



Markus Koivumaa

Rajallisia resursseja – luovia ratkaisuja

Epäkaupallisten tapahtumatuotantojen haasteet

Rajallisia resursseja – luovia ratkaisuja

Epäkaupallisten tapahtumatuotantojen haasteet

Markus Koivumaa
Opinnäytetyö
Kevät 2013
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Viestinnän koulutusohjelma, mediatuottamisen suuntautumisvaihtoehto

Tekijä(t): Markus Koivumaa
Opinnäytetyön nimi: Rajallisia resursseja – luovia ratkaisuja. Epäkaupallisten tapahtumatuottajien haasteet
Työn ohjaaja(t): Pekka Isomursu
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: kevät 2013
Sivumäärä: 54

Tutkielmani tarkastelee tapahtumatuottamista vertaillen kaupallisten ja epäkaupallisten tuottajien eroja sekä luovien ongelmanratkaisumenetelmien hyödyntämistä eri toimintaympäristöissä. Nämä ovat asioita, jotka jäävät alan kirjallisuudessa mielestäni liian vähälle huomiolle. Käyn tutkielmassani läpi myös tapahtuman järjestämisen tuotantoprosessin seitsemässä eri vaiheessa, joiden itse katsoin olevan toimintaympäristöstä riippumatta merkittävimpiä. Sisällytin kyseiseen osioon myös alan asiantuntijoiden luennoilta keräämiäni ohjeita ja tietoa.

Käytin tutkimusaineistona opinnäytetyöni produktio-osana tuottamastani yleisötilaisuudesta kertyneitä kokemuksia sekä alan asiantuntijoita haastatteleamalla keräämääni tietoa. Omista kokemuksistani nostan tässä dokumentissa selkeimmin esiin ne tapaukset, joiden kanssa tuotannossa oli suurimpia ongelmia. Kerron myös yksityiskohtaisesti, minkälaisilla ratkaisuilla ongelmista selvitettiin.

Asiantuntijoiden haastatteluista ilmenee, kuinka paljon yhtäläisyyksiä eri tapahtumatuottajatyypeissä onkaan, mutta esiin nousee myös olennaisimmat eroavaisuudet. Myös kyseisessä osiossa on elävän elämän esimerkkejä yleisötilaisuuksien järjestämiseen liittyvistä ongelmista sekä niiden ratkaisemisesta.

Uskon, että tekemästäni tutkimuksesta on apua erityisesti sellaisille tapahtumatuottajille, jotka kaipaavat stimulointia luovan ongelmanratkaisukykyänsä aktivoimiseksi. Vaikka esimerkit eivät todennäköisesti sellaisenaan sovellukaan muiden tuottajien ongelmiin, pystyvät ne ehkä ohjaamaan niihin tutustuvia oikeaan suuntaan.

Tästä tutkimuksesta jää vielä pois muutamia olennaisia näkökulmia, joihin minulla ei ollut tämän tutkimuksen puitteissa aikaa perehtyä. Nämä näkökulmat ovat tapahtumien yleisö, esiintyjät, talkoolaiset ja sponsorit.

Asiasanat:

Tapahtumatuottanto, tapahtumat, tapahtuman tuottantorakenne, tapahtuman resursointi.

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Communication, Option of Media Production

Author(s): Markus Koivumaa

Title of thesis: Limited recourses – creative solutions. Challenges of non-commercial event productions

Supervisor(s): Pekka Isomursu

Term and year when the thesis was submitted: spring 2013

Number of pages: 54

My thesis takes a look in to the production of events from a perspective that compare's the differences between commercial and non-commercial events and the use of creative problem solving in different operational environments. These are topics that I couldn't find conclusive answers by going through material already produced of this subject. My thesis also present's the stages of production planning of events in seven different categories that I found relevant regardless of the environment in which the perspective is set to. Professional opinions that I gathered from various lectures are also included in the description.

As study-material I used the experiences I received while producing an event as the practical part of my thesis and information that I gathered through interviewing professional authorities. From my own experiences I bring out especially those occasions that I had difficulties with. I also explain in detail how I overcame those difficulties.

The interviews I did with the experts in this field reveal how many similarities there are with different types of event productions. They also brought up the most relevant divergences. In this section I also included practical examples of resolving problems in a creative manner.

I believe that my study will help especially the kind of event producers that need stimulation for their abilities in creative problem solving. Even though the examples that I present won't be helpful as is, they can be used to guide the line of thinking in a direction that allows the persons in question to broaden their perceptions on how problems can be solved.

There are some important perspectives that were left out of my thesis due to the lack of time and resources. These perspectives are the ones that belong to the audiences, performers, voluntary labour and sponsors.

Keywords:

Event production, events, production planning of events, production recourses of events.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 TAPAHTUMAN TUOTANTOPROSESSI	9
2.1 Ideointi ja suunnittelu	9
2.2 Resurssianalyysi	11
2.3 Sisällön suunnittelu	14
2.4 Työryhmän kokoaminen ja tehtävien delegointi	18
2.5 Lupa-asiat	19
2.6 Sopimukset	21
2.7 Viestintä	22
3 CASE: ZOMBIE-PIN-UP-KULTTUURITAPAHTUMA	26
3.1 Lähtökohdat ja sisältö	26
3.2 Ongelmat ja niiden ratkaisut	27
3.2.1 Rahoitus	27
3.2.2 Tapahtumapaikka	29
3.2.3 Valokuvanäyttely	30
3.2.4 Muu ohjelmasisältö	30
3.2.5 Sisäinen viestintä	31
4 ASiantuntijoiden Kokemuksia	33
4.1 Lauri Manner: musiikkitalaisuuden järjestäminen pienellä budjetilla	33
4.2 Jarkko Halunen: tapahtumatuottaminen julkisen sektorin resursseilla	38
4.3 Jonas Björkbacka: toiminta poliittisessa nuorisojärjestössä	44
5 POHDINTA	47
LÄHTEET	51

