püüan alati omada selget visiooni, millest lähtuvalt ma tegutsen. Selged sihid tagavad selles valdkonnas pika ja tulemusliku karjääri.*  
/ Matthieu Goeur

Produktset juhivad teose loomise käiku kõigis selle etappides ja aspektides. Ta haldab tervikut, mille moodustab iga tiimiliikme vastutusalasse jääv tegevus. Produktset loob tegevuste ümber tõhusa töökeskkonna ja selle toimimistaristu. Selleks peab produktset mõistma valdkonna eripärasid, ühiskondlikku positsiooni ja toimemehhanisme, sh rahastusvõimalusi. Produktsetil peavad olema teadmised etenduskunsteid ja produktsetiooni väljatoomise protsessist ning toimiv koostöövõrgustik. Oluline on oskus kõiki neid aspekte kunsti loomisel rakendada.

Kõiki vajaminevaid oskusi ja sidemeid arendab produktset töö käigus. Huvi, empaatia ning tunnetus peab aga seesmiselt olemas olema.

Produktset peab olema paindlik, hea stressitaluvusega, strateegilise etteplaneerimisvõimega, oskusega kiiresti reageerida töös ette tulevatele ootamatustele ning olema projektipõhise mõtlemislaadiga, mis eeldab kindlate eesmärkide seadmist ning nende järjekindlat elluviimist.

Oluline on ajaga kaasas käia ja tajuda muutusi, mis kunstivaldkonnas ja laiemalt kogu ühiskonnas pidevalt toimuvad.

Lisaks teadmistele ja oskustele on oluline eneseanalüüs ning selle üsnagi keerulise ja närvesööva tegevuse jaoks motivatsiooni leidmine. Produktsetiooni protsessist peaks aeg-ajalt kõrvale astuma ja hindama kas kõik, mis parasjagu käsil on, on ikka vajalik.

---

*Ma üritan pidevalt endas selgusele jõuda, kes ma olen, millised on need väärtused, mis moodustavad minu kui isiksuse tuuma. Minu väärtustekompleks aitab mul sõltumatu ja vabakutselise produktsetina endale truuks jääda, edasi areneda ning otsuseid vastu võtta.*

/ Helen Cole, Joon Lynn Goh

---

*Ole enesekriitiline ning analüütiline ja sea endale eesmärgiks arusaamine, millises loomeprotsessis sa täpsemalt osaleda soovid. Arvestada tuleb sellega, et esimesed neli-viis aastat tuleb tohtutult tulevikku panustada - 95% tööst põhineb entusiasmil ja vaid 5% kogu panusest moodustab tötötas, mis võimaldab sul ellu jääda.*

/ Helga Baert.

## ETTEVALMISTUS: IDEEST TEOSTUSENI

Ühe lavastuse produktsetiooniprotsessi pikkus sõltub projekti mastaabist ja tingimustest. Suure teatrimaja töökorraldus nõuab kõikidel pikka eelplaneerimise aega, mistõttu esietendused võivad olla paika pandud juba aastateks ette. Projektiteatri puhul võib produktsetiooniprotsess tihtilugu mahtuda vaid mõne kuu pikkusesse perioodi. Festivalide, kureeritud programmide avalike ideekonkursside, rahataotluste vms järgi orienteerudes võib kogu protsess kesta mõnest kuust kuni aastani.

Kõik algab **ideest**, mille algatajaks võib olla ükskõik milline tiimi liige. Iga idee vajab seadmiseks aega, samuti arutelusid ja kriitilist meelt, et idee saaks areneda ja küpseda.

Kunstnikud tunnevad vajadust analüüsida ühiskonna hetkeseisu ja luua tulevikuvisionone - milline on olukord praegu ning millises suunas ühiskond areneb.

Tõeliselt huvitav kunstnik leiab tegelikkuse peegeldamisel isikupärase vaatenurga ning tunneb vajadust seda laiema üldsusega jagada. Samas peab tal olema pidevalt julgust uuendada oma kunstilisi väljendusvahendeid, oma isikupärast `keelt`, et mitte teisi või ennast korrata.

---

*„Kunstniku missiooniks on olla ühiskonna peegelpilt - see on erakordselt tähtis roll, sest vaid vähesed inimesed suudavad jõuda oma argikogemusest suurema üldistusastmeni, tabada ajastu vaimu ning laiemalt inimeseks olemist selles kontekstis. Lõkkav moraal ja väärtustekriis, korruptsioon, halastamatu kapitalistlik mõtteviis, keskkonnaprobleemid, terrorism, immigratsioon sõjakolletest - need on vaid mõned näited laiemast probleemideringist. Kõik need ühiskondlikud valupunkid kokku annavad aga tõeliselt plahvatusohtliku `Molotovi kokteili`, millele vastumürgiks saab olla vaid*

*kunstitöde. Publik tuleb teatrisse, et saada osa sellest kirgastunud nägemusest, sest kõik me vajame inspiratsiooni ning värskendavat vaatenurka vastukaaluks oma rutiinsetele arusaamadadele.”*

/ **Frie Leysen**, Intervjuu "Dinosaurused ja rätsepmeistrid"

---

Lavastusideede kuju andes tasuks arvesse võtta, mida teater või trupp vajab, oskab ja tahab teha, hinnata realistlikult olemasolevaid ressursse, analüüsida mis on ühiskonnas või kultuuripildis oluline, kuidas sobitub uus teos repertuaari ning kas sama temaatikaga tegeletakse juba teistes kooslustes. Kusjuures samad printsiibid kehtivad nii suurtes teatrites kui ka sõltumatute teatritruppide puhul.

Juba ideede genereerimise faasis peaks mõtlema, milline võiks olla lavastuse vorm. Kui idee teostamine sõltub suurel määral konkreetsest faktorist, kas spetsiifilisest ruumist, autoriõigustest, vajalikest tiimiliikmetest vms, tuleb selle kättesaadavuse võimalikkus juba arutelu faasis kindlaks teha.

Kui esialgne kunstiline suund on otsustatud, tuleks see koos asjaosalistega fikseerida. Kokkulepped peavad olema siduvad, et need peaksid vastu kogu projekti vältel. Kirjalikud lepingud tagavad mõlema poole selgepiirilised õigused ja kohustused. Kui projektis toimuvad tootmisprotsessi jooksul muutused, siis räägitakse need üksiklaab läbi ning fikseeritakse.

## EELARVESTAMINE

**EELARVE** on juhtimisvahend. Hästi üles ehitatud ja alati ajakohastatud eelarve annab asjadest kiirelt ülevaate. Kui eelarve dokument koondab endas ka tegevuste täpsemat kirjeldust, vastutajate infot ja muid märkusi, saab seda hõlpsasti kasutada kogu lavastuse väljatoomise protsessi juhtimiseks. Eelarve korrastab mõtteid, seega on selle ülesehitus uniikaalne tööriist nii produtsendile kui kogu lavastustiimile.

