

Tallinna Ülikool

Tallinna Ülikooli üliõpilaskonna maskott EKSMATI bränd

ELU projekti portfoolio

Juhendajad: Toomas Sääs, Mart Soonik

Tallinn 2022



Sisukord

Sisukord

Sisukord	2
Sissejuhatus	4
Grupp 1: Eksmati Brändiloo	5
Projekti eesmärk ja lähteülesanne	5
Probleem	5
Sihtrühm	6
Tegevusplaan	6
Tegevuskava	7
Täpsem ajakava	9
Loovstrateegia	11
Reklaamsõnumi kujundamine	12
Tulemus	13
Järeldused ja analüüs	13
Grupp 2: Eksmati meened	15
Eksmati meenete rühma lähteülesanne	15
Tegevusplaanide loomine ja kirjeldus	15
Lõpptulemusele ja hinnang	19
Grupp 3: Eksmati fotolavastused ja Eksmatit tutvustav reklaam	22
Lähteülesanne	22
Tegevusplaanide loomine ja kirjeldus	22
Täpsem ajakava	22
Lõpptulemus ja hinnang	23
Illustreerivad näited	23
Fotolavastuste töötabel	23
Reklaamklippide töötabel	25
Grupp 4: TV saate formaat	26
Eksmati TV-seriaali formaadi rühma lähteülesanne	26
Probleem	26



Sihtrühm	26
Lõpptulemusele ja hinnang	27
Rühmalikmete refleksioonid	29



Sissejuhatus

Eksmati on Tallinna Ülikooli üliõpilaskonna maskott - suur ja turske antropomorfiline hunt, kõikide tudengite hingeloom, muhe sõber, sportlik eeskuju ning vahel parim motivatsioon noore üliõpilase elus. Rebased õpivad kärmelt, et Eksmatiga nalja ei ole, sest präänikud sõi ta juba eelroaks ära ja piitsa asemel teeb ta akadeemilise sanitari tööd.

Projekt viiakse läbi koostöös Tallinna Ülikooli Üliõpilaskonnaga. Eesmärgiga üliõpilaskonna maskott Eksmatist selge ning äratuntava brändi loomine.

Projekti eesmärk on ellu äratada ning populariseerida Tallinna Ülikooli Üliõpilaskonna sümbol ja maskott nimega Eksmati.

Projekt koosneb järgmistest osadest:

- uurimistöö populaarsete maskottide brändi loomest ja nende kasutamisest turundusvahendina
- Eksmatit tutvustavate uute tekstide ja brändiraamatu loomine
- fotosessioon ülikooli kampses uue Eksmati kostüümiga
- Eksmatit tutvustavate reklaamklippide ideede väljatöötamine ja teostus
- ideede kogumine meeskonna siseselt ning TLU üliõpilaste ja töötajate seas eriliste ning silmapasivate meetode loomisel Eksmatist
- meetode väljatöötamine kavandi või prototüübi faasini

Projekti alguses moodustati neli gruppi, kus üliõpilased said ise valida, millise grupiga tööle hakatakse. Grupid olid järgmised:

- Brändiraamat (CVI)
 - o Liikmed: Karolin Linamäe, Aksel Kams, Tiina Porgand, Mailis Ostra ja Mari Hairk
- TV-saate formaat
 - o Liikmed: Kaspar Rumm, Kristi Tirmaste, Mihkel Matkevicius, Helle Rudi, Chrisanne Prei, Cecilia-Martina Mägi, Magnar-Stig Virgo ja Timo Kiirend
- Fotolavastused ja Eksmatit tutvustav reklaam
 - o Liikmed: Andreas Jõesaar, Merilin Ilustrumm, Getriin Koplímäe, Tuuliki Suder, Gristi Villem ja Eva Pajusaar.
- Meened
 - o Liikmed: Timo Talvik, Angela Kattel, Heria Lampp, Anne Adler ja Karina Parbo.

Portfoolios mainitud lisadega saab tutvuda siin:

<https://drive.google.com/drive/folders/1cDduqADIZVhw3uvgdSTPl9qwseLRUTQn?usp=sharig>

Grupp 1: Eksmati Brändiloome

Liikmed: Karolin Linamäe, Aksel Kams, Tiina Porgand, Mailis Ostra ja Mari Hairk.

Kuna Timo ja meenete grupp on juba ammendavalt avanud disainmõtlemise (design thinking) olemust, siis siinkohal seda dubleerima ei hakka – loomulikult on see igasuguse kratiivse probleemilahendusprotsessi aluseks.

Sissejuhatuseks ja pisut ka meie Brändigrupi lähenemist (ja eesmärke) avamaks toon ära ühe (küllap tuntud) tsitaadi:

“Your brand is what other people say about you when you’re not in the room.”

/ Jeff Bezos /

Sarnane on olnud ka meie eesmärk – luua graafiline sümbol, mis kommunikeeriks Eksmati poolt esindatavaid väärtusi ka siis, kui teda ennast just antud hetkel “toas” ei ole.

Projekti eesmärk ja lähteülesanne

Luu TLÜ Üliõpilasesinduse maskott Eksmatile tema füüsilist kehastus ja tegevusi toetav ning kommunikeeriv visuaalne graafiline (kahemõõtmeline) sümbol ja eristuv visuaalne identiteet. Eesmärgiks muuta hetkel mõnevõrra hajus ja tihti varju jääv Eksmati ning tema funktsioon eristumaks ja tema sõnumid selgemaks. Tuues seeläbi ka Mati ise tudengitele lähemale ja ning muuta ta kõiki TLÜ tudengeid kaasavaks ja liitvaks tegelaseks.

Probleem

Eksmatit on vaid üks ning paratamatult ei ole tema enda füüsiline kohalolek alati võimalik.

Seega on vajadus graafilise sümboli: märgi – logo (embleemi) järele, mis esindaks Matit ja edastaks Üliõpilasesinduse nign Mati sõnumeid: uudiseid, üleskutseid ja infot erinevate ürituste ja sündmuste kohta nii plakatitel, flaieritel kui online meedias.

1 „Sinu bränd on see, mida teised selle kohta räägivad siis, kui Sina oled lahkunud”.



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks

5



TALLINNA ÜLIKOO



Sihtrühm

Suures plaanis jaguneb sihtrühm kaheks:

Esmatasandil on antud sümboli nn tarbija TLÜ Üliõpilasesindus ning tema sõnumite kaudu sekundaarsena kogu TLÜ tudengkond.

Tegevusplaan

Tegevusplaan koosnes kokkuvõtlikult erinevatest tööetappidest:

- 1) Esmalt sai kaardistatud Eksmati brändilooma kontseptsioon, taustsüsteem ja *bränd persona*.

Vaatlesime maskotilooma - hundi olemust ja tähendust mitmel tasandil:

HUNT > Üldine sümboolne tähendus ja konnotatsioonid erinevatel tasanditel:

1) Eesti rahvapärismus:

Eesti rahvusloom alates 2018 > olulisel kohal eestlaste elus ja pärimustes aegade algusest.

Vahur Mikita:

“Imseft pole läänemeresoome aladel ühtegi teist looma, kes oleks mõjutanud loodusmaastike kujunemist, aga ka inimeste keelt ja kultuuri rohkem kui hunt. Hunt on olnud meie raba- ja metsamaastike valitsejaks sadu ja tuhandeid aastaid, samavõrra oluliseks on ta tõusnud ka meie esivanemate keele- ja meeleruumis. Osava kütina on hunt kontrolli all hoidnud suurte robusööjate arvukust ja kujundanud seeläbi kaudselt ka soome-ugri maastike metsarohket välisilmet..”

Hundi tähtsus eestlaste elus:

- Puutumatu looduse sümbol > “hundimaastikud”
- Kultuur > nii rohkearvulist pärimust ei ole siinmail tekkinud mitte ühegi teise liigi kohta ei looma ega taimeriigis > lisaks ussi ja karusõnadele tunti ka hundisõnu.
- Lingvistiline vägi: keeld metsaelajat “hundi” nimega kutsuda = ca 500 eufemismi: susi, metsaline, hallkuub, kasuka-andrus, kriim, kõrvekutsikas, lambaisand, metsahall, metsakoer, metsakoll, metsasaks, sorusaba, metsavilu, vagatalleke, vanahall, vanahull, vanajulge, põõsatagune, vanatõlkam, võsavillem, kriimsilm, püha jüri kutsikas, pajuvasikas, metsatõll hallsaks, kasukakäis, lambavaras, metsakoer, mustsuu, nahknina, õgilõug, oruoinas, soosolgutaja...
- Seotud väljendid: hundiseadus, hundiisu, hundipass, hundijutt ja hundiratas. Veebruar (mõnikord ka jaanuar) = Hundikuu.



2) Hunti iseloomustab:

- lojaalsus
- pere ja sõprus
- tiimitöö
- kaitsev ja kokkuhoidev
- metsikus ja vastupidavus
- vabadus
- intuiitsus ja erakordne sotsiaalne intelligentsus
- mängulisus ja uudisihimu

See on baas, millel põhineb ka Eksmati olemus – ja võib vist nõustuda, et meie Eksmatil on vägagi imposantne sugupuu ja esivanemad. Lisaks tõstab Eesti rahvuslooma positsioon ta koguni omamoodi kohalikku aadlistaatusesse...

Tegevuskava

Töötasime välja Eksmati brändiloompeamised lähtekohad graafilise sümboli loomiseks ning seejärel sai praktilise töö käigus loodud nendel põhinev graafiline sümbol.

Järgnevalt ülevaade sisulisest kontekstist ja tööetappidest:

a) Eksmati kui brändi struktuur

Nimi: liitsõna EKS + MATI, mille:

- Esimene pool: EKS (osaliselt ka teine) tuleneb sõnast “eksmatrikuleerima”, mis samas ei ole antud konteksti negatiivses tähenduses (väljaheitmine koolist) vaid positiivses: eksmatrikuleeritakse tudengid ju ka peale õppetegevise (edukat) lõppu;
- Teine pool: MATI tuletatud TLÜ (TPI) kunagise – ilmselt ka Eksmati sünniaega jäänud (2001 - 2006) rektori, nimest (Mati Heidmets). Lühidalt ja omemehelikult kutsutakse Eksmatit mõnikord ka lihtsalt “Mati”.

