

## **Tuottajan monet roolit – matkani kohti kulttuuritapahtumien tuotannon ammattilaista**

Sanni Puumala



<b>Tekijä</b> Sanni Puumala	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Tuottajan monet roolit – matkani kohti kulttuuritapahtumien tuotannon ammattilaista	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 39 + 42
<p>Kulttuurituottajalta vaaditaan monenlaista osaamista. Tämä portfoliomuotoinen opinnäytetyö käsittelee kolmea kulttuuritapahtumiin liittyvää projektia vuosilta 2015–2016. Opinnäytetyö arvioi projektien haasteita ja onnistumisia sekä sitä, miten ne ovat kasvattaneet kirjoittajan valmiuksia työskennellä tapahtuma-alalla ja etenkin kulttuurituotannon parissa tulevaisuudessa.</p> <p>Aluksi käsitellään kulttuuritapahtumia keskittyen myöhemmin esiteltävien projektien teemoihin eli kulttuurifestivaaleihin, urbaanin kulttuurin tapahtumiin sekä musiikkitapahtumiin. Tapahtumajärjestämistä käsitellään tapahtumaprosessin, tapahtumamarkkinoinnin, alan tulevaisuuspohdintojen sekä tapahtumatuottajalta vaadittavan ammattiosaamisen näkökulmista. Luvun päättää kirjoittajan sekä teoreettisen että kokemuksellisen tiedon pohjalta luoma ”Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen” –taulukko, johon perustuen empiirisen osan projekteja analysoidaan.</p> <p>Empiirisessä osassa kutakin projektia tarkastellaan erikseen, mutta samojen teemojen kautta. Ensin esitellään kukin projekti, sitten tarkastellaan sen parannuskohteita, jonka jälkeen analysoidaan sitä, miten projekti on kehittänyt kirjoittajan ammattiosaamista.</p> <p>Ensimmäisenä paneudutaan #URBCULT-projektiin, jossa keskityttiin tapahtumatuotannon taustatyöhön. Projekti sisälsi muun muassa sosiaalisen median tapahtumamarkkinointiteemaisen tutkimuksen ja blogikirjoitusten tekemistä. Toinen projekti liittyy kirjoittajan Iso-Britanniassa vaihto-opiskelijana osallistumaansa kulttuurifestivaaleihin keskittyneeseen kurssiin, jonka päätyönä tehty essee johdatti muun muassa tapahtuma-alan tulevaisuuden trendien maailmaan. Kolmas ja viimeisin projekti on kirjoittajan työkokemus tuottajaharjoittelijan tehtävästä pienimuotoisella Kaustisen Kamarimusiikkiviikolla.</p> <p>Opinnäytetyön lopuksi arvioidaan kirjoittajan tämänhetkisiä valmiuksia tapahtuma-alalle sekä tarkastellaan vielä tulevaisuudessa hiottavia osaamisalueita. Viimeiseksi kerrotaan itse opinnäytetyöprosessin kulusta ja onnistumisesta.</p>	
<b>Asiasanat</b> kulttuurituotanto, tapahtumatuotanto, tapahtumajärjestäminen, kulttuuritapahtumat, festivaalit	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Kulttuuritapahtumien järjestäminen .....	4
2.1	Kulttuuritapahtumat ja -festivaalit .....	4
2.1.1	Urbanin kulttuurin tapahtumat .....	7
2.1.2	Musiikkitapahtumat ja -festivaalit .....	8
2.2	Tapahtumajärjestäminen .....	10
2.2.1	Tapahtumamarkkinointi .....	13
2.2.2	Tapahtuma-alan tulevaisuuden näkymät .....	15
2.2.3	Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen .....	17
3	Amatööristä ammattilaiseksi .....	22
3.1	#URBCULT –projektin kuvaus .....	22
3.1.1	Projektin kehittämiskohteet .....	24
3.1.2	Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle .....	26
3.2	Cultural Festival Management –kurssin kuvaus .....	27
3.2.1	Projektin kehittämiskohteet .....	28
3.2.2	Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle .....	29
3.3	Kaustisen Kamarimusiikkiviikko –projektin kuvaus .....	30
3.3.1	Projektin kehittämiskohteet .....	31
3.3.2	Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle .....	32
3.3.3	Projektien yhteenveto .....	34
4	Pohdinta .....	35
4.1	Nykyiset valmiudet tapahtuma-alalle .....	35
4.2	Tulevaisuudessa kehitettävä osaaminen .....	37
4.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi .....	38
	Lähteet .....	40
	Liitteet .....	45
	Liite 1. Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen .....	45
	Liite 2. Projektien yhteenveto .....	48
	Liite 3. Nykyiset valmiudet tapahtuma-alalle .....	51
	Liite 4. Tulevaisuudessa kehitettävä osaaminen .....	55
	Liite 5. Ensimmäinen blogikirjoitus .....	57
	Liite 6. Toinen blogikirjoitus .....	59
	Liite 7. Kolmas blogikirjoitus .....	61
	Liite 8. Neljäs blogikirjoitus .....	63
	Liite 9. Sähköinen kyselylomake .....	65
	Liite 10. Cultural Festival Management –essee .....	72
	Liite 11. Kaustisen Kamarimusiikkiviikon yleisökysely .....	85

# 1 Johdanto

Tapahtumatuottajalta vaaditaan monenlaista osaamista, sillä hän toimii monen alan, kuten matkailu- ja kulttuurialan risteämispisteessä. Ensinnäkin tuottajalta edellytetään sekä taidellista että taiteellista näkemystä. Tuottaja tarvitsee myös laajoja verkostoja ja kykyä hallita isoja kokonaisuuksia. Lisäksi työn haasteena on jatkuva epävarmuus muun muassa rahoituksesta ja työn jatkuvuudesta.

Tämä opinnäytetyö on portfoliotyyppinen ja keskittyy kuvaamaan omaa ammatillista kasvua kolmen eri tapahtumajärjestämiseen liittyvän projektin kautta. Analysoin oppimaani niin kirjallisuuden, sähköisten lähteiden, haastattelujen kuin kartuttamani kokemuksen kautta. Opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella omaa oppimistani ja ammatillista kasvua liittyen tapahtuma-alaan kunkin osaprojektin kautta ja esittää niistä myös parannusehdotuksia. Näitä projekteja yhdistäviä teemoja ovat kulttuuritapahtumat sekä tapahtumajärjestämiseen liittyvän osaamisen kartuttaminen. Olen rajannut aiheen vapaa-ajan kulttuuritapahtumiin, en niinkään liike-elämän tapahtumiin, vaikka toki monet tapahtumajärjestämisen lainalaisuudet soveltuvat kumpaankin.

Kussakin projektissa keskityn kuvaamaan prosessia, jota olen käynyt läpi. Tarkastelen tuotoksia siitä näkökulmasta, millaista osaamista kulttuuritapahtumien tuottaminen ja järjestäminen vaatii. Arvio omasta kehityksestäni pohjautuu teoreettisen ja kokemuksellisen tiedon pohjalta luomaani ”Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen” –taulukoon (Liite 1). Vaikka näkökulmani rajautuu kulttuuritapahtumiin, käsittelen tapahtumajärjestämistä myös yleisesti. Kerron tapahtuma-alan ammattilaiselta vaaditusta osaamisesta ja niistä tulevaisuuden trendeistä ja ilmiöistä, jotka olennaisesti alaan vaikuttavat. Käytän projektejani lähinnä pohdinnan tukena ja tarkastelen niitä kokonaisuuksina niin opitun teoreettisen kuin kokemuksellisen osaamisen kautta. Projektini ovat kokonaisuuksia, joihin kuuluu myös kirjallisia tuotoksia, joista esittelen kuitenkin ainoastaan valitsemieni näkökulmien kannalta mielestäni olennaisimmat.

Aikajärjestyksessä ensimmäinen projektini on urbaanin kulttuurin tapahtumakokonaisuus, #URBCULT –projekti, jossa pääsin tutustumaan tapahtumamarkkinoinnin maailmaan, tekemään yleisötutkimusta ja kirjoittamaan blogia. Tämän projektin toimeksiantajana toimi Porvoon kaupungin kulttuuritoimi. Kirjallisina esimerkkeinä esittelen tekemämme blogikirjoitukset ja sähköisen kyselylomakkeen.

Toinen projektini on opiskelukokemukseni vaihto-opiskelijana Manchester Metropolitan –yliopiston Cultural Festival Management –kurssilla. Kirjallisena näytteenä esittelen kurssil-

la tekemäni festivaali- ja tapahtuma-alan nykytilaa tarkastelevan tutkivan esseen. Lisäksi kerron, miten kokemus itsessään avasi minulle uusia näkökulmia etenkin kansainväliseen tapahtumatuotantoon.

Viimeisin projektini on työkokemukseni tuottajaharjoittelijan tehtävästä Kaustisen Kamarimusiikkiviikolla. Kokemuksessa pääsin hyvin hyödyntämään niitä taitoja, joita olen opinnoissani kartuttanut. Kirjallisena esimerkkinä minulla on asiakaskysely, jolla kartoitettiin kävijöiden mielipiteitä.

Opinnäytetyöni tietoperusta sisältää keskeisimmät käsitteet ja teemat, joihin myöhemmin työssäni esiteltävät projektit liittyvät. Olen valinnut käsiteltäväksi ne kulttuuritapahtumien muodot ja tapahtumajärjestämisen näkökulmat, jotka luonnollisimmin liittyvät tekemiini projekteihin. Aluksi kerron kulttuuritapahtumista ja –festivaaleista yleisesti, jonka jälkeen tarkastelen vielä urbaanin kulttuurin tapahtumia sekä musiikkitapahtumia ja -festivaaleja erikseen. Näiden aiheiden kautta tulee myös selitettyä opinnäytetyöni keskeisimmät käsitteet, joita ovat kulttuuri, urbaani kulttuuri sekä tapahtumat ja festivaalit.

Tietoperustan toisessa osassa havainnoin tapahtumaprosessia ja etenkin tapahtumaa ennakoivaa osa-aluetta, joka liittyy vahvasti #URBCULT-projektiin. Sen jälkeen kerron tapahtuma-alan tulevaisuudesta, joka linkittyy erityisesti vaihto-opinnoissani tekemääni esseeseen. Lopuksi avaan tapahtumatuottajalta vaadittavaa osaamista, joka taas liittyy etenkin työkokemukseeni Kaustisen Kamarimusiikkiviikolla. Olen valinnut kyseiset näkökulmat siten, että ne parhaiten tukisivat osaprojektieni teemoja ja kasvunpaikkoja.

Empiirisessä osassa kerron kasvustani tapahtuma-alan amatööristä kohti ammattilaista. Kuvaan projektejani ensin yleisesti, sitten paneutuen niiden konkreettisiin parannusehdoiksi. Lisäksi havainnoin sitä, miten kukin prosessi on kartuttanut ammatillista osaamistani. Analysointini pohjautuu aiemmin mainittuun ”Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen” –taulukoon (Liite 1).

Lopuksi teen johtopäätöksiä ja pohdin kokonaisuudessaan ammatillista kasvuani ja niitä valmiuksia, joita minulla on mahdollista tulevaa tapahtuma-alan työuraani koskien. Hyödynnän tässä yhteenvedossa myös koko opiskelutaustaani, työkokemustani ja harrastuneisuuttani. Lisäksi arvioin niitä osa-alueita, joita minun tulisi vielä kehittää jatkossa. Viimeiseksi kuvaan itse opinnäytetyöprosessin kulkua ja onnistumista.

Opinnäytetyöni tukee hienosti sitä kasvutarinaa, jota olen päässyt kokemaan matkailun restonomian opinnoissani Haaga-Heliassa. Työharjoitteluni Suomen Ranskan kulttuuri-instituutissa on sisältänyt nimenomaan niitä asioita, joita opinnäytetyössäni käsittelem,

eli kulttuuri- ja tapahtumatuotantoa. Näin ollen valmistuttuani minulla on laaja osaaminen kulttuuritapahtumien järjestämisestä niin teoriassa kuin käytännössä.

Uskon, että opinnäytetyöstäni voisi olla kiinnostunut henkilö, joka on tapahtumatuottajana uransa alussa tai jota ylipäänsä kiinnostaa tapahtumatuotanto alana. Työni saattaa tuoda vastauksia henkilölle, joka miettii omaa soveltumistaan ja valmiuksiaan tapahtuma-alalle ja erityisesti kulttuurituotannon pariin. Itselleni tämä opinnäytetyöprosessi on ainakin tuonut vastauksia näihin pohdintoihin.

## 2 Kulttuuritapahtumien järjestäminen

Kulttuuritapahtumat rikastuttavat elämäämme monin tavoin. Niiden avulla luodaan yhteisöllisyyttä ja annetaan unohtumattomia elämyksiä kävijöille. Monelle paikkakunnalle ne ovat myös tärkeä matkailullisen vetovoiman luoja. Kulttuurituottaja on monialainen taituri, joka toimeenpanee työssään taiteilijan vision käytännössä toimivaksi kokonaisuudeksi. Tässä luvussa esittelen tarkemmin valitsemani kulttuuritapahtumien muodot, joihin viittaa myöhemmin työni empiirisessä osassa. Lisäksi kerron tapahtumajärjestämisen prosessista painottaen ennakoivaa taustatyötä. Käsittelen myös tapahtumatuotannon tulevaisuutta sekä alan ammattilaiselta vaadittavia valmiuksia.

### 2.1 Kulttuuritapahtumat ja -festivaalit

Kulttuuri luo merkityksiä, tuo elämyksiä ja on osana rakentamassa yksilön identiteettiä. Se on prosessi, jonka kautta ihminen kokee jotakin merkityksellistä. Kulttuurin voi nähdä myös viestintänä, jossa laajennetaan omaa ymmärrystä ja järjestetään uudelleen asioiden merkityksiä ja suhdetta omaan itseen. Kulttuurin rooli on sekä ylläpitää vanhaa että luoda uutta. (Uotila 2011, 10.)

Tapahtuma käsitteenä on ihmisten luoma tilaisuus, jolla on tarkoitus. Tarkoitus voi olla konkreettinen, kuten lippujen myynti tai abstrakti, kuten jonkin tunteen nostattaminen. (Raj, Walters & Rashid 2013, 5.) Getzin mukaan tapahtuma-termin luonnehdintaan liittyvät seuraavat seikat: huomionarvoisuus, erityiset olosuhteet ja tietty aika ja paikka. Tapahtumalla on siis alku ja loppu. Kyseessä on hetkellinen ilmiö, jonka sisältö on usein suunniteltu ennalta. (Getz 2007, 18.)

Festivaalit määritellään yleisesti julkisiksi, teemallisiksi ja aika- ja paikkasidonnaisiksi tapahtumiksi. Niiden tarkoitus on lisätä yhteisöllisyyttä ja rakentaa järjestäjäpaikkakunnan imagoa toivottuun suuntaan. Tavoitteena on paitsi palvella paikallisia asukkaita myös houkuttaa kuluttajia muualta. (Harris 2007, 194.) Festivaali järjestetään yleensä vuosittain tai harvemmin ja se juontuu jonkin yhteisön tarpeesta. Juuri sen vahva yhteys yhteisöön erottaa sen arkipäiväisemmistä tapahtumista. Festivaaleilla onkin tärkeä rooli kulttuurimme vahvistajina. (Carpenter & Blandy 2008, 130.)

Festivaali voidaan nähdä myös tapahtumana, joka juhlistaa kulttuuria, taidetta tai musiikkia ja joka on kestoltaan useita tunteja, päiviä tai jopa viikkoja (Raj ym. 2013, 260). Getz kuvaa festivaalin yksinkertaisesti teemalliseksi yleisötapahtumaksi. Falassin vanha luonnehdinta taas kuvailee festivaaleja viidellä eri määreellä. Nämä määreet ovat hengellinen

tai maallinen, erityisiä juhlamenoja sisältävä tapahtuma, vuosittainen sadonkorjuun, huomionarvoisen henkilön tai tapahtuman juhlinta, jollekin artistille tai genrelle omistautunut taiteellisista esityksistä koostuva kulttuuritapahtuma, markkinat tai pelkästään yleinen ilonpito. Falassi näkee festivaalin myös tapahtumana, jossa ihminen irrottautuu hetkellisesti arkisesta elämästään ja rutiineistaan ja tekee jotain, mitä ei normaaliolosuhteissa tekisi. (Getz 2007, 31–32.) Festivaaliin liittyy siis usein ajatus todellisuuspaosta eli eskapismista.

Syntyäkseen festivaali tarvitsee innokkaan tekijäjoukon sekä tarpeen luoda juuri tietynlainen tapahtuma jollekin alueelle. Paikan lisäksi festivaalit heijastelevat vahvasti myös kyseistä aikakautta. Näin ollen festivaalien on kyettävä uudistumaan vastatakseen yleisön tarpeeseen. Myös verkostot, etenkin kansainväliset, ovat isossa merkityksessä. Juuri kansainvälisten verkostojen kautta monesti paikkaan sidonnaiset festivaalit voivat saada jopa maailmanlaajuisen näkyvyyden. (Silvanto 2007, 13–14.)

Menestyksekkäiden tapahtumien järjestäjillä on usein vahva visio tapahtumansa tavoitteista ja merkityksestä. Tapahtuman järjestäminen voi tosin saada tarkoituksensa lukuisista eri syistä. Syitä voivat olla esimerkiksi jonkin alueen erityispiirteen, historiallisen tapahtuman tai vapaapäivän juhlistaminen, tavoite saada lisää rahaa käyttäviä vierailijoita alueelle, alueen imagon nostaminen tai muokkaaminen, alueen yhteisöllisyyden ja yhdessä tekemisen juhlistaminen tai vaikkapa avajaiset. (Event Scotland 2006, 17.)

Useissa tutkimuksissa on havaittu, että kansainvälisesti katsottuna festivaalit on huomattu potentiaalisiksi kaupungin vetovoimaisuuden lisääjäksi suunnilleen 1980-luvulta lähtien. On havaittu niiden kyky vetää puoleensa niin turisteja kuin pääomaakin. Menestyäkseen festivaalin on kuitenkin olennaista säilyttää taiteellinen antinsa sekä yhteytensä paikalliseen yhteisöön. (Silvanto 2007, 11.)

Festivaalien monipuolisuus kielii yleisesti Euroopassa vaikuttavasta kulttuurisesta monikerroksellisuudesta. Kaupunkilaiset ovat innokkaita kohtaamaan uusia ja vieraita kulttuurin muotoja ja rikkomaan omia ennakkoluulojaan. Yleisöpohjan hajautuessa myös harvinaisempaan teemaan keskittyvät tapahtumat löytävät oman yleisönsä. (Klaic 2007, 202.) Sutisen mukaan festivaalientän pirstoutuminen mitä moninaisempiin ala- ja yläkulttuurin tapahtumiin kielii kaupunkikulttuurin rikkaudesta. Hän näkee festivaalit monimuotoisuuden mittarina, joka kuvaa kaupungin luovuutta ja innovatiivisuutta. Hänen mukaansa festivaalit myös heijastelevat kaupungin monikerroksisuutta ja moneen suuntaan venyvää yhteisöllisyyttä. (Sutinen 2007, 125.)

Kulttuuritapahtumien määrä on kasvanut viime vuosikymmenten aikana suuresti (Halonen 2010, 6). Tarjonta on monipuolistunut huomattavasti ja uusia festivaaleja syntyy vuosittain (Kuusi 2007, 16). Suomessa kulttuuritapahtumien kattojärjestö Finland Festivalsilla on jäseniä noin sata (Finland Festivals 2016a). Tämä ei kuitenkaan kata kaikkia Suomen kulttuuritapahtumia. Vaikka suomalaiset kulttuuritapahtumat eivät varsinaisesti tavoittele ulkomaista asiakaskuntaa, ne ovat silti onnistuneet saamaan ulkomaisia esiintyjä ohjelmistoonsa (Pasanen & Hakola 2009, 37).

Matkailun edistämiskeskuksen vuonna 2009 teettämän, Finland Festivals ry:n jäsentapahtumille kohdistetun tutkimuksen mukaan suurin osa suomalaista kulttuuritapahtumista on painottunut musiikkiin. Kolme neljäsosaa tapahtumista järjestetään kesäkuukausina ja lähes kaikki toteutetaan vuosittain. Suurin osa tapahtumista on kooltaan pieniä, osallistujamäärältään noin muutaman tuhannen kokoisia ja ne keräävät osallistujia lähinnä lähialueilta. Tällaiset tapahtumat myös toteutetaan melko pienellä budjetilla. (Pasanen & Hakola 2009, 28–30.)

Kulttuuritapahtumien järjestäjätahoja ovat julkisella puolella valtion kulttuurilaitokset ja kuntien kulttuuritoimet, sen lisäksi erilaiset yritykset ja yhdistykset sekä freelance-tuottajat (Halonen 2007, 144). Kulttuuritapahtumia leimaa se, että ne ovat pääsääntöisesti riippuvaisia valtion tai kuntien rahallisesta tuesta. Myös talkoolaisten merkitys tapahtumien tuotannossa on suuri. (Pasanen & Hakola 2009, 31–33.) Vapaaehtoisten rooli nähtiin tärkeänä myös Helsingin kaupungin kulttuuriasiakskeskuksen keväällä 2006 helsinkiläisiä taidefestivaaleja tutkivan kyselyn tuloksissa. Ylipäänsä festivaalien tuotannoissa määräaikaista tekijöitä käytetään runsaasti. (Kuusi 2007, 17.)

Kulttuuritapahtumat antavat matkailulle paljon. Niiden merkityksen voi nähdä muun muassa kokemuksellisuudessa ja elämyksellisyydessä, yksilön identiteetin rakentamisessa ja uudenlaisten merkitysten synnyttämisessä. Kulttuuritapahtumien odotetaan myös lisäävän kaupunkien vetovoimaa ja siten edistävän matkailua. Onnistunut tapahtumakonsepti saattaa parhaimmillaan jopa hidastaa paikkakunnan taantumista ja olla oiva työpaikkojen luoja silloin, kun ne ovat perinteisemmiltä aloilta vähentyneet. Toisaalta vain harvat tapahtumat ovat pitkään menestyksekkäitä. (Uotila 2012, 14.)

Kulttuuritapahtumat vaikuttavat siis sekä yksilöön että yhteisöön. Yksilöön kohdistuvia vaikutuksia ovat kokemukset, nautinto ja itsensä toteuttaminen, tiedon ja aktiivisuuden kautta ilmenevät identiteetin muodostaminen, kommunikaatio ja yhteisten tavoitteiden eteen toimiminen sekä luovan ilmapiiriin vaikutus työskentelyyn. Yhteisöön kohdistuvia

vaikutuksia sen sijaan ovat muun muassa hyvinvoinnin lisääntyminen, yhteisöllisyyden kasvu ja kulttuurin rikastuminen. (Askelo 2014, 8.)

Eurooppalaiselle matkailijalle kulttuuri on merkityksellinen tekijä matkakohdetta valitessa. Tällaiselle elämysmatkailijalle kulttuurin ja matkailun palvelut ovat yksi kokonaisuus, jossa rajat toimialojen välillä ovat häilyviä. Tämän vuoksi kulttuuri- ja matkailualalla tiivis yhteistyö onkin suotavaa. Myös tuottajan näkökulmasta matkailijan käyttämät palvelut muodostavat kokonaisuuden, jossa eri osapuolet ovat riippuvaisia toisistaan. (Uotila 2012, 14.)

### **2.1.1 Urbaanin kulttuurin tapahtumat**

Urbaani eli kaupunkikulttuuri ilmenee siinä, miten kaupunki itsessään on vaikuttanut asukkaisiinsa, yhteisöihin ja lopulta taiteelliseen tuotantoon. Siinä missä kulttuuri itsessään on valtavan laaja käsite sisältäen ihmisten rakentaman ympäristön ja esineet sekä aineettoman kulttuurin eli muun muassa tavat, lait ja taiteen, kaupunkikulttuuri sisältää nimenomaan kaupungin vaikutuksen tähän kaikkeen. Toisaalta kyse on myös siitä, miten asukkaat, yhteisöt ja taide itse vaikuttavat kaupunkiinsa. (Turley 2005, 1.)