	A	B	C	D	E
1	<b>KULUD</b>	<b>SUMMA</b>	<b>KM-ga</b>	<b>Vastutab</b>	<b>Märkused</b>
2	Ruumi rent	0	0	Produtsent	Ruum on omafinantseering
3					
4	<b>TEHNIKA</b>				
5	Valgustehnika rent	1000	1200	Valguskunstnik	Vaja on ...
6	Helitehnika rent			Helikunstnik	Vaja on.... Olemas on.....
7	Lavaehitus				Arvega teenus
8	<b>KOSTÜÜM/REKVISIIT</b>			Kunstnik	
9	Kostüümi materjal	1000	1200		Vaja on ... kostüümi, ...
10	...				
11	<b>TURUNDUS</b>			Produtsent	
12	Trükimaterjalid				
13	Reklaam veebis				
14	<b>MUU</b>				
15	Kontorkulud				
16	Turvateenus ruumi				
17	Transport				
18	Reserv				10%
...					

▪ **Alusta kuludest.** Pane kõik tegevused ja vajadused kirja. Kaks kõige olulisemat ressursi on aeg ja raha. Mõlemat on alati piiratult ehk vähe ning ühte saab reeglina teise arvelt juurde. Pane kirja ka 0 hind ja hinnangulised kulud suurusjärgudena (ümardades suuremaks). Ära unusta sisse arvestamast kõiki vajalikke makse.

▪ **Hoia eelarve tiimis avalik ja jaga vastutust,** sageli tulevad head ideed ja vajalikud kontaktid teistelt tiimiliikmetelt.

▪ **Igal eelarve real peab olema vastutaja.** Samuti peab olema määratud keegi, kes vastutab uuenduste sisestamise eest, sest eelarve muutub kogu aeg.

▪ **Prioriseeri oma kulud.** Ära karda sealt ridu kustutada ja lisada ning kärbi eelarvet, kui seda on vaja. Ära karda loobuda millestki, isegi kui sinna on juba palju panustatud, ent see ei tasu ära. Ära jäta inimeste töötasusid viimaseks.

▪ **Prognoosi tulud.** Ära unusta piletimüügi vahendustasusid kuldesse märkimast.

▪ **Ära jäta eelarvet kauaks ajaks jooksvase miinusesse,** sest hiljem on

veel raskem kärpida. Hoia eelarve tasakaalus.

▪ **Eelarve rida on lukus alles siis,** kui lepingud ja kokkulepped on sõlmitud.

▪ **Eelarvesse peaks alati kirjutama 5-10% reservi.**

**RAHASTUST** otsides tasuks uurida nii riiklikke kui rahvusvahelisi toetusprogramme, stipendiume, kaasproduktiooni võimalusi, erasektori barter- ja sponsortehinguid jms.

Rahastust saab taotleda nii eraisikule (sh stipendiumid) kui organisatsioonile.

Toetusprogrammidel on erinevad prioriteedid ja tingimused, millega tuleks eelnevalt põhjalikult tutvuda. Nii taotluse kirjutamine kui hilisem aruandlus on ajamahukas töö, selleks peab planeerima piisavalt aega.

**TAOTLUSE** projekt peab selgelt vastama küsimustele: miks, kellele, millal ja kuidas. Projekt peab veenma, et planeeritud tegevused sobivad seatud eesmärkide saavutamiseks ning et seotud isikud saavad sellega professionaalselt hakkama. Igal tegevusel peab olema juht või vastutaja. Projekti ajakava ja eelarve peavad olema realistlikud ja kulud vastama kohalikele keskmisele hinnale. Tulemused peavad olema mõõdetavad (x etendust, z külastajat, vms).

**Taotlust kirjutades** on tähtis kasutada õiget vormi ja alustada juhendi põhjalikust lugemisest. Vastata tuleks kõikidele küsimustele ja täita kõik nõutud lahtrid, ületamata etteantud tähemärkide mahtu.

Tekst peab olema liigendatud ja kergesti loetav ning kirjutatud arvestusega, et taotluse hindaja ei ole teemaga ideaalselt kursis.

Detailsem ülevaade sisust ja eelarvest antakse taotluse lisas.

**Eelarves** peavad kulud ja tulud olema tasakaalus. Kulud peavad olema abikõlblikud ehk vastama projekti kirjelduses lubatud kuludele. Tulude alla arvestatakse kõik toetused, piletitulu, sponsorlus ja omafinantseering. Kirja tuleks panna ka bartertehingute (kaupu või teenuseid vahetatakse raha kasutamata) või kaasfinantseeringuga seotud tasuta töötajate panus ning eelarvestada see summadena.

**SPONSORITE** leidmisel tasub otsida ettevõtteid ja organisatsioone, millega on projektil sarnased väärtused. Selleks tuleks tutvuda ettevõtte visiooniga, vaadata mida juba toetatakse ning mõelda kuidas ühiselt uusi väärtusi luua. Saates ettevõttesse pakkumise, vormista dokument, milles on: tutvustus (lühivõtte projektist, eesmärgist ja seosest firmaga), turundusplaan ning sponsorluspakkumine. Kirja eesmärgiks on enamasti leppida kokku koostamine firma esindajatega, kellele projekti lähemalt esitleda, parimal juhul saadakse aga positiivne otsus juba kirjajaliku pakkumuse tulemusena.

**Tutvustus** (1-2 lk) peaks sisaldama projekti põhiinfot (pealkiri, aeg, koht), lühikirjeldust, kes on taotleja ja mis on projekti eesmärk (erilisus, olulisus), seos ettevõttega (ühised väärtused) ja kontaktinfo.

**Turundusplaani** kirjeldamisel tuleks kõik võimalused kirja panna. Turundusplaanis sisalduvat võimaluste loetelu loeb esmajärjekorras enamasti turundustiim. **Sponsorpakkumises** saab välja tuua võimalused ja huvid koostööks, vastavalt panusele. Esimene pöördumine sponsorite poole kujutab endast pigem üldisemat laadi koostööpakkumist, mis ei sisalda konkreetseid summasid.

▪ **Analüüsi kõigepealt oma projekti** püüdes sealjuures mõelda nagu ettevõtte, millele kirjutad – miks võiks see projekt ettevõtet huvitada.

▪ **Anna projekti kohta adekvaatset infot,** tea oma tugevusi ja nõrkusi.

▪ **Ole lihtne, konkreetne ja samas piisavalt inimlik,** et sponsoril tekiks juba pakkumist lugedes sinuga emotsionaalne side. Potentsiaalne sponsor peaks juba kirjeldatu põhjal saama ettekujutuse, et ta sooviks sinu ettevõtet toetada ja talle meeldiks sellel osaleda. Paku huvitavat informatsiooni kõike detailideni lahti seletamata – tekita huvi asjast lähemalt kuulla. Projektiga tutvujal peaks tekkima motivatsioon järgneva koostumiseks.