Kui traditsioonilise brändi puhul on oluline (selleks, et oma lugu selgelt ja eristvalt kommunikeerida) üks, fikseeritud legend (story), siis antud juhul on iseloomulik just see, et Eksmati pakub (nö raamistiku) kõigile (igale õppesuunale) võimaluse oma lugu Matiga seostada ning ta seeläbi ta “omaseks, lähedaseks ja meieomaks” muuta. Ning nagu ka rahvapäringute puhul siis tõeline väeloom ja sümbol ongi kahe-suunalise tähendusloomega.

b) Eksmati brand persona:



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINNA ÜLIKOOL

- 1) Oma juurte ja päritolu teadvustamine - hundi väärikas sugupuu, staatus ja positsioon eestlaste elus ja kultuuris on midagi, mida Eksmati oma kõigis tegevustes meeles peab ja väärtustab
- 2) Spordilembeline, aktiivseid eluviise hindav, ei ütle ära ka paarist-kolmest värskendavast õllest peale väsitavat trenni või intensiivset loengupäeva
- 3) Intelligentne ja sotsiaalne tegelane, kes (hundile omaselt) “januneb uute teadmiste ning haritud keskkonna järele” ja eelistab endale võrdväärset seltskonda.
- 4) Alati positiivne ja stressimaandav
- 5) Otsekohene ja aus, mitte seljataga hambaid näitav.
- 6) Omab filmogeenilisust ja omajagu edevust nõ “staarigeeni” – alati valmis poseerima ja erinevates projektides kaasa lööma.
- 7) Õige loom rebaseid hirmutama – humoorikas ja mitte liiga akadeemiline
- 8) Küberneetiline ja animatsooniline tulevikkuvaatav olemus > innovaativsus ja uudishimu, valmisolek uuteks ja põnevateks väljakutseteks.
- 9) Tõeline väeloom, kes (rasketele hetkedel) võimestab ja oma olemasoluga uut jõudu annab edasi liikuda.

Seega on EKSMATI:

uudishimulik, õpihimuline ja eksperimenteeriv;

abivalmis sõber; kambajõmm ja semu;

lustiv ja seltsiv vigurivänt;

vapper ja otsekohene;

kirglik sportlane ja piduloom

Eksmati on **ALATI KÄPP!**

c) Lähtekohad visuaalse sümboli loomiseks:

Brändiloomes peamistest aspektidest lähtuvalt oli meie eesmärk luua märk - sümbol, mis parimal moel kommunikeeriks Eksmati olemust ja vastaks professionaalsele logole esitatud nõudmistele nii eristavuse, lihtsuse kui reprodutseeritavuse osas.

Leidsime, et kuna MASKOTI näol on tegemist juba hundi (Eksmati) kehastunud olekuga, siis dubleerivalt hundi (figuraalset) kujutise graafilise sümbolina kasutamine ei olnud põhjendatud.

Lähtuvalt Eksmati väga lõovast, lakoonilisest ja rõõmsast ning optimistlikust sloganist “Alati käpp” valisime selle ka oma sümboli visuaalse kontseptsiooni lähtekohaks ning otsustasime rajada oma graafilise sümboli “hundi käpajälje” motiivile – lähenemine, mis võimaldab parimal moel luua professionaalsele logole esitatud nõudmistele (KISS – printsiip)² vastava visuaalse sümboli.



Ka loob just see visuaalne esindus kõige vahetuma seose Eksmati slogani ning seeläbi ka maskoti endaga. Võimaldades lisaks tänu oma (märgilisele) lakoonilisusele hõlpsa ja igas kanalis (ka minimaalsetes mõõtmetes) eristuva, äratuntava ning kvaliteetse reprodutseeritavuse ja Eksmati sõnumite selguse.

Kaudselt võib selle visuaali läbi edastatud infot, ettevõtmist või üritust tõlgendada kui Eksmati “tempel” > Mati poolt (käpajäljega) kinnitatud ja heakskiidetud (Approved by Eksmati!).

Oma kreatiivsetel (disainlahendustele keskenduvatel) aruteludel ja kohtumistel keskendusime tööprotsessis erinevatele KÄPA graafilistele vormistustele, selle brändistrageegiliselt põhjendatud värvi ja vormivalikutele.

Mitmete erinevate variantide läbitöötamisel leidsime, et põhjendatud on:

- 1) Lihtne ja laiapõhjaliselt reprodutseeritav embleemilaadne graafiline lahendus
- 2) Värvigamma osas otsustasime lakooniline, samas jätkusuutliku ja eristuva must-valge kombinatsiooni kasuks.

Täpsem ajakava

Tegevus	Tähtaeg
1. Grupi loomine & esmane info	08.10.21
2. Kooli sümbolika kasutamise seonduvate reeglitega tutvumine (font, logo, Eksmati kujutamine jms) Info kogumine hilisemaks kasutamiseks.	10.10.21
3. Maskoti taustateksti kirjutamine.	10.10.21
4. Meenete grupiga visuaalide jagamine & esimene kohtumine	13.10.21
5. Meenete kujundus/disain. ajurünnak. 6. (näiteks logode, elementide ja loosungite kasutus, visandamine)	

7. Vahenädala esitlus	18.10.21 kell 11-13
8. Tekstid visuaalide juurde	06.12.21
9. Kohtumine - Vaatame visuaalid üle, mis silma jäid, mida saab edasi arendada	01.11.21
10. Kujunduse ja disaini kooskõlastamine teiste gruppidega.	jooksvalt
11. Sümboli kujundus/disain praktiline digitaalne teostamine. Failide ettevalmistus(digitaalne joonistamine, töötlemine).	jooksvalt
12. Disaini tehniline teostamine, vajalikud formaadis ja suuruses failide koostamine. (erinevad formaadid, mis leiavad kasutust meenetel, flyeritel, raamatutes, digifailidel etc).	jooksvalt
13. Raamatu küljendus ja kokkupanek	07.01.22
14. Dokumendifaili koostamine koos vajalike failidega ja juhistega. - CVI	-
15. Isikliku osa koostamine portfooliosse.	-
16. Isikliku Refleksiooni koostamine.	07.01.22
17. Elu projekti portfoolio koostamine.	02.01.22
18. Elu projekti esitlus	12.01.22



Loovstrateegia

Oluline on arvestada, et liiga agressiivne reklaam võib tihtipeale soovitud vastupidiselt mõjuda ning tõugata inimesi eemale. Reklaam peab olema eristuv, lihtsalt loetav, esteetiline ning tähelepanu köitev.

Tuntust aitavad tõsta reklaamplakatid, kus on kasutatud Eksmati logo ning mille disain on analoogne teiste väljapandavate esemete või reklaamidega. Kindlasti peab reklaam olema lahendatud kunstiliselt tabavalt ning silmapaistva pealkirjaga. Kõige paremad asukohad on reklaamplakate jaoks kohad, kus potentsiaalsed „kliendid“ kui ka praegused üliõpilased ning õppejõud peatuvad kõige rohkem.

Nendeks on bussi- ning trammipeatused. Lisaks ka ühistranspordi sees. Need asukohad on tihtipeale sellised, kus inimene on oodates talle endale teadmata sunnitud ümbruskonda rohkem jälgima.

Reklaame peab üles panema strateegilistesse piirkondadesse. Enamus uusi üliõpilasi tuleb gümnaasiumist ning sellest tulenevalt peaksid eelkõige mehitatud olema erinevate gümnaasiumite läheduses olevad reklaampinnad.

Autoga liiklejale on kõige parem paigutada reklaame valgusfooride lähedusse, kus kehtib sama tõde, mis jalgsi liikuvale inimesele. Ajaviiteks hakkab inimene automaatselt ümbruskonda uurima. Samuti töötavad suuremat parklad ning tanklate läheduses olevad reklaampinnad.

Reklaamide käekiri peab olema sarnane eelnevalt tehtud reklaamidega. Sellel viisil tunnevad inimesed aastate jooksul brändi ära ka ilma postrile paigutatud logo või ülikooli nimeta. Värvilahendus ning font peavad vastama eelnevalt kokkulepitule.

Sihtrühm – Turundustegevus tuleb määrata sihtgrupi vajadustest lähtuvalt. Toode peab olema suunatud inimesele, kes on huvitatud ülikooli astumisest. Vastupidiselt talitades ei täida reklaam oma eesmärki.

- a) Esiteks tuleb määrata tarbija vanusekategoriat. Vanus peab olema võimalikult täpselt paika pandud, et reklaam oleks efektiivsem.
- b) Potentsiaalse kliendi elukoht. Linnas ning linnast väljas elavate inimestele võib reklaam mõjuda erinevalt.
- c) Mis kasu saab inimene, kes näeb antud reklaami ning astub ülikooli? Igal ülikoolil on oma eriline väljund.
- d) Tuleb välja selgitada kliendi mure.

Sihtrühma kirjeldus – Gümnaasiumi lõpetavad abiturientid Tallinnas, kes peagi alustavad ülikoolis õpinguid, kuid pole kindlad eriala ning ülikooli valikus.



Reklaamsõnumi kujundamine

Vastavalt eelpool mainitule peab reklaamsõnum olema eristuv, lihtsalt loetav, esteetiline ning tähelepanu köitev. Reklaami tegemisel tuleb arvestada, millist meediakanalit sihtgrupp kõige enam kasutab. Reklaami näitamise sagedusel tuleb arvestada sellega, kas toode on uus või tuntud. Peab jälgima kui palju on konkurente ning milline on nende tegevus. Reklaami sagedust mõjutab ka sõnumi keerukus. Keerulisemat sõnumit korratakse rohkem ja lihtsamat sõnumit vähem.

Põhilised etapid:

- a) eesmärk
- b) sihtrühm
- c) eelarve
- d) sõnum
- e) reklaamikanal
- f) reklaamivahend
- g) ajagraafik

Kujunduse pidepunktid:

- a) Tähelepanu haarava pildi kasutamine
- b) Sama fondi kasutamine
- c) Isiksuse sümbol
- d) Mõjuv pealkiri
- e) Puhas disain
- f) Eksmati ning Tallinna Ülikooli logo

Tulemus

Projekti tulemusena oleme loonud TLÜ maskott Eksmatile visuaalse sümboli, mis põhineb põhjalikul taustsüsteemiuringul ja eesmärgipärasel kontseptsioonil, mis võtab arvesse kõiki professionaalsele logole esitatud nõudmisi.

Töö lõppvormistus koosneb:



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks

12



TALLINNA ÜLIKOO



- 1) Eksmati logoloome taustsüsteemi kaardistamine, kontseptsiooni loomine ja graafilise sümboli sisuliselt põhjendatud lähtekohtade väljatöötamine (vt eelnevad punktid)
- 2) Eksmati lugu (Story): retrospektiiv ja perspektiiv
- 3) Graafilise sümboli vormingud ja Brand Manual, mis sisaldab:
 - a) LOGO arhitektuur: graafiline ülesehitus:
 - b) Logo värviline reprodutseerimine
 - c) Logo minimaalne lubatud reprodutseerimissuurus

Järeldused ja analüüs

Tegemist oli kõigi jaoks improviseeriva ja põneva väljakutsega ja loodame, et meie töö (koos meenetegrupi suurepärase panusega) leiab edaspidi ka laiemat kõlapinda ning rakendust TLÜ Üliõpilasesinduse poolt.