Kaupunkikulttuuri on tullut näkyväksi Suomessa noin 1980-luvulta lähtien. Kaupunkikulttuurin ilmiöt nousivat voimakkaasti esiin kun esimerkiksi Taiteiden yö järjestettiin ensimmäisen kerran vuosikymmen lopussa ja se yhteisöllisti kaupunkilaisia aivan uudella tasolla. Tämä johti muun muassa Ruoppilan ja Cantellin (2000, teoksessa Silvanto 2007, 12) mukaan siihen, että urbaanista aallosta kasvoi pian koko kansan kulttuuria. Helsinki toimi kulttuurikaupunkina vuonna 2000 ja Heikkisen mukaan (2001, teoksessa Silvanto 2007, 12) sen seurauksena muun muassa kulttuurituottajien ammattitaito kasvoi. Lisäksi varoja kerättiin tulevia hankkeita varten (Silvanto 2007, 12). Nykyisin kaupunkitapahtumien lisääntyminen kielii kysynnän kasvusta, joka taas johtuu yleisestä tulotason noususta, vapaa-ajan ja kulttuurimatkailun lisääntymisestä sekä koulutustason noususta (Kainulainen 2014, 7).

Kulttuuritapahtumilla on laaja merkitys kaupungeille. Taide ja kulttuuri lisäävät hyvinvointia, elävöittävät kaupunkia ja lisäävät urbaanien alueiden luovuutta ja houkuttelevuutta. (Askelo 2014, 8.) Urbaanin kulttuurin tapahtumat pyrkivät vuorovaikutukseen ympäröivän kaupungin kanssa. Melurajoituksista huolimatta etenkin urbaanin musiikin festivaalit haluavat luoda kokonaisvaltaisen kaupunkitilallisen elämyksen. (Harris 2007, 195.)

Elämyksellinen kaupunkiympäristö houkuttaa työvoimaa, opiskelijoita, turisteja ja sijoittajia. Tapahtumat vaikuttavat kaupunkien kehitykseen sosiaalisin, kulttuurisin ja ympäristöl-

lisiin keinoin. Ne myös kehittävät yleistä kulttuuri-ilmapiiriä ja toimivat siten innoittajina muillekin toimijoille. Toisaalta suurten festivaalien haittapuolina on nähty ympäristön karsiminen, meluhaitat ja järjestyshäiriöt. (Kainulainen 2014, 7.)

Festivaalien merkitys kaupungeissa ilmenee siis paitsi taloudellisesti myös alueen henkeä ja ilmapiiriä nostattavana tekijänä. Festivaalit tekevät kaupungista eläväisen ja vaikuttavat osaltaan kulttuuriyhteisöjen syntyyn. Koska festivaalien merkitys kaupunkialueille on varsin moniulotteista, kaikki vaikutukset eivät ole mitattavissa. (Kainulainen 2007, 176, 181.)

### **2.1.2 Musiikkitapahtumat ja -festivaalit**

Musiikkitapahtumissa kävijöillä on mahdollisuus kokea tuntevansa, että he ovat osa ryhmää. Konserteissa vietetään aikaa ystävien kanssa ja tavataan uusia samanmielisiä ihmisiä. Vaikka musiikkitapahtumia järjestetään monesti kaupallisessa tarkoituksessa, niillä on myös kulttuuriset ja luovat arvonsa. Konsertit voivat liittyä myös esimerkiksi hyväntekeväisyyteen. (Raj ym. 2013, 13.)

Musiikkitapahtumia, kuten konsertteja järjestettäessä tarvitaan yleensä paljon valo-, ääni- ja lavatekniikkaa, jotta voidaan luoda yleisölle voimakkaita ja vaikuttavia elämyksiä. Tekniikan määrä riippuu kuitenkin artistien ja järjestäjän luovasta visiosta, taloudellisista resursseista sekä muun muassa erilaisista turvallisuusmääräyksistä. Musiikin volyyymi täytyy kustomoida sekä yleisölle nautinnolliseksi kuunnella että artisteille sopivaksi soittaa. Musiikkitapahtumia rajoittavatkin esimerkiksi desibeli- ja soittoaikarajoitukset. (Raj ym. 2013, 13.) Keskustelua soittoajoista on käyty Suomessakin. Kaupunkifestivaalien, kuten elektronista musiikkia soittavan Weekend Festivalin kaltaiset musiikkitapahtumat keräävät usein valituksia lähialueiden asukkailta, jonka vuoksi niiden yöllisiin soittoaikoihin koetaan tarpeelliseksi puuttua (Helsingin Sanomat 23.3.2015).

Suomessa Finland Festivalsin noin sadasta jäsenestä yli kaksi kolmasosaa on musiikkitapahtumia. Suomen festivaalikesässä musiikkitapahtumat ovatkin suurimmassa roolissa. (Ekholm 2007.) Esimerkiksi vuonna 2015 Finland Festivalsin jäsenfestivaaleista, Ruisrock, Helsingin Juhlaviikot, Pori Jazz, Savonlinnan Oopperajuhlat ja Ilosaarirock olivat viisi myydyintä festivaalia. Näistä suosituimpaan, Ruisrockiin myytiin noin 95 000 pääsylippua. Kokonaiskäyntimäärältään suurin festivaali oli Pori Jazz lähes 391 000 kävijällä. (Finland Festivals 2016b.) Monet suomalaiset musiikkifestivaalit, kuten Savonlinnan oopperajuhlat, ovat kasvaneet paikallisesta tapahtumasta ensin valtakunnalliseksi tapahtumaksi ja sitten jopa osaksi kansainvälistä festivaalikattausta (Hako 2007, 54).

Musiikkifestivaalikulttuuri alkoi Suomessa kehittyä vahvasti 1970-luvulta lähtien. Silloin tärkeimmät musiikkifestivaalit olivat muun muassa Helsingin Juhlaviikot ja Kaustisen Kansanmusiikkijuhlat. Tuohon aikaan merkittävimmät musiikkitapahtumat järjestettiin maaseudulla, vastailmiönä vaikuttavalle kaupungistumiselle. Pääkaupunkiseudulle musiikkitapahtumat ovat kiinnittyneet vasta vuosituhannen vaihteessa. (Hako 2007, 50.)

Myös kansainvälisesti katsottuna musiikkifestivaalit ovat valtava ilmiö. Ihmiset osallistuvat niihin kokeakseen ainutlaatuisen tunnelman ja saadakseen musiikillisia elämyksiä. Mainostajat ja sponsorit taas hyötyvät siitä, että saavat yleisön huomion useammaksi päiväksi. Esimerkiksi amerikkalaisessa musiikkifestivaalibisneksessä liikkuvat suuret rahat ja kuuluisat festivaalit, kuten Coachella, saattavat olla loppuunmyytyjä muutamassa tunnissa. (Reddy 7.10.2015.)

Vuosituhannen vaihteessa täysi-ikäistynyt ikäryhmä eli niin kutsuttu millenium-sukupolvi arvostaa kokemuksia materian edelle. Heille osallistuminen musiikkifestivaalille on tärkeä jaettu elämys ja edustaa kaikkea sitä, mitä he pitävät arvossa. Paitsi hauskanpito myös yhteys paikallisiin kulttuureihin ja tutustuminen marginaalisempiin artisteihin ovat heille motiiveja lähteä festivaaleille. Pienemmille yhtyeille festivaaleilla soittaminen on myös kannattavaa, sillä otollinen yleisö löytää heidät helpommin kuin esimerkiksi yksittäisten klubikeikkojen kautta. (Reddy 7.10.2015.)

Nykypäivän ilmiönä musiikkifestivaaleilla on nähtävissä se, että kävijät julkaisevat aktiivisesti materiaalia sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä ja Snapchatissa. Kävijät haluavat näyttää muille, miten hauskaa heillä on tapahtumassa paikan päällä. Näin ollen festivaaliyleisö myös itse markkinoi festivaalia omaaloitteisesti. Hypetyksellä ja lipunmyynnillä voidaankin nähdä yhteys toisiinsa. Tällaista sosiaalisen median kanavissa ilmenevää markkinointia tapahtuu paitsi tapahtuman ollessa käynnissä myös ennen ja jälkeen tapahtuman esimerkiksi erilaisten kilpailujen ja esiintyjäspekuloinnin kautta. (Reddy 7.10.2015.)

Onnistuakseen musiikkifestivaalin tulee tarjota paras artistikattaus ja kyettävä erottautumaan kilpailijoistaan omaperäisen imagon kautta (Reddy 7.10.2015). Toisaalta festivaalin oma identiteetti rakentuu osittain myös itse kävijöiden toimesta (Hako 2007, 52). Tästä hyvänä esimerkkinä toimii Suomessa ainutlaatuinen Flow Festival, joka on onnistunut luomaan aivan omanlaisensa tapahtumakonseptin, jossa yhdistyvät vaihtoehtoiset ja uudenlaiset musiikkielämykset, laadukas ruokatarjonta ja upea miljöö (Flow Festival 2016).

## 2.2 Tapahtumajärjestäminen

Tapahtumajärjestämiseen liittyy aina riskejä. Siksi on hyvä arvioida ennakkoon ainakin seuraavia näkökohtia: Onko tapahtuma uniikki ja onko sille markkinarakonsa, toisin sanoen, onko sille ylipäänsä kysyntää? Onko tarpeeksi resursseja tapahtuman toteuttamiseen? Millainen tulevaisuus tapahtumalla on? Onko tapahtumalla edellytyksiä kasvuun ja jatkuvuuteen? (Event Scotland 2006, 18.)

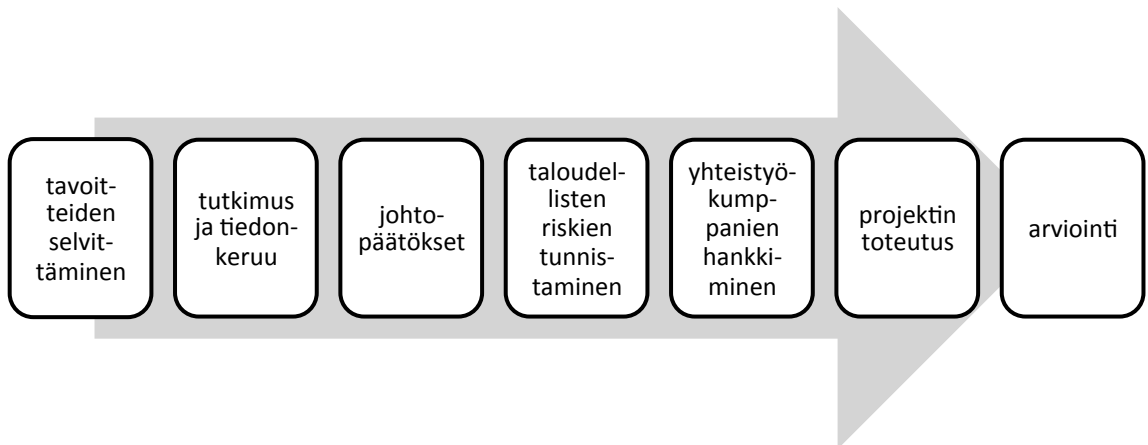
Event Scotland käyttää tapahtumajärjestämisen oppaassaan SMART-mallia tapahtuman tavoitteiden asettamisen selkeyttämiseen. SMART-malli koostuu seuraavista määreistä: specific eli tavoitteiden tarkka määrittely, measurable eli tavoitteiden mitattavuus, achievable eli tavoitteiden realistisuus, relevant eli tavoitteiden olennaisuus ja time-based eli tavoitteiden saavuttamisen aikataulu. Tavoitteet itsessään voidaan jaotella eri kategorioihin, joita ovat esimerkiksi tapahtuman kasvu, laadun parantamisen, ekologisuuden lisääntyminen, taloudellinen kasvu, turismin kasvu ja sosiaaliset hyödyt. (Event Scotland 2006, 20.)

Tapahtumatuottamisessa on huomioitava monia seikkoja. On perehdyttävä muun muassa strategiseen suunnitteluun sekä projektin- ja riskienhallintaan. Lisäksi talous- ja henkilöstöhallinto sekä markkinointi, viestintä ja sidosryhmät on otettava huomioon. (Canadian Tourism Human Resource Council 2011.) Tapahtuman järjestäjän on ajateltava jokainen pieni yksityiskohta, jotta vieraan ei tarvitse vaivata niillä päätään. Kaikki pitäisi suunnitella niin hyvin, ettei asiakkaan tarvitse pyytää ohjeistusta itse tapahtumassa. (Silvers 2004, 6.)

Tapahtumatuottajan tehtäviin kuuluu tehdä tutkimusta määritelläkseen asiakasprofiilinsa ja tämän odotukset tapahtumaa kohtaan. Tämän jälkeen on luotava tapahtumakonsepti, jossa määritellään tapahtuman laajuus, jotta se vastaisi odotuksia. Sen jälkeen päätetään, mitä elementtejä ja tekijöitä tarvitaan, jotta saadaan aikaseksi haluttu kokonaisuus. Kun nämä tekijät lyödään yhteen, syntyy strategia. Sitten valitaan parhaat mahdolliset tuotteet ja tuottajat, jonka jälkeen ohjataan itse tuotanto. (Silvers 2004, 4.)

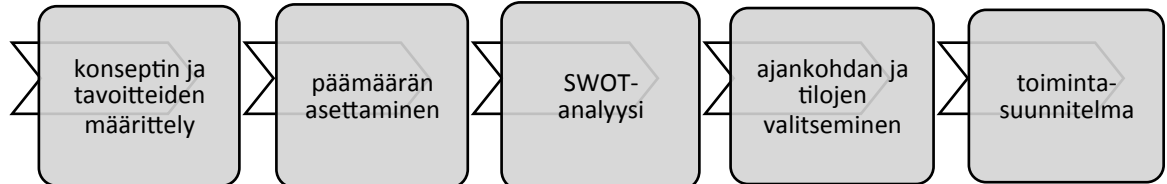
Tapahtumatuotanto voidaan nähdä seitsemänä portaana (Kuvio 1). Ensimmäinen askel on tapahtuman tavoitteiden ja päämäärien selvittäminen. Seuraava vaihe on tiedonkeruu- ja tutkimusvaihe, jossa selvitetään sisäiset ja ulkoiset tekijät huomioiden, onko tapahtuma ylipäänsä järjestettävissä. Tämän jälkeen tehdään suunnitelma, joka perehtyy tapahtuman järjestämiseen liittyviin taloudellisiin riskeihin. Viidennessä vaiheessa määritellään tapahtuman järjestämiseen liittyvät muut tahot ja toimijat, kuten bisneskumppanit ja sponsorit.

Kuudes taso käsittää projektin toteutuksen. Tapahtuman jälkeen suoritetaan arviointi. (Raj ym. 2013, 259.)



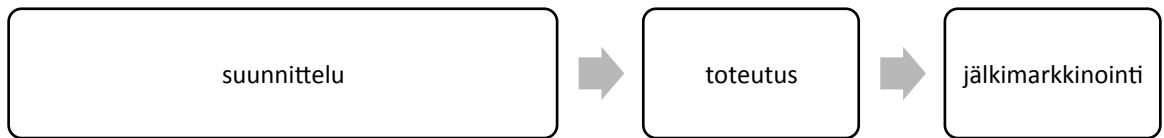
Kuvio 1. Tapahtumatuotannon vaiheet (Raj ym. 2013)

Sen sijaan Event Scotlandin oppaan mukaan idean tapahtumajärjestämisen suunnitteluvaiheet ovat tapahtumakonseptin ja tavoitteiden määrittely, päämäärän asettaminen, SWOT-analyysin tekeminen, ajankohdan ja tilojen valitseminen ja toimintasuunnitelma (Kuvio 2) (Event Scotland 2006, 18).



Kuvio 2. Tapahtumajärjestämisen suunnitteluvaiheet (Event Scotland 2006)

Yksinkertaisuudessaan tapahtumaprosessin vaiheet ovat kuitenkin suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi (Kuvio 3). Vallo ja Häyrinen väittävät hyvin järjestetyn tapahtumaan tekemiseen kuluvan aikaa vähintään muutama kuukausi. Heidän mukaansa kolme neljäsosaa itse tapahtumaprosessista kuluu suunnitteluun, johon lukeutuu muun muassa ideointi ja resursointi. Tapahtuman toteutukseen kuuluu luonnollisesti rakennus- ja purkuvaihe ja sen väliin jäävä itse tapahtuma. Jälkimarkkinointi sen sijaan käsittää esimerkiksi kiitokset ja palautteen keräämisen. (Vallo & Häyrinen 2014, 161.)



Kuvio 3. Tapahtumaprosessin vaiheet (Vallo & Häyrinen 2014)

Tapahtuman suunnittelu on aloitettava riittävän ajoissa. Suunnittelu on tarkkaa ajattelutyötä. On kyettävä ajattelemaan tapahtuma alusta loppuun kaikkine pienine yksityiskohtineen. Tapahtumaprosessissa suunnitteluvaihe on se, joka vie eniten aikaa. Se voi kestää kuukausista vuosiin. Yleisön voi ottaa tapahtuman suunnittelun mukaan esimerkiksi sosiaalisen median avulla. Näin saadaan yhteys kohderyhmään ja pystytään luomaan heitä kiinnostavaa sisältöä. (Vallo & Häyrinen 2014, 162–163.)

Vallon ja Häyrisen mukaan tapahtuman taustavaiheeseen kuuluvat tapahtumabriefin ja –käsikirjoituksen tekeminen. Tapahtumabrief on asiakirja, josta käy ilmi tapahtuman tavoite, kohderyhmä, sisältö pääpiirteissään, idea toteutuksesta, järjestäjätaho ja budjetti. Tapahtumakäsikirjoitus taas on apuväline tapahtumassa työskenteleville. Se sisältää tarkan suunnitelman siitä, mitä, missä ja milloin mitäkin tapahtuu. Tärkeää on, että kopio aikataulutetusta tapahtumakäsikirjoituksesta on jokaisella vastuuhenkilöllä. (Vallo & Häyrinen 2014, 163–167.)

Tapahtumajärjestäjän on pidettävä huolta siitä, että tapahtumaa järjestettäessä kaikki asiakkaiden luvat ja ilmoitukset on hoidettu hyvissä ajoin kuntoon ennen tapahtuman alkua (Visit Helsinki 2016). Festivaaleja järjestetään usein ulkotiloissa, kuten puistoissa. Sijaintia valitessa on kuitenkin otettava huomioon sääolosuhteet, lainsäädäntö ja turvallisuusasiat, kuten hälytysajoneuvojen pääsy alueelle esteettä. (Raj ym. 2013, 260–261.)

Lisäksi on otettava huomioon esimerkiksi, että Suomessa kaikkiin ulkoilmatapahtumiin tarvitaan maanomistajan suostumus – lupia myöntäviä tahoja ovat esimerkiksi rakennus- ja liikuntavirasto sekä yksityiset maanomistajat. Myös poliisille on tehtävä ilmoitus yleisötapahtumasta, mikäli tapahtuman koko edellyttää esimerkiksi poikkeavia liikennejärjestelyitä. Lisäksi ammattimaisen toimijan täytyy informoida Elintarvikevirastoa elintarvikkeiden tarjoamisesta tai myynnistä, yksityishenkilöitä tämä ei koske. Lisäksi yli 500 sadan osallistujan tapahtumista on ilmoitettava ympäristökeskukseen. Anniskelulupia sen sijaan haetaan aluehallintovirastolta. (Visit Helsinki 2016.)

Musiikkia soitettaessa ja esitettäessä tulee ottaa huomioon tekijänoikeusluvut, joita haetaan Teostolta. Lisäksi kovaäänisen musiikin esittäminen tapahtumissa edellyttää meluilmoituksen tekemistä. Yleisötapahtumissa turvallisuudesta huolehtiminen on tärkeää. Tapahtumajärjestäjän tulee huolehtia tilaisuuteensa poliisin hyväksymät järjestyksenvalvojat. Lisäksi pelastusviranomaiset velvoittavat järjestäjän toimittamaan heille pelastus- ja turvallisuussuunnitelman, joka käsittää muun muassa paloturvallisuuden ja hätäpoistumistiet. Tämä hyväksytetään erikseen myös poliisilla. Yli tuhat osallistujaa käsittävistä suurtaapahtumista on hyvä tehdä ilmoitus myös liikennelaitokselle ja liikennöiville tahoille, kuten takseille. (Visit Helsinki 2016.)

### **2.2.1 Tapahtumamarkkinointi**

Tapahtumamarkkinointia suunnitellessa ensin täytyy määritellä tapahtuman kohdeyleisö mahdollisimman tarkasti. Sen jälkeen on hyvä ottaa selvää, onko kohderyhmästä tehty aiempaa tutkimusta. (Event Scotland 2006, 176–177.) Asiakasprofiilia luodessa tarkastellaan sitä, keitä asiakkaat ovat, kuinka paljon heitä on, ja mistä he pitävät ja mistä eivät. Tärkeintä on miettiä, miksi tapahtuma ylipäätään järjestetään ja mitkä ovat sen tavoitteet. (Silvers 2004, 4.) Muutenkin on hyvä ottaa huomioon aiemmin käytetty markkinointimateriaali ja jatkojalostaa sitä eteenpäin. On myös määriteltävä käytettävissä olevat resurssit eli aika, henkilöstä ja budjetti sekä otettava selvää kilpailijoista ja mahdollisuuksien mukaan otettava opikseen heidän toiminnastaan. (Event Scotland 2006, 176–177.)

Niin kutsuttu marketing mix eli product (suom. tuote), price (suom. hinta), convenience (suom. soveltuvuus) ja promotion (suom. mainonta) on työkalu, jonka avulla voidaan tarkastella ihmisten mahdollista osallistumista tapahtumaan ja sitä kautta muokata markkinointistrategiaa. Tuote-näkökulma herättää miettimään, voiko tapahtumaa tuotteena kehittää vielä houkuttelevammaksi kohdeyleisölle. Hinta-näkökulma tuo esiin sen, onko lippu sopivan hintainen ja tuleeko mahdolliselle kävijälle sen päälle vielä esimerkiksi matkustamisesta aiheutuvia lisäkuluja, jotka vaikuttavat osallistumispäätökseen. Soveltuvuutta pohdittaessa täytyy miettiä sitä, miten tapahtumaan osallistuminen tehdään mahdollisimman helpoksi esimerkiksi kauempaa tulevien kävijöiden riittävällä informoimisella tapahtuma-alueesta ja sen palveluista. Mainonta sen sijaan tähtää onnistuneeseen kommunikointiin yleisön ja järjestäjätahon välillä. (Event Scotland 2006, 183–184.)

Tapahtumamarkkinointi on olennainen osa tapahtuman suunnittelua, sillä se mahdollistaa sen, että yleisö saa tietää tapahtuman olemassaolosta. Tapahtumamarkkinoinnissa on tärkeää tuntea kohderyhmänsä ja se, miten ja millaista mediaa he käyttävät. Markkinointiviestintäsuunnitelma sisältää analysointia kohderyhmästä, yleisötavoitteesta, viestintäbud-

jetista, käytettävistä kanavista ja markkinoinnin aikataulusta. Tapahtumamarkkinoinnin kanavia ovat muun muassa sosiaalinen media, nettisivut, uutiskirjeet, lehdet, julisteet, esitteet, lomakkeet ja tiedotteet. (Kiero 2.4.2013.)

Finland Festivals ry:n jäsenille teetetyin kyselyn mukaan tapahtumamarkkinoinnin painotus Suomessa vaihtelee. Markkinoinnissa olisi selvästi parannettavaa, sillä esimerkiksi vain harvalla tapahtumalla on erikseen nimetty henkilö, joka vastaa viestinnästä ja markkinoinnista. Yli puolella esiintyi ulkomaan markkinointia, mutta se ei ollut ollut kovin menestyksestä. (Pasanen & Hakola 2009, 31–36.) Sen sijaan Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskuksen kyselyn mukaan helsinkiläisistä taidefestivaaleista suurin osa suuntaa markkinointiaan myös kotimaan rajojen ulkopuolelle (Kuusi 2007, 17). Tärkeimmäksi markkinoinnin välineeksi koettiin tapahtuman omat kotisivut. Kotimaan viestinnässä muita apukeinoja ovat esitteet sekä sanomalehdet. (Pasanen & Hakola 2009, 31–36.) Nykypäivänä on kuitenkin huomioitava sosiaalisen median merkityksen kasvaminen markkinoinnissa.