▪ **Oma projekti kirjelda nagu räägiksid sõbraga** – ära kasuta erialast terminoloogiat.

- **Eesmärkide või probleemide kirjeldamisel pea silmas**, et üldine mulje ei jääks masendav (eriti sotsiaalsete probleemidega tegeledes). Kui probleeme on vaja kirjeldada, siis rõhuta pärast seda positiivseid lahendusi. Sponsor ei taha end üldjuhul negatiivse laenguga projektidega siduda.
- **Pakkumuse maht võiks olla 1-2 lk**, kuid arvesta, et suurtel firmadel tuleb sarnaseid kirju palju. Seega peaks juba algne pakkumine kirjasaajas huvi äratama.
- **Võib lisada pilte**, kui need tõesti illustreerivad midagi olulist.
- **Enne saatmist testi koostatud dokumenti kellegi teise peal** – kontrolli kas kõik on arusaadav, sisuliselt huvipakkuv ja esitatud lihtsast ja arusaadavas keeles.
- **Kui sponsorlusettepanekule pole reageeritud**, helista 2 nädala pärast potentsiaalsele sponsorile tagasi. On küllaltki tavapärane, et kirjale kohe ei reageerita.

Oma projekti ja sponsori panust selles peaks oskama tutvustada liftimüügi stiilis – ca 15–25 sekundit kestva esitlusena. Sellise kokkuvõtte tegemine aitab korrastada mõtteid ning sorav ja veenev lühikirjeldus planeeritavast projektist on hädavajalik ka edaspidi koostööpartneritega suhtlemisel.

**KAASPRODUKTEERIMINE** on kohustuste jagamine partnerite vahel ühe produktsiooni raames. See on kokkulepe kunstniku või kompanii ja teise organisatsiooni vahel. Kaasproduktsioonide puhul pole võimalik rääkida ühest formaadist. Tavad erinevad nii riigiti kui organisatsiooniti.

Kaasproduktsiooni mõte seisneb kulude jagamises mitme osapoole vahel eesmärgiga presenteerida valmivat lavastust sellisel viisil, et kõik kaasprodutsendid oleksid rahul. Teatud juhtudel kaasprodutsent ei kontribueeri finantsiliselt, vaid panustab projekti olemasolevaid ressursse nagu näiteks ruum, tehnika, inimeste töö, turundus jne.

Oluline on eelnevalt kokku leppida autoriõigustest ehk kellele hakkavad kuuluma teose varalised õigused. Ideaalis võiksid need jääda lavastuse peaprodutsendile, mitte kaasprodutsentidele.

**Vaata lisa** - erinevad võimalused toetuste taotlemiseks:

Kultuuriministeerium, Kultuurkapital, Hasartmängumaksu Nõukogu, EAS, Põhjamaade Ministrite Nõukogu, Nordic Culture Fund, Nordic Culture Point, Loov Euroopa, Archimedes, European Cultural Foundation, Interreg, saatkonnad, Goethe Instituut, Prantsuse Instituut, Soome Instituut jne.

## TIIMITÖÖ

Tiimi suurus ja tööülesanded sõltuvad alati projekti vajadustest ja olemasolevatest ressurssidest. Tiimi kooslus, osalejate liitumise aeg ja töö iseloom on alati kokkuleppe küsimus. Väiksemas produktsioonis on tavaline, et tiimiliikmed võtavad endale kas rahalise kokkuhoiu, personaalse huvi või mõnel muul põhjusel lisategevusi ja -kohustusi, mida nende ametinimetust ei kajasta.

Heas tiimis toimub koostöö, st kõik tiimiliikmed tegutsevad ühise eesmärgi nimel. Koostöö üheks oluliseks eelduseks on ühised väärtushinnangud. Vaid sarnaste väärtushinnangute ja tööetika korral kujuneb koostöövõimeline produktsioonitiim. Tiimi tulemuslikkust mõjutavad 3 põhimõtet, millega heas toimivas koosluses ka arvestatakse. **Kuuluvus** – iga tiimiliikmel on võrdne õigus kuuluda tiimi, st kedagi jäeta kõrvale. **Kord ja hierarhia** – tiimis on ühiselt kokkulepitud mängureeglid ja iga tiimiliikmel on oma kindel koht ning roll tiimis. **Tasakaal andmise ja võtmise vahel** – iga tiimiliga annab midagi ja saab ka selle eest vastu.

Otsustamine ja vastutamine käivad käsikäes ehk otsustaja vastutab. Vastutustunde tekkimiseks tuleb meeskonna liikmeid kindlasti kaasata otsustusprotsessi. On loomulik, et tiimi liikmetel on esilekerkivates küsimustes erinevad arusaamad. Kõiki osapooli rahuldav otsus on konsensuslik, milleni jõudmiseks on vaja ära kuulata kõigi osaliste seisukohad ja argumentid. Selleks on hea kasutada nn jutupulga meetodit, kus kordamööda saab igaüks oma seisukohti väljendada ja teised samal ajal kuulavad. Ühise eesmärgi seadmisel on väga oluline konsensuslik otsus,

mis on eelduseks kõigi järgmiste sammude planeerimisel ja fikseerimisel.

**Produtsent** – juhib idee tervikliku teostumiseni. Sealjuures pole olemas ühest kirjeldust produtsenditööst, sest iga projekt on unikaalne ja seega on ka töö iga korral erinev. Palju sõltub produtsendi enda huvidest ja oskustest – on neid, kes keskenduvad peamiselt tehnilisele produktsioonile, ja samas ka neid, kes on lavastajale tugevad partnerid just kunstilistes küsimustes.

---

*Peame pöörduma tagasi põhilise juurde. Kõige olulisem on siiski kunstnik, kes teab kõige paremini, mida ta oma nägemuse elluviimiseks vajab. Produtsendi roll on kunstnikku toetada ja aidata tal oma plaane ellu viia. Kunstnikul võivad projektist sõltuvalt olla erinevad vajadused - ta võib vajada dramaturgi abi või saada lihtsalt tagasisidet; ta võib vajada kaasprodutsenti, abi lisarahastuse leidmisel jne. Kõige olulisem oleks, et produtsent oleks alati kunstniku kõrval olenemata sellest, kas projekt sujub hästi või on tekkinud lahendust vajavad probleemid. Produtsendil peab olema hästi arenenud empaatiavõime. Vaid siis, kui produtsent on südamega asja juures, suudab kunstnik oma potentsiaali täielikult avada.*

/ Frie Leysen

---

Produtsent räägib tiimiliikmetega läbi, millised on nii tema enda kui kõigi protsessis osalejate rollid ning töötingimused antud produktsioonis. Hea juht on liider, kellel on kaugeleulatuv visioon ja usk sellesse, mida ta teeb. Oluline on arvestada, et erakordselt oluline on tiimi liikmete omavaheline suhtlemine, seega sisekliima hoidmine on üks produtsendi olulisemaid ülesandeid. Produtsent loob töökeskkonna ja on tiimile eeskujuks.