Aitab maskott Eksmati tudengitele lähemale tuua ning seeläbi ka kogu tudengkonna seas tugevamat ühtekuuluvustunnet ja positiivselt jõustavat energiat luua.

Grupp 2: Eksmati meened

Liikmed: Timo Talvik, Angela Kattel, Heria Lampp, Anne Adler, Karina Parbo ja Timo Kiirend.

Eksmati meenete rühma lähteülesanne

Meenete rühma lähteülesandeks oli TLÜ Üliõpilaskonna maskott Eksmati tegelaskujule luua brändi toetav meenete kogum. Valim mis aitaks edasi kanda Eksmati tuntust, jätkusuutlikkust ning esemete kasutajatel tekitada ühtekuuluvustunnet. Soov oli anda Üliõpilaskonnale tööriistad, millega edasi töötada ja mille abil tulevikus valikuid teha.

Käesoleval hetkel ei ole Eksmatil oma brändiga seonduvaid meeneid, mis aitaksid edasi kanda Üliõpilaskonna koostegemise rõõmu ja meeleolu. Projekti üks lähteülesandeid oli täita meenete puudumise tühimik. Luua kingituste sari, mida reaalselt Üliõpilaskond kasutama hakkab.

Lisaks määras meenete grupp endale kohe projekti alguses eesmärgiks mitte lähtuda soovist tellida ja jagada suures mahus kasutuid esemeid, vaid leida need kingitused, mis on täpselt ja kalkuleeritult valitud. Lööklauseks sai „Soov on pakkuda nodi, mis ei oleks sodi!“.

Tehniline eesmärk oli luua dokumentide kogum juhiste ja failidega:

- Milliseid meeneid kasutada
- Kuidas meenetel sümboolikat kasutada
- Vajalikud tehnilise vektor- ja PDF failid meenete tellimiseks.
- Valik tarnijaid kes on võimelised soovitud tulemust teostama.

Käesoleva töö tulemusena on TLÜ Üliõpilaskonnal hea ja lihtne tellida õigeid meeneid. Neil on olemas kõik tehniliselt vajalik ja saab olla kindel, et kingitused lähevad päriselt kasutusse.

Tegevusplaani loomine ja kirjeldus

Pärast ühise pilveruumi loomist sai loodud tõenäoliselt üks olulisemaid dokumente ehk „Kodukord“ - selle dokumendi pidid kõik rühmeliikmed läbi lugema ning kinnitama oma nõustumist rühmas loodud reeglitega, luues nii kogu rühma siseselt ühise arusaama edasistest tegudest, kohustustest ja reeglitest. Lisaks selle sai loodud dokument nimega „info“, kus leidus kõigi rühma liikmete kontaktid ja olulisemad lingid kogu projektiga seonduvalt. Kõike eelneva järel asusime looma tegevusplaani.

Tegevusplaani loomise eel sai tutvutud mitme disainiprotsessi mudeliga (inglise keeles: Design Thinking model) . Mitme sarnase mudeliga tutvumise, läbitöötamise ning analüüsimise tulemusena valmis tegevuskava, mille leiab altpoolt. Lihtsustatud mudelil oli märkimisväärne fookus eeltööl ja uurimisel.

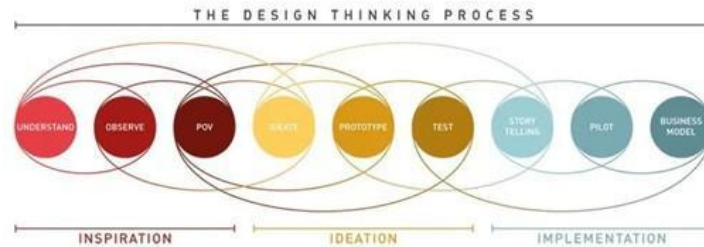


Disainiprotsessi mudelid on mitmeid. Neid on välja töötanud nii suured kompaniid, kui ülikoolid. Sellest tulenevalt oli põhjust uskuda, et nendel mudelitel loodu tegevusplaan toimib ja on usaldusväärne.

Erinevate mudelite nimed ja näited:

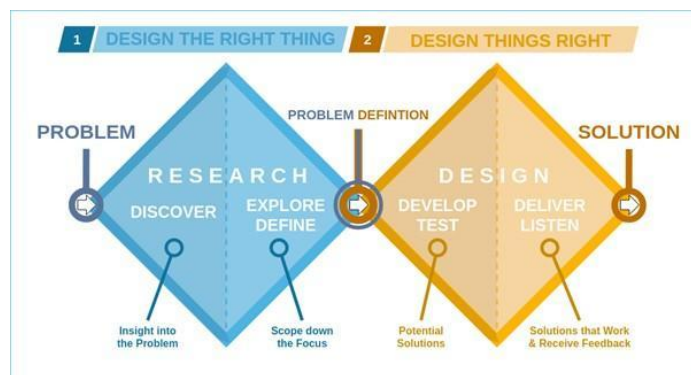
1) Stanford D. School Design

Thinking model



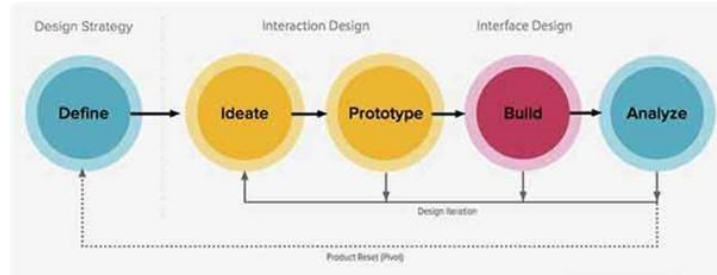
Kooli koduleht: <https://dschool.stanford.edu/>

2) The Double Diamond Diagram by the Design Council



Wiki Link: [https://en.wikipedia.org/wiki/Double_Diamond_\(design_process_model\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Double_Diamond_(design_process_model))

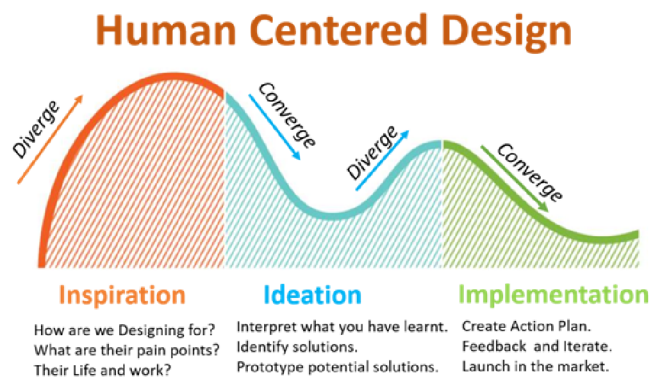
3) The Google Design Sprint Process



Selgitav link: <https://medium.com/pm101/design-sprints-at-google-85ff62fed5f8>

4) IDEO Human Centered Design

Mode



Wiki Link: https://en.wikipedia.org/wiki/Human-centered_design

Tegevusplan sai suures plaanis valmis juba projekti alguses, kuid jäi kogu projekti vältel dünaamiliseks ning sinna liideti, võeti ära ja muudeti pidevalt tegevusi. Tegevuskavas on kokku üle 30 erineva tegevuse ja sellega saab täpsemalt tutvuda siit lingilt:

<https://docs.google.com/document/d/1Sk2qJaOjwjydT8ym6BsqbJDq2m4SSiNTci7ZFH19hCM/edit?usp=sharing>

Tegevuskava, täiendub pidevalt.

ELU projekt: Tallinna Ülikooli üliõpilaskonnas maskott EKSMATI bränd

Juhendajad: Toomas Sääs ja Mart Sõnnik

Grupp "Meened"

Üliõpilased: Angela Käibel, Hele Lamp, Anne Adler, Karina Parbo, Timo Tavik

Teguvus	tähtaeg	vastutaja	kommentaar
1. Grupp siseste reeglite loomine.	10.10.21	Timo Tavik	Koostatakse kõigi grupi liikmetega Gruppöö
2. Tegevuskava valmistamine, jatkavalt muutmine	10.10.21	Timo Tavik	Kõik grupi liikmed jälgivad ja teevad silma peal ning vajadusel kommentaarid FB vestluses.
3. Meene ideede korje.	17.10.21	Kõik	hääletuseviis kõigile grupi liikmetele. Ido lisatakse vastavasse kausta
4. Pärast Eksmati tutvustava teost kättesaamist, visuaal viisandite korje.	17.10.21	Kõik	hääletuseviis kõigile grupi liikmetele pool (Tutvustava kaustas Eksmati Bränd)

Küsitluse tulemus:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wDUKAjwuCRK6PKWypGQp4_-RpTrSPWzknSQS3Xn8zaE/edit?usp=sharing

MEENETE KÜSITLUS (vastused)

Fail Muuda Kuva Sisesta Vorming Andmed Tööriistad Laiendused Abi

	A	B	C	D	E
1	Koht				
2	Söödavad	Mesi	Šokolaad	liiris	
3	Jooginõu	Veeepudel	Termos	Kohvtass	
4	Müts	Kootud	Nokats	Õhuke lotu	
5	Riietus	Pusa	Sokid	T-särk	
6	Kangaskott	Suure sangaga õlale käiv	Suuremamõõtmeline et mahuks sisse palju asju	Võimalus panna selga kui ranits	
7	Helkur	Pehme	Väike	Peenike	
8	Nutikindad	2/3 sooviks nutikaid kindaid			
9	Pangakaardi h	Nahast	puidust	kangast	
10	Ehted	sõrmus	käevõru	kõrvõrnõu	
11	Mälupulga kasutus 39%, seega pigev alla poole enamuse on pilveteenustel.				
12					

Põhi konstruktsioon ei muutunud. Peamised lähtekohtad olid:

- Olukorra kaardistamise. Selle töö käigus uurisime millised on hetkel pakutavad meened nii Tallinna ülikoolis kui ka teistel koolides. Analüüsisime grupitööna toodete positiivseid ja negatiivseid külgi.
- Piirangute ja reeglitega tutvumine. Üks grupi liige sai ülesandeks uurida kõike TLÜ sümbolika seonduvaga ning sellest tulenevalt hoida kogu protsessi vältel silma peal, et me ei eksiks reeglitega.
- Tehnilised nõuded. Üks grupi liige sai ülesande koostada dokument, mis sisaldas failidele ettenähtud nõuded ja formaate. Et üliõpilaskonnale lõpptulemusena edastatud dokumendid oleks hõlpsasti kasutatavad ning vajalik graafiline materjal oleks hea lähtekoht meenede tellimiseks.
- Kliendiprofiili analüüs ja kaardistamine. Grupitöö tulemusena proovisime analüüsida võimalike kliente (üliõpilasi) ning ideekorje tulemusena leida, millised oleks need esemed, mida nemad tarbiksid. Selle töö mitmekesisust toetab asjaolu, et grupisisese vanus



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINNA ÜLIKOO



- Küsitluse loomine. Ajurünnaku ja analüüsi tulemusena loodud meenete valimi põhjal koostatud küsitlus. Eesmärk oli luua küsitlus, mis on lihtne ja täiustatud paljude visuaalidega, teha küsimustele vastamine võimalikult lihtsaks ning vältida seda, et vastaja tüdineks poole küsimustiku peal ega jätaks seda pooleli. Küsitluse link:

<https://docs.google.com/forms/d/1vx3EmXNQd-1dI644Zzie-Z7WU3b-wbAgbxQRFsB4WFg/prefill>

Küsitlust levitas iga rühma liige iseseisvalt oma eriala ringkonnades, küsitlust levitati ka instituutide õppenõustajate kaudu ning sellekohane teatis ilmus Üliõpilaskonna infokirjas. Küsitluses osales ligi 240 tudengit. Arvestades olukorda ja piiratud aega jäime tulemusega väga rahule.