Sosiaalisessa mediassa viestiminen on nopeaa ja edullista. Tapahtumaa voidaan markkinoida Facebookissa paitsi omana tapahtumanaan myös järjestäjäorganisaation omien sivujen kautta. Sosiaalinen media toimii kanavana monessa eri vaiheessa: ideoinnissa, kutsumisessa, markkinoinnissa, viestinnässä ja palautteenannossa. (Vallo & Häyrinen 2014, 87–88, 90.) Kerran vuodessa järjestettävät festivaalit voivat ylläpitää vuorovaikutustaan yleisönsä kanssa internetin avulla. Esimerkiksi virtuaalisten elämysten tarjoaminen festivaalien välissä ylläpitää kävijöiden kiinnostusta tapahtumaa kohtaan. (Klaic 2007, 203). Sähköisessä tapahtumamarkkinoinnissa on erittäin tärkeää, että käytettävät kanavat ovat aina ajan tasalla ja että ne ovat selkeitä ja ymmärrettäviä (Event Scotland 2006, 201).

Sosiaalisen median tapahtumamarkkinoinnissa on hyvä luoda aihetunniste eli hashtag, jonka alueella aiheeseen liittyvää viestintää on helpompi seurata. On myös hyvä huomioida alan vaikuttajat, jotka osallistuvat tapahtumiin aktiivisesti. Heille voi tarjota esimerkiksi ilmaisen sisäänkäynnin, sillä heidän jakamansa tapahtumasisältö on arvokasta ja saattaa tavoittaa paljon potentiaalista asiakaskuntaa. Sosiaalisen median tapahtumamarkkinoinnissa visuaalisuus on isossa roolissa. Kuvat ja videot luovat tunnelmaa ja ovat mukana rakentamassa osallistavaa kävijäkokemusta. (Villanen 20.10.2015.)

Markkinoinnissa ajoitus on todella tärkeässä roolissa. Tapahtumajärjestäjän kiireistä tapahtumatoteutusta auttaa ennakkoon suunniteltu sisältö ja sen ajastaminen sopiviin ajankohtiin. Seuraavien tapahtumien markkinointia varten on hyvä idea kuvata asiakaspa-

lautetta itse tapahtumassa paikan päällä videolle talteen. Myöhemmin niitä voi jakaa sosiaalisen median kanaviin tulevia tilaisuuksia markkinoitaessa. Tapahtuman jälkimarkkinointiin kuuluu myös vieraiden lähestyminen ja kiittäminen sähköpostitse. (Villanen 20.10.2015.)

### **2.2.2 Tapahtuma-alan tulevaisuuden näkymät**

Suomalaisten kulttuuritapahtumien arvoina tärkeimmät ovat korkea taiteen taso ja kulttuurin esiin tuominen. Sen jälkeen tavoitteena on tapahtumapaikkakunnan imagon parantaminen. Kaupallisuuden merkitys tulee vasta tämän jälkeen. Tapahtumien tilanne on pääosin hyvä, suurin osa on vakiinnuttanut yleisönsä tai kasvattaa sitä. (Pasanen & Hakola 2009, 38–39.)

Tulevaisuuden megatrendit vaikuttavat osaltaan myös tapahtumatuotantoon. Näitä trendejä ovat muun muassa elämykset kaikille aisteille, hidas elämä ja uudenlaisten, yllätyksellisten yhteisöjen luominen. Muita trendejä ovat reaali- ja virtuaalitodellisuuden yhdistäminen, teknologia sekä monikulttuurisuus ja globalisaatio. Myös kaupunkitilojen uudenlainen käyttö ja kuluttajakentän pirstoutuminen yhä pienempiin segmentteihin tulevat näkymään tulevaisuudessa. (Halonen 2011, 7.) Mobiilimarkkinoinnin kasvaessa myös musiikkifestivaalit ovat mobilisoitumassa. Yhä useammalla tapahtumalla on esimerkiksi oma älypuhelinsovelluksensa. (Raj ym. 2013, 243.) Mobiilin merkityksen huomioiminen on tärkeää, sillä se on olennaisin väline yleisön paikan päällä itse toteuttamaan tapahtumamarkkinointiin (Reddy 7.10.2015).

Tulevaisuudessa tapahtuma-alalla näkyy kaksi toisistaan kovasti eriävää trendiä. Toisaalta kehitys menee kohti yhä pienempiä ja paikallisempia tapahtumia, toisaalta suuren luokan kansainväliset tapahtumatoimijat ovat voimistuneet. Paikallisuuden muuttuminen globaaliksi näkyy etenkin ohjelmasisältöjen ja tuotannon organisoinnin saralla. (Halonen 2012a, 10–12.)

Kuten muitakin aloja, myös tapahtuma-alaa koskettaa vaatimus kestävän kehityksen huomioimisesta. Kestävän kehityksen periaatteita noudattava tapahtuma vähentää veden- ja energiankulutustaan, satsaa kierrätykseen ja jättemäärään pienentämiseen sekä suojelee luonnon monimuotoisuutta ja siten minimoi omalta osaltaan vaikutustaan ilmastonmuutokseen. (Raj ym. 2013, 330.)

Lisäksi kulttuurituottajan tulevaisuuteen tulevat vaikuttamaan yhteistuotantoihin siirtymisen ja työuran liikkuvuus (Halonen 2011, 7). Haasteita tapahtumatuotannon alalle aiheut-

taa muun muassa tarjonnan reilu lisääntyminen suhteessa asiakasmääriin. Kompastuskinä ovat tilapäisorganisaatioiden hallinta, kasvava kilpailu sekä muutokset rahoituksessa. Myös tilapäistyöntekijöiden rooli on merkittävä. Moni tapahtumatutuotannon parissa työskentelevä joutuukin sesongin ulkopuolella hakeutumaan toisiin tehtäviin. (Halonen 2012a, 10–12.)

Luovat alat tulevat käymään läpi muutoksia, jotka liittyvät muun muassa verkostoitumiseen, kulttuurivientiin ja tuottajien liiketoimintaan (Tarjanne 2012, 34). Verkostoitumisen merkityksen kasvaminen on ollut yleinen trendi kulttuurialoilla. Helsingin taidefestivaalit kertoivatkin Helsingin kaupungin kulttuuriasiainkeskuksen kyselyssä tekevänsä yhteistyötä joko kotimaisten tai ulkomaisten festivaalitoimijoiden kanssa. (Kuusi 2007, 17.)

Kulttuurituottajien ammattijärjestönä toimivan Taide- ja kulttuuri-alan ammattijärjestö TAKU ry:n jäsenille vuonna 2011 kohdistetun tutkimuksen mukaan alalla työskentelevät kokivat tulevaisuuden haasteena etenkin alan epävarmuuden. Tämä ilmenee muun muassa töiden osa-aikaisuutena ja työympäristön vaihtuvuutena. Epätavallinen työ tuo mukanaan sitoutumattomuuden, riskit ja tulotason heittelyn. TAKUlaiset toivoivatkin työn arvostuksen nousevan ja tämän näkyvän myös palkkauksessa. Lisäksi TAKUlaiset kokivat kansainvälisten verkostojen merkityksen tärkeänä, mutta painottivat sitä, ettei se saa vähentää kotimaisten pienten alihankkijoiden käyttämistä. Näitä alihankkijoita esiintyy muun muassa matkailualalla. (Halonen & Teye 2011, 15–17, 19.)

Finland Festivals ry:n jäsenten tulevaisuuden suurimmat uhkakuvat kietoutuvat taloudellisiin kysymyksiin. Näitä uhkia ovat kasvavat kustannukset, rahapulasta johtuvan henkilöstövaje ja pidempikestoisen varman rahoituksen puuttuminen. Tämä on luontevaa, sillä tapahtumien rahoitus on kovin riippuvainen valtion tuista sekä sponsorirahoituksesta. Tapahtumien omavaraisuutta olisikin hyvä lisätä. (Pasanen & Hakola 2009, 38, 43.)

Haastattelin aiheen tiimoilta myös kahta kulttuurituottajaa, Tytti Siukosta ja Tanja Junttoa. Molemmat yhtyivät ajatukseen siitä, että tulevaisuudessa Suomessa ja muualla Euroopassa tapahtumatutuotannon rahoituskenttä tulee kokemaan muutoksia. Siukonen huomautti, että jatkossa valtion tuen tai apurahan saaminen tulee todennäköisesti olemaan yhä epävarmempaa. Näin ollen on etsittävä vaihtoehtoisia rahoitustapoja. Juntto nosti esiin huolen siitä, miten säilyttää luovuus taloudellisten paineiden alla. Hän painotti sitä, että vaikka raha on edellytys taiteen tekemiselle, se ei saa kuitenkaan jyrätä taiteellisia arvoja. Juntto näki yhdeksi mahdolliseksi ratkaisuksi yhteistyön eri toimialojen, esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan sekä mediatuotannon, kanssa. Hän uskoi, että yhteen hiileen puhaltaminen voisi helpottaa rahoituksen saamista. (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016.)

Rauhoituksesta puhuttaessa Siukonen nosti esiin myös yksityisen rahan ja Suomen vahvan säätiökentän. Hänen mukaansa tapahtuma-alallakin on nähtävissä suuntaus kohti sisältöyhteistyötä, jossa kaupallinen sisältö ja taide voitaisiin yhdistää molempia tahoja hyödyttävällä ja molempien imagoon sopivalla tavalla. Hän ennusti myös julkisen tuen vähentyessä kilpailun yksityisten säätiöiden myöntämästä tuesta kasvavan. (Siukonen 4.11.2016.)

Siukonen mainitsi myös yhdeksi tulevaisuuden näkymäksi tapahtumakentän laajenemisen. Hänen mukaansa olennaiseksi tulee silloin se, miten voidaan erottua valtavasta tarjonnasta. Hän nosti esille kaksi vaihtoehtoista tapaa: joko kasvatetaan tapahtuman kokoa tai vastavuoroisesti luodaan pienemmälle yleisölle erityisempää sisältöä. Hän nosti esimerkiksi differoimisesta Flow Festivalin alkuperäiselle yleisölle tehdyn Kuudes Aisti – festivaalin. Siinä missä Flow oli kulkenut kohti massiivisempaa kävijämäärää ja kaupallisempaa sisältöä, Kuudes Aisti vastasi Flow'n alkuperäisen yleisön tarpeeseen omaleimaisemmasta festivaalista. Juntto ja Siukonen arvelivat molemmat myös sosiaalisen median roolin ja merkityksen tapahtumatuotannossa kasvavan entisestään (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016).

EventManagerBlog.com listasi raportissaan trendejä, jotka heidän mukaansa muokkaavat tapahtuma-alaa vuonna 2016. Nämä trendit olivat pitkälti teknologian kehittymiseen liittyviä, kuten yleisön tekemä livestriimaus esimerkiksi Periscope-sovelluksen kautta. Yleisön älypuhelimien kautta tekemä reaaliaikainen videointi nähdään alalla sekä uhkana että mahdollisuutena. Vaikka striimaus on hyvä tapa osallistaa yleisöä ja saada lisää näkyvyyttä herättää se myös keskustelua tekijänoikeuksista. Lisäksi trendeiksi nähtiin esimerkiksi tapahtumissa verkostoitumista ja turvallisuutta edistävät sovellukset, tapahtumapaikan etsimistä helpottavat sivustot, tapahtumiin hetkellisesti palkattava online-henkilökunta sekä ostotapahtumaa nopeuttava mobiilisovelluksella tai esimerkiksi rannekkeella maksaminen. (EventManagerBlog 2015, 4–24.)

### **2.2.3 Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen**

Tapahtumatuotanto rakentuu kolmeen osaan, jossa taiteilija on esiintyjänä, yleisö vastaanottajana ja tuottaja vastaa tuotannollisesta prosessista, johon lukeutuu lukuisia osaluokkia. Tällaisia tehtäviä ovat muun muassa markkinointiviestintä sekä taiteellisen idean pistäminen täytäntöön. (Halonen 2012b.) Kulttuurituottajan rooli on siis erittäin merkittävä viihde- tai taide-elämyksen toimeenpanijana.

Kulttuurituottajan roolissa täytyy yhdistää paitsi taiteellinen näkemys myös taloudellinen osaaminen (Halonen 2012a, 6–7). Toisin sanoen tapahtumatuottaja tasapainoilee taiteen ja rahan kohtaamispaikassaan (Halonen 2007, 147). Kulttuurituottajan tehtävänä on paitsi työskennellä liiketaloudellisesti kannattavasti myös luoda uudenlaisia kulttuurisia elämyksiä esimerkiksi uusia tiloja hyödyntäen (Uotila 2012, 15).

Tapahtumatuottaja on ulospäinsuuntautunut ja osaa motivoida itse itseään. Tuottaja tekee paitsi taustatyötä, on usein myös itse vahvasti mukana konkreettisissa käytännönläheisissä työtehtävissä. Tuottajan tehtäviin kuuluu muun muassa tehdä suunnitelma budjetista, projektin aikataulusta ja työnjaosta. Lisäksi hän etsii yhteistyökumppanit ja tapahtumapaikat, koordinoi logistiikkaa, huolehtii markkinoinnin järjestelystä, vastaa tapahtuman turvallisuudesta, lainsäädännön huomioon ottamisesta ja projektin hallinnasta ja arvioinnista. Tuottajan työhön kuuluu usein myös matkustamista asiakkaita ja yhteistyökumppaneita tapaamaan. Tuottaja on tavoitteellinen ja taitava neuvottelija ja hän hallitsee myynnin ja markkinoinnin saadakseen tapahtumalleen näkyvyyttä. (Prospects 2016.)

Kulttuurituottajan tehtävä on luoda elämykseen tähtäävät puitteet. Uotilan mukaan elämystä itsessään ei voi luoda, mutta sille voi rakentaa otolliset puitteet. (Uotila 2011, 13.) Tuottaja on henkilö, joka vastaa kokonaisuudesta ja usein myös rahoituksesta. Häneltä odotetaan monialaista osaamista ja asiakkaan tarpeiden ja odotusten ymmärtämistä. Eri-tasoisista koulutuksista huolimatta Suomessa on edelleen vain vähän kansainvälisen tason tuottajaosaamista. (Tarjanne 2012, 34.)

Tapahtumatuottajalta vaaditaan monialaista osaamista. Hänellä tulee olla luovuutta, taloudellisia, organisatorisia ja logistisia kykyjä sekä positiivinen ja aikaansaava asenne. Hyvällä tapahtumatuottajalla on myös erinomainen kommunikaatio- ja ongelmanratkaisukyky sekä pelisilmää ja ihmistuntemusta. Hän motivoi toiminnallaan itseään ja muita. Lisäksi tuottajalla tulee olla runsaasti kontakteja ja hänen tulee hallita markkinointi, tutkimuksen teko, ajanhallinta, johtaminen ja esiintyminen. (Raj ym. 2013, 368.)

Tuottajan kuuluu ymmärtää paitsi operatiivinen tuotantoprosessi, myös kustannustehokkuus, johon kuuluu oleellisesti myös verkostojen hyödyntäminen sekä sisältösuunnittelu, joka lähtee asiakkaan tarpeista. Koska tapahtumatuotanto sijoittuu monen alan leikkauspisteeseen, on luonnollista, että muilla aloilla tapahtuvat muutokset koskettavat myös tapahtuma-alaa. Esimerkiksi ravintola- ja majoitusalan resurssit vaikuttavat tapahtuman mahdolliseen kasvuun. (Halonen 2012a, 11–12.)

Kulttuurituotannon prosessi on jatkuvasti muutoksessa ja näin ollen myös tuottajan rooli luonnollisesti muuttuu ajan kuluessa. Tuottajan ammattikunnan tulevaisuuden visiona on työn muuttuminen hybridisemmäksi eli useamman tekijän risteytymäksi. Tämä näkyy siinä, miten tuottaja toimii kulttuuritapahtuman toimintaverkoston keskiössä. Tapahtumatuottajan ympärillä on joukko muita toimijoita, kuten julkinen ja kolmas sektori, yritykset, sidosryhmät ja vapaaehtoiset. (Halonen 2012a, 9–10, 50.)

Eurooppalaisessa kontekstissa, ENCATC-seminaarin Culture Forecast 2020 – vuosikonferenssissa, tulevaisuuden kulttuurituottajan roolina nähtiin avarakatseinen verkostoituja. Tärkeinä ominaisuuksina pidettiin myös organisointikykyä, tiimiosaamista, yhteisöllisyyden tukemista ja verkostojen luomista muihin aloihin. Myös persoonallisuus ja kyky nähdä iso kuva mainittiin. (Björkqvist & Halonen 2012, 36–37.) Tapahtumajärjestäjältä edellytetään luovuutta, innovatiivisuutta ja kykyä nähdä asiat eri tavalla kuin muut. Tuottaja on luontainen johtaja ja tekee työnsä energisellä otteella. Tuottajan on myös pysyttävä perillä teknologian muutoksista. Teknologia ja uudet sovellukset helpottavat työntekoa ja tekevät siitä tehokkaampaa. (Makadiya 26.2.2014.)

Julius Solariksen koostamassa blogikirjoituksessa tapahtuma-alan toimijat esittelivät näkemyksiään menestyksekkäältä tapahtumatuottajalta vaadittavista ominaisuuksista. Tärkeimmiksi ominaisuuksiksi mainittiin joustavuus, ihmistaidot, organisointikyky, intohimo ja ajanhallinta. On osattava hallita paitsi omaa myös koko tiimin ajankäyttöä. Kommunikatiivisuus on myös olennainen ihmisten välisessä viestinnässä. Tapahtumatuotanto vaatii myös vahvaa paloa ja innostuneisuutta itse työtä kohtaan ja kykyä nähdä oma visio toteutuneena lopputuloksena. Tapahtumatuottaja joutuu olemaan tiimin viimeinen tukipilari, jonka näkemukseen luottaa silloin kun tilanteet muuttuvat ja kaaos yllättää. Hermojen pitäminen on siis olennaista. Tuottajalla tulee myös olla silmää yksityiskohdille ja kyky luovaan ongelmanratkaisuun. (Solaris 17.4.2008.)

Loistavana kommunikoijana tapahtumatuottaja toimii välikätenä kuunnellen asiakkaan näkemystä ja neuvotellen yhteistyökumppaneiden kanssa. Hänen tulee myös toimia vastuullisesti kaikissa tilanteissa. Tapahtumatuottajalta vaaditaan myös mielellään monipuolista työkokemusta erilaisista tuotannoista. Toiminnallaan hän rauhoittaa räjähdysherkän tilanteen, pitää langat käsissään ja hallitsee lukuisia päällekkäisiä tilanteita ja osaprojekteja samanaikaisesti. Kukaan ei kuitenkaan veny kaikkeen, joten on osattava delegoida työt järkevästi sopiville henkilöille. Hyvä tapahtumatuottaja onkin rakentanut itselleen tiimin, johon luottaa tilanteessa kuin tilanteessa – tapahtumajärjestäminen kun on pitkälti tiimityötä. Lisäksi menestyäkseen tuottajan olisi hyvä olla niin karismaattinen, kärsivällinen kuin lähestyttäväkin sekä ymmärrettävä niin tapahtuman tilaajaa kuin vierastakin. Tärkeää on

myös budjetissa pysyminen, intuitio sekä itsekuri ja –ohjautuvuus. Menestyksen avaimia ovat myös paineensietokyky, valmius kaikenlaiseen työntekoon ja neuvokkuus. (Solaris 17.4.2008.)

Molemmat haastattelemani kulttuurituottajat Siukonen ja Juntto painottivat sitä, että kukin projekti on omanlaisensa ja eri tuotannoissa tarvitaan erilaista osaamista. Kumpikin oli silti yhtä mieltä siitä, että kulttuurituottajan on osattava pitää langat käsissään ja hahmotettava isoja kokonaisuuksia. Molemmat kokivat taloushallinnan, markkinoinnin ja viestinnän osaamisesta olevan apua. Siukonen nosti esiin myös muun muassa hyvän kirjoitustaidon. Hän perusteli tätä esimerkiksi sillä, että tuottaja joutuu jatkuvasti hakemaan apurahaa ja muita avustuksia, joten rahoituksen tarve on osattava perustella. Myös oma visionsa ja tuotannon tavoite on osattava esittää hyvin kirjallisessa muodossa. (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016.)

Siukosen mukaan kulttuurituottajan on ymmärrettävä, mistä osa-alueista kukin tuotanto koostuu. Hän kuitenkin huomautti, ettei kulttuurituottajan tarvitse osata kaikkea itse. Sen sijaan hänen tulee osata delegoida työtehtävät ne parhaiten hallitseville tahoille. Juntto toi kuitenkin esiin sen, että projektista ja tuotannon koosta riippuen kulttuurituottajan on kuitenkin oltava nopeastikin valmis opettelemaan ja omaksumaan uusia taitoja. (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016.)

Siukosen mielestä tuottajan on oltava myös henkilönä aikaansaava ja aktiivinen viedessään projektia eteenpäin silti budjetissa pysyen. Hänen on oltava myös tietoinen siitä, mitä alalla tapahtuu ja seurattava, mitä muut tekevät. Lisäksi Juntto mainitsi, että tuottajan tulee paitsi olla jatkuvasti perillä siitä, mitä tapahtuu meneillään olevan projektin kullakin osa-alueella, myös olla askeleen edellä ja suunnitella jo tuotannon tulevia vaiheita. (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016.)

Juntto nosti esiin myös sen, että kulttuurituottajalla on oltava herkkyyttä ja ymmärtävääsyyttä lukea toisia ihmisiä. Hän näki tuottajan roolin kärsivällisenä sovittelijana taiteilijan ja tuotannollisten ja taloudellisten tahojen välillä. Lisäksi Juntto painotti ajanhallintaa ja joustavuutta. Hänen mielestään kulttuurituottajalle on tyypillistä omistautua työlleen siinä määrin, että oma henkilökohtainen elämäkin saattaa jäädä aika ajoin varjoon. Juntto uskoi, että tällaista tilannetta voidaan kuitenkin ehkäistä mikäli tuottaja malttaa luottaa muidenkin ammattitaitoon tehtäviä jakaessaan. (Juntto 4.11.2016; Siukonen 4.11.2016.)

Edellä mainitun teoreettisen tiedon ja oman kokemukseni ja näkemyseni perusteella olen luonut kaavion, jota hyödynnän myöhemmässä vaiheessa arvioidessani oman osaamiseni

karttumista (Liite 1.). Olen jakanut kaavion neljään osaan. Vasemmanpuoleisimmassa reunassa on kymmenen eri osaamiskategoriaa, kuten taloushallinta ja luova ajattelu. Kunkin yläkategorian jälkeen olen listannut siihen liittyviä ominaisuuksia, kuten vastuullisuus ja kirjalliset taidot, joita tapahtumatuottaja voi joko itsessään kehittää tai joita hänelle luonnostaan jo on. Kolmas kohta sisältää esimerkkejä siitä, millaisissa toiminnoissa ja tehtävissä näistä ominaisuuksista on hyötyä. Esimerkkejä ovat vaikkapa delegointi ja palautteen kerääminen. Neljäs kohta sisältää oletuksen siitä, millaista lopputulosta kunkin osa-alueen kohdalla tapahtumajärjestämisen kannalta tavoitellaan. Tällainen tavoite on esimerkiksi mieleenpainuvat elämykset. Osa kategorioista liittyy vahvasti toisiinsa, mutta olen pyrkinyt erottelemaan ne johdonmukaisella tavalla. Taulukko on yksinkertaistettu tiivistelmä ja kokoaa mielestäni tärkeimmät huomiot yhteen.