---

*Lähtu oma sisetundest isegi kui sa iga kord ei suuda ratsionaalselt mõista või teistele seletada, miks mingid sammud on olulised. Mõttele oma peaga ning ära lase end heidutada teiste, kaasa arvatud autoriteetide arvamusest. Loobu oma mugavustsoonist. Kui sa ennast usaldad, läheb kõik soovitud suunas. Ainut sina ise tead, mis on oluline ja mis mitte.*

/ Frie Leysen

---

▪ **Delegeeri valdkondi, mitte ülesandeid.** Produtsendi ülesanne on hallata suurt pilti, detailid on iga valdkonna eest vastutava tiimiliikme käes. Tee endale lihtsalt selgeks iga valdkonna toimemehhanismid. Leia endast targemad sinna, kus endal teadmisi napib. Ära püüagi olla valdkonnajuhtidest targem.

▪ **Leia tiimis optimaalne suhtlemise viis ja struktuur.** Pane info liikuma.

▪ **Kokkulepped fikseeri nõnda, et sellest jääb maha kirjalik märk.** Rääkige need tiimis pidevalt üle. Kui kokkulepped on olemas, anna inimestele ka tööd.

▪ **Kohtuge regulaarselt ja tekitage tööruutiinid.** Ära ei tohiks unustada ka projekti jätkutegevusi.

### TIIMI LIKIMED:

**Lavastaja** – loob lavastusele terviklahenduse.

**Koreograaf** – loob lavastuse kontseptsiooni ja/või liikumise.

**Dramaturg** – teksti autor, kirjandusala nõunik, adapteerib proosateoseid teatri jaoks, töötab koos lavastaja ja trupiga ühisloomingu loomisel ja kirjapanekul.

**Esitajad** – näitlejad, tantsijad, etenduskunstnikud, muusikud, tsirkuseartistid jt.

**Turundusjuht** – lavastuse turundamine, kokkulepped kujundajate, trükikodade, reklaamide paigaldajatega jmt.

Kommunikatsioonijuht - pressiteadete koostamine, kokkulepped meedias, sotsiaalmeedia jmt.

**Müügijuht** – piletimüük ja -korraldus.

**Lavastuskunstnik** – loob lavakujunduse, rekvisiitide ja kostüümide kontseptsiooni. Väiksemate projektide puhul on tavapärane, et kunstnik realiseerib kõik rekvisiitide, kostüümide ja lavakujunduse lahendused.

**Rekvisiitor** – hangib või teostab vajaminevad rekvisiidid lavastusele, töötab koos kunstnikuga, et leida kunstilisele visioonile sobivad lahendused. Väiksemate projektide puhul tegeleb sellega kunstnik ise.

**Grimmikunstnik** – loob lahenduse, mille tulemuseks on tegelase visuaalse väljenduse rõhutamine, karakteri loomine ja rolli välise lahenduse teostamine.

**Heli-, video-, valguskujundajad** – loovad lavastusele heli-, video- ja valgustehnilised lahendused. Tihti on nad väiksemates projektides ka tehnikute rollis. Tehnikajuht – tehniliselt nõudlikumate projektide puhul on mõistlik võtta tiimi tehnikajuht (tehniline produtsent). Enamasti on tehnikajuht kaasatud algusest peale, andes nõu projekti tehniliseks teostamiseks.

**Pealavameister** – juhib lavatehnilist tiimi, koordineerib lavadekoratsioonide ohutu monteerimise, etenduseaegse liikumise, demonteerimise lavaplaani järgi jmt. Vastutab dekoratsioonide ladustamise eest. Koostab lavaplaani ja planeerib vajaminevad ressursid.

**Intspitsent** – etendusjuht vastutab, et esinejad, lava, kostüüm, rekvisiit jne on etenduseks valmis.

**Valgustehnik** – valgustehniliste lahenduste ülespanek ja etenduse valgustehniline teenindamine. Väiksemate projektide puhul on valguskunstnik ja valgustehnik enamasti ühes isikus.

**Helitehnik** – helitehniliste lahenduste ülespanek ja etenduse helitehniline teenindamine. Väiksemate projektide puhul on helikunstnik ja helitehnik enamasti ühes isikus.

**Videotehnik** – videotehnika ülespanek ja etenduse tehniline teenindamine. Väiksemate projektide puhul on videokunstnik ja videotehnik enamasti ühes isikus.

**Lavameister** – tagab lavakujunduse ja dekoratsioonide paigalduse. Suuremate produktsioonide (sh suurte teatrimajade) puhul on tiserid, lukksepad, elektrikud kõik eraldi töökohad.

**Rigger/pürotehnika/stunt** – tagab eritehnika ja trikkide turvalisuse laval.

**Kostüümiala töötajad** – rätsepad, kostümeerijad, õmblejad, pesijad, triikijad jt.

**Publiku- ja klienditeenindus** – tegeleb etenduspaigas piletimüügi ja publiku juhatamisega.

#### Vaata lisa:

Kutsestandardid etenduskunstide tugiteenustele (Teatriliiit).

## LEPINGUD/AUTORIÕIGUSED

Loometöoga kaasnevad alati **autoriõigused**. Soovides mistahes teost kasutada, on selles vaja autoriga kokku leppida ja see kokkulepe fikseerida autorilepinguna.

**Teoseks teatris** on lavakujundaja, koreograafi, lavastaja ja valguskunstniku töö, muusikaline kujundus, arranžeringud, kujundusgraafika ja illustratsioon, draamatekst, fotod jms. Lisaks kõik vaheetapid ja -versioonid. Lavastus, mis põhineb juba varem olemasoleval tekstil, on tuletatud teos ja ka seda kaitseb autoriõigus. Samad reeglid kehtivad ka improvisatsioonilise teose puhul.

**Teoseks ei loeta:** idee, meetod, teooria, rahvalooming jms. Kokkuvõtvalt võib öelda, et kaitstakse vormi, mitte ideed.

**Autor** on teose loonud füüsiline isik. Kui teos on loodud mitme autori poolt ning teose osad on teineteisest lahutatamatud, on tegemist ühisautorlusega. Kaasautorlus on siis, kui teose osad on autonoomsed.

Esitajale tekivad **esitajaõigused**, sh dirigendile, muusikule, (nuku)näitlejale, lauljale jt.