1 JOHDANTO

Kun ryhdyin tutustumaan tapahtumatuotantaja käsittelevään kirjallisuuteen huomasin, että kaikki löytämäni teokset tarkastelivat aihetta melko yksipuolisesti kaupallisten tuotantojen näkökulmasta, mikä on täysin ymmärrettävää, kun otetaan huomioon kirjojen kustantajien omat kaupalliset motiivit. Vaikka suomalaiset tapahtumatuotannot ovatkin ammattimaistuneet selvästi viime vuosikymmeninä, eivät harrastelijoiden ja muiden epäkaupallisten tahojen järjestämät tilaisuudet ole kadonneet mihinkään, vaan ne ovat edelleen varsin olennainen osa kansallista kulttuuria. Monet toimijat ja tekijät osallistuvat järjestämään keskuutemme elävää kulttuuria ensisijaisena motivaationaan tekemisen into ja rakkaus lajiin. Mielestäni on aiheellista tutkia tapahtumatuotantaja myös heidän näkökulmastaan.

Vaikka tutkimuksen kohteena ovatkin pienen budjetin tapahtumatuotannot, esitelen tapahtumatuotannon prosessia myös yleisemmästä näkökulmasta, käyttäen pohjana siihen liittyvää kirjallisuutta ja alan asiantuntijoiden luentoja. Syksyllä 2012 Oulun seudun ammattikorkeakoulun (myöhemmin Oamk) kulttuurialan yksikön viestinnän osastolla järjestettiin kurssi nimikkeellä ”Kulttuuri- ja tapahtumatuotannot”. Kyseiselle kurssille osallistuneiden opiskelijoiden tehtävänä oli pitää luentoasiakirjaa sekä kirjoittaa alan asiantuntijoiden luennoiden perusteella opas tapahtumatuottajalle. Luennoilta hankittua tietoa käytetään tämän tutkielman lähdeaineistona. Näin ollen molempien tuotantotyyppien erot ja yhtäläisyydet ilmenevät tutkimuksessani käytännöllisesti hyödynnettävällä tavalla.

Marraskuussa 2012 toimin tuottajana kahden Oamkin kulttuurialan yksikön viestinnän osaston kuvallisen viestinnän opiskelijan projektityönä toteuttamassa ”Zombie-pin-up-kalenterin julkaiseminen” -tuotannossa. Osana kyseistä projektia tehtiin zombie- ja pin-up-tyylejä yhdistelevä seinäkalenteri ja valokuvanäyttely. Edellä mainittu näyttely luotiin vain yhdeksi illaksi, ja sinne oli pääsy ainoastaan noin viidenkymmenen erikseen kutsutun henkilön joukolla, joka koostui kalentereissa ja näyttelykuvissa esiintyneistä malleista sekä heidän ystäivistään.

Julkaisu- ja näyttelytilaisuuteen yhdistettiin myös tilataidetta niin, että tapahtumapaikkana toiminut purettavaksi asetettu yleisestä käytöstä poistettu vanha koulurakennus lavastettiin näyttämään siltä, kuin se olisi joutunut elävien kuoleiden hyökkäyksen kohteeksi. Halutun tunnelman luomiseksi paikalle sijoitettiin myös zombie-maskeerauksin sonnustettuja näyttelijöitä, jotka pelottelivat paikalle johdettua vierasjoukkoa. Lisäksi, ennen varsinaisen näyttelyn avaamista yleisölle, heille järjestettiin esittävän taiteen ohjelmaa, tilaisuutta varten erikseen luodun teemanmukaisen elävän musiikin ja burleski-tanssin muodossa.

Kyseisen tuotannon budjetti oli kaiken kaikkiaan vain noin 550 euroa. Siitä vajaan 200 euroa käytettiin seinäkalentereiden painattamiseen, eli itse tapahtuman kulut olivat alle 400 euroa. Tapahtumasta onnistuttiin, taloudellisista rajoitteista ja työryhmän pienestä koosta huolimatta, luomaan erittäin vaikuttava ja näyttävä tilaisuus kehittämällä luovia ratkaisuja kustannusten minimoimiseksi sekä henkilöresurssien jatkamiseksi. Edellä kuvatun tuotannon kartuttama kokemus toimii olennaisena osana tutkimuksessa tehtyjen johtopäätösten ja tulosten perustaa.

Haastattelin myös neljää kokenutta tapahtumatuottajaa, jotka ovat tottuneet toimimaan erittäin rajallisten resurssien puitteissa, kukin hieman eri perspektiivistä ja olosuhteissa. Pienen budjetin musiikkitapahtumien järjestämiseen liittyen haastattelin vaihtoehtokulttuurin tuottamiseen keskittyvän Paskakaupunki ry:n puheenjohtajaa Lauri Manneria, joka on jo toistakymmentä vuotta tarkastellut musiikkitilaisuuksien järjestämistä myös esiintyjän näkökulmasta.

Julkisen sektorin resursseilla tuotettaviin tapahtumiin liittyen haastattelin Oulun sivistys- ja kulttuuripalveluiden alaisuudessa toimivan musiikin tiedotus- ja neuvontakeskuksen Rockpolis-hankkeen tuottajaa Jarkko Halusta selvittääkseni, kuinka hallintobyrokratia vaikuttaa tapahtumatuottamiseen. Hänen toimenkuvaansa kuuluu myös Oulun tapahtumatiimissä edustaminen. Halunen niin ikään on toiminut pitkään myös esiintyjäpuolella yhtyesoiton parissa.