### 3 Amatööristä ammattilaiseksi

Tapahtumatuottajan työnkuva on muuttuva ja vaihtelee aina kunkin projektin mukaan. Näin ollen tuottajalta vaaditaan joustavuutta, sopeutuvuutta, ongelmanratkaisukykyä ja luovien kokonaisuuksien hallintaa. Tässä luvussa paneudun esittelemään ja analysoimaan kolmea projektiani, jotka kuvaavat kasvuani tapahtumajärjestäjänä. Projektit on esitetty aikajärjestyksessä vanhimmasta uusimpaan. Olen nostanut kustakin projektista esiin valitsemaani näkökulmaan parhaiten sopivat kirjalliset työt, jotka ovat opinnäytetyön liitteissä (Liitteet 5–11). Esittelen projektien kulun pääpiirteissään sekä keskityn arvioimaan kriittisesti itse prosessia ja esittämään parannusehdotuksia niin toimintatapoihin kuin tekemiini kirjallisiin töihin. Tarkastelen projekteja luvussa 2.2.3 esitellyn ”Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen” –taulukon pohjalta (Liite 1). Ensin nostan esiin parannusehdotuksia ja sen jälkeen kerron, miten kukin projekti kehitti ammatillista osaamistani. Lopuksi analysoin yhteenvetona sitä, miten kaikki projektit ovat kasvattaneet valmiuksiani tapahtumajärjestäjänä.

#### 3.1 #URBCULT –projektin kuvaus

Aikajärjestyksessä ensimmäinen tuotokseni on #URBCULT-projekti. Vaikka projekti onnistui pääpiirteissään melko hyvin, jälkikäteen tarkasteltuna siinä on paljonkin korjattavaa. Projektin kautta tutustuimme tapahtumamarkkinoinnin maailmaan, mutta ylipäänsä kokemattomuus näkyi projektinhallinnassa ja tavoitteellisuudessa. Kehitettävää olisi ollut myös viestinnässä ja ammattimaisemmassa toiminnassa.

#URBCULT:ssa oli kyse sarjasta erilaisia kaupunkikulttuurin tapahtumia Porvoon Taide-  
tehtaan viereiselle jätömaalle rakennetulla alueella kesällä 2015. Tapahtuma-alue oli paikallaan toukokuusta elokuuhun. #URBCULT toi Porvooseen tuulahduksen urbaania kulttuuria. Kyseessä oli ensimmäinen kerta, kun tämä kulttuuritapahtumien sarja järjestettiin. Musiikkiesitysten lisäksi alueella oli mahdollisuus harrastaa muun muassa parkouria ja kaupunkiviljelyä. Toiveena oli, että kaupunkilaisten yhteisöllisyys lisääntyisi ja asukkaat alkaisivat käyttää aluetta ikään kuin olohuoneenaan.

Osallistuin projektiin yhdessä toisen vuosikurssillani olevan matkailuopiskelijan kanssa osana matkailun koulutusohjelman neljännen lukukauden Matkailupalveluiden kehittämisen ja myynti –opintokokonaisuutta kevätlukukauden 2015 aikana. Kyseessä oli siis silloisen kevätlukukauden lukukausiprojekti. Projektin toimeksiantajana toimi Porvoon kaupungin kulttuuritoimi, jonka lisäksi meillä oli Haaga-Helien puolesta projektia ohjaava opettaja.

Projekti oli siltä kannalta poikkeuksellinen, että teimme sen kahden opiskelijan tiiminä, toiset lukukausiprojektiryhmät olivat runsaslukuisempia.

Projektin tavoite meidän osaltamme oli tehdä toimeksiantajaa varten blogikirjoituksia Taidehtaan Tehtaan Hengissä –blogiin. Lisäksi toimeksiantajaa kiinnostivat tapahtumamarkkinoinnin mahdollisuudet ja ihmisten käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa, ja siksi toteutimme tutkimuksen, joka käsitteli tätä aihepiiriä. Meitä itseämme kiinnosti sosiaalisen median tykkäämiskulttuuri, joten tutkimme myös sitä samalla.

Teimme yhteensä neljä blogikirjoitusta, jotka käsittelivät urbaanin kulttuurin ilmiöitä ja kertoivat #URBCULT:in rakentumisesta ja tulevasta ohjelmistosta (Liitteet 5–8). Ensimmäinen postaus esitteli meidät vieraskirjoittajat ja kertoi, mitä #URBCULT:ssa olisi luvassa. Seuraava postaus käsitteli muita kaupunkikulttuurin tapahtumia Suomessa ja ulkomailla. Kolmas postaus kertoi kyselystämme ja kehotti osallistumaan siihen. Viimeinen postaus esitteli tutkimuksen tuloksia ja kannusti vielä kerran osallistumaan kesän tapahtumiin. Postaukset olivat tyyliltään rentoja ja hyväntuulisia ja niissä oli mukana värikkäitä, lukemaan houkuttelevia kuvia.

Tekemämme tutkimus oli sähköisesti toteutettu kvantitatiivinen Webropol-kyselytutkimus, jota jaettiin Facebookissa ja blogissamme (Liite 9). Valitsimme kvantitatiivisen lähestymistavan, sillä halusimme tehdä yleistyksiä keräämästämme aineistosta ja osoittaa ne prosenttiluvuilla. Taustakysymysten lisäksi kysely koostui kahdeksasta monivalinnasta, kahdesta avoimesta kysymyksestä sekä mahdollisuudesta antaa palautetta itse kyselystä. Muokkasimme kyselypohjaa useasti sekä luokkatovereiden että ohjaajien palautteen avulla. Lopullisen version hyväksytimme vielä toimeksiantajalla. Kysely oli auki kaksi viikkoa, jonka jälkeen analysoimme vastaukset ja teimme niistä yhteenvedon.

Tutkimustuloksissa tuli ilmi, että mielenkiintoinen ohjelma, tapahtuman tuttuus ja tuttavien osallistuminen olivat tärkeimmät syyt osallistua tapahtumaan (Liite 8). Vastauksissa kävi myös ilmi se, että vastaajat olivat melko aktiivisia itse julkaisemaan sosiaalisessa mediassa tapahtumaan liittyvää sisältöä tapahtumaan osallistuessaan. Lisäksi tuloksissa selvisi, että suurimmat syyt tykätä julkaisusta olivat itselle merkittävä aihe ja positiivinen tai mukaansatempaava kirjoitus. Myös visuaalisesti näyttävä julkaisu kerää todennäköisesti tykkäyksiä. Vastaajat myös todennäköisesti tosielämässä osallistuivat tapahtumiin jos olivat klikanneet ”osallistuu” -vaihtoehtoa Facebook-tapahtumassa.

### 3.1.1 Projektin kehittämiskohteet

Projektissa oli eniten kehitettävää seuraavilla osa-alueilla: kokonaisuuden hallinta, kommunikaatio- ja viestintätaidot, myynti- ja markkinointiosaaminen ja henkilökohtaiset vahvuudet ja ammattimaisuus (Taulukko 1). Kokemuksen puutteesta johtuen korjattavaa olisi ollut muun muassa ajanhallinnassa, ulkoisessa viestinnässä ja tutkimusprosessissa. Myös tutkimuksen merkitys jäi loppujen lopuksi melko pieneksi. Emme olleet projektin edistämässä tarpeeksi itseohjautuvia ja tavoitteellisia. Tähän olisi auttanut alussa tehty huolellinen valmistautuminen ja suunnittelu.

Projektin kokonaisuuden hallinnan kehitettäviä osa-alueita olivat suunnitelmallisuus, ajanhallinta ja projektinhallinta. Ajanhallintaa heikentävä tekijä oli se, että meillä oli kyseisenä kevätlukukautena melko vähän opintoja ja näin ollen olimme harvoin Porvoossa saati sitten Campuksella. Saimme projektin ajallaan valmiiksi, mutta sitä olisi ollut hyvä tehdä tasaisemmin kevään aikana, eikä lähes kaikkea samalla kertaa. Emme osanneet ottaa työ määrää huomioon projektin alkuvaiheessa, emmekä tarkkailleet tarpeeksi projektin edistymistä.

Ajanhallinnassa meitä olisi helpottanut selkeän projektisuunnitelman ja aikataulun tekeminen projektin alkuvaiheessa. Lisäksi meidän olisi ollut hyvä pitää useammin tilannekatsauksia projektin etenemisestä. Tehtävien asioiden taulukointi olisi auttanut meitä pysymään sovitussa aikakehyksessä. Aikataulutuksen kirjanpito olisi voinut sisältää esimerkiksi kuvauksen kustakin tehtävästä, arvioidun keston ja tarkkailun siitä, toteutuuko tehtävä ajallaan (Silvers 2004, 37–38).

Kommunikaatio- ja viestintätaidoissamme oli eniten kehitettävää ulkoisen viestinnän ja markkinointiviestinnän saralla. Tapaamisia toimeksiantajan kanssa oli kevään aikana vain muutama, sillä osa peruuntui. Meidän olisi ensinnäkin pitänyt itse ottaa aktiivisemmin ja useammin toimeksiantajaan yhteyttä, huolimatta siitä, että projekti eteni ennakoitua hitaammin. Sisäinen viestintämme sujui kuitenkin mainiosti.

Meidän olisi pitänyt myös päivittää blogia aktiivisemmin ja mainostaa sitä useissa eri kanavissa, jotta se olisi saanut lisää näkyvyyttä. Blogin hidas päivitystahti saattoi olla osasyynä siihen, että emme onnistuneet lukijoiden aktivoimisessa suunnitelmiamme mukaan. Tavoitteenamme oli siis saada lukijat osallistumaan keskusteluun kirjoitusten kommenttikentissä. Tämä tavoite jäi kuitenkin täysin saavuttamatta.

Luodaksemme yleisölle kiinnostavaa sisältöä meidän olisi tullut miettiä lukijaprofiilia tarkemmin. Sosiaalisen median kanavien olisi hyvä sisältää jotain tunteita herättävää ja erottuvaa materiaalia, toisin sanoen paljon kuvia, videoita ja muuta visuaalista (Hurmerinta 26.9.2014). Emme juurikaan käyttäneet aikaa lukijaprofiilin tarkasteluun. Myös itse sisältö jäi kenties liian kädenlämpöiseksi, eikä siksi onnistunut herättämään lukijoissa reaktioita.

Tutkimuksen tekemisessä meillä oli ongelmia itse tutkimusprosessin hallinnassa sekä tuloksen yleistettävyydessä ja sitä kautta hyödynnettävyydessä. Aikatauluongelmista johdun kysely julkaistiin liian myöhään, joten se ehti olla auki ainoastaan kaksi viikkoa. Saimme kuitenkin tavoitemäärän eli 51 vastausta kerättyä. Toisaalta kyseessä oli silti melko pieni määrä vastauksia, etenkin ottaen huomioon sen, että iso osa vastaajista oli omia opiskelukavereitamme.

Vastaajajoukon yksipuolisuus saattoi luultavasti väristää tulosta. Vastaajista 82 % oli naisia ja suurin vastaajaryhmä oli nimenomaan ammattikorkeakoulussa opiskelevat naiset, mikä oli luonnollista, sillä mainostimme kyselyä etenkin opiskelijatovereidemme keskuudessa. Näin ollen vaikka kyselyn validiteetti ja reliabiliteetti olivat kunnossa, ulkoinen validiteetti oli heikko.

Olisimme itse voineet olla paljon aktiivisempia ja rohkeampia kyselyvastausten keräämisessä. Kenties meillä olisi voinut olla sekä internet- että paperiversio kyselystä. Paperiversiota olisimme voineet jakaa koulussa ja esimerkiksi Taidetehtaalla ja Kauppakeskus Lundissa. Tämä olisi vaatinut meiltä enemmän työtä, mutta toisaalta olisimme saaneet kerättyä paljon enemmän vastauksia. Myös esimerkiksi koulun sisäistä sähköpostia olisi voinut hyödyntää. Lisäksi vaikka kyselyn sisältö oli hyvä, sen ulkoasua olisi voinut vielä muuttaa ammattimaisemman näköiseksi. Kaikesta huolimatta saimme kyselystä yllättävän paljon positiivista palautetta. Palautetta antaneiden mukaan kyselymme oli selkeä ja hyvin tehty. Tutkimuksen tuloksista tuskin oli juuri konkreettista hyötyä toimeksiantajalle, sillä se ei esimerkiksi ollut yleistettävissä koskemaan koko perusjoukkoa eli Porvoon asukkaita. Huomasimme myös, että tutkimuksemme oli vasta pieni pintaraapaisu itse aiheeseen, eli tapahtumamarkkinointiin, jota olisi hyvä tutkia laajemmin.

Taulukko 1. Projektin kehittämiskohteita ja mahdollisia ratkaisuja

<b>KEHITETTÄVÄ OSAAMINEN</b>	<b>KEHITETTÄVIÄ ASIOITA</b>	<b>MAHDOLLISIA RATKAISUJA</b>
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	- suunnitelmallisuus - ajanhallinta	- selkeän projektisuunnitelman tekeminen

	- projektinhallinta	- tilannekatsaukset
<b>kommunikaatio- ja viestintätaidot</b>	- ulkoinen viestintä - markkinointiviestintä	- toimeksiantajaan yhteyden ottaminen useammin - blogin aktiivisempi päivittäminen - blogin mainostaminen useissa kanavissa
<b>myynti- ja markkinointiosaaminen</b>	- asiakastuntemus	- asiakasryhmän tutkiminen ennakkoon
<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	- itsekuri ja –ohjautuvuus - oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus - aktiivisuus - omistautuneisuus	- selkeiden tavoitteiden ja aikataulun asettaminen projektin alussa
<b>ammattimaisuus</b>	- tutkimuksen tekeminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• tutkimusprosessi</li> <li>• tuloksen hyödynnettävyys</li> </ul>	- kyselyn ammattimaisempi ulkoasu - vastausten aktiivisempi kerääminen - sähköisen version lisäksi paperiversio kyselystä - useampien kanavien hyödyntäminen

### 3.1.2 Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle

Projektin myötä kehitin kommunikaatio- ja viestintätaitojani, myynti- ja markkinointiosaamistani, tiimityöskentelyäni ja ammattimaisuuttani (Taulukko 2). Opin alaan vaikuttavista tulevaisuuden trendeistä ja ilmiöistä ja pääsin tekemään elämäni ensimmäisen kvantitatiivisen tutkimuksen ja käyttämään Webropolia. Pääsin kirjoittamaan elämäni ensimmäistä blogia ja ylipäänsä tutustumaan blogien käyttämiseen tapahtumamarkkinoinnissa. Lisäksi opin paljon sisällöntuottamisesta, tapahtumamarkkinoinnista – erityisesti digitaalisesta tapahtumamarkkinoinnista – ja sosiaalisen median hyödyntämisestä.

Ammattiosaamiseni kasvoi, sillä sain tutustua tapahtumatuotannon taustatyöhön. Huomasin, miten suuri merkitys suunnittelulla on ja kuinka paljon pitää osata ennakoida asioita etukäteen. Sain kokemusta ja näkemystä siitä, millaista kulttuurituotanto on kotimaisessa

ja tutussa ympäristössä ja pääsin omalta osaltani tähän itse osallistumaan. Projektin kautta opin myös, miten tärkeää oman asiakasryhmänsä tunteminen ja palautteen kerääminen on. Lisäksi sain taas yhden kokemuksen lisää onnistuneesta ryhmätyöskentelystä.

Taulukko 2. Osaamisalueet, jotka kehittyivät projektin aikana

<b>KEHITTYNYT OSAAMINEN</b>	<b>ESIMERKKEJÄ</b>
<b>kommunikaatio- ja viestintätaidot</b>	- uusiin viestintäkanaviin tutustuminen • blogin kirjoittaminen
<b>myynti- ja markkinointiosaaminen</b>	- markkinointiviestintään tutustuminen - eri markkinointikanaviin tutustuminen - tapahtumamarkkinointiin tutustuminen
<b>tiimityö</b>	- ryhmässä toimiminen
<b>ammattimaisuus</b>	- oman alan tuntemisen lisääntyminen - alan trendeihin ja ilmiöihin tutustuminen - tutkimuksen tekeminen - kotimaisen perspektiivin lisääntyminen
<b>monipuolinen työkokemus alalta</b>	- kokemus taustatyöstä ja tuotannollisen tason tapahtumajärjestämisestä
<b>tietotekninen osaaminen</b>	- Webropolin käyttäminen tutkimuksessa

### 3.2 Cultural Festival Management –kurssin kuvaus

Aikajärjestyksessä seuraava produktini koskee Cultural Festival Management –kurssia, joka oli yksi vaihtoyliopistossa suorittamistani kursseista. Keskityn erityisesti analysoimaan kurssin päätyötä eli festivaalialaa käsittelevää esseettä niin sisällön parantamisen kannalta kuin projektin hallinnan näkökulmasta.

Opiskelin Manchester Metropolitan –yliopistossa Erasmus-vaihto-opiskelijana syksyllä 2015. Cultural Festival Management oli yksi suorittamistani kursseista ja osallistuin siihen 7,5 opintopisteen arvosta. Kurssi oli vapaavalintainen osana Events Management –koulutusohjelman kurssivalikoimaa. Kyseinen kurssi perehdytti kulttuurifestivaalien kirjoon ja niiden järjestämiseen sisältäen myös vierailuluennoitsijoita ja opintoretken Illuminating York –valokarnevaaliin Yorkin pikkukaupunkiin. Kurssin teemoja olivat muun muassa festivaalien historia ja merkitys sekä festivaalien rahankeräys.

Syyslukukauden päätteeksi oli tehdä tutkiva essee, jonka aiheena oli festivaali- ja tapahtuma-alan nykyinen tila, laajuus ja trendit (Liite 10). Lisäksi esseen tuli käsitellä niitä posi-

tiivisia ja negatiivisia vaikutuksia, joita festivaalit aiheuttavat järjestäjätaholle. Esseen oli oltava akateeminen ja esiteltävä ainoastaan kirjoittajan omaa tutkimusta aiheesta pohjautuen runsaaseen määrään päteviä lähteitä.

Esseeni alkupuoli sisälsi johdannon lisäksi festivaali-termin avaamista ja havainnointia siitä, miksi ihmiset osallistuvat festivaaleille. Seuraavaksi kerroin, miten festivaaleja jaotellaan eri ryhmiin ja millainen taloudellinen tekijä festivaalit ovat Iso-Britanniassa sekä miten ala kasvaa jatkuvasti ihmisten sijoittaessa enemmän rahaa elämyksiin. Tämän jälkeen käsittelin festivaalialan trendejä, kuten digitalisaatiota ja vihreiden arvojen nousua. Seuraavaksi syvennyin varsinaiseen aiheeseen eli festivaalien merkitykseen järjestäjätaholle. Käytin esimerkkinä Kaustinen Folk Music Festivalia ja sen taloudellista tärkeyttä ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta lisäävää merkitystä paikkakunnalle. Lopputulemana minulla oli se, että luodakseen ikimuistoisia kokemuksia festivaaliasiakkaille, järjestäjän tulee ymmärtää, miksi festivaaleille ylipäänsä osallistutaan.

### **3.2.1 Projektin kehittämiskohteet**

Tässä projektissa suurimpina ongelma-alueina olivat kokonaisuuden hallinta sekä kokemuksen puute liittyen joihinkin henkilökohtaisiin vahvuuksiin ja ammattiosaamiseen (Taulukko 3). Kokonaisuuden hallintaan liittyvänä vaikeutena oli jälleen ajanhallinta, johon olisi auttanut tarkan opiskelusuunnitelman tekeminen ennakkoon. Uudenlaiseen opiskelutilanteeseen liittyivät omat haasteensa ja sopeutuminen vieraalla kielellä opiskeluun ja yliopistomaailmaan Iso-Britanniassa vei aikansa. Etenkin tutkimustyön tekeminen englanniksi oli luonnollisesti minulle uusi kokemus ja varsinkin aluksi todella haastavaa. Kulttuurishokkia olisi varmasti lieventänyt kurssimateriaaleihin perehtyminen hyvissä ajoin ja akateemisen englannin kertaaminen esimerkiksi alaan liittyvän kirjallisuuden avulla.

Tekemääni esseeseen jäi luonnollisesti lopulta jonkin verran kielioppivirheitä, sillä en hallitse englantia äidinkielen tavoin. Kieltä olisi voinut kuitenkin hioa huolellisella tarkistamisella ja esimerkiksi antamalla jonkun muun oikolukea se. Lisäksi virheitä oli lähdeviittauksissa. Näin ollen minun olisi pitänyt opiskella tarkemmin Manchester Metropolitan – yliopiston lähdeviittaussäännöt, jotka tosiaan erosivat melko lailla Haaga-Helian vastaavista.

Esseen sisällön parantamisessa minua olisi auttanut tapahtuma-alan syvempi tietämys esimerkiksi alan lehtiä seuraamalla ja ajankohtaisiin tutkimuksiin tutustumalla. Minun olisi ollut suositeltavaa käyttää huomattavasti enemmän ja monipuolisemmin primäärlähteitä

sekundäärilähteiden sijaan. Lisäksi Suomen ulkopuolinen tapahtumakenttä oli minulle tuolloin vielä melko vieras osa-alue.

Taulukko 3. Projektin kehittämiskohteita ja mahdollisia ratkaisuja

<b>KEHITETTÄVÄ OSAAMINEN</b>	<b>KEHITETTÄVIÄ ASIOITA</b>	<b>MAHDOLLISIA RATKAISUJA</b>
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	- ajanhallinta	- tarkan opiskelusuunnitelman tekeminen
<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	- sopeutuvuus	- kurssimateriaaleihin perehtyminen ennakkoon
<b>ammattimaisuus</b>	- oman alan tunteminen - kansainvälinen perspektiivi - kielitaito - tutkimuksen tekeminen	- Iso-Britannian tapahtumalaan tutustuminen ennakkoon - akateemisen englannin kertaaminen

### **3.2.2 Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle**

Projekti kehitti kykyäni hallita kokonaisuuksia, kommunikaatio- ja viestintätaitojani, henkilökohtaisia vahvuuksiani ja ammattimaisuuttani. Opin hahmottamaan laajoja kokonaisuuksia tapahtuma-alan kirjallisuuteen perehtymällä ja ohjasin itse itseäni työn kirjoittamisessa itsekurin ja motivaation avulla. Paineensietokykyäni kehittyi tehdessäni samanaikaisesti neljän eri vaativan kurssin lopputöitä vieraalla kielellä. Uudenlaiseen opiskelukäytäntöön sopeutuminen opetti minulle myös joustavuutta. Kehityin tutkimuksen tekemisessä englanniksi, akateemisen tekstin kirjoittajana ja opin paljon uutta alaan liittyvää sanastoa. Näin ollen kokemus kasvatti kykyäni työskennellä tapahtuma-alalla tulevaisuudessa myös ulkomailla.

Ammattiosaamiseni kasvoi, sillä sain kansainvälisen näkökulman tapahtumajärjestämiseen ja sain tietää niistä trendeistä ja tekijöistä, jotka vaikuttavat festivaali- ja tapahtumalaan tulevaisuudessa. Lisäksi keräsin laajempaa tietoa muun muassa festivaalien merkityksestä matkailullisena vetovoimatekijänä kansantaloudessa ja järjestäjäpaikkakunnan imagon rakentajana. Yksi tärkeistä aiheista oli festivaalien merkitys kohteen markkinoinnissa ja alan sidosryhmärakenteen ymmärtäminen. Olennaisia asioita tapahtumatuottajan kannalta olivat myös erilaiset säädökset ja lait, jotka ohjaavat tapahtumajärjestämistä. Kokonaisuudessaan voidaan sanoa, että kurssin jälkeen olen paljon tietoisempi festivaalialan käytännöistä.