- Küsitluse analüüs toimus rühmatöona. Küsitluse vastused aitasid maha suruda isiklike eelistusi ning keskenduda sellele, mis valimist tõesti tudengitele meeldis.
- Prototüüpimine. Grupitöona toimunud prototüüpimine kujutas endast analoogsete toodete võrdlemist ja valminud logo suuruse ja kuju ning muu graafika asetamist ning suuruste hindamist.
- Personaalne töö erinevate meenetega. Iga rühma liige sai kohustuse eelneva töö jätkuks edasi töötada ühe kindla toote grupiga. Vastavalt lähteülesandest luua lõplik kujundus ja otsida võimalusel võimalikud tarnijad.
- Tehnilise teostuse käigus koostasid disaini tudengid vajaminevad vektorfailid vastavalt teiste grupi liikmete visanditele ja koondatud materjalidele.

Lõpptulemusele ja hinnang

Kui eelnevalt sai püstitatud eesmärk: „Soov pakkuda nodi, mis ei oleks sodi“, siis usume, et meie töö täidab seda eesmärki. Eelnevad ajurünnakud, küsitlus ja kontsentreeritud tootevaliku pakkumine on läbimõeldud ning piiratud. Usume, et väike, kuid täpne valik kingitusi töötab paremini, kui silme eest kirjuks lööv tootevalik, mis tekitab segadust.

Valitud tooted:

- Kleebis logoga: Usume, et Eksmati käpajälge meenutav kleebis hakkab elama oma elu. See on piisavalt äge, et kleepida oma arvutile või telefoni tagaküljele, tekitades kohvikus istuvates tudengites ühtekuuluvustunde ja äratundmise.
- Šokolaadimedal. Söödav meene oli küsitlusel üks populaarsemaid. Väike šokolaadimedal on hea kink ning ei lähe 98% (number oletuslik) juhtudel raisku.
- Sokid. Kuna Eesti kultuuris ei kanta kodudes jalanõusid, saab see ehk olema kindlasti üks jututeemas tudengite seas, kes käivad üksteisel külas.

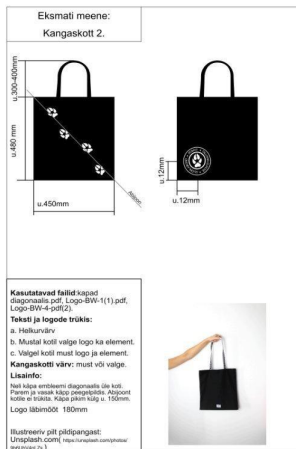


- Pusa. Väga levinud meene ja brändi sõnumi kandja, mis sobib nii igapäevaseks kooliskäimiseks, kui ka TLÜ Üliõpilaskonda kuulumise väljendamiseks.
- Müts. Trammis, trollis, bussis või tänaval – tänu sellele mütsile tunneb kõikjal ära Üliõpilaskonna liikme. Lisaks populaarsusele on Eestis 3 aastaaega, mil mütsi kandmine on igapäevane.
- Kangaskott. Praktiline tarbeese, mida vajab absoluutselt iga inimene asjade kaasaskandmiseks.
- Helkur – turvalisus ennekõike!

Kõigi tulemuste ja tehnilise poolega on võimalik tutvuda sellel lingil:

<https://drive.google.com/drive/folders/1-8i294VcwSD7m6O0rjb1ZMsMMLZ2GzAn?usp=shari ng>.

See on dokumendi pagas, mille edastasime TLÜ Üliõpilaskonnale ja mis on meie töö käega katsutavam tulemus. Kaust sisaldab: juhendid selle kasutamiseks, blankette kavanditega ja tehniliste parameetritega ning vajaminevaid tehnilisi faile. Lisaks kontakte kust on võimalik valitud tooteid tellida. Hoolimata näiliselt vähesest dokumentide kogusest on tulemus kvaliteetne ja täpne.



ALATI KÄPP!
Üliõpilaskond



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINNA ÜLIKOO



Grupp 3: Eksmati fotolavastused ja Eksmatit tutvustav reklaam

Liikmed: Andreas Jõesaar, Merilin Ilustrumm, Getriin Koplímäe, Tuuliki Suder, Gristi Villem ja Eva Pajusaar.

Lähteülesanne

Eksmati fotolavastuste ja Eksmatit tutvustava reklaami rühma roll projektis oli Eksmati iseloomu näitamine fotode ja reklaamklippidena. Rühmategevus hõlmab probleemi ja sihtrühma tundma õppimist, ideede genereerimist, fotoseeria idee ja reklaamklippide stsenaariumi loomist, reklaamklipi ja fotode tootmist ja toodetud materjalide levitamist.

Lõpptulemusena pidi valmima ja levima erinevates kanalites sihtrühmale sobiv kvaliteetne ja atraktiivne audiovisuaalne materjal, mis võtab kokku eelnevalt välja töötatud Eksmati karakteri.

Tegevusplaani loomine ja kirjeldus

Eksmati fotolavastuste ja Eksmatit tutvustava reklaami rühmatöö edenemiseks lõime me ühise dokumendikausta ja oodatava tegevusplaani:

- 1) Ideede korje: Taustauuring teiste ülikoolide maskottide kohta, teemakohaste allikate läbitöötamine, enda maskoti kontseptsiooni kujundamine.
- 2) Stsenaariumi ja fotoseeria idee väljatöötamine ja arendamine.
- 3) Tootmine & järeltootmine: Võtteplaani paikapnemine, tehnika broneerimine, võtte läbiviimine/pildistamine, pildi- ja helimontaaž
- 4) Levitamine: Reklaami ja piltide jagamine erinevatel platvormidel
- 5) Tagasiside ja kokkuvõte: Uuring EKSMATI teadlikkuse kohta tudengite seas (teostatav kevadel, aga küsitlus luuakse varasemalt töö tegijate poolt valmis ning koostöös üliõpilaskonnaga saab kevadel teha järeluuringu).

Täpsem ajakava

10.09.2021- Esimene kohtumine,; sissejuhatav osa

01.10.2021- Gruppidesse jaotus; tutvumine



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINNA ÜLIKOO

06.10.2021- Ühiskohtumine, projekti eesmärgi sõnastamine, brainstorm; filmi “Mascots” vaatamine inspiratsiooniks

10.10.2021- Struktuuri loomine (millele keskendumine?); esitluse kokkupanek; ankeedi täitmine; täpsem grupisisene ideede korje

20.10.2021- Vahekokkuvõte

08.11.2021- Juhendajaga kohtumine Zoomis, töötabelite tutvustamine ja hetkeolukorra analüüs

15.11.2021- Juhendajaga kohtumine, referents reklaamide analüüs ja tegevuste ümber kaardistamine (keskendumine näidete otsimisele ja ei jõua praktilise pooleni)

20.11.2021- Ikonograafia kogumine ja analüüs

01.12.2021- Ideede ja vajaduste kaardistamine fotolavastuseks ja reklaamklippideks

16.12.2021 - Juhendajaga kohtumine, viimaste ülesannete jaotus ja arutamine

17.12.2021- Töötabelite vormistamine fotolavastuseks ja reklaamklippideks

Lõpptulemus ja hinnang

Eksmati fotolavastuste ja Eksmatit tutvustava reklaami rühma lõpptulemuseks on järgmistele gruppidele mõeldud teoreetilised abivahendid, et valmiks hästi mõjuv Eksmatit tutvustav fotolavastus ja reklaamklipp, sealhulgas referentsiks kogumik ikonograafiat koos analüüsiga, milline on mõjuv audiovisuaalne materjal. Valmisid töötabelid ideede ja vajadustega Eksmatit tutvustavaks fotolavastuseks ja reklaamklippideks. Meie tegevus piirdus planeerimise ja teoreetilise poolega, kuna maskotti ega meeneid ei valminud füüsilisel kujul piisavalt vara, et võimaldada fotode ja klippide tootmist.

Illustreerivad näited

Fotolavastuste töötabel

reklamaandamine (OK, TUKO, CVI ja meenete sõõv) - reklaamide ja reklaamide TLÜ kampaania (põhijärgne) on selle ajastatud kohad (põlvama), kui hiljem teostatakse (või ei) - skemaatika ning referentside olemine inspiratsiooniks (näide, ajakirjandus, kaardid, lühivõtted (ja... - tag) Etappide teostatavuse korraldus (või on hea pöörd) Foto ja reklaamiga (sõnast) teostuse poole CVI ja meenete sõõv järele. Hakkasid teha ettevalmistused tegevusi ning teostada oma ideid ja ettevalmistused teostama teostamiseks. Kuid see ongi põlvama.