Lisäksi haastattelin Pohjois-Pohjanmaan Vasemmistonuoret ry:n piirisihteeriä Jonas Björkbackaa liittyen järjestömuotoisen vapaaehtoistoimintaan perustuvan

aatteellisen kansalaistoiminnan puitteissa järjestettävien koulutus- ja seminaari-tilaisuuksien tekemiseen. Hänen haastattelussaan keskustelimme myös vapaaehtoistoiminnan johtamisen haasteista.

Lopuksi pohdin miten tapahtumatuottaminen eri toimintaympäristöissä eroaa toisistaan sekä toiminnan että suunnittelun näkökulmasta. Sen lisäksi pyrin yleistävällä tasolla pohtimaan tutkimuksessa esiin nousseiden esimerkkitalanteiden ongelmia ja niihin sovellettuja ratkaisuja. Käsittelen myös erityyppisten tapahtumatuotantojen yhtäläisyyksiä ja sitä onko niissä edes käytännön toiminnassa ilmeneviä perustavanlaatuisia eroja toimintatavoissa.

2 TAPAHTUMAN TUOTANTOPROSESSI

Tässä luvussa käydään läpi tapahtumatuotannon eri vaiheet ja nostetaan esille seikkoja, joita tilaisuuksia järjestettäessä tulee ottaa huomioon. Luvun sisältö on koostettu aihetta käsittelevistä opaskirjoista ja alan asiantuntijoiden luennoilta keräämistäni aineistoista. Tämän luvun alaotsikoihin tekemäni jaottelu ja vaiheistus ei välttämättä noudata kaikkien tapahtumien perinteistä kaavaa, mutta olen pyrkinyt nostamaan esille kaikille tapahtumatuotannoille yhteisiä asioita.

2.1 Ideointi ja suunnittelu

Tapahtumatuotannon ensimmäisessä vaiheessa pyritään vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: miksi, mitä ja kenelle tapahtuma tehdään. Näitä voidaan kutsua kuvaavasti tapahtumatuotannon strategisiksi kysymyksiksi. Mikäli näihin kysymyksiin ei löydy selkeää vastausta, ei tilaisuutta kannata edes ruveta järjestämään. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–102.)

Kysymykseen ”miksi?”, on tarkoitus vastata määrittelemällä tapahtuman tavoite. Sen avulla tapahtuman onnistumista voidaan jälkeenpäin arvioida. Toimivinta se on silloin, kun mittareiksi voidaan asettaa numeerisia arvoja: varainhankinnan kohdalla euroissa, tai huomioarvon kohotuksen kannalta kävijämäärissä. Tilaisuuden onnistumista voidaan pyrkiä arvioimaan myös abstraktimmilla mittareilla, kuten kävijöiden tyytyväisyyden perusteella. (Häyrinen & Vallo 2012, 109–111.) Joskus tilaisuuden missiota on syytä pyrkiä hahmottamaan myös laajassa ja yhteiskunnallisessa kontekstissa kokonaisuuden ymmärtämiseksi (Hujanen 30.10.2012, luento).

Kaupallisissa tuotannoissa motiivina toimii yleensä suora taloudellisen tuoton tavoittelu, esimerkiksi lipunmyynnin keinoin, tai epäsuora myynninedistäminen, kuten imagon parantaminen, tai henkilökunnan viihdyttäminen tai kouluttaminen. Ideointivaihe etenee tehokkaammin, mikäli kaikki osalliset ovat samaa mieltä tilaisuuden tavoitteista. (Kauhanen 2002, 36.)

Kysymykseen mitä tehdään, pitäisi ideointivaiheessa pyrkiä vastaamaan vasta pääpiirteittäin. Tapahtuman luonne tulisi kuitenkin valita jo tässä vaiheessa, jotta prosessissa kyetään luontevasti etenemään. On siis päätettävä onko tapahtuman pääpaino viihteellisyydessä vai asiaohjelmassa eli onko kyseessä rock-konsertti, seminaari tai koulutustapahtuma vai rekrytointitilaisuus ja niin edelleen. Sen jälkeen voidaan päättää, mikä on tilaisuuden kohdeyleisö. Myös ohjelmasisällön pääkohtia on syytä hahmotella jo tässä vaiheessa. (Kauhanen 2002, 36.)

Kun tiedetään miksi ja mitä ollaan tekemässä, pitää päättää, kenelle tehdään eli tapahtuman kohderyhmä. On tärkeää muistaa, että yleisötilaisuudet järjestetään aina muille kuin tuottajalle itselleen, ja omat mieltymykset on lähes poikkeuksetta jätettävä ulos yhtälöstä (Vallo & Häyrynen 2012, 122). Rajaamista sekä jaottelea täytyy usein tehdä monen eri tekijän, kuten iän, sukupuolen, taustan, kiinnostuksen kohteiden ja sijainnin, kohdalla (Kauhanen 2002, 36-37). Tässä vaiheessa on jo hyvä myös miettiä, minkälaiset tekijät vaikuttavat kaikkein kriittisimmin yleisön viihtyvyyteen niin ohjelmasisällön kuin järjestelyidenkin puolesta (Jyrä 2010, 12). Myöhempiä toimenpiteitä ajatellen on myös aiheellista pohtia sitä, kuinka valittu kohderyhmä on tavoitettavissa (Vallo & Häyrynen 2012, 102).