Taulukko 4. Osaamisalueet, jotka kehittyivät projektin aikana

<b>KEHITTYNYT OSAAMINEN</b>	<b>ESIMERKKEJÄ</b>
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	- projektinhallinta - laajojen kokonaisuuksien hahmottaminen
<b>kommunikaatio- ja viestintätaidot</b>	- akateemisen englannin kehittyminen
<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	- itsekuri ja -ohjautuvuus - oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus - paineensietokyky - sopeutuvuus ja joustavuus
<b>ammattimaisuus</b>	- oman alan tuntemisen lisääntyminen - kotimainen ja kansainvälinen perspektiivi - kielitaidon parantuminen - tutkimuksen tekeminen - alan trendeihin ja ilmiöihin tutustuminen

### 3.3 Kaustisen Kamarimusiikkiviikko –projektin kuvaus

Kaustisen Kamarimusiikkiviikon järjestelyihin osallistuminen tuottajaharjoittelijana oli viimeisin projektini. Tämä oli ensimmäinen tutustumiseni tapahtumatuottajan tehtävään käytännössä. Antoisa kokemus opetti minulle paljon uutta tuottajan roolista. Seuraavaksi keskityn analysoimaan kokemuksen haasteita ja sitä, miten se kasvatti ammatillista osaamistani.

Toimin tuottajaharjoittelijana Kaustisen Kamarimusiikkiviikolla alkuvuodesta 2016. Kaustisen Kamarimusiikkiviikko on perinteikäs musiikkitapahtuma, jota on järjestetty vuosittain aina vuodesta 1978 lähtien. Pienimuotoinen talvinen tapahtuma sisältää useita konsertteja niin kylällä kuin konserttisalissa Kansantaiteenkeskuksessa. Tapahtuma järjestetään pääosin talkoovoimin, ja itsekkin olin tuottajaharjoittelijana osana talkoojoukkoa

Kamarimusiikkiviikko järjestettiin 24. – 1.1.2016. Oma osuuteni projektissa koostui paitsi itse tapahtuman toteutukseen osallistumisesta myös muutama viikko ennen sitä tapahtuneesta kyselylomakkeen teosta ja muutama viikko tapahtuman jälkeen tehdystä tulosten analysoinnista. Tavoitteenani oli auttaa joustavasti kaikessa mahdollisessa ja toteuttaa yleisötutkimus mahdollisimman hyvin. Sain toimeksiantajalta toiveen tehdä kysely ihan perinteisin menetelmin paperisella lomakkeella (Liite 11). Kyselystä toivottiin napakkaa, jotta siihen olisi vaivatonta vastata konsertin väliajalla kahvia juodessa.

Työnkuvaani viikon aikana kuuluivat muun muassa kaikenlaiset avustavat toimistotehtävät, lavamanagerina toimiminen sekä artistikuljetukset. Lavamanagerina toimiminen sisälsi muun muassa lavan rakentamista, purkamista ja artistien kukittamista. Pääsin viikon aikana näkemään paljon tapahtumatuotannon kulisseyssä tapahtuvaa toimintaa, kuten viime hetken muutoksia tapahtumakäsikirjoitukseen.

Lisäksi suunnittelin ja toteutin sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia kysymyksiä käsittävän kirjallisen yleisötutkimuksen. Aluksi sain toimeksiantajalta alustavan listan siitä, mitä kyselyssä olisi hyvä kysyä. Muokkasin tämän pohjalta kyselyluonnoksen, jonka hyväksyitin toimeksiantajalla. Muutaman muutoksen kautta muodostui lopullinen kyselypohja. Keräsin vastauksia yhteensä neljänä iltana konserttien väliajoilla. Vastauksia tuli yhteensä 100 kappaletta. Työstin keräämistäni tuloksista myös havainnollisen yhteenvedon, jossa esittelin tuloksia sekä kirjallisessa muodossa että havainnollistavien kuvioiden kautta. Kyselyn kautta kerättiin palautetta toiminnan kehittämistä varten ja toiveita tulevien Kamarimusiikkiviikkojen ohjelmasta.

### **3.3.1 Projektin kehittämiskohteet**

Projekti sujui kokonaisuudessaan erittäin hyvin, joten on vaikea löytää suurta korjattavaa. Haastavimmat osa-alueet olivat kuitenkin kokonaisuuden hallinta ja täydellinen ammattimaisuus liittyen kyselyn hienosäätöön (Taulukko 5). Kokonaisuuden hallinnassa potentiaalisina haasteina olivat monen asian hoitaminen yhtä aikaa, logistiikan tarkkuus esimerkiksi artistikuljetuksissa ja nopea ongelmanratkaisukyky esimerkiksi tekniikan temppuilla. Näitä asioita olisi voinut helpottaa tarkempi etukäteissuunnittelu, mutta toisaalta opin improvisoimaan ja lopputulos oli aina onnistunut. Tapahtumatuotannossa kaikkia muutoksia ei voida aina ennakoida.

Se sijaan kyselyvastausten keräämisen olisin voinut organisoida paremmin. Minun olisi kannattanut pyytää myös jotakuta muuta avukseni, sillä väliaikojen kesto oli rajallinen ja se oli myös illan ainut tauko minulle. Vastauksia olisi voinut myös kerätä vaihtoehtoisilla tavoilla, kuten jakamalla niitä ohjelmavihkojen välissä kynän kera tai asettamalla niitä valmiiksi konserttisalin penkeille. Haasteena oli myös se, että moni yleisön edustaja kävi lähes kaikissa konserteissa ja näin ollen uusia vastaajia oli välillä vaikea löytää.

Mielestäni kysely oli varsin onnistunut, ytimekäs ja tarpeeksi informatiivinen. Kyselyä olisi toisaalta kannattanut testauttaa ennen tutkimuksen alkamista. Lisäksi olisi ollut hyvä tarkentaa vastaajien sosioekonomista asemaa. Tätä olisi voinut selvittää esimerkiksi tutki-

malla vastaajien ikähaarukkaa tai opiskelija/työelämässä/eläkeläinen/muu -tyylisen taustakysymyksen avulla. Olisi myös ollut kiinnostava tietää, uskoivatko vastaajat osallistuvansa seuraavanakin vuonna tapahtumaan ja suosittelisivatko he sitä tuttavilleen. Kyselyä parantaessani minun olisi kannattanut tutustua esimerkiksi aiemmin tehtyihin asiakastytyväisyytutkimuksiin vaikkapa alan kirjallisuuden avulla.

Taulukko 5. Projektin kehittämiskohteita ja mahdollisia ratkaisuja

<b>KEHITETTÄVÄ OSAAMINEN</b>	<b>KEHITETTÄVIÄ ASIOITA</b>	<b>MAHDOLLISIA RATKAISUJA</b>
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaisesti</li> <li>- ongelmanratkaisukyky</li> <li>- kyselyvastausten keräämisen organisoiminen</li> <li>- logistiikasta huolehtiminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asioiden tarkempi suunnittelu etukäteen</li> <li>- kyselyvastausten delegointi myös jollekulle toiselle henkilölle</li> <li>- vaihtoehtoiset tavat kerätä vastauksia</li> </ul>
<b>ammattimaisuus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kyselyn hienosäätö</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aiemmin tehtyihin tutkimuksiin perehtyminen</li> <li>- kyselyn testaaminen ennakoon</li> </ul>

### 3.3.2 Projektin merkitys omalle ammatilliselle kasvulle

Kokonaisuudessaan projekti kehitti osaamistani paljon seuraavilla osa-alueilla: kokonaisuuden hallinta, henkilökohtaiset vahvuudet, tiimityö, ammattimaisuus ja monipuolinen työkokemus alalta (Taulukko 6). Opin hallitsemaan monia asioita yhtäaikaisesti, kehitin pelisilmääni ja neuvokkuuttani ongelmanratkaisutilanteissa, opin lisää järjestelmällisyydestä tutkimusprosessissa, kehitin yksityiskohtien huomioimiskykyäni ja hoidin onnistuneesti logistisia tehtäviä.

Lisäksi tuottajaharjoittelijana toimiminen uudessa työympäristössä kehitti ryhmätyötaitojani, ulospäinsuuntautuneisuuttani ja paineensietokykyä sekä vaihtuviin tilanteisiin sopeutumista. Itsenäiset työtehtävät ja esimerkiksi kyselyvastausten kerääminen sen sijaan opettivat tavoitteellisuutta. Tein työni aktiivisella asenteella ja hoidin annetut tehtävät kunnialla loppuun saakka. Sainkin työstäni paljon positiivista palautetta ja hyvän työtodistuksen.

Myös ammattiosaamiseni kasvoi, sillä Kamarimusiikkiviikko oli mainio tapa saada käytännön kokemusta työelämästä ja siitä, millaista tapahtumatuottajan työ tosielämässä on. Kokemus oli minulle myös hieno kasvunpaikka ja jatkossa minulla on enemmän varmuutta tarttua samantyyliisiin tehtäviin. Kokemus myös inspiroi minua siinä mielessä, että koen soveltuvani alalle ja haluan lisää samankaltaista työkokemusta. Lisäksi loin uusia hyödyllisiä verkostoja, jotka auttoivat minua esimerkiksi kesätyöpaikan saamisessa.

Taulukko 6. Osaamisalueet, jotka kehittyivät projektin aikana

<b>KEHITTYNYT OSAAMINEN</b>	<b>ESIMERKKEJÄ</b>
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaista</li> <li>- ongelmanratkaisukyky, pelisilmä ja neuvokkuus</li> <li>- järjestelmällisyys</li> <li>- yksityiskohtien huomioiminen</li> <li>- logistiikasta huolehtiminen</li> </ul>
<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ulospäinsuuntautuneisuus</li> <li>- lähestyttävyyys</li> <li>- paineensietokyky</li> <li>- aktiivisuus, energisyys sekä positiivinen ja aikaansaava asenne</li> <li>- oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus</li> <li>- sopeutuvuus ja joustavuus</li> <li>- omistautuneisuus</li> <li>- vaihtuviin tilanteisiin sopeutuminen</li> </ul>
<b>tiimityö</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verkostojen ja kontaktien luominen</li> <li>- ryhmässä toimiminen</li> </ul>
<b>ammattimaisuus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oman alan tuntemisen lisääntyminen</li> <li>- lisää tutkimuskokemusta</li> <li>- kiinnostus toiminnan kehittämiseen</li> <li>- kokemusta palautteen keräämisestä ja analysoinnista</li> </ul>
<b>monipuolinen työkokemus alalta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ammattitaidon kehittyminen</li> <li>- uusien taitojen omaksuminen</li> <li>- lisää kokemusta käytännöllisen tason tapahtumajärjestämisestä</li> <li>- tuotannollisen tason tapahtumajärjestä-</li> </ul>

### 3.3.3 Projektien yhteenveto

Seuraavaksi esittelen yhteenvetona taulukon, johon olen koonnut kaikki edellä esitellyissä projekteissa käsitellyt haasteet ja kehittyneen osaamisen (Liite 2). Ensimmäinen #URB-CULT –projekti oli haastava erityisesti kokonaisuuden hallinnan, kuten aikataulutuksen ja projektinhallinnan osalta. Projekti olisi vaatinut vahvempaa itseohjautuvuutta, omistautuneisuutta ja tavoitteellisuutta. Projektin myötä pääsin kuitenkin kehittämään tapahtumamarkkinoinnin tietämystä ja sain ensimmäisen kosketuksen kulttuurituottajan työhön.

Cultural Festival Management –kurssilla suurimpina haasteinani olivat vaillinainen tietämys tapahtuma-alasta ulkomailla, vieras kieli ja sopeutuminen uuteen opiskeluympäristöön. Kokemuksen myötä kansainvälinen osaamiseni vahvistui ja opin paljon hyödyllistä tietoa tapahtuma-alan käytänteistä ja tulevaisuuden haasteista ja mahdollisuuksista. Lisäksi kehityin projektinhallinnassa ja itseohjautuvuudessa.

Viimeisin Kaustisen Kamarimusiikkiviikko –kokemus asetti haasteeksi kokonaisuuden hallinnan, kuten logistiikan ja aikataulujen pitämisen, mutta selvisin haasteesta hienosti. Projektin myötä sain lisää tutkimuskokemusta ja käytännön kokemusta tuottajan työstä. Kaiken kaikkiaan kokemus oli antoisa ja vahvisti omaa ajatustani tulevasta työurasta tapahtuma- ja kulttuurituotannon parissa.

## 4 Pohdinta

Tapahtuma-alaa voi ja kannattaa opiskella teorian kautta, mutta käytännössä alalla tarvittavia valmiuksia oppii vain tekemällä. Tapahtumien järjestäminen on ennen kaikkea isojen kokonaisuuksien hallintaa ja edellyttää kykyä luovaan ongelmanratkaisuun paineenkin alla. Seuraavaksi käsittelen kokoavasti niitä tapahtuma-alalla tarvittavia valmiuksia, joita olen näiden kolmen projektin sekä opintojeni, työkokemukseni ja harrastuneisuuteni kautta päässyt kehittämään (Liitteet 3–4). Arvioin sekä minulla tällä hetkellä olevia valmiuksia että jatkossa kehitettäviä osa-alueita. Lisäksi käsittelen itse opinnäytetyöprosessin kulkua sekä sen haasteita ja onnistumisia.

### 4.1 Nykyiset valmiudet tapahtuma-alalle

Olen saanut paitsi edellä esiteltyjen projektien myös muiden Haaga-Helian restonomiopintoihin kuuluvien tapahtumaprojektien kautta paljon hyödyllistä osaamista tapahtumalasta (Liite 3). Projektit ovat kasvattaneet ryhmätyö- ja johtamistaitojani, ongelmanratkaisukykyäni sekä opettaneet tekemään raportteja ja tutkimuksia. Opintojeni ensimmäisen lukukauden tapahtumaprojektissa tapahtumaosaamiseni oli vielä hyvin käytännöllisellä tasolla, johon kuului konkreettisia työtehtäviä, kuten tarjoilua ja somistusta. Myöhemmin opinnoissani tapahtumaosaamiseni on karttunut niin opiskellun teorian kuin käytännön kokemuksen kautta kohti tuotannollista, ammattimaisempaa tasoa. Mielestäni ammatillisen osaamiseni käännekohta sijoittuu kolmannen projektin eli tuottajaharjoittelija-kokemuksen jälkimaininkeihin. Tällöin olin saanut käytännön työkokemusta nimenomaan tapahtumatuotannosta ja aloin miettiä myös toden teolla opinnäytetyöni aihetta ja omaa tulevaa työuraani. Koin vahvaa kiinnostusta alaa kohtaan ja huomasin, että minulla on paljon valmiuksia ja soveltuvaa kokemusta alalle. Seuraavaksi kerron oppimistani asioista.

Olen oppinut hallitsemaan laajoja kokonaisuuksia muun muassa opintojeni aikana tekemiäni projektisuunnitelmien kautta. Myös ajoittain hektinen asiakaspalvelutyö on opettanut useiden asioiden yhtäaikaista hallintaa ja nopeaa ongelmanratkaisukykyä. Olen niin kotimaisten restonomiopintojen kuin ulkomaisten hospitality-opintojen kautta saanut paljon tietoa tapahtuma-alan vastuullisuuteen kuuluvista asioista. Näitä teemoja ovat esimerkiksi turvallisuus- ja ympäristöasiat.

Olen luontaisesti järjestelmällinen ihminen, mutta tämä taito on saanut lisäharjoitusta muun muassa omia opintoja ja tulevaisuutta suunnitteleamalla. Minulla on luonnostaan myös esteettistä silmää ja olen päässyt kehittämään sitä esimerkiksi somistusryhmän päällikkönä ensimmäisen lukukauden lukukausiprojektissa toimiessani. Opintojeni eri vai-

heissa kerryttämä tutkimuskokemus ja ylipäänsä projektityöskentely isossa ryhmässä on opettanut laajojen kokonaisuuksien hallintaa. Arviointikykyäni taas on kasvanut muun muassa tätä opinnäytetyötäni kirjoittaessa ja omaa osaamistani analysoidessani.

Ajanhallinta on aina ollut minulle jonkinlainen haaste, mutta koen löytäneeni oman tapani. Olen kehittänyt ajanhallinnassa siten, etten jätä asioita enää aivan viimeiseen hetkeen, mutta koen silti, että tarvitsen jonkinasteisen paineen saadakseni itsestäni parhaan mahdollisen tehon irti. Ajanhallinnastani kuitenkin kertoo se, että olen esimerkiksi suorittanut restonomin opintoni tavoiteaikataulussa.

Minulla on oman harrastuneisuuden, kuten lukemisen kautta hyvät kommunikaatio- ja viestintätaidot ja ne ovat kehittyneet lisää muun muassa erilaisten tekstilajien tuottamisella ja viestintäkanaviin tutustumalla opintojeni aikana. Suullinen viestintä ja esiintymistaidot taas ovat kasvaneet esimerkiksi myyntiedustajana ja tutorina saamani esiintymiskokemuksen kautta. Myynti- ja markkinointiosaamista olen kartuttanut opintojeni ja promootiokokemusteni kautta. Lisäksi käytän sosiaalista mediaa aktiivisesti ja seuraan tietotekniikan trendejä. Ymmärrän myös mobiiliuden tärkeyden esimerkiksi tapahtumaan lippuja ostettaessa ja olenkin itse käyttänyt eri tapahtumien, kuten Ruisrockin, mobiilisovellusta. Taloushallinnasta osaan perusteet esimerkiksi talousmatematiikan kurssiin pohjautuen ja Exceliä osaan käyttää alustavasti. Näitä taitoja olen opiskellut myös muun muassa liiketoimintasuunnitelmaa tehdessäni toisella lukukaudella.

Olen luova ihminen esimerkiksi musiikkitaustani kautta ja olen kehittänyt tätä taitoa myös opinnoissani eri projektien sisällöllistä puolta ideoitaessa. Henkilökohtaisista vahvuuksistani lisäksi erityisesti stressaavissa työ- ja opiskelutilanteissa kehittynyt paineensietokyky, vaihtuviin työympäristöihin liittyvä sopeutuvuus ja joustavuus sekä vahva intohimo taidetta, kulttuuria ja tapahtuma-alaa kohtaan tulisivat auttamaan minua tuottajan työssä.

Olen hyvä tiimipelaaja ja minulla on paljon kokemusta ryhmätöistä. Ryhmässä olenkin usein se, joka vie projektia eteenpäin ja vastaa kokonaisuudesta. Olen empaattisena luonteena myös ymmärtäväinen muita ihmisiä kohtaan ja muun muassa asiakaspalvelutyö on kehittänyt tätä sovitteluvaista piirrettä minussa. Projektieni kautta olen saanut myös muutamia tärkeitä kontakteja, joita voin jatkossa hyödyntää.

Kokonaisuutena niin teoreettinen kuin käytännöllinen ammatillinen osaamiseni tapahtumaalaaan liittyen on kasvanut valtavasti opintojeni, työharjoittelun ja opinnäytetyöprosessin kautta. Olen vahvistanut kielitaitoani ja minulla on sekä kotimaista että kansainvälistä perspektiiviä. Näitä taitoja toivat vaihto-opiskelu ulkomailla sekä opintomatkat ja yritysvierai-

lut. Minulla onkin nyt jo jonkin verran kokemusta tapahtuma-alalla työskentelystä, esimerkiksi lipunmyynnistä ja tuottajaa avustavista tehtävistä. Lisäksi erikoistumiseni matkailupalvelujen tuottamiseen ja kehittämiseen on antanut alalla tarvittavia valmiuksia.

## **4.2 Tulevaisuudessa kehitettävä osaaminen**

Vaikka minulla onkin hyvä pohja tapahtuma-alalla työskentelyyn, on minulla vielä paljon opittavaa ollakseni menestynyt tapahtumatuottaja. Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että saamalla reilusti lisää kokemusta tapahtumatuotannosta tulen luonnollisesti kehittymään myös itse. Olen kuitenkin nostanut esiin joitakin esimerkkejä siitä, mitä osaamisalueita minun tulee eniten kehittää ja millä keinoilla voin niitä parantaa (Liite 4).

Minulla ei ole vielä kokemusta kokonaisen tapahtumaprojektin päävastuuhenkilönä olemisesta. Näin ollen kokonaisuuden hallintaa vahvistaisi organisatoristen kykyjen harjoittelu esimerkiksi projektipäällikkönä toimimisen kautta. Minun tulee tulevaisuudessa tutustua myös tarkemmin vastuullisuuteen liittyviin kysymyksiin, esimerkiksi tekijänoikeuslakeihin musiikkitapahtumaa järjestettäessä. Intuitiotani voin vahvistaa mielestäni vain kokemuksen kautta, sillä saadessani lisää näkemystä alasta myös oma käsitykseni ja visioni luonnollisesti selkiytyy. Ajanhallintaani voin sen sijaan parantaa tekemällä tarkkoja ja realistisia aikataulu- ja ajankäyttösuunnitelmia.

Vaikka minulla onkin jo jonkin verran esiintymiskokemusta, voin vahvistaa sitä lisäharjoittelulla ja esimerkiksi rentoutumisharjoituksia hyödyntämällä. Myynti- ja markkinointiosaamistani taas voin kehittää tarttumalla myynnillisiin työtehtäviin ja syvemmillä tutustumisella tapahtumamarkkinointiin. Taloushallinnan osaamistani taas voisin kehittää vaikkapa vastaamalla taloushallinnasta jossakin projektissa. Minulla ei ole myöskään vielä kokemusta rahoituksen hankkimisesta jotakin tapahtumaprojektia varten. Sen sijaan tietoteknistä osaamistani voisin vahvistaa osallistumalla kursseille ja tutustumalla uusiin sovelluksiin.

Tapahtuma-alan innovaatioihin tutustuminen voisi inspiroida minua ja kehittää omaakin luovaa ajattelua. Konkreettinen tapa vahvistaa innovatiivisuutta olisi myös oman tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen joskus tulevaisuudessa. Tällainen haaste vahvistaisi myös johtamistaitojani ja karismaani, jota tapahtumatuottajalta vaaditaan.

Toimiakseni tapahtuma-alalla kannattaa minun ehdottomasti verkostoitua ja hankkia lisää hyödyllisiä kontakteja. Tätä voisi edistää esimerkiksi kontaktitapahtumiin, kuten messuille osallistuminen, ja LinkedIn:n aktiivisempi käyttäminen. Ammattitaitoani vahvistaisi myös

esimerkiksi tapahtumablogien ja –lehtien seuraaminen, kielitaidon ylläpito ja kehittäminen sekä kansainväliset työkokemukset. Lisää työkokemusta voin hankkia ensin vaikkapa vapaaehtoiseksi tarjoutumalla ja siitä pikkuhiljaa etenemällä kohti vastuullisempia tehtäviä.

### **4.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi**

Olen opintojeni aikana tehnyt useamman lukukausiportfolion, joissa tuli aina reflektoida oman ammatillisen osaamisen kehittymistä suoritettuihin opintoihin pohjautuen. Opinnäytetyön tekeminen portfoliomuodossa oli ikään kuin luonnollinen jatkumo tuolle työskentelytavalle. Halusin myös päästä hyödyntämään aiemmin tehtyjä projekteja ja selvittämään omaa soveltuvuuttani tapahtuma-alalle.

Opinnäytetyöprojektin suurimpana haasteena oli kenties se, etten alun perin osaprojekteja tehdessä ollut suunnitellut, että hyödyntäisin niitä myöhemmin opinnäytetyössäni. Näin ollen alussa minulla oli haaste löytää tuotteja yhdistävä teema. Vaikka kaikki projektit liittyivät kulttuuriin ja tapahtumajärjestämiseen, tarkensin näkökulmaa useaan otteeseen projektin edetessä.

Minulla oli vaikeuksia rajata aihetta niin, että teoria ja empiria liittyisivät vahvasti toisiinsa. Lopullinen otsikointi ja näkökulma muodostuivatkin vasta projektin loppupuolella. Ensin päätin keskittää huomion lähes ainoastaan tekemiini kirjallisiin töihin, mutta myöhemmin huomasin, että on järkevämpää käsitellä projekteja kokonaisuuksina. Näin ollen tuli huomioitua sekä teoreettinen että kokemuksellinen puoli.

Aluksi hahmottelin työn runkoa ja johdantoa ja etsin sopivaa lähdemateriaalia. Sen jälkeen analysoin projektejani ja kirjoitin niistä ylös huomioita. Tämän pohjalta kirjoitin empiirisen osion pääpiirteissään. Työtapani oli ikään kuin käänteinen, sillä kirjoitin valtaosan kokemuksellisesta osuudesta ennen teoriaa. Koin tämän menetelmän minulle kuitenkin luonnollisemmaksi, sillä mielestäni oli ensin hyödyllisempää kirjoittaa projektien sisällöstä ennen varsinaisten näkökulmien valitsemista. Teoriaosan pikkuhiljaa valmistuessa palasin kuitenkin takaisin projektieni arviointiin ja analysoin niitä hankkimani tiedon kautta.