ID	TEMA	VIJALDUS	VIJALDUS	REFERENT, EESKÄU FOTO, LOKATSOON	LOKATSOONI PILT	TEHNILISED VIJALDUSED	KUNSTLISED VIJALDUSED	TALENTEDE VIJALDUSED	LEELARVE	MEESKOND	KOMMENTAAR
1	Ekasmat rühaga BFM sees Tõnu Vigaga sisse, teatav etas nädalaga kaks kuni kolme tundega (või ilmselt on rühaga kaks nädalat võtta)	CVI, MEENED, OK, TUKO (ja...)	OK koduleht, arhivimaterjalid esitluse ja infotöökirja jaoks, sotsiaalmeedia postitused		NOVA hoone esine						
2	Talvise vaadata (või) ja lõpetada esitluse Tallinnas Ülikooli Ühise koolitusega	CVI, MEENED, OK koduleht, arhivimaterjalid esitluse ja infotöökirja jaoks, sotsiaalmeedia postitused	OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		ASTRA hoone teinud		Ekasmat klepe	1 tundega pilde poseerima			
3	Ekasmat abist kohal muusikalise tunde ja koduleht teha, see on Ekasmat viga rühaga ja 4. tunde järgne	CVI, MEENED, OK koduleht, arhivimaterjalid esitluse ja infotöökirja jaoks, sotsiaalmeedia postitused	OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		ASTRA teelastifoorum			2 tundega pilde poseerima			
4	Ekasmat hoida enda süles reklaamid või reklaam Tallinnas Ülikooli õppeajaks	OK koduleht, arhivimaterjalid esitluse ja infotöökirja jaoks, sotsiaalmeedia postitused	OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		TERRA maja esine						
5	Ekasmat teostada koolis ühisajaks koos professorite ja kooli õpetajaga	Ekasmat teostama rühaga - esitluse ja hoida	CVI, sotsiaalmeedia postitused, OK koduleht		BFM teostatus	green screen, teelastifoorum	kostüm	võibmalt 2 tundega pilde poseerima			
6	Tundega on viidud läbi välistöö ning saanud koolitajateks Ekasmat 7. koolitajaks	Meene reklaamitein	CVI, MEENED, OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		TLÜ sportisaal		Ekasmat teelastifoorumid, postitused	4 tundega pilde poseerima			
7	Jätkude ajal teostatakse teostada (või) meene hoopis 8. Ekasmatiga	Kujundid koolis - lõpetamine suhe reklaamiga ja õppereisuga	CVI, OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		BFM teelastifoorum		Ekasmat kostüm, ühisajaks müla ja meene, teat pilde	võib kaks Ekasmat süle			kurat kulud
8	Ekasmat teostada tunde koos 9. Aasta sõltub ning meene	MEENED, sotsiaalmeedia postitused	MEENED, sotsiaalmeedia postitused		Astra ehik		Ekasmat kostüm, teelastifoorumid	13 tundega pilde poseerima			

9	Tundega teostatakse endasuguse 10. ära	Meene reklaam ning (või) reklaamid näite: Teeme äratuntavaks Tallinnas Ülikooli tundeid ja ühisajaks	MEENED, sotsiaalmeedia postitused		Tallinnas Ülikooli Terra mu			Ekasmat kostüm, meeneid helkur			3 tundega pilde poseerima
10	Klepe klepe näku	Osake teostada meeneid ning meeneid teostada nähtavasse kohta	MEENED, sotsiaalmeedia postitused		BFM teelastifoorum		Meene - klepe	tundega pilde poseerima			
11	Ära endast jälg	Ekasmat teostada erinev teatav ja teatav endast huvitava eluraja	MEENED, sotsiaalmeedia postitused, OK koduleht jaoks		TLÜ koridor			Meene, skoid, ekasmat			üks tundega
12	Ekasmat TLÜ hing	Ekasmat on ühisajaks teatav teatav kooli laeva kapp	OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		Sportsaal						Palju tundega, ekasmat
13	Ekasmat ja TLÜ	Ekasmat on TLÜ nägu	OK koduleht, sotsiaalmeedia postitused		BFM esine			TLÜ ühisajaks			
14	TLÜ tundeid teostada teatav teatav teatav teatav	ühisajaks on teatav teatav teatav teatav	teatav teatav								1 tundega
15	Mei süüsi ÜÜÜ sümboliteks	Mei on ühisajaks teatav teatav	ÜÜÜ koduleht, teatav		studio						
16	Ping peal teatav tundeid koolis on Ekasmat teatav teatav teatav	Kool on teatav teatav teatav teatav	Meene - teatav kool, teatav		A-222 (Europa saal)						1 tundega



Grupp 4: TV saate formaat

Liikmed: Kaspar Rumm, Kristi Tirmaste, Mihkel Matkevicius, Helle Rudi, Chrisanne Prei, Cecilia-Martina Mägi, Magnar-Stig Virgo ja Timo Kiirend.

Eksmati TV-seriaali formaadi rühma lähteülesanne

Meie töörühma ülesandeks oli välja töötada Eksmatit kui karakterit ja temaga seotud sõnumeid (ning tooteid) avav ning tutvustav varjatud reklaamformaad. Valisime selleks TV-seriaali formaadi, kuna see pakub raamiks struktuurilt sarnast ja visuaalselt korduvat väljanägemist ning võimaldab seeläbi (erinevatele kaasautoritele) suuremat sisulist vabadust - ilma brändi muutmata (mis saab ilma selge vormita alati loomingulistele inimestele suureks kiusatuseks).

TV-sarja formaadi kirjeldus võimaldab Eksmatist tulevikus loodava audiovisuaalse sisu “ühe katuse alla” kokku koondada.

Meie töörühma rolliks oli:

- lähtuda Eksmati maskoti brändi CVI-is paika pandut ning leida loominguline lahendus karakteri ning brändi tutvustamiseks massidele
- välja mõelda, kuidas teha Eksmatile loodud meenetele varjatud reklaam
- unistada suurelt;)
- ülal mainitud punktidest lähtuvalt - Eksmati TV-seriaali formaadi piibli loomine. Läbi (lihtsasti tarbitava) audiovisuaalse lühiformaadi (midagi mida on lihtne sõpradega sotsiaalmeedias jagada) Eksmati karakteri, brändi ja temaga seotud toodete tutvustamine .

Probleem

Isegi Tallinna Ülikooli vilistlased ei tunne enam visuaalsel vaatlusel tänast versiooni üliõpilaskonna maskott Eksmati ära (brändi tunnus on kaduma läinud). Et seda seost luua, peab suurelt sildi juurde panema ning ka siis ei ole esimeseks reaktsiooniks mitte nostalgia vaid aus küsimus – “Mis juhtus?” Tuleb välja, et kui maskoti välimust korduvalt ning meelevaldselt muuta, muutub sellega ka tema tunnus, populaarsus ning temaga seotud sõnumid.

Meie töörühm lahendas järgmisi väljakutseid: Kuidas viia Eksmati bränd massidesse? Kuidas reklaamida varjatult temaga seotud tooteid ning meeneid? Kas ning kuidas saaks Eksmati olla tuntum kui organisatsioon mille maskott ta on?

Sihtrühm

Kellele on mõeldud:

Kuna kõik Eksmati brändiga seonduv kujundab otseselt Tallinna Ülikooli üliõpilaskonna nägu, läbi selle ka ülikooli enda kuvandit (vilistlastele vaimustus – milliseks ülikooliks nende Alma Mater on arenenud, õppivatele tudengitele kaasatus – tahame olla nagu Eksmati või soovime ka



panustada üliõpilaskonna arengusse, tulevastele tudengitele soov – soovin saada Tallinna Ülikooli üliõpilaseks).

Kes hakkavad kasutama:

Audiovisuaalse sisu loomine üliõpilaskonna maskoti tegemistest saabki valmida ainult üliõpilaste endi poolt, ning tänu BFMile on väga võimas potentsiaal selleks juba täna olemas. Kuid kuidas algatada hea tava ning kes annaks selleks sisendi? Eksmati TV-seriaali piibel on teejuhiks tulevastele projektidele ja kaasautoritele.

Detailne tegevusplaan ning ajakava

Töörühma tegevused ning ajakava:

29.09.21 - Teemakohaste allikate läbitöötamine.

10.10.2021 - Inspiratsioonimaterjalide otsimine

Ideedekorje ja ajurünnak (jooksev tegevus)

18.10.2021 - TV-seriaali piibli esimese versiooni (mustand) loomine:

Logline, Loomaailma kirjeldus, Läbivate tegelaste kirjeldused, Tegevuspaigad

20.10.2021 - Vahekokkuvõte

01.11.2021 - Hooaja plaan

15.11.2021 - Tootmise ajakava, eelarve ja rahastusplaan

29.11.2021 - Kunstiline kontseptsioon ja visuaalne pildikeel

16.12.2021 - Juhendajaga kohtumine, viimaste ülesannete jaotus ja arutamine

02.01.2022 - Elu projekti portfoolio koostamine

12.01.2022 - Elu projekti esitlus

Lõpptulemusele ja hinnang

Meie töörühma lõpptulemusena valmis Eksmati TV-seriaali formaadi piibel.

See koosneb:

- “Eksmati” TV-sarja piibel
- Visuaalsed referentsmaterjalid ning ikonograafia (TV-seriaali visuaalse maailma arendamiseks).
- Pilootosa vormi kirjeldus



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



See oli põnev teekond, millel rühmaga korduvalt eksisime. Rohketest ideedest jäi lõpuks alles kontsentraat. Kuid kuna eesmärk oligi ette valmistada materjal jätkuprojekti jaoks siis võib öelda, et esimesed sammud said igatahes tehtud.

Kokkuvõtteks - meie rühma eesmärk oli jõuda TV-sarja formaadi kirjelduseni mis töötaks varjatud reklaamina Eksmati meenetele või tema poolt esindatud teemade avamisele ning populariseerimisele (läbi muheda huumori). Formaadipiibel on aluseks sisu loomisel (või ideede ja sõnumite kohandamisel) ning see loob jätkuprojektil võimalus kohe tootmisele keskenduda.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et oleme rühmaga ühel nõul - TLU üliõpilaskonna maskott väärib pidevalt pildis olemist et tema kujutis ning sõnum jõuaksid ka väljapoole ülikooli seinu.

Meie töörühma liikmetel igatahes näpud juba sügelevad.

Portfoolios mainitud lisadega saab tutvuda siin:

<https://drive.google.com/drive/folders/1cDduqADIZVhw3uvgdSTPl9qwseLRUTQn?usp=share>



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



Rühmaliikmete refleksioonid

Mailis Ostra, Kasvatusteadused - Suur proovikivi on meeskonnas sisuka koostöö tekkimine. Palju aega ja pingutust läheb projekti sisusse panustamise asemel grupitunnetuse tekkimisele. Selles osas võiksid olla juhendajad ettevalmistunud ning rohkem toeks. Iga grupi liige ilmselt liitub projektiga selleks, et panustada sisusse, mitte tegeleda grupiprotsessidega, mille tõttu võib kaduda motivatsioon ning esialgne projektiga liitumise mõte.