Selleks, et kasutada autori teost, on vaja autori luba. See vormistatakse autorilepinguga. Autoriõiguse moodustavad autori isiklikud ja varalised õigused.

**Autori isiklikud õigused** on autorist lahutatamatud ehk seadus ei luba neid üle anda loovutamise teel. Autorust kaitstakse igavesti ehk autori nimi jääb alaliseks kaitstuks. Muu hulgas on autoril õigus teose puutumatusele, õigus teost täiendada ja selle kasutamise peatamisele või oma nime eemaldamisele. Autoril on õigus teada, kes ja mida täpselt tema teosega teeb.

**Varalisi õigusi** on autoril võimalik loovutada (ehk müüa) või anda ajutiselt kasutada litsentsi kaudu. Kui autori õigusi teostab esindusorganisatsioon, siis tuleb õiguste saamiseks suhelda ainuld vahendava organisatsiooniga.

Varalisi õigusi saab autor loovutada või litsenseerida kogumina või igapäev eraldi. Nende alla kuuluvad õigused teose reprodutseerimisele, levitamisele, avalikule esitamisele, tõlkimisele, kohanduste tegemiseks (arranžeringud, adaptatsioonid jms), üldsusele näitamiseks, edastamiseks ja kättesaadavaks tegemiseks, kogumike koostamiseks.

Töösuhetes loodud teose varalised õigused lähevad üle tööandjale.

**Esitajal** on samuti nii isiklikud kui varalised õigused. Esitaja saab litsentsi kaudu anda varalisi õigusi oma loomingi salvestamiseks, selle edastamiseks ja kättesaadavaks tegemiseks jms. Kui autori puhul võivad varalised õigused üle minna tööandjale, siis esitaja puhul see ei kehti – kui tööandjaga pole sõlmitud lepingut, milles lepatakse kokku teisiti.

Kollektiivi puhul on võimalik varaliste õiguste esindamisõigusi anda edasi esindusorganisatsioonile (näiteks kooriga seotud MTÜ vms), kus kollektiivi juhil on õigus pidada läbirääkimisi. Eelkõige puudutab see suuri sündmusi, kus tuhandete esitajatega ei ole võimalik individuaalseid läbirääkimisi pidada.

**Luba ei pea küsima** tsiteerimise puhul. Teost võib autorit teavitamata ja autoritasu maksmata tsiteerida vaid motiveeritud mahus ning kui see on minimaalne osa, mis on esitatud uues vormis ja kontekstis. Kui vorm langeb kokku ja kasutatakse esialgset konteksti ja/või on tegemist pike-ma kokkulangeva lõiguga, siis rakendub autoriõigus.

**Vaba kasutamine** on lubatud seoses õppetöoga. Õppetöös teose näitamine on aga mitteametlik sündmus, mida ei tohi reklaamida ega millele ei tohi pileteid müüa.

**Autoriõiguse kehtivuse** kaotanud teoste puhul tuleb veenduda, kas teose tõlkijal võib olla kehtiv autoriõigus. Üldreeglina kehtib autoriõigus 70 aastat pärast autori surma. Kui teos on loodud ühiselt, siis kehtib autoriõigus 70 aastat pärast viimasena elus oleva autori surma. Esitajaõigused kehtivad 50 aastat pärast esmakordset esitamist.

Autorile makstava tasu suurust mõjutavad planeeritud lavastuse mängukordade arv, saali suurus, pileti hind jpm. Esindusorganisatsioonidel on olemas hinnakiri.

#### Vaata lisa:

Autor.ee, Autoriõiguse seadus, Intellektuaalomand.com, Eesti Teatri Agentuur, Eesti Autorite Ühing, Eesti Esitajate Liit, Eesti Näitlejate Liit.

**AUTORILEPING** sõlmitakse autoriga teose kasutamise eesmärgil, millega kasutaja saab endale kokkulepitud varalised õigused. Leping sõlmitakse olenemata sellest, kas tegu on teosega, mis on juba olemas või mis alles valmib.

Lepingus fikseeritakse mis teosega on tegu (vorm, maht, nimetus jms), mis õigused üle antakse, kuidas teost võib kasutada ja mis territooriumil, kas antakse õigus all-litsentsiks, lepingu kehtivuse tähtaeg ning teose kasutamise aeg ning tasu maksmise viis.

Autoril on võimalik oma varalised õigused kas loovutada või anda kellegi kasutusse ajutiselt. **Litsentsileping** sõlmitakse juba olemasoleva teose ajutiseks kasutamiseks. Eelnimetatule lisaks märgitakse ära litsentsitüüp. **Lihtlitsentsi** puhul on autoril õigus igal ajal sama teose litsentsi anda ka teistele kasutajatele. **Ainulitsentsi** puhul on lepingus määratud ajal ja territooriumil litsents ainult ühe kasutaja käes ning autoril endal puudub õigus sel ajal teost ise kasutada.

**Uue teose** tellimise puhul rakendub võlaõigusseaduses töövõtu kohta sätestatu, sest tegu on teenuse osutamisega. Seda teenust võib autor osutada läbi ettevõtte, FIE-na või eraisikuna. Viimasel puhul fikseeritakse

se autori tulu palgatuluna kui võlaõigusliku töövõtu-, käsundus- või muu lepingu alusel saadud töö- või teenustas.

Uue teose kasutamise tingimused tuleb aga eraldi kokku leppida ja autorilepingus fikseerida.

**Õiguste loovutamise** lepinguga antakse varalised õigused tagastamatult üle.

**TÖÖ- JA TEENUSELEPINGUD** tagavad selged ootused ja kohustused. Korrektnel leping maandab riske ja fikseerib osapoolte vastutuse. Kvaliteetse teenuse pakkuja valmistab enamasti lepingu ise ette.

▪ **Sõlmi lepingud vormis, millest jääb maha jälg** ja mille saad hiljem tões-tuseks välja võtta.

▪ **Arve ei ole leping** ning sinna märgitud tingimused on siduvad vaid siis, kui dokument on allkirjastatud.

▪ **Teostega seotud lepingute puhul mõtle enne hoolikalt läbi**, mida sa teosega teha soovid ning mis tingimustes sa selles osas autoriga kokku lepid. Kasvõi mõne kujunduse tellimisel on oluline kokku leppida, kas sul on õigus seda hiljem müüdavatel toodetel kasutada, kujundust veidi muuta vmt.

▪ **Lepingud sõlmi kõikidele teenustele**, mille lisaks sisse ostad, sh toitlustus, tehniline ehitus vms. Fikseeri kindlasti tingimused ohutusele ja osapoolte vastutus.

▪ **Ära unusta arvestada eelarvesse makse:** lepinguliste töötasudega kaasnevaid makse, käibemaksu, tulumaksu erisusi, maksustatavaid erisoodustusi. Erandid maksunduses on näiteks mitteresidentide puhul. Maksuvabad on loometöötoetused ja stipendiumid, sj järgi stipendiumi määramise tingimusi.