Työharjoittelusta ja siihen liittyvistä järjestelyistä johtuen palasin opinnäytetyöhön uudelleen vasta usean kuukauden tauon jälkeen. Tauko oli kuitenkin tehnyt tehtävänsä, sillä pystyin katsomaan työtä eri näkökulmasta ja sain selkiytettyä sen rakennetta huomattavasti. Esimerkiksi havainnollistavat taulukot rakensin saamani palautteen perusteella vasta viime hetkillä.

Opinnäytetyössä tuttuun tapaan ajanhallinta nousi suurimmaksi haasteeksi. Selkeämpi aikataulusuunnitelma olisi voinut auttaa minua kirjoittamaan työtä tasaisemmin. Toisaalta olen vuosien varrella huomannut, että saan itsestäni enemmän irti silloin kun kamppailen aikaa vastaan. Haasteeni projektissa olivat myös lähdeviittausten hallinta sekä tarkoituksenmukaisen lähdemateriaalin löytäminen. Koin esimerkiksi ajankohtaisten primäärlähteiden löytämisen melko vaikeaksi. Tiedonhaussa minua olisi luultavasti auttanut, jos olisin osallistunut vaikkapa oppilaitoksen järjestämään tiedonhaun infotilaisuuteen. Olen kuitenkin tyytyväinen siihen, että pääsin haastattelemaan kahta kulttuurituottamisen ammattilaista, joten sain ajankohtaista ja pätevää näkemystä pohdintani tueksi.

Kaiken kaikkiaan olen opinnäytetyöni lopputulokseen tyytyväinen. Vaikka aluksi työn rajaus tuotti päänvaivaa, mielestäni opinnäytetyössäni kulkee nyt kuitenkin selkeä punainen lanka ja käsitellyt teemat ovat perusteltuja. Opinnäytetyö on tärkeä kuvaus itselleni omista kyvyistäni ja siitä, mitä minun tulee hallita jos aion työskennellä tapahtuma-alalla tulevaisuudessa. Prosessin kautta pääsin tarkastelemaan tapahtuma-alaa mahdollisena uravaihtolaitana ja analysoimaan kokonaisvaltaisesti omaa osaamistani, kehittymistäni ja haasteitani. Tällainen pohdinta ja ajattelu- ja tutkimustyö tulee varmasti auttamaan minua esimerkiksi tulevia tapahtuma-alan työpaikkoja hakiessani. Se, että kykenen arvioimaan omaa osaamistani, on merkki kypsyydestä ja kriittisestä ajattelusta. Opinnäytetyöni rohkaisikin minua siten, että koen soveltuvani alalle ja haluan jatkaa tapahtumajärjestämisen parissa työskentelyä myös tulevaisuudessa.

## Lähteet

- Askelo, S. 2014. (ja muita) Arts and Culture in Helsinki. City of Helsinki Urban Facts. City of Helsinki Cultural Office. Helsinki. Luettavissa: [http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/14\\_12\\_03\\_Arts\\_and\\_Culture\\_in\\_Helsinki.pdf](http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/14_12_03_Arts_and_Culture_in_Helsinki.pdf). Luettu: 31.5.2016.
- Björkqvist, L. & Halonen, K. 2012. Kulttuurituotannon kehittämistä eurooppalaisessa kontekstissa. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Canadian Tourism Human Resource Council. 2011. Meeting and Business Event Competency Standards. Canadian Tourism Human Resource Council. Ottawa, Ontario.
- Carpenter, G. & Blandy, D. 2008. (toim.) Arts and Cultural Programming. A Leisure Perspective. Human Kinetics. Illinois.
- Ekholm, J. 2007. Tilastokeskus. Kulttuuritapahtumat täyttävät Suomen kesän. Luettavissa: [http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-07-12\\_006.html](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-12_006.html). Luettu: 31.5.2016.
- EventManagerBlog.com 2015. 10 Event Trends for 2016. Report. Luettavissa: <http://books.eventmanagerblog.com/10-event-trends-2016/page/1>. Luettu 6.11.2016.
- Event Scotland 2006. Event Management. A practical guide. A reference for event planning and production in Scotland. Luettavissa: <http://www.aofeonline.com/uploads/EventScotlandGuide.pdf>. Luettu 6.11.2016.
- Finland Festivals. 2016a. Yhdistys. Luettavissa: <http://www.festivals.fi/yhditys/#.V02pMuTwm9Y>. Luettu: 31.5.2016.
- Finland Festivals. 2016b. Festivaalien käyntimäärät 2015. Luettavissa: <http://www.festivals.fi/tilastot/festivaalien-kaeyntimaeeraet-2015/#.V02hjOTwm9Y>. Luettu 31.5.2016.
- Flow Festival. 2016. Info. Luettavissa: <http://www.flowfestival.com/en/flow-info/>. Luettu: 31.5.2016.

- Getz, D. 2007. Event Studies. Theory, Research and Policy for planned events. Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Hako, P. 2007. Kulttuurin takapajulasta musiikin eturintamaan. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.
- Halonen, K. 2007. Yleismies Jantusista festarispesialisteiksi. Tapahtumatuottajan toimenkuvat. Teoksessa Silvanto, S. 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.
- Halonen, K. 2010. Kulttuuri kokoaa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot. Tuottaja 2020 -osaraportti 1. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Halonen, K. 2011. Kulttuuri katalysoi. Megatrendien tähtäminen kulttuurituotannon kentälle. Tuottaja 2020 -osaraportti 2. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. 2012. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Halonen, K. 2012a. Kulttuurituottajakoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja2020-hankkeen loppuraportti. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Halonen, K. 2012b. Johdanto. Tuottajan tulevaisuus – risteilyä kolmessa sfäärissä. Kulttuurituottajakoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja2020-hankkeen loppuraportti. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Halonen, K. & Teye, O. 2012. Kulttuurituotannon ammattilaisten näkökulmia tulevaisuuteen. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.
- Harris, H. 2007. Post-festival. Muuttuvat kulttuuritapahtumat urbaanissa tilassa. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Helsingin Sanomat. 23.3.2015. Oksanen, K. Festarit lopetettava jo klo yksitoista? Musiikkitapahtumien aikarajat saattavat kiristyä Helsingissä. Luettavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1426998733444>. Luettu 31.5.2016.

Hurmerinta, J. 26.9.2014. Sisällöntuotanto on taitolaji. Nyt ja huomenna –blogi. Luettavissa: <https://nyttjahuomenna.com/2014/09/26/sisallontuotanto-on-taitolaji/>. Luettu: 30.5.2016.

Juntto, T. 4.11.2016. Kulttuurituottaja AMK. Suomen Ranskan kulttuuri-intituutti. Haastattelu. Pariisi.

Kainulainen, K. 2014. Aluetalous ja –strategiset kysymykset. Tapahtumien merkitys kaupunkien kehittämispoliitikassa. Teoksessa Luonila, M. (toim.) Tapahtumakaupungin hyvät käytännöt. Keskustelua suomalaisista tapahtuma- ja festivaalikaupungeista. Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja. 2014. Taideyliopiston Sibelius-Akatemia. Luettavissa: <http://www5.siba.fi/documents/87219/841761/Tapahtumakaupungin+hyvat+kaytannot/42e0d191-a277-498f-b498-07a6e3c72816?version=1.0>. Luettu: 31.5.2016.

Kainulainen, K. 2007. Juureva festivaali ja vetovoimainen kaupunki. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Kiero, K. 2.4.2013. Onnistunut tapahtumamarkkinointi vaatii hyvää suunnittelua. Mustikkamaa Design –blogi. Luettavissa: <http://mustikkamaa.fi/blogi/82/onnistunut-tapahtumamarkkinointi>. Luettu: 6.11.2016.

Klaic, D. 2007. Festivaalien tutkimisen tärkeydestä. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Kuusi, S. 2007. Ainutlaatuista ja ajankohtaista. Katsaus helsinkiläisiin festivaaleihin. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Luonila, M. (toim.) Tapahtumakaupungin hyvät käytännöt. Keskustelua suomalaisista tapahtuma- ja festivaalikaupungeista. Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja. 2014. taideyliopiston Sibelius-Akatemia. Luettavissa: <http://www5.siba.fi/documents/87219/841761/Tapahtumakaupungin+hyvat+kaytannot/42e0d191-a277-498f-b498-07a6e3c72816?version=1.0>. Luettu: 31.5.2016.

Makadiya, M. 26.2.2014. Evvn. Top 10 qualities that show you area born event manager. Luettavissa: <http://blog.evvn.com/2014/02/10-qualities-show-born-event-manager/>. Luettu 6.1.2016.

Pasanen, K. & Hakola, E-M. MEK 2009. Suomalaisten kulttuuritapahtumien matkailullinen merkittävyys ja kansainvälinen potentiaali. MEK: A:166. Helsinki.

Prospects 2016. Job profiles. Event Organiser. Luettavissa: <https://www.prospects.ac.uk/job-profiles/event-organiser>. Luettu 6.11.2016.

Raj, R. Walters, P, & Rashid, T. 2013. Events Management. Principles & practice. Toinen painos. SAGE. London.

Reddy. T. 7.10.2016. Umbel. 6 Factors Driving the Massive Growth of Music Festivals. Luettavissa: <https://www.umbel.com/blog/entertainment/6-factors-driving-massive-growth-of-music-festivals/>. Luettu: 31.5.2016.

Rutherford Silvers, J. 2004. Professional Event Coordination. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.

Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Siukonen, T. 4.11.2016. Kulttuurituottaja AMK. Suomen Ranskan kulttuuri-instituutti. Haastattelu. Pariisi.

Solaris, J. 17.4.2008. Event Manager Blog. Top 5 qualities of the successful event manager. Luettavissa: <http://www.eventmanagerblog.com/top-5-qualities/>. Luettu 1.11.2016.

Sutinen, V. 2007. URB. Yksi polku läpi monikerroksisen kaupungin. Teoksessa Silvanto, S. (toim.) 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Tarjanne, P. 2012. Puheenvuoro: Tulevaisuuden tuottaja. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Turley, A. 2005. Urban Culture. Exploring Cities and Cultures. Routledge. New York.

Uotila, P. 2011. Kulttuuri kyydittää. Kulttuuriekosysteemi ja matkailu. Tuottaja 2020 - osaraportti 7. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. 2012. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Uotila, P. 2012. Kulttuuri saa matkailuekosysteemin menestymään. Teoksessa Björkqvist, L., Halonen, K., Hero, L-M., Iso-Aho, J., Teye, O. & Uotila, P. Tuottaja 2020. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Vallo, H. & Häyrinen, E. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu painos. Tietosanoma. Helsinki.

Villanen, J. 20.10.2015. Sosiaalinen media ja tapahtumamarkkinointi – A Match Made in Heaven. Advance B2B –blogi. Luettavissa: <http://blogi.advanceb2b.fi/sosiaalinen-media-tapahtumamarkkinointi>. Luettu: 6.11.2016.

Visit Helsinki. 2016. Tapahtumajärjestäjän ohjeet. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/fi/ammattilainen/tapahtumajarjestajat/tapahtumajarjestajan-ohjeet/tapahtumajarjestajan-ohjeet>. Luettu: 6.11.2016.

## Liitteet

### Liite 1. Tapahtumatuottajan ammattiosaaminen

OSAAMINEN	ESIMERKKEJÄ OMINAISUUKSISTA	ESIMERKKEJÄ TEHTÄVISTÄ	TAVOITE
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaisesti</li> <li>- organisatoriset kyvyt</li> <li>- vastuullisuus</li> <li>- ongelmanratkaisukyky, pelisilmä ja neuvokkuus</li> <li>- vahva intuitio</li> <li>- järjestelmällisyys</li> <li>- silmää yksityiskohdille</li> <li>- laajojen kokonaisuuksien hahmottaminen</li> <li>- suunnitelmallisuus</li> <li>- ajanhallinta</li> <li>- arviointikyky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- projektisuunnitelmi- en tekeminen</li> <li>- aikataulutus</li> <li>- projektin hallinta</li> <li>- jatkuva arviointi</li> <li>- delegointi</li> <li>- logistiikasta huolehtiminen</li> <li>- vastuullinen toiminta</li> <li>- operatiivinen tuotantoprosessi</li> <li>- yksityiskohtien huomioiminen</li> <li>- rahoituksen hankkiminen</li> </ul>	kokonaisuus pysyy jatkuvasti hallinnassa muutoksista huolimatta
<b>kommunikatio- ja viestintätaidot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hyvät kirjalliset taidot</li> <li>- hyvä suullinen viestintä</li> <li>- esiintymistäidot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sisäinen viestintä</li> <li>- ulkoinen viestintä</li> <li>- eri viestintäkanavien hallitseminen</li> <li>- markkinointiviestintä</li> <li>- esiintyminen</li> </ul>	tieto kulkee tehokkaasti niin organisaation sisällä kuin asiakkaille ja yhteistyökumppaneille
<b>myynti- ja markkinointiosaaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asiakastuntemus</li> <li>- myyntihenkisyys</li> <li>- myyntikanavien ja –keinojen tunteminen ja hyödyntäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lipunmyynti</li> <li>- tapahtumamarkkinointi</li> <li>- eri markkinointikanavien hyödyntäminen</li> </ul>	tieto tapahtumasta tavoittaa potentiaaliset asiakkaat
<b>taloushallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelin ja muiden taloushallinnassa auttavien ohjelmien hallitseminen</li> <li>- taloushallinnan teorian ymmärtäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kustannustehokkuus</li> <li>- liiketaloudellisesti kannattava toiminta</li> <li>- budjetointi ja siinä pysyminen</li> </ul>	tapahtumalla on tulevaisuus, kulut kateetaan ja/tai saadaan voittoa
<b>luova ajattelu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- taiteellinen ymmärrys</li> <li>- rajoja rikkova ajattelu</li> <li>- innovatiivisuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- laadukkaan ja houkuttelevan sisällön suunnittelu ja tuottaminen</li> <li>- uudenlaisten ratkaisujen aikaansaaminen</li> </ul>	mieleenpainuvat elämykset

<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- itsekuri ja – ohjautuvuus</li> <li>- ulospäinsuuntautuneisuus</li> <li>- oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus</li> <li>- intohimo ja omistautuneisuus</li> <li>- lähestyttävyyys</li> <li>- karisma</li> <li>- paineensietokyky</li> <li>- sopeutuvuus ja joustavuus</li> <li>- aktiivisuus, energisyys sekä positiivinen ja aikaansaava asenne</li> <li>- kärsivällisyys</li> <li>- epävarmuuden sietäminen</li> <li>- persoonallisuus</li> <li>- johtamiskyky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kokonaisvaltainen heittäytyminen työntekoon</li> <li>- johtaminen</li> <li>- vaihtuviin tilanteisiin sopeutuminen</li> <li>- kriisitilanteiden hallintaa</li> </ul>	<p>projektin eteenpäin vieminen, työn mielekkyys</p>
<b>tiimityö</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- herkkyys lukea toisia ihmisiä ja toisten huomioiminen</li> <li>- ymmärtäväisyys ja sovittelevuus</li> <li>- neuvottelutaidot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verkostojen ja kontaktien luominen ja ylläpito</li> <li>- ryhmässä toimiminen</li> <li>- diplomaattisena neuvottelijana toimiminen taiteellisen ja taloudellisen puolen välillä</li> <li>- neuvottelemine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ihmisresurssien täysi hyödyntäminen</li> <li>- hyvän työilmapiirin luominen</li> <li>- erilaisten tahojen toimiva yhteistyö</li> </ul>
<b>ammattimaisuus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oman alan tunteminen</li> <li>- kotimainen ja kansainvälinen perspektiivi</li> <li>- kielitaito</li> <li>- kiinnostus toiminnan kehittämiseen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- alan trendien ja ilmiöiden seuraaminen</li> <li>- yhteistyö ulkomaisien kollegojen ja tahojen kanssa</li> <li>- kansainvälisesti kiinnostavien tapahtumien tuottaminen</li> <li>- tulevaisuuteen varautuminen</li> <li>- palautteen kerääminen ja analysointi</li> <li>- tutkimuksen tekeminen</li> <li>- toiminnan kehittäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- asiakkaan kysyntään vastaavan tapahtuman tuottaminen</li> </ul>

<b>monipuolinen työkokemus alalta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ammattitaito</li> <li>- valmius uusien taitojen omaksumiseen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- käytännöllisen tason tapahtumajärjestäminen</li> <li>- tuotannollisen tason tapahtumajärjestäminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ammattimainen tapahtumajärjestäminen</li> </ul>
<b>tietotekninen osaaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tietotekniikan hallitseminen</li> <li>- teknologiakehityksen seuraaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uusiin sovelluksiin ja apuohjelmiin tutustuminen - sosiaalinen media</li> <li>- mobiilius</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tapahtuman suunnittelu ja toteutus on teknisesti ajan tasalla ja hyödyntää uusia sähköisiä sovelluksia</li> </ul>

## Liite 2. Projektien yhteenveto

PROJEKTI	HAASTEET	KEHITTYNYT OSAAMINEN
<b>#URBCULT-projekti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kommunikaatio- ja viestintätaidot               <ul style="list-style-type: none"> <li>• ulkoinen viestintä</li> <li>• markkinointiviestintä</li> </ul> </li> <li>- myynti- ja markkinointiosaaminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• asiakastuntemus</li> </ul> </li> <li>- ammattimaisuus               <ul style="list-style-type: none"> <li>• tutkimuksen tekeminen</li> </ul> </li> <li>- kokonaisuuden hallinta               <ul style="list-style-type: none"> <li>• suunnitelmallisuus</li> <li>• ajanhallinta</li> <li>• projektinhallinta</li> </ul> </li> <li>- henkilökohtaiset vahvuudet               <ul style="list-style-type: none"> <li>• itsekuri ja –ohjautuvuus</li> <li>• oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus</li> <li>• aktiivisuus</li> <li>• omistautuneisuus</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kommunikaatio- ja viestintätaidot               <ul style="list-style-type: none"> <li>• uusiin viestintäkanaviin tutustuminen</li> </ul> </li> <li>- myynti- ja markkinointiosaaminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• markkinointiviestintään tutustuminen</li> <li>• eri markkinointikanaviin tutustuminen</li> <li>• tapahtumamarkkinointiin tutustuminen</li> </ul> </li> <li>- ammattimaisuus               <ul style="list-style-type: none"> <li>• oman alan tuntemisen lisääntyminen</li> <li>• alan trendeihin ja ilmiöihin tutustuminen</li> <li>• tutkimuksen tekeminen</li> <li>• kotimaisen perspektiivin lisääntyminen</li> </ul> </li> <li>- tiimityö               <ul style="list-style-type: none"> <li>• ryhmässä toimiminen</li> </ul> </li> <li>- monipuolinen työkokemus alalta               <ul style="list-style-type: none"> <li>• kokemus taustatyöstä ja tuotannollisen tason tapahtumajärjestämisestä</li> </ul> </li> <li>- tietotekninen osaaminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Webropolin käyttäminen tutkimuksessa</li> </ul> </li> </ul>
<b>Cultural Festival Management -kurssi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kokonaisuuden hallinta               <ul style="list-style-type: none"> <li>• ajanhallinta</li> </ul> </li> <li>- henkilökohtaiset vahvuudet               <ul style="list-style-type: none"> <li>• sopeutuvuus</li> </ul> </li> <li>- ammattimaisuus               <ul style="list-style-type: none"> <li>• oman alan tunteminen</li> <li>• kansainvälinen per-</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kokonaisuuden hallinta               <ul style="list-style-type: none"> <li>• projektinhallinta</li> <li>• laajojen kokonaisuuksien hahmottaminen</li> </ul> </li> <li>- henkilökohtaiset vahvuudet               <ul style="list-style-type: none"> <li>• itsekuri ja –ohjautuvuus</li> <li>• oman itsensä motivointi ja</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>spektiivi</li> <li>kielitaito</li> <li>tutkimuksen tekeminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>tavoitteellisuus</li> <li>paineensietokyky</li> <li>sopeutuvuus ja joustavuus</li> </ul> <p>- ammattimaisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>oman alan tuntemisen lisääntyminen</li> <li>kotimainen ja kansainvälinen perspektiivi</li> <li>kielitaidon parantuminen</li> <li>tutkimuksen tekeminen</li> <li>alan trendeihin ja ilmiöihin tutustuminen</li> </ul> <p>- kommunikaatio- ja viestintätaidot</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>akateemisen englannin kehittyminen</li> </ul>
<b>Kaustisen Kamarimusiikki-viikko</b>	<p>- kokonaisuuden hallinta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaaisesti</li> <li>ongelmanratkaisukyky</li> <li>kyselyvastausten keräämisen organisoiminen</li> <li>logistiikasta huolehtiminen</li> </ul> <p>- ammattimaisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kyselyn hienosäätö</li> </ul>	<p>- kokonaisuuden hallinta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaaisesti</li> <li>ongelmanratkaisukyky, pelisilmä ja neuvokkuus</li> <li>järjestelmällisyys</li> <li>yksityiskohtien huomioiminen</li> <li>logistiikasta huolehtiminen</li> </ul> <p>- ammattimaisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>oman alan tuntemisen lisääntyminen</li> <li>lisää tutkimuskokemusta</li> <li>kiinnostus toiminnan kehittämiseen</li> <li>kokemusta palautteen keräämisestä ja analysoinnista</li> </ul> <p>-henkilökohtaiset vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ulospäin-</li> </ul>

		<p>suuntautuneisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lähestyttävyyys</li> <li>• paineensietokyky</li> <li>• aktiivisuus, energisyys sekä positiivinen ja aikaansaava asenne</li> <li>• oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus</li> <li>• sopeutuvuus ja joustavuus</li> <li>• omistautuneisuus</li> <li>• vaihtuviin tilanteisiin sopeutuminen</li> </ul> <p>- tiimityö</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• verkostojen ja kontaktien luominen</li> <li>• ryhmässä toimiminen</li> </ul> <p>- monipuolinen työkokemus alalta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ammattitaidon kehittyminen</li> <li>• uusien taitojen omaksuminen</li> <li>• lisää kokemusta käytännöllisen tason tapahtumajärjestämisestä</li> <li>• tuotannollisen tason tapahtumajärjestämiseen tutustuminen</li> </ul>
--	--	--

### Liite 3. Nykyiset valmiudet tapahtuma-alalle

OSAAMISALUE	ESIMERKKEJÄ OSAAMISESTANI JA KOKEMUKSESTANI
kokonaisuuden hallinta	<ul style="list-style-type: none"><li>- useiden asioiden hallitseminen yhtäaikaaisesti<ul style="list-style-type: none"><li>• projektisuunnitelmien tekeminen ja toteuttaminen</li><li>• työharjoittelu Suomen Ranskan kulttuuri-instituutissa</li></ul></li> <li>- perustiedot tapahtumatuottajan vastuullisuudesta (esimerkiksi lait ja säännökset)<ul style="list-style-type: none"><li>• restonomin opinnot Haaga-Heliassa</li><li>• vaihto-opiskelu Manchester Metropolitan –yliopistossa</li></ul></li> <li>- kehittynyt ongelmanratkaisukyky, pelisilmä ja neuvokkuus<ul style="list-style-type: none"><li>• tuottajaharjoittelijana ratkomani ongelmatilanteet</li><li>• tapahtumaprojekteissa ratkotut ongelmatilanteet</li></ul></li> <li>- järjestelmällisyys<ul style="list-style-type: none"><li>• omien opintojen suunnittelu</li><li>• luontainen organisointikyky esimerkiksi töitä delegoitaessa</li></ul></li> <li>- silmää yksityiskohdille<ul style="list-style-type: none"><li>• luontainen esteettinen silmä</li><li>• somistusryhmän johtaminen tapahtumaprojektissa</li></ul></li> <li>- laajojen kokonaisuuksien hallitseminen<ul style="list-style-type: none"><li>• logistiikasta huolehtiminen</li><li>• tutkimuskokemus</li></ul></li> <li>- arviointikyky<ul style="list-style-type: none"><li>• itsearviointin tekeminen oppimisportfolioiden kautta</li><li>• ryhmän toiminnan arviointi lukuvuosioprosjekteissa</li></ul></li> <li>- kehittynyt ajanhallinta<ul style="list-style-type: none"><li>• aikataulusuunnitelmien tekeminen</li><li>• kunkin projektin valmistuminen ajallaan</li><li>• opintojen suorittaminen tavoiteaikataulussa</li></ul></li></ul>