Hindan enda ja meeskonna liikmete panust kõrgelt, kuivõrd lühikese aja jooksul oli tarvis koos juhuslikult kokku sattunud inimestega tulemuslikult töötada. Mõistetan, et ELU projekti üks õppimise koht on koostöö. Leian, et omavahelist koostööd on võimalik sellises formaadis tunda õppida, kuid mitte selgeks ega sujuvaks saada. Koostöö õppimisel oleks vaja minu arvates juhendamist ja tuge, see ei saa tekkida pelgalt loomulikust intelligentsist või igapäevaste subjektiivsete seniste kogemuste põhjal.

Projekti käigus õppisin elu mitte nii tõsiselt võtma ning leppima sellega, et alati ei ole võimalik saavutada ideaalilähedasi tulemusi. Vastutasin koostöös grupikaaslasega brändiraamatu tekstide koostamise eest. Leian, et antud olukorras andsime endast parima.

Aksel Kams, Reklaam ja suhtekorraldus – Liitusin antud projektiga, sest kõikidest valikutest oli see kõige huvitavam. Väga kõrgeid ootuseid ei olnud, sest arvestades ka teisi projekte ning õppeaineid, siis ei saa 100% ainult ühele tegevusele keskenduda. Mõneti andis see ka kogu projekti juures tunda.

Meeskond oli väga hea. Kõik tegid etteantud tööd õigeaegselt ning korralikult ära. Otseselt kogu projekti juures miskit uut ei õppinud. Siiski tulevikus tõenäoliselt tuleb küsida või lasta määrata grupiliikmetele konkreetsed ülesanded, et ei tekiks olukorda, kus mõni liige ei saa piisavalt ülesandeid. Kokkuvõttes võib öelda, et projekt õnnestus.

Mari Hairk, Reklaam ja suhtekorraldus- Elu projekt pakkus mulle võimalust teha koostööd mitte ainult inimestega erinevatelt erialadelt vaid ka erinevate elukogemustega. Olen eelnevalt teinud palju ühiseid projekte just enda vanusekaaslastega, millest tulenevalt on meie mõttemaailmaid mingit pidi sarnased. Sellest tulenevalt on tihti ka omavaheline kommunikatsioon kergem. Enamjaolt kasutatakse sarnaseid suhtluskanaleid ning juhtutakse sagedaselt kokku ka projekti väliselt. Lisaks oli väga meeldiv näha, kuidas suutsime grupiga tervikuna parandada omavahelist kommunikatsiooni ning vaatamata osaliselt negatiivsele tagasisidele meie töö eesmärkide kohta, suutsime täita endale seatud eesmärgid - valmis füüsiline CVI raamat Eksamti brändi kohta.



Tiina Porgand, Avatud akadeemia - Liitusin projektiga kuna see oli otseselt seotud minu senise haridusliku tausta, tegevusvaldkonna ja erialaste kompetentsidega (disain, brändilooma ja visuaalne identiteet) ning uskusin et suudan ja oskan just antud valdkonnas panustada ja lisaväärtust luua.

Ootused olid kõrged ja (küpsena tudengi + eelneva kogemusega loovettevõtluses) olin valmis kohtuma “noorte püssidega” ning ootasin huviga meie sünergiliselt dünaamilist koostööd. Ning kuna meie õppeperiood on olnud (tänu pandeemiale) kaunis isoleeritud ning kaasõpilastega vähe kontakte pakkuv, ootasin huviga ka võimalust teiste erialade tudengeid ELU-raames tundma õppida. Kuigi algselt tehti ettepanek gruppi juhtima hakata, näis – kuna teised liikmed kõik nooremad – oleks parem kui ka meie tööd juhiks ja suunaks sama generatsiooni tudeng, kellel ühine omavaheline kommunikatsioonikeel ja suhtlustasand.

Enda kanda võtsin brändistrateegi rolli: kaardistasin Eksmati brändilooma põhikontseptsiooni ja visuaalse sümboli (logo) väljatöötamise aluseks olevad peamised märksõnad. Lisaks olin seotud ka reaalse logo graafilise kujundamise protsessiga ning mitmetel omavahelistel kohtumistel kujundustööga tegeleva kaastudengiga vaatasime nii võimalikke graafilisi kui värvilahenduslikke suundi ja arutasime Brand Manuali vormistuslikku ülesehitust.

Nagu ka esimeses punktis mainitud, siis minu ootus oli suurem koostöödünaamika ja noorte kolleegide tegemise tahe ning õhin. Teema iseenesest oli huvitav ja kreatiivne. Samas on loomulikult selge, et antud ELU projekt ei olnud grupis osalejate ainus väljund vaid lisaks on meil kõigil ka muud (erialapõhised) õppeained ja kohustused.

Minujaoks oli suurim probleem tööprotsessi kindla struktuuri puudumine ja teatav kaootilisus juhtimises. Oleksin oodanud selgemaid ülesandepüstitusi grupiliikmetele ja rohkem kõiki liikmeid kaasavat ning terviklikumat koostöömudelit silmaspidavat lähenemist: loomeprotsessile omast teatud intervalliga ühiseid koosolekuid, ideestamist ja järgnevate tööetappide nii ajalist kui sisulist planeerimist jm. Oma panust hinnates näen, et andsin ja panustasin niipalju kui antud kontekstis oskasin ja suutsin. Ning usun, et nõnda ka teised grupi liikmed kes proaktiivselt protsessis osalesid. Ent kindlasti saab alti ka paremini ja rohkem ning kui oleksin hetkel omanud graafilise (logo ja CVI) graafilise kujundamise võimekust, siis oleksin meelsasti ka selles osas kaasa löönud.

Osaliselt ilmselt on asi selles, et ELU raames saavad kokku väga erinevate valdkondade ja vanuse ning eristuvate isiklike eesmärkide ja suhestumisega inimesed, kellede vahel väga sidusa ja sünergilise koostöö loomine sel moel (piiratud ajaks ja põgusalt) kaunis keeruline. Kindlasti on oma osa ka selles, et tänu teatavale isoleeritusele (pandeemia) on ka inimeste sotsiaalne suhestumine teatud paradigmaatilisel moel muutumas...

Peamine ja olulisim kogemus oligi ELU projekt ise ning kahtlmata andis see ülevaate ka mõnedest teiste erialade tudengite tegemistest. Suurim raskus (minu jaoks) vast oligi distantseerumine oma nn “professionaalsest kretinismist” ja leppimine asjaoluga, et antud juhul ei saagi me pakkuda 100%



professionaalsele disainbüroole kohast tulemust vaid tegemist on antud ajahetkel ja antud raamistikus aselteidnud tudengite koostöise vormistusega – mis sellisena ongi tore.

Kokkuvõttes oli see huvitav ja tore kogemus ning mõtteid tekkis mitmeid. Kuigi suures plaanis on ELU struktuur kahtlemata läbimõeldud ja süsteemselt koostatud, siis - kui midagi julgen soovitada - ehk seda, et vähem võiks olla aruandlust ja kirjatööd ning suurem fookus saaks suunatud sisulisele tegevusele – selle loovale ja inspireerivale jõustamisele – just grupisünergia loomisele ja kõigi liikmete kaasamisele. Minu meelest on oluline kommunikeerida ka seda, et antud juhul ei ole tegemist kellegi iseseisva koolitööga vaid koostööprojektiga, mis hõlmab jagatud vastutust (nagu mistahes kasumit taotlevas ettevõttes) – kogu grupp on just nii tugev, kui tugev (või nõrk) on selle nõrgim lüli. Samas on loomulikult selge et sarnase suure (ja kohati jäiga) struktuuri ning erialade mitmekesisuse puhul, nagu kõrgkool seda tihti on, võib seda kaunis keeruline saavutada olla.

Eksmati brändiloomes projekti sain proovida, milline on koostöö juhul, kui eelmainitud aspektid puuduvad. See oli mulle väga heaks kogemuseks, kuna tekkis vajadus oma esialgset mõtteviisi muuta ning õppida arvestama näiteks ka sellega, et kõikidel grupiliikmetel ei ole võimalust kasutada facebooki.

Karolin Linamäe, Reklaam ja suhtekorraldus - Kuigi ma olen reklaami ja suhtekorralduse tudeng ning brändiloomes ei olnud mulle enam võõras termin, siis praktikas ma ei olnud seda varem teinud. Samuti oli mulle väljakutseks gruppi juhtimine, mis tuli mulle üllatusena, sest algselt ei olnud see minu ülesanne. Ma pidin kohanema kiirelt ning õppima.

Angela Kattel, Integreeritud kunst, muusika ja multimeedia - Kandideerisin EKSMATi ELU projekti kindla plaaniga töötada meenete grupis, õnneks nii ka läks. Meie grupijuht Timo Talvik suutis väga hästi meie tiimi juhtida ja alati oli huvitav kaasa rääkida kui saime terve grupiga kokku koosolekutel, kus osad olid kohapeal, osad zoomis.

Minu ülesanne projektis oli piirangute ja reeglitega tutvumine kui kasutamine puudutab TLÜ sümbolikat, ehk värve, paigutust ja kirjatüüpi. Tundsin end seda ülesannet täites kindlalt ja kui pidasin seda vajalikuks, juhtisin meenete grupi koosolekutel ja brändiraamatu ning meenete grupi koos toimuvatel koosolekutel sellele tähelepanu kui miski ei ühtinud sümbolite reeglistikuga. Tundsin end ebakindlalt kui pidin disainima personaalselt valitud meeneid, sest ei ole arvutigraafikaga piisavalt kogunud, õnneks olid minu tiimikaaslased abivalmis ja probleem sai lahendatud.

Heria Lampp, Kutsepedagoogika - Antud projekti gruppi sattusid eri tausta osalised. Mind hirmutas asjaolu, et olin enda erialaga grupi nõrgim liige. Mul puudusid täielikult teadmised disainist,

turundusest ja kunstist, seega leidsin ennast tihti olukorrast, kus ma ei osanud kaasa kõneleda. Sellegi poolest oli mul hea meel panustada ülesannetega projekti teistega sama suurelt.

Terve projekti jooksul ootasid täitmist näiliselt lihtsad, kuid tegelikult ajamahukad tööd. Nende käigus suutsin ennast tundma õppida ja leidsin endas külgi, mis vajavad arendamist. Viisin ennast kurssi valdkonnaga, aga leidsin, et pean arendama enda tähelepanu võimet, kuna see kipub tihtipeale kaduma ühistel koosviibimistel kui ka iseseisva töö teostamise käigus. Sain kinnitus oma kohusetundlikusele, kuid leidsin, et mul on vaja töötada oma ajaplaneerimise oskusega ning pean vaeva nägema akadeemilise kirjutamisega.