Yksi tärkeimmistä kysymyksistä kohdeyleisöä valittaessa silloin, kun puitteet ovat vaatimattomat, liittyy tapahtuman laajuuteen: järjestäjän on jo suunnittelun alkuvaiheessa kyettävä alustavasti arvioimaan osallistujien määrää, jotta siihen kyetään resurssien puolesta vastaamaan. Budjetin ollessa pieni on huomioitava myös se, että markkinointi ei todennäköisesti ulotu kovinkaan laajalle. Näin ollen tapahtuman kohdeyleisö kannattaa valita niin, että sen tavoittaa mahdollisimman tehokkaasti järjestäjän omien sosiaalisten verkostojen ja muiden maksuttomien kanavien kautta. (Kivi 19.10.2012, luento)

Kun tuotannon strategiaan kysymyksiin on löydetty vastaukset, on aika ruveta laatimaan tuotantosuunnitelmaa, johon muotoillaan kaikki tässä vaiheessa tehdyt päätökset. Lisäksi siihen kirjataan tuotannon pääkohdat ja niihin liittyvät kysymykset, joihin seuraavissa vaiheissa haetaan vastauksia. Kyseinen asiakirja

toimii näin ollen tuottajan työkaluna ja ohjenuorana läpi koko projektin. (Hanski 5.12.2012, luento.)

2.2 Resurssianalyysi

Tuotannoille tulee aina laatia budjetti tai kustannusarvio, kuten sitä suunnittelu- vaiheessa nimitetään. Siitä on käytävä ilmi tilaisuuden järjestämisestä koituvat kulut. Sen lisäksi arvio tuotannon tuloksena syntyvistä tuloista kirjataan ylös rahoitus suunnitelmaksi. Tapahtuman järjestäjällä on alusta saakka oltava ymmärrys tuotannon käytettävissä olevista resursseista, jotta tapahtuman suunnittelu saadaan lähtemään oikeille raiteille, sillä rahaa järjestelyihin voi saada kulu- maan lähes rajattomasti. Myös käytettävissä olevien henkilöiden ja heidän tieto- taitonsa tiedostaminen on osa resurssien kartoittamista. On hyvä pyrkiä hoita- maan suurin osa järjestelyistä omin voimin, sillä ulkopuolinen palkattu työvoima on kallista. (Vallo & Häyrinen 2012, 149.)

On myös syytä muistaa, että menojen arvioiminen ennakoon on yleensä paljon helpompaa kuin tulojen, joten taloudellisessa mielessä tapahtumatuotantoihin sisältyy usein merkittäviä riskejä. Näitä riskitekijöitä voi pyrkiä pienentämään esimerkiksi myymällä tilaisuuteen ennakkolippuja tai hankkimalla yhteistyö- kumppaneita tai julkisyhteisöjen kohdalla avustuksia. Tosin on muistettava, että esimerkiksi sponsorituki ei ole vastikkeetonta rahaa, vaan antava osapuoli vaatii yleensä tukeaan vastaan näkyvyyttä tai julkisuutta järjestettävän tapahtuman yhteydessä. (Kauhanen 2002, 59-60 ja 69–70.)

Kustannusarviota laadittaessa tulee tuotannolle määrittää niin sanottu nollataso, eli piste, jolloin budjetti ei jää negatiiviseksi ja tulot kattavat kaikki kulut. Pääsy- lippujen myyminen ennakoon auttaa hahmottamaan tätä kohtaa tarkemmin etukäteen, joten sen avulla taloudellisiin muutoksiin reagoimiseen saa lisää ai- kaa. Lisäksi ennakoon lipun ostanut asiakas ei jätä osallistumatta tilaisuuteen ympäristötekijöiden vuoksi kovinkaan helposti ja varaa tapahtumalle aikaa ka- lenteristaan ajoissa. Monissa vähintään parinsadan ihmisen tapahtumassa jopa puolet lipuista on syytä myydä ennakoon, ennen kuin tilaisuutta kannattaa yli- päättään järjestää. (Sarni 28.11.2012, luento.)

On myös muistettava, että lipun hinta on usein merkittävämpi tekijä, kuin myytyjen lippujen määrä. Jos lippuja aletaan jakaa ilmaiseksi tai pilkkahintaan voi se pahimmassa tapauksessa jopa heikentää järjestäjän uskottavuutta. Tosin tyhjät paikat maksavat järjestäjälle yhtä paljon kuin täydetkin. Alennuslippuja kannattaakin usein tarjota mieluummin esimerkiksi yritysysteistyökumppaneille ja heidän työntekijöilleen kuin julkisesti kaikille asiakkaille. (Sarni 28.11.2012, luento.)

Mikäli tapahtuma rahoitetaan sponsoreiden avustuksella, pitää puitteiden olla näyttävät ja muutoinkin kaupallisesta näkökulmasta houkuttelevat. Lisäksi järjestäjän on syytä pystyä tarjoamaan sponsoreille houkuttelevia etuoikeuksia, kuten yksityiset tilat tilaisuuden seuraamiseen tai pääsy takahuonealueelle. Myös yhteistyökumppaneiden muut sitoumukset ja toimintatahti on osattava ottaa huomioon. Esimerkiksi julkisella sektorilla päätöksenteko on pahimmillaan todella verkonkaista ja pienimuotoistenkin päätösten aikaansaaminen voi kestää kuukausia. (Loponen 17.10.2012, luento.) Suomessa suurten yritysten, joilla usein on parhaat edellytykset ja eniten motivaatiota tapahtumien sponsorointiin, markkinointiosastot toimivat pääosin Helsingissä, mikä hankaloittaa yritysysteistyön tekemistä muualla Suomessa (Ristolainen 2.11.2012, luento).