<b>kommunikaatio- ja viestintätaidot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hyvät kirjalliset taidot <ul style="list-style-type: none"> <li>• eri viestintäkanavien käyttäminen</li> <li>• eri tekstilajien hallitseminen esimerkkeinä raportti ja blogiteksti</li> <li>• luovan kirjoittamisen kurssi</li> <li>• oma harrastuneisuus</li> <li>• vahva lukutausta</li> <li>• viestintäsuunnitelmien tekeminen</li> </ul> </li> <li>- hyvä suullinen viestintä <ul style="list-style-type: none"> <li>• laaja kokemus ryhmätöistä</li> <li>• asiakaspalvelutyö</li> </ul> </li> <li>- esiintymistäidot <ul style="list-style-type: none"> <li>• esimerkiksi tutorina ja promoottorina saatu esiintymiskokemus</li> </ul> </li> </ul>
<b>myynti- ja markkinointiosaaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- myyntikanavien ja –keinojen tunteminen ja hyödyntäminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• työkokemus promoottorina eli myynninedistäjänä</li> <li>• restonomin opinnot</li> </ul> </li> </ul>
<b>taloushallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelin perusteet <ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelin opiskelu koulussa</li> <li>• Excelin käyttäminen työharjoittelussa</li> </ul> </li> <li>- taloushallinnan perusteet <ul style="list-style-type: none"> <li>• liiketoimintasuunnitelman tekeminen opinnoissa</li> <li>• talousmatematiikan kurssi</li> <li>• budjetointiryhmässä toimiminen</li> </ul> </li> </ul>
<b>luova ajattelu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- taiteellinen ymmärrys <ul style="list-style-type: none"> <li>• musikaalisuus ja musiikkiopistossa opiskelu</li> <li>• sisältöjen ja ohjelman ideointi eri projekteissa</li> </ul> </li> </ul>
<b>henkilökohtaiset vahvuudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- itsekuri ja –ohjautuvuus <ul style="list-style-type: none"> <li>• opinnäytetyöprosessin loppuun vieminen</li> </ul> </li> <li>- ulospäinsuuntautuneisuus <ul style="list-style-type: none"> <li>• kiinnostus maailmasta ja muista ihmisistä</li> </ul> </li> <li>- oman itsensä motivointi ja tavoitteellisuus <ul style="list-style-type: none"> <li>• tulevaisuuden suunnittelu</li> </ul> </li> <li>- intohimo ja omistautuneisuus <ul style="list-style-type: none"> <li>• vahva kiinnostus kulttuuria ja tapahtuma-alaa kohtaan</li> </ul> </li> <li>- lähestyttävyyys</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• toisten kuunteleminen</li> </ul> <p>- paineensietokyky</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stressaavissa tilanteissa työskentely</li> </ul> <p>- aktiivisuus, energisyys sekä positiivinen ja aikaansaava asenne</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• projektien eteenpäin vieminen</li> </ul> <p>- sopeutuvuus ja joustavuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uusiin työympäristöihin sopeutuminen</li> <li>• nopea oppiminen</li> </ul> <p>- kärsivällisyys</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ranskan kielen opettelu työharjoittelussa</li> <li>• asiakaspalvelukokemus</li> </ul>
<b>tiimityö</b>	<p>- herkkyys lukea toisia ihmisiä ja toisten huomioiminen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ryhmätyökokemus</li> <li>• sopeutuminen eri työyhteisöihin</li> </ul> <p>- ymmärtäväisyys ja sovitteluvuus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konflikteja välttävä luonne</li> <li>• asiakaspalvelutyö</li> </ul> <p>- neuvottelutaidot</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ryhmätyökokemus</li> </ul> <p>- uusien verkostojen ja kontaktien luominen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opintojen ja työkokemuksen kautta hankitut verkostot</li> </ul>
<b>ammattimaisuus</b>	<p>- oman alan tunteminen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haaga-Helian matkailun restonomiopinnot</li> <li>• vierailut eri festivaaleilla ja kulttuuritapahtumissa</li> <li>• tutkimuskokemus</li> <li>• alan trendien ja ilmiöiden seuraaminen</li> </ul> <p>- kotimainen ja kansainvälinen perspektiivi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opintomatkat ja yritysvierailut</li> <li>• vaihto-opiskelu</li> <li>• ulkomaisiin tutkimuksiin ja kirjallisuuteen tutustuminen</li> <li>• kotimaisessa tapahtuma-alan toimintaympäristössä työskentely</li> </ul> <p>- kielitaito</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kansainvälisessä työyhteisössä toimiminen</li> <li>• ammattisanaston opiskelu opinnoissa</li> <li>• asiakaspalvelu muulla kuin äidinkielellä</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kielenopinnot eri koulutusasteilla</li> </ul>
<b>monipuolinen työkokemus alalta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ammattitaito <ul style="list-style-type: none"> <li>• valmistuminen matkailun restonomiksi</li> <li>• erikoistuminen matkailupalvelujen tuottamiseen ja kehittämiseen</li> <li>• kokemus käytännöllisen tason tapahtumajärjestämisestä</li> <li>• kokemus tuotannollisen tason tapahtumajärjestämisestä</li> </ul> </li> <li>- valmius uusien taitojen omaksumiseen <ul style="list-style-type: none"> <li>• monipuolinen työkokemus</li> </ul> </li> </ul>
<b>tietotekninen osaaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tietotekniikan hallitseminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• sosiaalisen median eri kanavien seuraaminen ja aktiivinen käyttäminen</li> </ul> </li> <li>- teknologiakehityksen seuraaminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• mobiiliuden tärkeyden ymmärtäminen</li> </ul> </li> </ul>

#### Liite 4. Tulevaisuudessa kehitettävä osaaminen

OSAAMISALUE	KEHITETTÄVÄ OSAAMINEN JA ESIMERKKEJÄ SIITÄ, MITEN VOIN KEHITTYÄ
<b>kokonaisuuden hallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisatoristen kykyjen kehittäminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• projektipäällikkönä toimiminen jossakin projektissa</li> <li>• lisää työkokemusta tapahtumajärjestämisestä</li> </ul> </li> <li>- vastuullisuuden lisääminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• syvempi tutustuminen alan käytänteisiin esimerkiksi laillisiin kysymyksiin</li> </ul> </li> <li>- ongelmanratkaisukyvyyn ja intuition vahvistaminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää työkokemusta ja näkemystä alasta</li> </ul> </li> <li>- ajanhallinnan kehittäminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• kattavampien ja eritellympien aikataulusuunnitelmien tekeminen</li> </ul> </li> </ul>
<b>kommunikaatio- ja viestintätaidot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- esiintymistaidon vahvistaminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää monipuolista esiintymiskokemusta esimerkiksi puhumista yleisön edessä</li> <li>• rentousharjoitukset ennen esiintymistä</li> </ul> </li> </ul>
<b>myynti- ja markkinointiosaaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- myyntihenkisyyden lisääminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää työkokemusta myynnillisistä tehtävistä</li> </ul> </li> <li>- myyntikanavien ja –keinojen parempi tunteminen ja hyödyntäminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• syvempi tutustuminen tapahtumamarkkinointiin</li> </ul> </li> </ul>
<b>taloushallinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Excelin syvempi osaaminen ja muiden taloushallinnassa auttavien ohjelmien hallitseminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exceliin ja muiden ohjelmien opettelu tosielämän projekteissa</li> </ul> </li> <li>- taloushallinnan syvempi ymmärtäminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• tosielämän kokemus taloushallinnasta</li> <li>• tapahtumabudjetin tekeminen</li> </ul> </li> </ul>
<b>luova ajattelu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rajoja rikkovan ajattelun ja innovatiivisuuden kehittäminen               <ul style="list-style-type: none"> <li>• alan innovaatioihin tutustuminen ja niistä inspiroituminen</li> <li>• oman tapahtuman suunnittelu</li> </ul> </li> </ul>

<p><b>henkilökohtaiset vahvuudet</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- persoonallisuuden ja karisman lisääminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• oman tyylin löytäminen</li> <li>• oman tapahtumaprojektin toteuttaminen</li> </ul> </li> <li>- epävarmuuden sietämisen vahvistaminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää työkokemusta tapahtumajärjestämisestä</li> </ul> </li> <li>- johtamiskyvyn vahvistaminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää johtamiskokemusta</li> <li>• auktoriteetin vahvistaminen</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>tiimityö</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uusien kontaktien luominen ja olemassa olevien hyödyntäminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• kontaktien hankkiminen esimerkiksi LinkedIn:in kautta</li> <li>• kontaktitapahtumiin osallistuminen</li> <li>• työpaikkojen tiedustelu olemassa olevilta kontakteilta</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>ammattimaisuus</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oman alan tuntemisen lisääminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• alan trendien ja ilmiöiden aktiivisempi seuraaminen esimerkiksi alan blogien kautta</li> </ul> </li> <li>- kotimaisen ja kansainvälinen perspektiivin ja kielitaidon lisääminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• yhteistyö ulkomaisten kollegojen ja tahojen kanssa</li> <li>• lisää kansainvälistä työkokemusta</li> <li>• tapahtumiin osallistuminen ulkomailla</li> <li>• olemassa olevan kielitaidon vahvistaminen esimerkiksi kursseilla ja arkielämässä</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>monipuolinen työkokemus alalta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ammattitaidon kehittäminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisää työkokemusta erilaisista tapahtumista ja työtehtävistä esimerkiksi ensin vapaaehtoisena</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>tekninen osaaminen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tietotekniikan vahvempi hallitseminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• koulutuksiin osallistuminen</li> </ul> </li> <li>- teknologiakehityksen seuraaminen <ul style="list-style-type: none"> <li>• uusiin sovelluksiin tutustuminen ja niiden käyttäminen</li> </ul> </li> </ul>

## #URBCULT tuo kevään

03.03.2015 klo. 17:32



Nyt on jänniä uutisia tiedossa! Taidetehtaan edustalle tulee kesäksi 2015 #URBCULT -niminen elävä tapahtuma-alue. Seuraamme tämän ”ulkoilmaolohuoneen” syntyprosessia läpi koko kevään. Luvassa on tunnelmapaloja ja fiilistelyä tulevan kesän tarjonnasta.

*Den kommande sommaren hämtar med sig ett projekt som heter #URBCULT. Det handlar om en process vars mål är att sammanföra stadsbor och turister, miljökonst och stadsodling och tredje sektorn och företag för att skapa en levande stadskultur.*

Sydämemme sykkii urbaanille meiningille ja tulemmekin myös esittelemään kaupunkikulttuurin ilmiöitä niin meillä kuin maailmalla. Keitä me sitten olemme ja miksi tätä teemme? Olemme matkailualan opiskelijoita Haaga-Helia Porvoo Campuksella, aivan Taidetehtaan naapurissa. Innostuimme tästä ainutlaatuisesta tapahtumakokonaisuudesta siksi, että kyseessä on aivan uusi ja jännittävä tapahtumakokonaisuus Porvoossa. Mielestämme #URBCULT luo uudenlaista säpinää tänne joen läntiselle puolelle.

*Som studeranden på Haaga-Helia Campus invid Konstfabriken, kommer vi att följa med utvecklingen av projektet. Vi är intresserade av urban kultur och kommer att presentera fenomen från nära och fjärran.*

## **Mistä siis on oikein kyse?**

#URBCULT on elämyksellinen ja osallistava näyttely ja tapahtumapaikka, joka luo puitteet muun muassa kaupunkiviljelylle, ympäristötaiteelle ja ihan vain oleilulle. Alue rakennetaan tyhjälle tontille Aleksanterinaukion viereen ja se on vapaasti kaupunkilaisten käytössä 15.5 ja 31.8 välisenä aikana. #URBCULT kannustaakin porvoolaisia käyttämään aluetta omien aktiviteettien ja tilaisuuksien näyttämönä. Alueella järjestetään kesän aikana useita urbaanin kulttuurin tapahtumia, kuten valtakunnallinen musiikkifestivaali Sounds 15. – 17.5. #URBCULT käsittää myös tapahtumapäiviä, jolloin kaupunkilaisilla on mahdollisuus tutustua esimerkiksi parkouriin ja citysuunnistuksen.

*Vad är det egentligen frågan om? #URBCULT är en utställning och ett evenemangsområde som välkomnar bland annat stadsodling, miljökonst och uppmanar människor att se, göra eller bara vara. #URBCULT är också evenemangsdagar och i kalender finns redan inprickat mycket kul. Sounds kommer till stan den 15.5 och samma veckoslut har vi Möjligheternas torg och Restaurangdagen på området. Ett veckoslut i juni blir det mera fart än vanligt, för då ordnas Trail Run och annat som får oss att röra på oss, i stan förstås!*

Tervetuloa mukaan matkallemme kohti kesää! Meistä on mahtavaa, jos osallistutte keskusteluun aktiivisesti jättämällä kommenttiboksissa meille ideoita, ajatuksia ja kysymyksiä. #URBCULT on yhtä kuin sinä, tule mukaan tekemään Porvoon vuoden hausointa tapahtumaa!

*Välkommen med på vår färd mot sommaren. Det återstår att se vad #URBCULT hämtar med sig till Konstfabriken och Borgå. Häng med!*

[15.5.–31.8. #URBCULT](#)

**- Sanni Puumala, Jenna Jussila**

## #URBCULT Meillä ja maailmalla

23.03.2015 . 10:49



## Urbaaneja virtauksia meillä ja maailmalla

Tällä kerralla esittelemme kaupunkikulttuurin ilmiöitä niin Suomessa kuin ulkomailla. Kaupunkikulttuuri on yksi tämän päivän vallitsevista trendeistä ja sen sisään mahtuu paljon kiehtovia lieveilmiöitä, kuten pop up – tapahtumia ja festareita. Tässäpä muutamia inspiroivia urbaanin kulttuurin tapahtumia, olkaa hyvät.

### Helsinki Allas

Katajanokalla Kauppatorin ja maailmanpyörän välissä sijaitseva Helsinki Allas on viihtyisä pop up – puutarha-alue kahviloineen. Helsinki Allas tuo värikkäitä kulttuuritapahtumia muuten vähäiselle huomiolle jääneelle satama-alueelle. Alueen tarkoituksena on luoda puitteet kokonaisvaltaiselle virkistäytymiselle ja vihreämmälle kaupunkielämälle.

Keväällä 2016 avautuu myös Allas-merikylpylä. Tämä merikylpylä avaa Helsingin merenranta-alueita monipuolisesti kaupunkilaisten ja turistien käyttöön. Alueelle rakennetaan uima-altaiden lisäksi auringonottoalueita sekä saunoja. Allas toimii myös erilaisten kulttuuri- ja liikuntatapahtumien näyttämönä. Helsinki Allas rakentuu kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti sekä Itämeren hyvinvointia kunnioittaen.

<http://www.helsinki.fi/>

## **Flow Festival**

Monikansallisista artisteistaan ja kävijöistään sekä ympäristöarvoistaan tunnettu Flow Festival-brändi kansainvälistyy entisestään, kun Flow Festival Ljubljana järjestetään ensimmäisen kerran kesällä 2015 Sloveniassa!

Helsingin Suvilahdessa vuodesta 2004 alkaen järjestetty musiikki- ja kaupunkikulttuurifestivaali Flow Festival yhdistää värikkäästi kiinnostavaa musiikkia, taidetta sekä kulinaristisia elämyksiä aisteja stimuloivassa miljöössä. Itse Flow'n kokeneena voimme suositella tapahtumaa kaikille ajan hermolla eläville festarikansalaisille. Moni tulee tapahtumaan katsastamaan kuumimmat aurinkolasi- ja hiustrendit sekä polttavimmat puheenaiheet perinteisen festariryömyämisen sijaan. Elokuun värikkäimmässä juhlassa voi syntyä uusia tuttavuuksia, joiden kanssa ei olisi ehkä normaalina perjantai-iltana uskonut viihtyvän.

<http://www.flowfestival.com/>

## **Urban Summer**

Kyllä länsinaapurissakin osataan. Ruotsin Urban Summer on kesäkuussa järjestettävä kaksipäiväinen, aktiviteettipainotteinen rento perhetapahtuma. Viikonlopun aikana on mahdollista kokeilla kaikenlaisia hauskoja aktiviteetteja, kuten longboardia, parkouria ja suppausta eli stand up paddlingia. SUP- lauta on pitkä surffilauta, jota melotaan seisten. Urban Summer tarjoaa myös tilaisuuden osallistua vauhdikkaisiin kilpailuihin, esimerkiksi breakdance battleen. Alueella päivystävät myös trendikkäät ruokarekat.

<http://www.urbansummer.se/index.html>

Tässä Porvoo Campuksen valoisassa aulassa kirjoittaessamme emme voi olla ihastelematta, kuinka kevätauringon säteet herättelevät ihmisiä ja luontoa talviunesta. Voimme jo nähdä #URBCULTin kohoavan Taidetehtaan edustalle. Penkit ovat jo saapuneet... ;)

Iloisin kevätterkuin, Sanni & Jenna

Kuvalähteet: [http://drownedinsound.com/in\\_depth/4146738-flow-festival-2013--the-dis-revie](http://drownedinsound.com/in_depth/4146738-flow-festival-2013--the-dis-revie), <http://www.helsinki.fi/koe-tapahtumat/>

## #URBCULT Sinut on kutsuttu

09.04.2015 klo. 12:33



Viime kerralla intoilimme jo kevättä, mutta ei meistä taidakaan olla meteorologeiksi. Rän-tää sataa taas taivaan täydeltä ja tennarikelit ovat hetkellisesti historiaa. #URBCULTin jäädessä toistaiseksi odottelemaan maata paljastuvaksi paneudumme pinnalla olevaan ilmi-öön – somen voimaan tapahtumamarkkinoinnissa. Aihe kiinnostaa meitä suuresti, sillä olemme sen kanssa itsekin usein tekemisissä – etenkin #URBCULTin merkeissä.

Somea selatessa ei voi olla törmäämättä mitä erilaisimpiin eventteihin. Omasta puoles-tamme voimme sanoa, että Facebookin kautta tulee viikoittain kutsuja kaikenlaisiin tapah-tumiin. Myös uutisvirran seassa huomaa usein tapahtumia, joihin kaverit aikovat osallistua tai joita he jakavat eteenpäin. Informaatiotulvassa joutuu usein tekemään nopeitakin pää-töksiä. Tapahtumakutsuun on helppo nopeasti klikata ”osallistuu”, koska se ei velvoita

lainkaan osallistumaan varsinaiseen tapahtumaan. Oma ”osallistumistaan” tulee ehkä harvoin kuitenkaan peruttua, vaikkei itse lopulta syystä tai toisesta otakaan osaa tapahtumaan. Myönnämme, että tämä on tuttua meillekin. Entä teille?

***Sociala median får oss att gilla och delta i en massa evenemang på nätet. Men hur blir det i verkligheten? Gillar vi dessa evenemang för att vi kommer att delta, eller för att berätta för våra kompisar vad vi tycker är viktigt?***

***Hjälp oss att reda ut detta, och svara på våra frågor i länken nedan. Det tar bara några minuter att svara. Resultaten publiceras senare på denna sida.***

Uskomme, että siellä ruutujen äärellä on muitakin, joita kiinnostaa eri motiivit somekäytännön ja ”tykkäilyn” taustalla. Olet ehkä miettinyt joskus, millä perusteella ihmiset ”tykkäsivät” jostain julkaisustasi somessa? Oliko syynä halu olla läsnä elämässäsi vai kenties ”paine tykätä”, koska monet muutkin ovat ”tykänneet”? Entä kuinka herkästi ihmiset tiedottavat sosiaalisen median kautta olevansa läsnä jossakin tapahtumassa? Mikä taas ylipäätään saa ihmiset osallistumaan somessa näkemiinsä tapahtumiin?

Tutkimme nyt tätä ajankohtaista aihetta pienen kyselyn muodossa. Tarkoituksenamme on tunnustella tapahtumamarkkinoinnin mahdollisuuksia sosiaalisessa mediassa. Kysely tehdään yhteistyössä Porvoon kaupungin kulttuuritoimen kanssa ja vastaukset käsitellään anonymisti. Yhteenveto kyselyn tuloksista julkaistaan toukokuun alussa ja esittelemme sen täällä blogissa. Vastaaminen vie vain viitisen minuuttia. Olemme äärimmäisen kiitollisia jokaisesta vastauksesta!

Kyselyyn pääset tästä:

<https://www.webropolsurveys.com/S/C1073A673EF121BE.par>

Vauhdikkain terveisin,

Sanni ja Jenna

## #URBCULT on täällä!

Heippa taas! Viimeksi halusimme selvittää teidän somekäyttäytymistä ja pyysimmekin teitä vastaamaan pienimuotoiseen tutkimukseemme. Tässä postauksessa aiomme nyt käydä läpi muutamia mielenkiintoisimpia pointteja ja havaintoja tutkimustuloksista. Ensinnäkin #URBCULTin kaltaiselle tapahtumakokonaisuudelle on kysyntää, sillä ylivoimaisesti suurin osa vastaajista oli kiinnostuneita juuri muun muassa musiikkitapahtumista ja festareista. Myös ruoka- ja hyvinvointitapahtumat keräsivät runsaasti mainintoja. #URBCULTissa parastahan on juuri se, että se on juuri sellainen kuin sinä haluat – mahdollisuudet ovat rajattomat.

Selvitimme tutkimuksessamme TOP 5 syyt osallistua somessa nähtyyn tapahtumaan. Tulos on tässä: 1) mielenkiintoinen ohjelma, 2) tuttu ja hyväksi koettu tapahtuma, 3) tuttavien osallistuminen tapahtumaan, 4) uusi ja mielenkiintoinen tapahtuma ja 5) tapahtumasivun tai -kutsun houkuttelevuus. Tutkimuksessamme selvisi, että vastaajat olivat myös melko aktiivisia julkaisemaan somessa päivityksiä osallistuessaan tapahtumiin. Muistathan muuten käyttää hashtagia #urbcult kun julkaiset tunnelmia kesällä #URBCULT-tapahtumista ;)

Mielestämme kutkuttavin kysymys tutkimuksessamme oli se, millä perusteella ihmiset ”tykkäävät” somepäivityksistä. Saamiemme tulosten perusteella merkittävimmät syyt olivat itselle tärkeä aihe, positiivinen tai mukaansatempaava kirjoitus sekä upea kuva tai video. Sen sijaan vastaajat eivät kokeneet olevansa ”tykkäysvelassa” kun heidän omista julkaisuistaan oli tykätty. Vastaajat eivät myöskään ”tykänneet” muiden julkaisuista kalastelukseen vastavuoroisesti peukkuja omille jutuilleen. Lisäksi oli kiinnostavaa huomata, että vastaajamme ottivat Facebookin tapahtumakutsuihin ”osallistumisen” tosissaan. Vain harva klikkaa ”osallistuu”, vaikkei oikeasti ole varma pääseekö itse tapahtumaan paikalle.



Ke-  
sä  
on  
siis  
tosi  
si-  
aan

täällä ja samoin on #URBCULT. Tällä hetkellä alueella on jo nähtävissä muun muassa päiväkotia Päivänsäteen lasten kanssa tehty Taideallas, joka on osa Porvoonjoki 2015 – teemaa. Perjantaina 15.5 alue on virallisesti meidän ja teidän ja kutsuu kaikki nauttimaan ja ihmettelemään. Tule mukaan!