Väga põnev oli jälgida rühmaliikmete tööd. Näiteks grupi juhiks määratud Timo oli enda suure tööga ja juhtimisoskustega suureks eeskujuks. Tulevikus soovin olla samasugune juht, mitte liialt karm, aga piisavalt otsekohene ja asjalik.

Anne Adler, Käsitöötehnoloogiad ja disain - Kandideerisin ELU projektidest just sellesse projekti kuna usun brändimaskottide positiivsesse mõjusse, olles näinud kuidas inimestele lähevad korda ning jäävad meelde südamlikud ning armsad maskotid. Olla osaline interaktiivse, noortele ja tudengitele suunatud, üliõpilaselu toetava ning propageeriva maskoti EKSMATI ellu äratamise projektis oli aga paras väljakutse ja samas privileeg.

Projekti käima saamine polnud algul just väga tempokas aga kui juba väiksemas so.

meenete grupis, tööülesanded jagatud sai tuli ka enesekindlus ja hasart, et mida põnevat nüüd välja mõtleme. Aukartus oli tunnustatud juhendajate ees aga õnneks nad ei pidanud väga meie tööprotsessi sekkuma kuna meie grupil oli mega tubli, järjepidev ja loovusest pakatav juht Timo. Nii sujusidki kõik ettevõtmised (ideede genereerimine, küsitluse korraldamine, tootenäidiste disainimine, võimalike meenete tootjatega suhtlemised) grupis lodusalt ning aeg ajalt vajasis võetud kohustused ka meelde tuletamist või ülesannete delegerimist.

Üheks minu ülesandeks oli näiteks kirjeldada milleks üldse need meened vajalikud on, mis on nende eesmärk ning tõestada, et meened ei ole prügi sest need on väga praktilised ning neid saab toota ka jätkusuutlikult. Veel sai tehtud palju käsitsi visandeid Eksmatist ja tundus, et need meeldisid ja läksid omal moel käiku ka brändiraamatu grupis. Loodetavasti lähevad kõik meie grupi poolt loodud meenete kavandid käiku aga eriti usun sokkidesse kuna selle disaini lõin just mina. Samuti sai graafilise disaini põhi tehtud mütsi kavandile. Seega sai antud projekti käigus päriselt rakendada just ka hetkel erialaselt õpitavaid disaineri põhitöövahendeid.

Selle projekti juures oli väga heaks vahelduseks aga just see, et Haapsalu Kolledži tudengina sain käia ka TLÜ peamajas ja tunda ennast osakesena suurest koolist ning kuulata ja arvestada täiesti teiste eriala tudengite ideid ja mõtteid.



Arvan, et olin oma grupis piisavalt aktiivne ideede genereerija ning kehtestasin ennast ka meenete disainide vabamalt ja loovamalt võtmisse ning vahvate ja jätkusuutlike meenete loomisse. Kahju on ainult, et me ei jõudnud oma meenetega päris käegakatsutavate ja valmis prototüüpideni kuna selleks oli aega liiga vähe ning puudusid ka materiaalsed vahendid.

Kokkuvõtteks arvan, et see projekt võttis rohkem aega kui tegelikult välja paistab kuna palju oli ettevalmistavat mõttetööd, uurimist-puurimist interneti vahendusel, käsitsi pliiatsi ja paberitööd ning väga aeganõudvat arvutigraafikat. Samas oli ka keeruline ülesehitusliku poole pealt kuna kõigil asjaosalistel olid omad ajad millal ei saanud osaleda ühistel arutlustel või tegid seda interneti vahendusel. Reaalseid kontakte oma kõigi grupiliikmetega tegelikult ei toimunudki aga eks see ole ka praeguse aja märk ning tegelikult said kõik eesmärgid ju ühiselt täidetud.

Karina Parbo, Käsitöötehnoloogiad ja disain - Elu projektis osalemisega õppisin kõrvaltvaatajana projekti juhtimist Timolt, kes minu hinnangul tuli sellega üsna hästi toime – pannes paika kogu tegevuskava, jagades ülesanded ning jälgides nende täitmist. Üheks mulle jagatud ülesandeks oli Eksmati brändimeenete persoona kirjeldus. Teksti kirjutamine ja ka esitluste tegemine on kogu aeg olnud minu jaoks üsna keeruline, enamasti on mul asjadest väga kindel nägemus ning ma ütlen selle välja paari kolme lausega, leidmata rohkem väljaütlemist väärt mõtteid. Brändimeenete persoona loomiseks aga oli vaja rohkemat ja seetõttu otsisin internetist infot persoona loomise põhitõdede kohta. Selle ülesande lõppkokkuvõtteks võiksin öelda, et õppisin looma persoonat ja kirjutama ladusamat teksti, mis on minu jaoks olulise tähtsusega edasiminekuks.

Ühtlasi mõistsin, et kui ühes projektis on üsna erineva vanuse ja taustaga inimesed, siis igaüks näebki asju vastavalt oma hetkeseisule ja elukogemusele, kuid ühise projekti raames võiks ehk rohkem välja öelda oma arvamust ja vaadata suurt pilti ja suunda, mitte niivõrd kinni jääda pisidetailidesse.

Timo Talvik, Käsitöötehnoloogiad ja disain - Minule isiklikult oli suureks väljakutseks loogilise tegevuskava loomine. Selle järgimine ja vajadusel dünaamiliselt muutmine. Siinkohal olid kindlalt abiks disainimõtlemise mudelid. Grupi juhina pidin arvestama erinevate inimeste võimete ja eripäradega. Kuna varasemalt puudub nii paljude „alluvatega“ grupitöö juhtimise kogemust siis see oli ka kõige suurem õppimise koht selle projekti raames.

Huvitav oli jälgida küsitluse loomist, enda ja teiste grupiliikmete eelistusi ning võrrelda neid küsitluse tulemustega.

Kindlasti olid heaks kogemuseks ka mõned tõsisemad vestlused grupitööna, kus mind tagasi inimlikule tasandile „tõmmati“ ning aidati näha suuremat pilti, mitte ainult kuupäevasad ja tähtaegu.

Tore, kuid tõesti väga ajamahukas, nii mõttetöona kui reaalse arvuti jms tööna, programm on see ELU projekt.

Gristi Villem, Sotsiaalpedagoogika ja lastekaitse - Tunnen, et Fotolavastuse ja Eksmatit tutvustava reklaami rühmas olin aktiivne osaleja ning täitsin hästi enda rolli, milleks oli grupiprotsessi juhtimine ning üleüldiste ülesannete täitmine vastavalt rühma eesmärgile. Osalesin erinevatel kokkusaamistel; lugesin teooriat; töötasin välja erinevaid fotolavastusi ning reklaamiklippe; vaatasin aktiivselt ja otsisin inspiratsiooni erinevatest reklaamidest ja filmidest; tutvusin erinevate maskottidega ning rääkisin aktiivselt kaasa. Kuna antud ELU projekt jagunes mitmeks rühmaks, siis antud rühm sai valitud, sest soovisin luua erinevaid reklaamiklippe ja fotolavastusi, et saada uusi oskusi. Uusi oskusi ma küll sain, kuid mitte teooria rakendamise kohapealt, sest seoses Eksmati kostüümi mitte valmis saamine ajaliselt piiras meie grupitöö ülesandeid. Küll, aga oli huvitav baseeruda erinevatele referentsidele ning seostada see reklaami ja fotolavastusega. Mul on kahju, et ei jõudnud praktilise poolele, sest minu grupivalik oli seotud just sellest lähtuvalt, kuid arvan, et teoreetiline baas on hea alus selleks, et järgmises ELU projektis (mis on selle jätk), saavad tudengid luua väga ägedaid lavastusi ja reklaamiklippe.

Üleüldiselt tunnen, et panustasin piisavalt ning sain kastist palju välja mõelda ning tutvuda põnevate materjalidega ja ka üleüldse õppisin paremini Tallinna Ülikooli maskotti tundma, sest ka mina ei teadnud, kes see Eksmati õigesti on. Olen rahul meie grupi tulemiga, kuid olen kurb, et lubatud Tallinna Ülikooli üliõpilaskonnaga koostöö oli olematu, sest nad ei reageerinud meie kirjadele. Samuti arvan, et sellised projektid on keerulised just ülesehitusliku poole pealt, sest grupid sõltuvad teineteise tööst ning selle tõttu võib tulemuse saavutamine edasi nihkuda või üldse nurjuda.

Merilin Ilustrumm, Reklaam ja suhtekorraldus- Leian, et andsin fotolavastuste ja Eksmatit tutvustava reklaami rühmas aktiivse panuse. Nimelt osalesin aktiivselt ja rääksin kaasa oma tiimi kohtumistel ja täitsin ka huviga meie rühma ülesandeid: fotolavastuste ja reklaamklippide inspiratsiooni otsimine, teooria lugemine, teiste ülikoolide maskottidega tutvumine ja ideede loomine fotolavastusteks ning reklaamklippideks.

Ka üleüldine grupidünaamika oli meie tiimis väga hea ja toimiv- rühmaliikmete vahel ei tekkinud arusaamatusi ega pingeid ja ülesanded said õigeaegselt valmis tehtud.

Isiklikult õppisin projektist, et kõik ei pruugi minna plaanide kohaselt ja selleks tuleb valmis olla. Nimelt ootas antud Elu projektist just praktilise osa ellu viimist, kahjuks see aga lükkus edasi seoses Eksmati maskoti kostüümi mitte valmis saamisega. Seevastu sain rohkem süvitsi uurida, kuidas teised on oma maskotte esitlenud ja mõelda välja enda leitud referentside põhjal ideid Eksmati fotolavastustele ja reklaamklippidele, mis loodan ka, et tulevikus teostusse lähevad.



Kokkuvõttes lõpetan ma projekti enda jaoks heade emotsioonidega just seetõttu, et sain ise rohkem aimu meie, Tallinna Ülikooli maskotist ning aidata talle luua kindlamat brändi.

Eva Pajusaar, Integreeritud kunst, muusika ja multimeedia - Eksmati ELU projekt algas minu jaoks natuke ebakindlalt, kuna tundsin alguses, et info ei liigu hästi, aga kui alustasime tööd väiksemates rühmades, sain projekti tegevusega järje peale.

Mul on samuti kahju, et me ei jõudnud Eksmatit tutvustava fotolavastuse ja reklaamklippide rühmaga fotode ja klippide teostamiseni, aga töö teoreetiline pool oli minu jaoks arendav. Õppisin reklaami loomise võtteid, millega ma muidu poleks kokku puutunud, ning oskan tänu sellele paremini analüüsida eelkõige turundusliku eesmärgiga audiovisuaalset materjali.