#### Vaata lisa:

Maksukalkulaator, Maksu- ja Tolliamet, Justiitsministeerium/litsentsilepingud, Võlaõigusseadus.

## TEOSTUS

Teostus peab aitama visioonil jõuda parima tulemuseni lähtudes realistlikust ja optimaalsest eelarvest. Pole ühte õiget teostuse ahelat, mis iga projekti puhul samaväärse tulemuseni viiks.

Idee ja ruum on üldjuhul tehnilise lahenduse loomise eelduseks. Tehniline produktsioon algab ruumist. Seejärel saab kirjutada projektile eelarve ning koostada ajakava ja tegevusplaan.

**Aeg ja ruum** määravad edasise produktsiooni käigu.

Esietendusele ja teistele etendustele tuleb leida sobiv aeg hooajas, sj jälgi kultuurisündmuste kalendrit. Kui sobivad kuupäevad on olemas, saab fikseerida mängupaiga.

**Mängupaiga** valikul tuleks lähtuda ideega seotud tingimustest - kui lavastus nõuab lavatorni ja nõõripõõningut, siis ei ole seda võimalik blackboxis teha; blackboxi pole mõtet proovida tekitada klassikalisele teatrilavale. Väga palju määrab see, kas huvipakkuv ruum on teatritegemi-seks või üleüldse avalikeks sündmusteks ettenähtud või mitte. Viimasel juhul tuleb kohalikul omavalitsuselt saada avaliku ürituse korraldamise luba ning tagada kõik nõõtud tingimused.

Kui ruum on uus, siis tuleks kõigepealt teha selgeks selle tehnilised võimalused. Teatritel on oma saalide kohta olemas kõik vajalikud tehnilised joonised. Kasutades ruume, mis nõõuvad erilahendusi, tuleb lavastaja, heli-, valgus- ja lavakunstnikuga läbi rääkida, mis teavet neil ruumist vaja on.

Enamasti on vaja ülevaadet järgnevalt:

**Ruumi suurus** – laius, kõõgus, süõgavus, kuju, sissepääõud, maksimaalne publiku arv.

**Tehnilised võimalused** – mis on kohapeal olemas heli- ja valgusteh-

nikast; milline on saali tehniline lagi ja kas sillad liiguvad või mitte; mis raskusi sillad kannatavad; kuhu on võimalik kinnitada ja kui suuri raskusi; eritehnika kasutamine (tossumasinad, pööõrdlava jms); ruumi elektrisüs-teemid ja kilpidest tulev vool; ruumi põõrand, sh kinnitusvõõimalusega või mitte jne.

**Publikuala** – istekohtade arv, paigutuse variandid.

**Abiruumid** – lavatagune ala, garderoobide asetus, pesemisvõõimalused jne.

Uute ruumide puhul on kindlasti oluline omanikuga fikseerida lepingus, mida tohib ruumis muuta ja mis tingimustel. Arvestada tuleks sellega, et sündmuse ohutuse eest vastutab korraldaja, mitte ruumi omanik.

**Kavandid.** Pärast esialgsete tingimuste selgumist tuleks tiimis läbi aru-tada lavakujunduslikud visioonid ja võõimalused. Iga valdkonna juht arvutab seejärel välja ligikaudsed teostuse mahud ja eelarved, teeb joonised, an-nab tellimis- ja tootmisajad. See puudutab kõõike: dekoratsioon, kostüüm, heli, valgus, video, grimm, rekvisiit, püõrotehnilised ja stunt-lahendused jne. Kavandid lepatakse ühiselt kokku ning kinnitatakse. Muutused pärast seda tuleks ükshaaval läbi rääkida. Alustatakse dekoratsioonide, ko-stüümi, heli, valguse, video, grimm, rekvisiidi loomisega.

**Ajakava** koostamisel on tihti lihtsaim kasutada tagurpidi arvestust ehk alustada esietendusest ning liikuda ajas tagasi. Peale tiimi kokkusaamist, kokkulepete ja lepingute sõõlmimist, vajadusel autoriõõiguste saamist muudele teostele, on projektile võimalik tekitada täõsem teostamise ajakava. Mõõnel juhul määrab tegevuste ajakava eelarve koostamine, sh taotluste täõhtajad. Lisaks suunab ajakava repertuaariplaan ja projektitiimi ajagraafik ning ettevõõtmise keerukus.

Kõõigile tegevustele tuleks varuda aega. Selleks, et ajagraafikutest oleks kasu, tuleb neid jagada kogu tiimiga.

**Kommunikatsiooni- ja turunduskava** tuleks võimalikult vara läbi mõõelda seades endale kindlad eesmäõrgid. Ajakavas tuleks arvestada ajakulu kõõikidele tegevustele ning mõõelda läbi, mis tegevused teineteisest ot-seselt sõõltuvad. Aega võõtab turundusmaterjalide kujunduste valmistamine ja trüõkk, piletimüõgi sisestus, (pressi)tekstide ja postituste kirjutamine, pressiga suhtlemine, jms.

**Proovigraafiku** koostamisel peaks koos lavastajaga paika panema proovisaali- ja suure lava, kostüümi-, heli- ja valguse ning lavatehnilised proovid, pildistamised eelreklaamiks jne. Selleks on vaja teada tiimiliik-mete ja ruumide ajagraafikuid.

Proovisaali ja lavaproove arvestatakse üõldjuhul kokku miinimum 40 ehk lavastuse väljatoomise protsess kestab vähemalt kaks kuud.

Vahetult enne esietendust on tavaks teha läbimõõngud (minimaalselt 3 katkestusteta läbimõõngu) ning kontrolletendus publikuga.

**Tehniline teostus.** Produtsent võõiks olla kursis peamiste tehniliste võõimalustega, et lavastusprotsessis kaasa rääkida ning neid mõõjutada. Detailidesse laskuvad iga valdkonna spetsialistid ise. Lihtsamate projek-tide puhul saab produtsent ise tehnilist juhtimist teha, eeldusel, et tiimis suudavad kõõik oma valdkonna tehnilised nõõdmised teostada. Keerulise-matel juhtudel tuleks kaasata eraldi tehniline juht, kes leiab nõõdlikele ideedele teostatavad lahendused ning viib need turvaliselt ellu. Protsessi jooksul tuleks ajakohastada kõõik joonised ning koostada tehniline raider.

**Lavaehituse** järjekord ja selleks kuluv aeg sõõltub lavastusest. Oluline on teada milliseid tegevusi saab teha vaid teatud järjekorras ja planeerida töõd vastavalt. Iga valdkonna eest vastutav tiimiliige peab selleks edas-tama oma töõks vajaliku ressursikulu.