Tapahtumatuotannoissa on tyypillistä, että kulut tulevat maksettaviksi jo ennen tilaisuutta ja tulot saadaan käyttöön vasta sen jälkeen. Tällöin on siis huomioitava, että mittavaa tapahtumaa järjestettäessä rahaa on oltava käytettävissä jo ennen itse tilaisuutta. Esimerkiksi monet tunnetut esiintyjät vaativat palkkionsa, tai ainakin osan siitä, maksettavaksi ennakoon. Myös tilavuokrat, tai vähintäänkin niiden varausmaksu, kannattaa valmistautua maksamaan jo ennen kuin tuotannossa on syntynyt lainkaan tuloja. Alalla ei siis kannata ruveta uhkapeliin, sillä tyypillisesti suurten tapahtumien taloudelliset riskit ovat huomattavat ja tuotosten suuruusluokka parhaimmillaankin siihen nähden melko vaatimaton. (Sulka 21.11.2012, luento.)

Lipunmyynnissä ja etenkin pääsymaksun hinnan asettamisessa on otettava huomioon ohjelman laatu ja asiakkaiden maksukyky. Esimerkiksi nuorille ja opiskelijoille suunnatuissa tilaisuuksissa pääsymaksu kannattaa pitää alhaise-

na, sillä kyseisen asiakasryhmän keskimääräinen varallisuustaso on alhainen. Toisaalta, mikäli pääsymaksua ei aseteta lainkaan, se voi luoda potentiaalisille asiakkaille negatiivisen ennakkokäsityksen tapahtuman tasosta. Usein pieni parin euron pääsymaksu houkuttelee paremmin kävijöitä kuin täysin maksuton tilaisuus. (Kivi 19.10.2012, luento.)

Yleensä tapahtuman suurimmat kulut koostuvat henkilökunnan ja esiintyjien palkkioista, joiden osuus budjetista on usein yli puolet (Loponen 17.10.2012, luento). Näiden lisäksi rahaa kuluu yleensä myös tilojen ja laitteiston vuokriin, markkinointiin, logistisiin toimenpiteisiin, somisteisiin ja mahdollisiin tarjoiluihin. Tulonlähteistä tyypillisimmät ovat osallistumismaksu tai lipunmyynti sekä oheismyynti, joista ensin mainituilla pyritään yleensä kattamaan tuotannon kulut ja oheismyyntillä tekemään tuotto. Tuloja voi saada myös sponsorituen tai erilaisten avustusten muodossa. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

Avustukset ovat pääasiassa julkisyhteisöjä varten ja ne ovat aina sidottuja kuuluihin, eikä niillä voi tehdä tuottoa. Usein apurahoille on osoitettu tietyt hakuajat, joihin pitää pystyä reagoimaan ajoissa. Myös potentiaalisten sponsoreiden kohdalla kannattaa muistaa, että suurin osa yrityksistä lyö markkinointibudjettinsa lukkoon loppuvuodesta, minkä jälkeen niitä on hankalampi kyseisestä näkökulmasta tavoittaa. Yhdistystenkin tosin on pystyttävä suunnittelemaan rahoitussensa monipuolisesti, sillä jaettavissa olevan tuen määrä vaihtelee ja on viime vuosina ollut pienenemään päin. (Kyllönen & Laine 23.11.2012, luento.)

Tapahtumalle tulee siis aina hankkia asianmukaiset tilat. On tärkeää muistaa, että tilavuokrat vaihtelevat usein ajankohdan mukaan niin, että viikonloppuisin kustannukset ovat arkipäiviä korkeammat. Toisaalta esimerkiksi viihdetapahtumia järjestettäessä tulee huomioda, että asiakkaat käyttävät niihin osallistuakseen omaa vapaa-aikaansa, jota heillä on yleisimmin eniten juuri viikonloppuisin. Toinen tilaan liittyvä huomionarvoinen seikka tilaan liittyen on se, että tilan käytöstä voi koitua kustannuksia myös silloin, kun toimitaan järjestäjän omissa tiloissa, sillä monissa paikoissa tilan ylläpitoon liittyvän palkallisen henkilökunnan tulee olla läsnä yleisötilaisuuksien aikana. (Jyrä 2010, 15–16.)

Tärkeää on huomioida myös tapahtumapaikka laajemmassa mittakaavassa eli se, millä paikkakunnalla toimitaan. Joskus parhaat tilat löytyvät asutuskeskittyneiden ulkopuolelta, jolloin niiden soveltuvuuden arviointiin on hyvä liittää myös sijainnin mukanaan tuomat mahdolliset lisähaasteet, kuten etäisyydet ja kulku-yhteydet. Tilojen suhteen tulee myös huolehtia siitä, että ne ovat tapahtuman luonteen mukaiset ja arvokkuudelle sopivat. Toisaalta, osaavat suunnittelijat pystyvät, esimerkiksi somistuksen ja muiden sisustuksellisten ratkaisujen avulla, muuntamaan tilan käyttötarkoitukseen sopivaksi, kunhan tilaa on riittävästi. (Vallo & Häyrinen 2012, 139–140.) Yllättävien kiinteistönhuoltolaskujen välttämiseksi lainattujen tilojen tulee aina palautettaessa olla vähintäänkin yhtä hyvässä kunnossa, kun lainattaessa (Sulkala 21.11.2012, luento).