Samuti oli huvitav teha vahelduseks koostööd teiste erialade tudengitega ning näha nende tööharjumusi ja vaateid, mis erinevad inimestest, kellega ma igapäevaselt kokku puutun. Oleks olnud tore ka terve ELU rühmaga rohkem kohtuda. Koostöö fotolavastuse ja reklaamklippide grupis sujus hästi ja lahkhelisid ei tekkinud kordagi. Leian, et tänu meie toimivale grupidünaamikale saingi panustada aktiivselt rühma töösse: otsida ja analüüsida inspiratsiooniallikaid, genereerida ideid fotolavastuse ja klippide jaoks ning mõelda kaasa dokumentide koostamisel. Loodan, et midagi meie ideedest ja eeltööst läheb tulevastes projektides ka kasutusse.

Getriin Koplímäe, Reklaam ja suhtekorraldus - ELU projekti alustades oli mul kindlasti palju segadust, sest ei kujutanud ette kuidas see kõik toimima hakkab. Kuid tänu väiksematesse gruppidesse jaotamisele ja aktiivsele suhtlemisele juhendajaga hakkasid asjad sujuma ning õiges suunas liikuma. Huvitav oli sellist projekti teha erinevatelt erialadelt tudengitega, sest me kõik mõtlesime täiesti erinevalt ning nii ei jäänud ideedest kunagi väheks. Loomulikult on kahju sellest, et meie grupp sõltus suuresti teiste gruppide tööst ning maskotti mitte valmimise tõttu ei olnud meil võimalik tegelikku reklaamiklippi filmida ja monteerida ning fotolavastust läbi viia.

Kuid üleüldiselt arvan, et panustasin tiimitöösse aktiivselt ning tänu sellele valmis ka hea vundament järgmistele gruppidele, et valmiks kaasahaarav Eksmatit reklaamiv reklaamklipp ning pilkepüüdev fotolavastus. Olen uhke ja austatud, et saan öelda, et osalesine Eksmati uue brändi loomisel ning selle elluviimisel.

Tuuliki Suder, Reklaam ja suhtekorraldus - ELU projekt oli üks väga huvitav kogemus võiks isegi öelda kõige kaootilisem kogemus selle ülikooli elu vältel. Nagu ka eespool mainitud siis ka minu jaoks projekt algus natukene segane võiks isegi öelda, et ootused olid kõrgele seatud ning olin valmis tegutsema suurte tegude kallal. Kahju, et meil päriselt Eksmati maskoti veel pole ning meie oma grupiga ei saanudki oma ideid ellu viia. Samas oli väga huvitav jälgida teiste gruppide



elluviimisi ning seal kaasaraäkida. Projekt oligi hea õppetund kuidas alguses tuleb teha teoreetilist poolt ning praktiline pool võib venida. Muidugi ei saa mainimata jätta projekti kõige meeldivamat osa uued tutvused ning uued teadmised teiste eriala tudengitelt. ELU oli kohe värvikam, sest seltskond oli mitmest erinevast harust kokkutulnud ning nendega jagada oma eriala teadmisi ning koguda teismisi teistel oli üks meeldivamaid kogemusi.

Kokkuvõtvalt ELU projektist jäin ma siiski oma kogemusega rahule. Mulle väga meeldis meie grupitöö, mis sujus vaatamata kõigile üleüldisele arusaamatustele projekti osas sujuvalt ning kõik täitsid oma rolli ilusti ning tähtaegadega polnud mitte ühtegi probleemi. Kõik panustasid võrdselt ning muutsid selle projekti minu jaoks väga lõbusaks kogemuseks. Loodan tulevikus siis meie ideid näha ka reaalsuse, et saaks uhkusega öelda et meie mõtlesime need ideed välja.

Kaspar Rumm, Nüüdismedia telemoodul - Erinevate Cartoon Networki lastesaadete najal üles kasvanuna tundsin kohe sellest ELU projektist kuulates, et siin on minu šans oma teadmised mängu panna. Esialgu kui algas arutelu, et mis see lastesaade endast kujutaks, siis *pitchisin* ideid et see oleks veidikene õudus sugemetega. Natuke nagu "Courage the Cowardly Dog". Eksmati pidi ju tudengid heaks tudengiks hirmutama, aga õnneks suudeti see idee maha vaikida. Tänapäeva lapsed kardavad maailma rohkem, seega otsustasime leebema lahenduse kasuks. Olen lõpp tulemusega rahul ja usun, et kui see kunagi valmis tehtaks, siis saaks sellest väga asjalik materjal mida näitaks endagi järgmisele põlvkonnale.

Mihkel Matkevicius, Nüüdismedia telemoodul - Võtsime ette EKSMATI brändiuuenduse ning meie kanda oli peamiselt lastesaate piibli tegemine. Ma arvan, et saime kamba peale üsna hästi hakkama. Väga tore oli ka see, et piiblit ei teinud mitte ainult teletudengid, vaid teiste erialade tudengid pakkusid kõrvalseisvat pilku ja värsket lähenemist.

Lastesaate idee loomine tundus hea võimalus proovida kätt ka millegi sellisega, mida võib-olla tulevikus ei saagi teha, sest õnneks või kahjuks tundub mulle, et lastesaated on väljasurev kunst. (Kuid ma loodan, et see muutub). Tõeliselt põnev mõtte on üritada brändi turundada juba maast madalast, et siis kui otsustamise aeg käes, valitaks just meie ülikool. Igal juhul loodan, et saade läheb ka äkki kunagi tootmisse ning siis saab teada, kas sellest ka kellelegi mingisugust tulu tõuseb. Kui mitte muud, siis sellisest turundusest saaks ilmselt ka mõni reklaami bakalaureus hiljem kirjutada oma lõputöö. Eks kindlasti oleks saanud endast veel rohkem anda, kuid arvan, et sai ehk siiski piisavalt.

Kristi Tirmaste, Nüüdismedia telemoodul - Telesaate piibli tegemise juures löid kaasa väikese kogemuste pagasiga telemooduli tudengid ja paar tudengit erialadelt, kus televisioonil nii suurt fookust ei ole. Esialgu tundus, et telemooduli jõuline ülekaal lämmatab teiste tudengite hääle (hiljem ka panuse), kuid lõpuks leidsime ühise keele ning ka eesmärgi. Seda võib lugeda selle projekti kõige suuremaks õppetunniks.

Mulle meeldis ka ülesande püstitus ja sellepärast ma selle ELU projektiga ka ühinesin. Olen alati tahtnud ennast proovile panna lastesaate loomise juures. Seniste õpingute jooksul on mõttejõud keskendunud rohkem täiskasvanud publikule, aga lapsed on Eestis üks lojaalsemaid vaatajaid, kellele omatoodangut on suunatud pigem vähe. Huvitav lüke turundada ühte brändi seltskonnale, kes saab



selle brändi jaoks küpseks alles 15 aasta pärast. Võib-olla oleks võinud koostööd rohkem teha teiste alasuundadega selles projektis, aga kuna lähteülesanded olid üpris erinevad, siis jääb Tallinna ülikoolile omase ühise joone leidmine ja hoidmine edasiste ELU projektide õlgadele.

Helle Rudi, nüüdismeedia televisiooni moodul - Meie grupi kasuks töötas see, et suurem enamus omas eelteadmisis televisioonist ja selle toimimisest. Lisaks olime õpingute käigus varasemalt koostööd teinud. Hea värske tuulena lisandusid gruppi paar üliõpilast teistelt erialadelt, kes pakkusid kõrvalpilku ja värskeid nägemusi. Samas oli see ka kohati komistuskiviks, sest neid oli keerulisem kaasata algul ja saada n-ö jutule. Kuid lõpuks see siiski õnnestus, sest miski ei liida ülikoolis tudengeid rohkem kui ühine tähtaeg.

Projekti oli meeldiv vahepala, kuna tuli rakendada omandatud teadmisi uus võtmes. Seekord küll teoreetiliselt. Sellised n-ö rätsepatööd on telemaailmas väga tavalised - tuleb tellija, kellel on oma soov ja visioon. Samas peab tulemus töötama ka vaataja jaoks. Palju oli kasu juhendajast, kes on Eksmati juures olnud aegade algusest ja teab tegelase hingeelu selle kõige sügavamate soppideni välja. Nüüd jääb ainult üle loota, et meie töö ei vaja unustuse hõlma, sest usun, et telesaade toetaks brändigrupi loomingu.

Cecilia-Martina Mägi, reklaam ja suhtekorraldus - Kõige rohkem meeldis mulle projekti tegemise juures, et kõik inimesed olid erinevast valdkonnast ning nõ professionaali meil ei olnud. See andis hea tõe, saime oma teadmiste ja oskustega ideid ning tegevusi mõelda ning ütleks, et grupi peale tuli väga äge lahendus!

Olen varasemalt ühes ELU projektis osalenud, pean mainima, et tegemist oli väga positiivse kogemusega ning olen väga rahul, et selle valisin. Ülesande püstitus tundus kohe väga äge ning tahtsin kohe proovida. Kuigi olen saadete tegemise ning antud maailmaga varasemalt palju kokku puutunud, oli seekord jälle omaette väljakutse, sest kõik toimus teoorias. Kuid see on samas väga tavaline ning kohtan nõ teooria loomist igapäevaselt ka oma töös, kus luua kogu kontseptsioon algselt valmis ning siis vaadatakse, kas see töötab.

Väga meeldisid ka juhendajad, kes võtsid kogu asja väga rahulikult ja mõnusalt, tekitas hea tunde.

Chrisanne Prei, reklaam ja suhtekorraldus - Olles kõik erinevate multikatega üles kasvanud leidsime oma tiimiga, et oleks tuus koostada Eksmati kohta multikas ning selle piibli loomine. Meie tiimi tugevuseks oli see, et terve tiim ei ole vaid filmitudengid, vaid erinevaid erialasid oli esindatud palju. Kuigi teletudengite sõna jäi tihti peale, ei surutud ka maha teiste tudengite arvamusi ning see tegi olemise mõnusaks ning tekitas ühtekuuluvustunde. Sellele aitasid kaasa ka juhendajad, et suutsid luua kõigi jaoks mugava õhkkonna.

Olles eelnevalt osalenud ELU projektis pean ütlema, et Eksmati kogemus oli tunduvalt toredam ja parem ning tunnen, et mind võeti projektis tõsiselt. Minu igapäevatöö ei seisne telesaadete loomisega ning seetõttu tundus see minu jaoks midagi uut ning põnevat. Usun, et selle tegi ka teiste jaoks põnevaks asjaolu, et kõike loodi teoorias. Juba ootan, et projekt läheb edasi ning et Eksmati multikas saaks ka päriselt teoks.