- Laadimine enne ja pärast etendust
- Publikuala ehitamine
- Valguse riputamine
- Heli-, video- jm tehnika ülespanek, tehniline proov
- Põõranda teipimine (tantsupõõrand)
- Lavakujundus, rekvisiidid
- Valguse suunamine, valgusproov
- Grimm, kostüüm esitajatel



- Proov esinejatega
- Pileti- ja kavamüügi korraldus
- Koristus enne ja pärast etendust

**Ohutuse tagamine** peab olema prioriteet. Üks asi on materiaalne kahju, mis võib õnnetuste tagajärjel tekkida. Märksa rängem on aga emotsionaalne kahju kõigile asjaosalistele.

Ohutuse nõuded sõltuvad jällegi projektist ja etenduspaigast. Publiku vastuvõtmiseks ettenähtud paikades peavad ohutusnõuded olema paigas. Etendustegevuseks mitte ettenähtud ruumides tuleb kohalikust omavalitsusest taotleda avaliku ürituse luba. Loa saamise protsess juhendab ruumide, tuleohutuse, evakuaatsiooni, prügikorralduse, esmaabi, tualettide korralduse, parkimiskorralduse ning rahvahulkade liikumise vms peale mõtlemist vastavalt oma projekti eripäradele.

Vajadusel tuleks mõelda turvateenuse peale, mille olemasolu võib samas kahandada tehnikarendi hindasid.

Ohutuse tagamiseks on mõistlik pidada nõu tehnikarendi firmadega. Hetkel puudub Eestis ohustusteemaline põhjalik juhend.

#### Vaata lisa:

Jaan Mikkel juhend, Täienduskoolitus: suursündmuste ohutus.

## TURUNDUS/ KOMMUNIKATSIOON

*Sa oled sidekriipsu publiku ja kunstniku vahel.  
Ilma selleta ei pruugi nad kunagi kohtuda.  
/ Frie Leysen*

---

Turundus ja kommunikatsioon on lavastusprotsessi osa. On paratamatu, et kommunikatsiooniga alustades on lavastus ise alles kujunemisejärgus ning seetõttu saab lavastust kommenteerida vaid üldistes kategooriat-est, sest detailides on sisu esietenduseks enamasti muutunud. Esimene sihtgrupp on olemasolevad fännid, kes usalduse (kas teatri maine vms) pealt alati pileteid ostavad. Lavastusprotsessi vältel muutub kommunikatsioon järjest täpsemaks ja detailsemaks.

Kui töö proovisaali jõuab, tekivad esimesed fotod, mis aitavad kommu-keerida emotsioone. Turundustekstide loomisel saavad aidata lavastaja ja dramaturg. Kommunikatsiooni visuaalse poolega saavad tööle hakata disainer või kunstnik.

Pärast esietendust on lõplikult selge, mida lavastus endast kujutab ja siis on võimalik juba uute tekstide, piltide ja videote kaudu lavastust vaata- jale põhjalikumalt tutvustada ning jõuda nii laiemale auditooriumini.

---

*Kui proovid läheneda lihtsalt 'tavapublikule', ei jõua sa kuhugi.  
Tuleb otsida väiksemaid huvigruppe.  
/ Matthieu Gondry*

---

*Pole mõtet teha lavastust võimalikult laiale vaatajaskonnale.  
Ürita kõnetada väiksemaid huvigruppe.  
/ Matthieu Gondry*

---

- Hoiatav kommunikatsioon lihtne ja selge, ära kaota temaatilist fookust ega hägusta sõnumit ebavajaliku informatsiooniga.
- Lavastuse kommunikatsioonist peab selguma, kes on reklaami tellija ja millist sõnumit soovitakse edastada.

- Kommunikatsiooniteksti sõnum ja ülesehitus peavad vastama sihtgru- pi ootustele.

- Otstarbekas on lavastust turundada teatriprogrammi laiemas kontek- stis, mitte pelgalt üksiku sündmusena.

- Mõttele koostöös kunstnikuga ja disaineriga läbi kommunikatsiooni vis- uaalne pool, sh plakatid, logod jms, et see täidaks sinu kommunikatsiooni eesmärgi.

- Kontakteeru ise ajakirjanikega ning paku välja teemasid meediakajas- tusteks, selle asemel, et jääda ootavale positsioonile. Samas võib vahel olla hea avaldada teatud tekste just oma kanalites, et lugejate voog enda juurde tõmmata.

- Ära alahinda oma publikut.

**Sotsiaalmeedia** peab olema auditooriumile huvitav ja ajakohane. Konk- reetse lõppeesmärgi seadmine annab kätte suuna, kuidas sotsiaalmeed- iat lavastuse kommunikatsiooniks kasutada. Vastavalt soovitud tulemusele ja projektile tuleks valida sobivad kanalid, sest igal neist on oma spetsiifika – vahendades ihaldusväärset elustiili, paljastades eksk- lusiivset infot, tutvustades telgitaguseid jms.

Oluline on tunda kanali toimemehhanisme ja algorütme. Sotsiaalmeed- ia platvormid uuenevad metsiku kiirusega, seega on neid teadmisi vaja pidevalt uuendada. Vastavalt platvormide eelistatud sisule saab luua enda kommunikatsiooni- ja turundusplaani. Tuleb leida sobiv aeg posti- tamiseks, mil planeeritud sihtgrupp on kohal. Erinevates kanalites peaks sisu olema erinev, kuid alati kvaliteetne ja sihtgruppi arvestav.

Kasutada tuleks ühiskonnas juba õhus olevaid teemasid, kui need lavas- tuse sõnumiga haakuvad.

**Piletimüüki** võib teostada kas läbi vahendusfirma või iseseisvalt. Vahen- dusfirma eelis on asjakorralduse lihtsus ning teatud juhtudel lisaväärtus turunduskanalina. Samas on sellel teenusel oma hind ja selle kuluga peab eelarves arvestama. Piletitulu läheb eelarves kirja nagu iga teine tulu. Olles piletit müüva ettevõttena käibemaksukohustuslane tuleb käibemaksu suhtuda sarnaselt muude teenuste ja asjade ostmise ning müümisega. Piletit müües peab ostja saama vastu pileti, mis on num- merdatud, tõestades tema õigust antud üritusele sisse saada või ürituse mittetoimumise korral korraldajalt piletiraha tagasi nõuda.

Ise pileteid müües peab piletiblankettide raamat piletinumbritega olema raamatupidamises fikseeritud.

#### Vaata lisa:

Raamatupidamise seadus

## ARUANDLUS JA KOKKUVÕTTED

Projekti lõppedes tuleb teha kõik nõutud toetuste aruanded. Samuti tul- eks kokkuvõttes teha enda jaoks ning fikseerida lavastus tehniliselt, et seda oleks võimalik hiljem vajadusel taastada.