Sää on yksi ulkoilmafestivaalin suurimmista uhkatekijöistä, minkä vuoksi siihen pitää varautua hahmottelemalla pahinta mahdollista tilannetta. Tapahtumalle pitää myös laatia keskeytyskriteerit. Suuren ulkoisen uhan varalle myydään myös vakuutuksia, mutta ne ovat todella kalliita, joten harvoilla järjestäjillä on niihin varaa. Muutenkin tapahtumatuottajan kannattaa varautua kaikkeen ja luoda mahdollisimman kattavia varasuunnitelmia. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

2.3 Sisällön suunnittelu

“Tapahtuman sisältö suunnitellaan sen tavoite ja kohderyhmä huomioiden, ja tietenkin myös teema ja halutut viestit tiiviisti yhteen sovittaen.” Kun aletaan suunnitella tarkemmin tilaisuuden sisältöä, on tavoitteiden, kohderyhmien, puitteiden ja resurssien oltava jo melko tarkoin tiedossa. Myös tapahtuman luonne, eli se, ollaanko järjestämässä viihde- vai asiatilaisuutta vai näiden yhdistelmää, on tässä vaiheessa jo tiedettävä. Tällöin välttyään siltä, että ohjelman tai aikataulutuksen kanssa joudutaan mahdollisiin tilanteisiin. Tässä vaiheessa on siis laskettava, kuinka paljon aikaa tuotannon kukin vaihe vie. Yleensä esijärjestelyt ja rakentelu sekä kulissien pystyttäminen vievät enemmän aikaa kuin purkaminen ja siivoaminen. Itse tilaisuus voi olla kestoaltaan tunnista useampaan päivään, ja sille on laadittava erillinen tarkka aikataulu. (Vallo & Häyrinen 2012, 164, 193.)

Tapahtumalle kannattaa aina luoda jokin yhtenäinen teema. Se voi olla melko selkeä ja sisällöllisesti rajaava, kuten naamiaiset, tai löyhä, kuten nuorille aikuisille suunnattu rock-tapahtuma, jonka ohjelmaan voi kuulua monen eri musiikkialalajin edustajia. Teema voi olla myös luonteeltaan erilainen, kuten puhutteleva ja vakava tai räväkkä ja houkutteleva. Kehysaihepiiri antaa siis jo suuntaa siitä minkälainen tunnelma, väri- ja äänimaailma sekä ohjelma tapahtuman tavoitetta parhaiten tukevat. Tästä on myös etua markkinoinnissa, jolloin sen tyyli toistuu itse tapahtumassa. Toisaalta teema ei yksistään kannata tapahtumaa kovin pitkälle, vaan taustalla on aina oltava sopivat puitteet ja ohjelmasisältö, joiden varaan sen ydintarkoitus ja -idea nojaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 194–196.)

Sisällönsuunnitteluvaiheessa tuottajan on syytä alkaa laatia tapahtumakäsikirjoitusta, josta ilmenee selkeästi kaikki, mitä tilaisuuden aikana tapahtuu heti siitä hetkestä, kun osallistujat saapuvat aina siihen hetkeen, kun viimeinenkin on poistunut tapahtumapaikalta. Tässä on otettava huomioon myös kulissien takana tapahtuvat asiat. Kyseiseen asiakirjaan merkitään myös mahdollisimman tarkkaan, että missä ja mihin aikaan toiminnot alkavat ja päättyvät sekä henkilöt, joiden läsnäolo on toimintojen kannalta oleellista. Käsikirjoitus on sitten saatettava kaikkien tuotannossa toimivien haltuun, jotta he kykenevät kommentoimaan ja noudattamaan sitä. Siihen tulee lähes poikkeuksetta muutoksia tilaisuuden aikana, mutta tärkeintä on, että on olemassa jokin runko, johon tuotantoryhmä voi tukeutua, sillä yleisö ei muutoksia edes havaitse. (Vallo & Häyrinen 2012, 161–162.)

Tapahtumakäsikirjoitukseen on syytä jättää myös jonkin verran ohjelmaan sitomatonta tilaa, jotta osallistujat ehtivät hoitaa sosiaalisia ja muitakin tarpeitaan. Näiden taukojen pituus ja intervallit määräytyvät tilaisuuden mittakaavan ja luonteen mukaan. Asiatapahtumissa ja seminaareissa tulee huomioida osanottajien yhtäjaksoisen keskittymiskyvyn rajat sekä varata reilusti aikaa kysymyksille ja keskustelulle. Toisaalta ohjelma tulee suunnitella niin, etteivät osallistujat pitkästy. Mikäli taukojen määrä tai kestot on käsikirjoitukseen ylimitoitettuja, tulee niitä pyrkiä mahdollisuuksien mukaan kitkemään tilaisuuden aikana. (Vallo & Häyrinen 2012, 167.)

Usein esittävän taiteen ohjelmanumerot, kuten elävä musiikki tai runonlausunta, ovat kulttuuritapahtuman ohjelmasisällön ydinosuuksia, mutta myös tausta- ja äänitemusiikkia kannattaa hyödyntää tunnelman luomiseksi. Äänimaiseman voikin helposti mieltää osaksi somistusta. Tässä vaiheessa on myös syytä selvittää tarvittavan esitystekniikan tarve. Jonkinasteinen äänentoisto on tarpeen lähes kaikissa yleisötilaisuuksissa, olipa kyse sitten seminaarista tai rock-konsertista. Samassa yhteydessä on hyvä varmistaa myös käytettävissä olevat sähkönjakelukanavat sekä tietoliikenneyhteydet. Edellä mainittuihin asioihin liittyvät ongelmat ovat harvoin suoranaisesti tuottajan syytä, aiheuttamia tai korjattavissa, mutta yleisön näkökulmasta vastuu kuuluu yleensä vastaavalle tuottajalle, minkä vuoksi erikoistuneista ammattilaisista koostuvien alihankkijoiden hyödyntäminen budjetin rajoissa on tässä kohtaa viisasta. (Vallo & Häyrynen 2012, 171–172.)

Myös tapahtuman yleisön on syytä olla tietoinen ohjelman kulusta, ainakin pääpiirteittäin. Joskus onkin viisainta jakaa osallistujille käsiohjelmat, joihin tilaisuuden pääkohdat suoritusaikoiheen sekä ohjelmanumeroiden taustatiedot ja kuvaukset on merkitty. Usein kuitenkin esimerkiksi tapahtuman isännän suullinen tiedonanto tai yleiselle paikalle nähtäväksi asetettu ohjelma-aikataulu riittää. Monesti yleisölle kannattaa säästää myös yllätyksiä tilaisuuden virkistämiseksi ja muutosmahdollisuuksien ylläpitämiseksi. (Vallo & Häyrynen 2012, 168, 172.)