Kesäisin terveisin, Sanni ja Jenna

P.S

Meidän osuutemme vierailevina bloggaajina päättyy tämän postauksen myötä. Kiitos kaikille lukijoille sekä etenkin kyselyymme vastaajille. Riemukasta kesää kaikille ja nähdään #URBCULTissa! ☺

## Liite 9. Sähköinen kyselylomake.



Onnittelut! Olet osa ajankohtaista, mielenkiintoista aihetta käsittelevää tutkimusta. Tämän kyselyn avulla selvitämme tapahtumamarkkinoinnin mahdollisuuksia sosiaalisessa mediassa eli somessa. Vastaamiseen menee aikaa noin 5 minuuttia.

Kysely on Haaga-Helian matkailun opiskelijoiden toteuttama ja se tehdään yhteistyössä Porvoon kaupungin kulttuuritoimen kanssa. Käsittelemme kaikki vastaukset anonymisti. Jokainen vastaus on kultaakin kalliimpi, kiitos ajastanne!

Julkaisemme tulokset toukokuun 2015 alkuun mennessä Porvoon Taidetehtaan blogissa <http://www.taidetehtas.fi/fi/info/tehtaan-hengessa/>.

### 1. Millaisista tapahtumista olet kiinnostunut?

- Festarit
- Musiikkitapahtumat / konsertit
- Ruokatapahtumat
- Taidetapahtumat
- Urbanin kulttuurin tapahtumat
- Yökerhojen ja pubien teemaillat
- Urheilutapahtumat / kilpailut
- Hyväntekeväisyystapahtumat
- Mielenosoitukset / poliittiset tapahtumat
- Hyvinvoinnin ja terveyden tapahtumat

Muodin ja kauneuden tapahtumat

Pelitapahtumat

Perhetapahtumat

Hengelliset tapahtumat

Muut tapahtumat, mitkä?

---

## 2. Oletko kohdannut tietoa tapahtumista somessa? Missä kanavissa?

Facebook

Twitter

Instagram

Blogit

Keskustelupalstat

Youtube

Pinterest

Muu kanava, mikä?

---

En ole kohdannut

## 3. Millä perusteilla "tykkää" eri tapahtumien ja tapahtumanjärjestäjien sivuista?

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Haluan saada uusinta tietoa tulevista tapahtumista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan saada tarjouksia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan "tykkäämällä" tukea mieleistäni tapahtumanjärjestäjää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan saattaa mielenkiinnon kohteeni muiden tietoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muu

syy, \_\_\_\_\_

mikä?



#### 4. Millä perusteilla "tykkää" some-julkaisuista ylipäätään?

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Mukaansatempaava kirjoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Positiivinen kirjoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Itselle tärkeä aihe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajankohtainen, pinnalla oleva aihe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kannustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Upea kuva/video	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empatia, tuki toisen vaikeassa tilanteessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toive lähentymisestä uuden tuttavän kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Läsnäoleminen julkaisijan elämässä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vanhan julkaisun tarkoituksellinen nosto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Some-kilpailut ja arvonnat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paine "tykätä", koska muutkin ovat "tykänneet"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Tykkään", jotta omista julkaisuistani "tykkään"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Tykkään" takaisin, kun omista julkaisuistani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

on "tykätty"

Muu

syy, \_\_\_\_\_ ○ ○ ○ ○

mikä?

**5.** Kerrotko tapahtumista eteenpäin somessa tai jaatko niitä omille seuraajillesi/kavereillesi?

- Erittäin todennäköisesti
- Melko todennäköisesti
- Melko epätodennäköisesti
- Erittäin epätodennäköisesti

**6.** Kerrotko somen kautta olevasi tapahtumassa paikan päällä tai julkaisetko kuvan tapahtumasta?

- Erittäin todennäköisesti
- Melko todennäköisesti
- Melko epätodennäköisesti
- Erittäin epätodennäköisesti



**7.** Jos osallistut Facebookissa tapahtumaan, mitä se kertoo oikeasta osallistumisestasi?

- Osallistun Facebook-tapahtumaan vain, jos tiedän varmasti pääseväni paikalle tapahtumaan.
- Osallistun joskus Facebook-tapahtumaan, vaikken lopulta pääsekään paikalle tapahtumaan.
- Osallistun usein Facebook-tapahtumaan, vaikken lopulta pääsekään paikalle tapahtumaan.

tumaan.

- Valitsen mieluummin "ehkä" kuin "osallistun" jos en ole aivan varma pääsenkö paikalle tapahtumaan.
- En osallistu Facebookissa tapahtumiin.

**8. Näet somessa tulevan tapahtuman. Mitkä tekijät saavat sinut osallistumaan? Valitse enintään viisi sinulle tärkeintä syytä.**

- Tapahtumasivun/ kutsun selkeys
- Tapahtumasivun/ kutsun houkuttelevuus
- Uusi, mielenkiintoinen tapahtuma
- Tuttu, hyväksi todettu tapahtuma
- Suuri osallistujamäärä
- Tapahtumaan osallistuu tuttaviani
- Mielenkiintoinen ohjelma
- Ilmaistapahtuma/ edullinen sisäänpääsy
- Tapahtumapaikan helppo saavutettavuus
- Tapahtuman erikoinen sijainti
- Tapahtuman ainutlaatuisuus
- Tapahtuman/ tapahtumajärjestäjän tukeminen
- Tuttavani on suositellut tapahtumaa/ jakanut tapahtuman somessa
- Tapahtuman/ tapahtumajärjestäjän hyvä maine
- Halu saada uusia kokemuksia
- Muu, mikä?  
\_\_\_\_\_

Taustatiedot

**9. Sukupuoli**

- Nainen
- Mies

**10. Ikä**

- Alle 18 v.
- 18-29 v.
- 30-45 v.
- 46-60 v.
- Yli 60 v.

**11. Työtilanne**

- Johtaja
- Esimies
- Työntekijä
- Yrittäjä
- Opiskelija / Koululainen
- Eläkeläinen
- Työtön
- Muu

**12. Koulutustausta (valitse korkein tutkintosi tai tutkinto, jota suoritat parhaillaan)**

- Yliopisto
- Ammattikorkeakoulu
- Lukio
- Ammattikoulu
- Peruskoulu

**13. Lopuksi voit halutessasi kertoa omin sanoin, minkälaisia julkaisuja haluaisit enemmän uutisvirtaasi? Mitä et haluaisi?**

---

---

---

**14. Risuja ja ruusuja kyselystä?**

---

---

---

## **Cultural Festival Management**

### **Assignment 1**

This essay examines the current status and diversity of the festival industry. It is an introduction to different festivals and discusses the various impacts they have on host destination using Finnish Kaustinen Folk Music Festival as an example. It also presents some of the key trends and current issues that have an effect on the events and festival industry.

The term 'festival' itself has been existing for a very long time as a definition for extremely varied events (Bowdin, Allen, O'Toole, McDonnell & Harris, 2006; cited in Robertson & Frew, 2008). Simple description of a festival is "a public, themed celebration" (Getz, 2005:21). More detailed version of that is "a celebration of a theme or special event for a limited period of time, held annually or less frequently (including one-time only events) to which the public is invited" (Smith, 1990; cited in Robertson & Frew, 2008:86). However, Falassi describes a festival as "a sacred or profane time of celebration, marked by special observances" and mentions both social and symbolic aspects of them (Falassi, 1987; cited in Getz, 2005:21).

Getz sees term festival as a part of the most general form of planned cultural celebrations. There are both very old festivals with a long history such as Glastonbury Festival (Glastonbury Festival, 2015) but many famous festivals like La Tomatina (La Tomatina, 2015) have been developed during the recent decades as well. On

the contrary as there is an aspect of a mystical background of many old festivals, modern festivals are more mundane and non-religious instead (Getz, 2005).

Attending to festival is a natural way of acting for people as “the desire to celebrate particular dates and occasions is an essential part of human nature” and since the nostalgic aspect is very important (Bowdin et al., 2006, Wrathall and Gee, 2011; cited in Whitford, 2013) (Douglas, Douglas and Derrett, 2001). Events have always had an important role of defining and celebrating cultures, communities, regions and nations and people have wanted to find a reason to come together and celebrate, honour and socialize (Bowdin and McPherson, 2006; cited in Whitford, 2013) (Douglas, Douglas and Derrett, 2001). Naturally, they also offer a possibility to escape the everyday life, relax and have a great time among likeminded people as being a part of a group is vital for human nature. In addition, festivals are there to fulfill some essential human needs such as respect and self-actualisation. (Douglas, Douglas and Derrett, 2001)

Unesco is dividing festivals into following categories: religious, cultural, sport, broadcast and virtual (Jago and McArdle, 1999 cited in Unesco, 2009). Festivals can be also separated in three different groups which are “home grown”, “tourist-tempter” and “big bang” events (O’Sullivan & Jacks, 2002; cited in Dwyer & Wickens, 2014) or as “community-based”, “hallmark” and “mega events” (Douglas, Douglas and Derrett, 2001).

It is stated that the most usual type of festival is an art related festival, typically a music festival, organised either in one or more venues (Allen, O’Toole, Harris, McDonnel, 2008). The art festivals can be also defined in detail and divided into

different categories. These categories are “high profile general celebrations of the arts, festivals that celebrate a particular location, art form festivals, celebration of work by a community of interest, calendar (including cultural or religious festivals), amateur festivals and commercial music festivals” (Allen & Shawn, 2001; cited in Robertson & Frew, 2008:87).

However, also food and wine festivals have become popular among the festival audience. One remarkable phenomenon is also the increasing amount of regional festivals. (Allen, O’Toole, Harris, McDonnel, 2008). Community festivals are a celebration of a pride and identity of a certain group of people. National festivals are a good example of these kind of events. Their idea is to bring a community together. (Getz, 2005)

Festivals are a part of the hospitality, leisure, travel and tourism sector but there is a difficulty to define the scale of event and festival industry since it is so wide and diverse. There has been growth in the industry already over ten years which has naturally increased the competition between event companies as well. (People 1<sup>st</sup>, 2010) Unesco states that “festivals are seen as a major source of income and tourism at local and national levels”. As a conclusion it can be said that festivals are nowadays versatile entity of the cultural supply and an especially significant factor in the event industry (Allen, O’Toole, Harris, McDonnel, 2008).

Nowadays there are around 700 events in Britain and some of them are very profitable. The top festivals are having the economical value of £450m including ticket sales, travel, accommodation and food the attendees are consuming. In 2010 there were already 450 annual major events worth of £1 billion to the UK economy

employing over 530, 000 people. (Warman, 2010) Actually the industry is one of the fastest increasing sectors of the British economy (Bank, 2010; cited in Warman, 2010). Although festival industry has had its part of a recession it is still healthy and providing brand new events every year. UK is also attracting foreign guests to attend its festivals (Warman, 2010). It is stated that tourism based on festivals and events are one of the fastest growing types of tourism (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002). One factor impacting the success of festivals is that nowadays for musicians live performances are more profitable than record sales (Warman, 2010).

Tribe is demonstrating the size of the event business by dividing the parties to i.e. following categories: “public sector and governmental bodies, European Union and national tourist organizations, regional tourist organizations and government agencies, tourist information centres and local industry associations and charitable and voluntary bodies and individuals”. (Tribe, 1999; cited in Shone and Parry, 2013:53)

In the festival industry some of the key areas to focus on in the future are “sponsorship, operations & management, programming, marketing, interactive technology, talent buying, sustainability, membership & individual giving programs and requirements”. Constantly developing technology is also one of the main trends and it is seen for example when providing live video streaming and better Wi-Fi for attendees. (Itinerary for Vision, 2011:online)

The type of attending is also changing towards more virtual form when attendees are participating events online and taking part more and more by creating content themselves via mobile apps for instance. There is also need for finding reasonable ways of using massive amount of data which can be utilised for example for better

marketing. As Carell summarises it is vital to focus on “how to create better content, how to share greater content and how to better engage with their audiences through this content” (Carell, 2014; cited in Walker, 2014). After all, the role of social media cannot be underestimated. It offers an important virtual venue to promote events, to encourage participation among audience and to receive feedback both during and after the event. (Unesco, 2009)

Survey conducted by Ipsos MRBI claims that the forms of consuming is changing from traditional materialism to experiences among young adults in the UK. The need for attending more and more events is also caused by the interaction in social media but it has also come from understanding that events and experiences offer a meaningful lifestyle due to the social gathering and sharing the feeling with other people. (Walker, 2014) This group is also the most concerned of the environmental issues related to festivals (A Greener Festival, 2015). Since there are so much competition in festival industry, personalization has become a trend too. It is all about finding your audience and focusing on them hundred percent by creating individual and memorable experiences for them. (Walker, 2014)

Since green issues are affecting on all industries it has been noted in festival industry too. It is visible that festival industry is having a pressure to become more environmental friendly. Around 540,000 tonnes CO2 equivalent is created by British live music performances every year. (Gateway to Research, 2015) Therefore, there is a need of reducing the negative environmental impact of festivals in UK. Reducing waste and investing sustainable solutions is important for both environment and festival’s financial. This can be seen as some new sustainable solutions such as generators driven by bio-diesel, educating and campaigning. However,

the major factor of creating carbon emissions is people travelling to the festival destination which might be difficult to affect. (Atkinson, 2010)

Public has also become more aware of the environmental impacts of festivals but not that it would affect their desire to see their favourite artist and bands. In a survey made 2008 about half of the attendees were willing to buy more of a ticket for greener event. However, 80% of the survey participants stated that noise, waste and traffic are really having a negative impact. (A Greener Festival, 2015)

There appear several beneficial reasons for a destination to host a festival: social, political cultural, economic and environmental reasons (Frisby and Getz, 1989, Getz, 1993; cited in Douglas, Douglas and Derrett, 2001). Some other possible reasons are “celebration and identity, external revenue generation, internal or internal revenue generation, recreation or socialization, agriculture, natural resources, tourism, culture and education” (Douglas, Douglas and Derrett, 2001:358). It is stated that five roles of festivals are “image maker, catalyst for economic development, transformer of socio-cultural landscape, model for sustainable development and tourism product” (Unesco, 2009:online). That is why it is important to notice the significance of festivals for the host destination and community, including especially the economic angle (Allen, O’Toole, Harris & McDonnel, 2008).

In the past years, festivals were not arranged by thinking of the needs of tourists. They were organised mostly to bring social instead of economic benefits to the local community. (Getz, 1989; cited in Dwyer & Wickens, 2014) Since the time has changed, nowadays it is more likely that even local and traditional festivals take place because of the business profit. For example cultural festivals are staged to

reply to a demand of the special interest tourists. (Dwyer & Wickens, 2014) Since festivals are usually celebrating the unique factor of the certain area or community they may appear very intriguing for special interest tourists as the learning aspect is very important for them (Douglas, Douglas and Derrett, 2001).

It is clear that festivals are an essential part of regional tourism. They are both bringing new visitors to the area and potentially keeping them in the area for longer. They are also an important factor when it comes to enhancing destination awareness and civic pride and solidarity in the community. This can lead to companies' future investments and even more inhabitants in the region. (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002)

Janeczko, Mules and Ritchie have divided impacts on host destination in to six categories which are economic, tourism/commercial, physical/environmental, social/cultural, psychological and political/administrative (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002). Impacts on the built environment may also be added to the list since a festival could be a significant catalyst inspiring destinations to invest infrastructure improvements such as transportation (Jurowski, 1996; cited in Douglas, Douglas and Derrett, 2001). The impact of smaller festivals might not be as visible as the mega-events. However, it is more likely to be positive than negative. (Higham, 1999; cited in Dwyer & Wickens, 2014)

Festivals are giving a great business opportunity not only for the organizers but for sponsors and the tourism industry as well. They are also having an important social and cultural role by affecting strongly to the destination itself because events and festivals can have a great impact when building the image of a destina-

tion (Itinerary for Vision, 2011) (Vallo and Hayrinen, 2008; cited in Ahola, 2010). This has a remarkable meaning especially for small destinations and has way more longlasting influences than just for the exact moment when festival is taking place. Successful festivals are naturally bringing money into a destination and probably increasing the full time employment. This can lead to a better infrastructure and better quality of life for the local people. (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002) For example image of a music destination can have a result of refurbishment of concert venues, better quality of music education and totally new forms of business related to music and festivals. (Ahola, 2010)

When the festival is unsuccessful it causes bad reputation to the area. Negative image results may be long-lasting and harming the host destination heavily. Other negative impacts might be i.e. environmental or architectural pollution and potential increase of crimes. (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002) Some possible negative impacts are also disturbance, chaos and other social problems (Unesco, 2009).

Many of the most known festivals are taking place in small or midsize destinations where it is really possible to feel and see the festival happening (Brindle and DeVereaux, 2011). For instance Kaustinen Folk Music Festival is one of the biggest Finnish summer festivals arranged annually in mid-July in Keski-Pohjanmaa region in central Finland (Kaustinen Folk Music Festival, 2015). Festival has been organised since the year 1968 and it is the biggest folk music festival in Nordic countries (Kykyri, 2014). The host destination itself is a small municipality with only around 4300 inhabitants (Tilastokeskus, 2013). When the festival is taking place the town is hosting more than 100 000 visitors. Festival has a clear positive effect on the local economy. It is stated that people who are

visiting festivals spend a lot of money both in the festival area and in local services along with ticket prices. In Kaustinen the hotel and restaurant sector benefits the most of the festival season. (Tohmo, 2005)

Kaustinen Folk Music Festival has grown from a little home grown festival to huge nine days celebration attracting special guest from abroad too. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012) The aim of the festival is to both strengthen the status of traditional folk music and dance tradition and create space for new forms of folk culture as well. Festival is not only serving wonderful experiences but fortifying the cultural identity of the local people. One of the biggest aims is also to give folk enthusiast opportunity to do what they love and try to attract new people in it. (Kykyri, 2014) One of the aims of that family festival is to create lively venue for all kind of local and foreign spelmans to play together as well (Kaustinen Folk Music Festival, 2015).

Kaustinen Folk Music Festival has had some recognitions for affecting both regionally and worldwide. This year the festival was awarded with a quality certificate from EFFE – Europe for Festivals, Festivals for Europe organization. The certificate was given because Kaustinen Folk Music Festival has remarkable impact on local, national and international level offering the audience high quality performances and activities from diverse art genres. (Kansanmusiikin ja -tanssin edistämiskeskus, 2015)

As a conclusion, festival industry is very diverse and offers wide range of entertainment for people. Since people are more eager to attend festivals there is a lot of possible future careers for event professionals. However, it is nec-

essary to understand why people are willing to attend festivals to be able to create them memorable and even life-changing experiences.

2504

#### References

A Greener Festival. (2015) *Summary of Research*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.agreenerfestival.com/summary-of-research/>

Ahola, H-R. (2010) *Economic Impacts of an Event: Case: Haapavesi Folk Music Festival 2010*. B.Sc. Lahti University of Applied Sciences

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnel, I. (2008) *Festival & Special Event Management*. 4th Ed., Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Atkinson, S. (2010) BBC. *Festivals put green issues higher up the bill*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.bbc.co.uk/news/10145690>

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. (2012) *Events management: an introduction*. New York: Routledge.

Brindle, M. & DeVereaux, C. (2011) *The Arts Management Handbook: New Directions for Students and Practitioners*. New York: Routledge.

Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R. (2001) *Special Interest Tourism*. Queensland: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Dwyer, L & E, Wickens. (2014) *Event Tourism and Cultural Tourism: Issues and Debates*, Oxfordshire: Routledge.

Gateway to Research. (2015) *Fields of Green: Addressing Sustainability and Climate Change through Music Festival Communities*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://gtr.rcuk.ac.uk/projects?ref=AH/M009270/1>

Getz, D. (2005) *Event Management & Event Tourism*. 2nd ed., New York: Cognizant Communication Corporation.

Glastonbury Festival. (2015) *The History of Glastonbury Festival*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/>

Folk Music and Dance in Finland. (2015) *Kaustinen Folk Music Festival sai EFFE-laatuileiman 2015-2016* (Kaustinen Folk Music Festival got a EFFE quality certificate 2015-2016) [Online] [Accessed on 27<sup>th</sup> November 2015] <http://www.kansanmusiikki.fi/en/node/10347>

Itinerary for Vision. (2011) *Music festivals – challenges and impacts*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <https://itineraryforvision.wordpress.com/2011/06/14/music-festivals-%E2%80%93-challenges-and-impacts/>

Janecko, B., Mules, T and Ritchie, B. (2002) *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015]

<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf>

Kaustinen. (2015) *Historia*. (History) [Online] [Accessed on 26<sup>th</sup> November 2015]

[http://kaustinen.net/?page\\_id=80](http://kaustinen.net/?page_id=80)

Kykyri, T. (2014) *Kaustinen Folk Music Festival*. Kulttuurin Instituutiot. [Online]

[Accessed on 27<sup>th</sup> November 2015]

<https://k1010ki.wordpress.com/2014/12/14/kaustinen-folk-music-festival/>

La Tomatina. (2015) *La Tomatina Festival*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015]

<http://www.latomatinatours.com/>

People 1<sup>st</sup>. (2010) *Labour Market Review of the Events Industry January*.

Robertson, M. & Frew, E. (2008) *Events and Festivals: Current Trends and Issues*.

New York: Routledge.

Shone, A. & Parry, B. (2013) *Successful Event Management: A Practical Handbook*. 4<sup>th</sup> Ed., Hampshire: Cengage Learning EMEA

Tilastokeskus. (2013) *Kaustinen – Kaustby*. [Online] [Accessed on 27<sup>th</sup> November 2015]

<http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/236.html>

Tohmo, T. (2005) 'Economic impacts of cultural events on local economies: an input–output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival'. *Tourism Economics*, 11(3) pp. 431-451.

Unesco. (2009) *Festival Statistics: Key concepts and current practices*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/fcs-handbook-3-festival-statistics.pdf>

Walker, M. (2014) *30 Experts Predict The Event Trends That Will Shape Your 2015*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.eventbrite.co.uk/blog/event-trends/>

Warman, J. (2010) The Guardian. *How music festivals are singing the changes*. [Online] [Accessed on 28<sup>th</sup> November 2015] <http://www.theguardian.com/business/2010/aug/27/music-festivals-record-industry>

Whitford, J.M.M. (2013) 'An exploration of events research: event topics, themes and emerging trends' *International Journal of Event and Festival Management*, 4(1) pp. 6-30.

## Liite 11. Kaustisen Kamarimusiikkiviikon yleisökysely

Kaustisen Kamarimusiikkiviikko 2016

Yleisökysely

1. Mikä on asuinkuntanne?

- a) Kaustinen      b) Veteli      c) Halsua      d) Toholampi  
e) Kruunupyy      f) Kokkola      g) muu, mikä?

2. Mistä saitte tiedon tapahtumasta?

- a) lehdestä      b) nettisivuilta      c) sosiaalisen median kautta      d) tuttavalta  
e) muualta, mistä?

3. Kuinka monessa konsertissa olette käynyt/aiotte käydä yhteensä viikon aikana?

- a) 1      b) 2-3      c) 4-5      d) enemmän kuin viidessä

4. Oletteko osallistuneet Kaustisen Kamarimusiikkiviikolle aiempina vuosina?

- a) kyllä      b) en (siirry kysymykseen numero 6)

5. Kuinka usein olette osallistuneet Kaustisen Kamarimusiikkiviikoille?

- a) vuosittain  
b) noin joka toinen vuosi  
c) harvemmin/satunnaisesti

6. Millaisesta ohjelmasta/millaisista esiintyjistä olette kiinnostunut eniten?

7. Mitä mieltä olette lippujen hinnoista?

- a) sopivat      b) liian korkeat      c) liian matalat

8. Oletteko käynyt katsomassa Kamarimusiikkiviikon kuvataidenäyttelyn?

- a) kyllä      b) en      c) en, mutta aion vielä käydä katsomassa

9. Kaipaisitko taitelijaesittelyitä tai vastaavia tilaisuuksia konserttien oheen?

- a) kyllä      b) en

10. Mitä mieltä olette järjestelyistä?

11. Muita risuja/ruusuja/toiveita

Kiitos vastauksistanne! Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan 5 vapaalippua ensi vuoden 2017 Kamarimusiikkiviikolle