**Raider** fikseerib lavastuse. Tehniline raider on moodapääsmatu festival- idele, kuraatoritele jt, kellel on vaja saada ülevaade lavastuse olemusest ja selle tehnilistest tingimustest. Samal ajal aitab raider kaardistada lavastust ka korraldajale endale ja fikseerida see edaspidiseks, kui lavas- tus tuleb taastada.

Lavastust statsionaarist välja viies on sisuliselt raider kui tehniline lep- ing. Lavastuse vastuvõtjaga tuleb raider läbi arutada ja kinnitada. Pärast kinnitamist tuleb vajaduste muutused vastuvõtjaga kindlasti üle rääkida.

Raideri koostajal on vormi suhtes vabad käed, sest kindlat kuju sellele et- tenähtud ei ole. Küll tuleks jälgida, et ülesehitus oleks võimalikult lihtne, selge, lühike ja täpne. Vajadusel tuleks selgitada pikemalt erilahendusi. Lisa lõppu mõned pildid, mis annavad hea ettekujutuse sellest, milline peab lava välja nägema.

Levinud vajadused, mis raideris ära märgitakse:

- Lavastuse info** – pikkus, vaheaeg, keel, tegijad, lühikirjeldus, kontakt;
- Heli** – mikofonid, kõlarite tüüp, arv ja asetus, pult (+ joonis);
- Video** – ekraan, projektor, mahamängija, pult (+ joonis);
- Valgus** – valgusplaan, tehnika (+ joonis);
- Eriefektid** – tossumasin, laser, pürotehnika;
- Lavakujundus** – lavaasetus, aksid, dekoratsioonid, poodiumid (+ joonis);
- Riputusvõimalused** – läbimõõt, kandvus, vahed, manuaalne/automaatne, kiirus, lae kandvus, talade paiknemine jne;
- Personal** – lavameistrid, tehnikud, eriefektid, keda on vaja kohapeal appi;
- Tiim** – tiimi suurus, kes tulevad lavastusega kaasa;
- Riietusruumid** – vajadused ehk kaugus, suurus, mis seal peab olema, sh triikimine, pesemisvõimalused vms;
- Aeg** – laadimiseks, ehituseks, proovideks;
- Laadimine** – kui on suuri dekoraatsioone vms, veendu, et need mahuvad sisse;
- Vastuvõtmine** – transport, toitlustus, vesi, rätikud, triikimisvõimalused, pesupesemine jne.

Selgelt tuleks eristada see, mis tuleb lavastusega trupil kaasa ja mida on vaja vastuvõtja käest.

Joonistena tuleks raiderisse lisada valgus-, heli- ja lavakujunduse plaanid. Ka siin pole üht kindlat viisi nende tegemiseks. Oluline on, et joonis oleks võimalikult selge ning tingmärkide legend raideris kirjas.

## REISIMINE JA KÜLALISSETENDUSED

*Lavastajate ja produtsentidena on meie huviorbiidis kogu maailm, mitte ainult Euroopa või Põhja-Ameerika. Kuigi see mõte oma mastaapsuses võib tunduda algul heidutav, võta see suhtumine omaks.*  
/ Frie Leysen.

---

Kui plaanitakse lavastust mängida teistes etenduspaikades, siis oleks otstarbekas sellega juba produtseerimisprotsessi alguses arvestada. Valmis tuleb olla kompromissideks. Näiteks on autoritel õigus mitte nõustuda pakutud tingimustega, kui vastuvõtja ei suuda tagada samaväärset teostust. Jälgida tuleks ka seda, kas autoritega tehtud lepingud vajavad äiendavaid läbirääkimisi, kuna õigused said sõlmitud esimese etendamisperioodi tarbeks.

Reisides Euroopa Liidust välja, võib tekkida vajadus viisade jms järgi. Kui kaasa tuleb võtta tehnikat, kostüüme, rekvisiite jms, siis aitab protsessi lihtsustada **ATA märkmik-kaubapass**. See vabastab ekspordidokumentide täitmisest lähteriigis ning tollidokumentide vormistamisest sihtriigis.

### FESTIVALID

Lavastus satub festivalidele nii avalike konkursside kaudu kui korraldajate poolt otse festivalile kutsumise teel. Korraldajate valik langeb neile, kellega kunstiline ühisosa on kõige suurem. Festivali perspektiivis on selleks näiteks sobivus festivali teemaga, profiiliga, kohaliku publikuga, jms. Festivalidele kandideerides tuleks seda arvesse võtta ja teha tööd leidmaks sobivaid festivalid oma lavastuse jaoks. Suur osa sellest tööst, nii programmeerijate kui produtsentide poole pealt, toimub networkingu käigus.

### VIITED

Frie Leysen 2016. Dinosaurused ja rätsepad. Intervjuu Grete Nellisele – Sirp 11. märts.

Florian Malzacher, Matthieu Gondry, Helen Cole, Joon Lynn Goh, Helga Baert, mõtted Theatre Expanded raames antud loengutest.

### THEATRE EXPANDED LOENGUD

#### Rahvusvaheline (kaas)produtseerimine

Thomas Frank, brut Vienna  
Helga Baert, Hiros

#### Produtseerimine Eestis, protsessijuhtimine ja meeskonnatöö

Kaarel Oja  
Asko Talu

#### Eelarvestamine

Reigo Kuivjõgi  
Toomas Peterson

#### Rahastamisvõimalused, (välis)projektide kirjutamine ja -juhtimine

Kristiina Reidolv  
Priit Raud  
Küllli Hansen

#### Tehnikajuhtimine (valgus-, heli- ja videotehnika, lavatehnika ja dekoratsioonid)

Alo Puustak  
Priit Mikk

#### Turundus, autoriõigused ja publiku kasvatamine

Urmas Villmann  
Paul Aguraiuja  
Andres Laasik  
Kathrin Tiedemann, Düsseldorf Forum Freies teater

#### Sotsiaalmeedia, autoriõigused ja lepingud

Taavi Tammperre  
Marko Lõhmus

#### Teatrieksport, festivalide ja showcase'ide korraldamine

Kristiina Reidolv, Madli Pesti, Thomas Frank, Priit Raud, Paul Piik, Per Ananiassen (Bastard-festival ja Avant Garden teater, Trondheim), Sandra Lapkovska (Homo Novus festival, Riia), Liisi Aibel, Märt Meos, Paul Aguraiuja

#### LÄTI:

Frie Leysen, Matthieu Gondry, Helen Cole, Joon Lynn Goh, Florian Malzacher

Theatre Expanded toimus Interregi Kesk-Läänemere 2014-2020 programmi raames.

**Produtsendi õppevihiku koostaja:** Grete Nellis

**Kujundus:** Refleks