Vastuu yleisötilaisuuden turvallisuudesta kuuluu järjestäjälle, joka usein on tuottaja. Sen vuoksi turvallisuussuunnitelma tulee laatia huolella. Suomessa siihen liittyy melko tiukkaa viranomaisvalvontaa, josta tarkempaa tietoa löytyy osiosta 3.6 Lupa-asiat. Myös tilaisuuden aikana turvallisuusasioita on kyettävä monitorimaan ja uhka- sekä vaaratilanteita ennaltaehkäisemään. Tätä varten paikalle kannattaa hankkia virallisia järjestyksenvälvojiä. Kaikilta onnettomuuksilta tosin harvoin vältytään kyseisistä toimenpiteistä huolimatta, minkä vuoksi paikalle on hyvä varata myös ensiaputaitoisia henkilöitä. Tapahtumille saa myös vakuutuksia. Usein tapahtumatoimistoilla ja organisaatioilla on olemassa omat vakuutukset, mutta ne kannattaa käydä asianomaisten kanssa aina läpi. (Vallo & Häyrynen 2012, 179–180.)

Esiintyjävalinnoissa on tärkeää miettiä tarkoin, että kuinka hyvin ne tukevat tilaisuuden teemaa ja muuta sisältöä. Kun tilaa ohjelmanumeron ammattiesiintyjältä, tulee hänen kanssaan päästä selkeään yhteisymmärrykseen tilaisuuden luonteesta ja esityksen merkityksestä osana ohjelmaa. Mitä paremmin esiintyjä ymmärtää tilaisuuden kokonaisuuden, sen paremmin pystyy sen tarpeisiin omalta osaltaan vastaamaan. Järjestäjän tulee tutustua esiintyjien materiaaleihin mahdollisimman hyvin ennakoon, jotta hän pystyy tarpeen mukaan kommentoimaan niiden sisältöä. Selvyyden vuoksi esiintymispalkkiot tulee aina sopia etukäteen. (Vallo & Häyrinen 2012, 204–208.)

Esittävän taiteen ammatteisilla on usein laadittuna yleisesti raideriksi kutsuttu muistilista, josta käy ilmi heidän vaatimuksensa esiintymispaikan olosuhteisiin liittyen. Raidereita on kahta eri tyyppiä: takahuone-raideri, johon on listattu esiintyjien henkilökohtaiset tarpeet, sekä tekninen raideri, johon on kirjattu esitystekniikkaa koskevat vaatimukset. Raidereista ilmeneviin vaatimuksiin tulee lähtökohtaisesti pyrkiä vastaamaan mahdollisimman tarkoin, mutta niistä voi myös erikseen neuvotella asianomaisten kanssa. (Jyrä 2010, 42–45.)

Esiintyjien vaadelistat ovat usein iso tekijä ohjelmaa laadittaessa, sillä esimerkiksi Oulussa ei ole mahdollista vastata kaikkien suurien esiintyjien vaateisiin. Oulusta ei esimerkiksi löydy 15:tä suite-tasoista hotellihuonetta, jotka ovat monen kansainvälisen esiintyjän vaadelistalla. Useimmiten vaateista voidaan kuitenkin neuvotella, ja esiintyjät arvostavat rahapalkkion lisäksi myös sujuvuutta, minkä vuoksi järjestäjätahon kannattaa todella nähdä vaivaa artistien viihtyvyyden takaamiseksi ja pitää huoli siitä, että toiminta on mahdollisimman ammattimaista. Kyse on kuitenkin näiltä osin ammatinharjoittamisesta. (Ristolainen 2.11.2012, luento.) Lisäksi kuuluisat esiintyjät pyrkivät esityksillään usein markkinoimaan julkaisujaan, joten mediahuomio on heille erittäin arvokasta. Näin ollen on syytä huomioida, että Suomessa joukkoviestintävälineiden huomio on keskittynyt vahvasti maan eteläisiin osiin ja etenkin pääkaupunkiseudulle. (Sulkala 21.11.2012, luento.)

Tapahtuman elämyksellisyysarvoa on mahdollista lisätä sisällyttämällä siihen osallistavaa ohjelmaa, kuten tikanheittoa, tietokilpailua tai muuta ryhmätoimintaa, johon yleisön on mahdollista ottaa itse osaa. Tässä kohtaa on kuitenkin muistettava, että kyseisenlaista ohjelmaa järjestettäessä yleisö pitää tuntea melko hyvin. Lisäksi yleisön osallistumisen on aina oltava vapaaehtoista. Vuorovaikutteinen sisältö on usein omiaan auttamaan verkostoitumisessa ja yleisön tutustumisessa toisiinsa luontevalla tavalla. (Vallo & Häyrinen 2012, 212–213.)

Eräs tilaisuuden sisältöön liittyvä huomionarvoinen tekijä on hyvä juontaja tai isäntä, joka ohjaa tapahtuman kulkua ja esittelee ohjelmanumerot, jotta yleisö tietää, mitä on seuraamassa. Juontaja antaa tapahtumalle myös selkeän aloituksen ja lopetuksen, jotta osallistujien ei tarvitse arvailla, missä kohtaa ohjelmaa ollaan menossa. Yleensä tilaisuuden juontajaksi kannattaa valita yleisölle jotakin kautta tuttu henkilö, joka on sanavalmis ja mukautumiskykyinen ja, jolla on karismaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 214–218.) Hyvän juontajan on myös pystyttävä puuttumaan yllättäviin tilanteisiin, jotka uhkaavat tilaisuuden tunnelmaa tai sujuvuutta ja huolehdittava siitä, että ongelmat eivät vaikuta negatiivisesti yleisöön (Kivi 19.10.2012, luento).

2.4 Työryhmän kokoaminen ja tehtävien delegointi

Tapahtumatuotannon merkittävin rooli kuuluu sen tuottajalle, jota usein kutsutaan myös projektipäälliköksi. Tällä henkilöllä on oltava valta osallistua kaikkeen tuotantoon liittyvään päätöksentekoon. Tämän henkilön on myös tärkeää tietää kaikki tuotannosta, ainakin pääpiirteittäin, sillä hän on viime kädessä vastuussa kaikesta, mitä sen aikana tapahtuu. Tuottajan kuuluu osata johtaa, delegoida, raportoida ja tehdä päätöksiä. Hän valvoo ja varmistaa, että kaikki tapahtuu sovitusti ja jokainen hoitaa oman osuutensa tehtävänjaosta. Hänellä on myös syytä olla ainakin jonkinasteista substanssiosaamista tuotantoon liittyvistä toimista, jotta hän tuntee eri toimintojen pääkohdat ja pystyy reagoimaan ongelmiin ajoissa. Hyvä projektipäällikkö herättää alaisissaan luottamusta ja osaa toimia kannustavasti ja innoittavasti sekä tarpeen tullen helposti lähestyttävissä ja tavoitettavissa. (Vallo & Häyrinen 2012, 224–226.)

Järjestettävän tapahtuman laajuus mitoittaa sen missä määrin vastuunjako tapahtuu; pienimuotoisen tilaisuuden pystyy järjestämään helposti vaikka vain kourallinen ihmisiä, kun taas mittavien yleisötapahtumien toteuttaminen vaatii satojen ihmisten työpanoksen onnistuakseen. Laajoja asiakokonaisuuksia tapahtumatuotannoissa ovat esimerkiksi turvallisuus, markkinointi, esitystekniikka, logistiikka, sisäinen viestintä ja delegointi itsessään. Näillä osa-alueilla on yleensä erikseen nimitetty vastuuhenkilö, joka huolehtii osaltaan tuotannon edistymisestä ja raportoi asiasta projektipäällikölle, joka usein viestii tuotannon työntekijöille näiden vastuuhenkilöiden kautta. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

Käytännössä tapahtumatuotannoissa, kuten kaikissa työympäristöissä, on vallitseva selkeä hierarkkinen rakenne. Tosin luovilla aloilla, joihin kulttuuritapahtumatkin kuuluvat, sitä ei ole syytä erikseen korostaa, vaan organisaation sisäisen viestinnän sävyn tulee olla, hyvän ryhmähengen ja tuotantotiimin yhteistyökyvyn säilyttämiseksi, yleisesti positiivinen ja ohjaava, ei käskevä. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

Yleensä isoissa tapahtumatuotannoissa hyödynnetään talkooapua kaikkein yksinkertaisimpien tehtävien, kuten lipunmyynnin, kuljetuksen, kanniskelun, siivouksen ja somistuksen hoitamisessa, mutta sille ei missään nimessä voi säilyttää kovin suurta vastuuta, vaan talkoolaisten läheisyydessä on aina oltava erillä tavalla, kuten työsopimuksella, tuotantoon sitoutettu vastuuhenkilö. Useimmiten talkoolaisiksi ryhtyvät tapahtuman sisällöstä innostuneet vapaaehtoiset tai varainhankintaa harjoittavat järjestöt. Talkoolaisten motivaatiosta on kuitenkin syytä huolehtia esimerkiksi järjestämällä heille omat erilliset henkilökuntajuhlat, joita yleisesti nimitetään karonkaksi. (Jyrä 2010, 36.)

2.5 Lupa-asiat

Tilaisuuden laajuudesta, luonteesta ja sisällöstä riippuen sen järjestäminen edellyttää erilaisten lupien hakemista ja viranomaisilmoitusten tekemistä. Jo suunnittelun alkuvaiheessa on syytä ottaa yhteyttä poliisiin sekä pelastus-, rakennus ja terveysturvaviranomaisiin, jotka osaavat opastaa siinä mitä lupia ylipäänsä pitää hankkia käsiteltävän tilaisuuden järjestämiseksi ja millä aikataululla

asioita käsitellään. Viranomaisille on kyettävä esittämään mahdollisimman tarkka kuvaus tuotannosta ja sen vaiheista sekä sisällöstä, sillä joihinkin kohtiin vaaditaan selvitykset. Puutteellisiin tietoihin joutuu vastaamaan erillisillä selvityksillä, eli tilaisuuden suunnitelmat kannattaa laatia mahdollisimman tarkkaan kirjallisesti heti alusta alkaen. Lisäksi tapahtuma-alueesta kannattaa tehdä kartta, johon on merkitty kaikki turvallisuuteen mahdollisesti vaikuttavat asiat, kuten aitaukset ja poistumistiet ynnä muut sellaiset asiat. (Kauhanen 2002, 86–87.)

Ainakin seuraavissa asioissa on syytä varautua luvan hakemiseen: poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä, maanomistajalta ja tilanhaltijalta pyydettävä lupa tapahtumapaikan käyttämiseen, ympäristökeskuksen ympäristöterveysyksikköön tehtävä ilmoitus elintarvikkeiden valmistuksesta, tarjoilusta ja myymisestä sekä alkoholin anniskelusta, pelastuslaitokselle esitettävä turvallisuussuunnitelma, poliisille ja ympäristönsuojeluviranomaisille tehtävä meluilmoitus, poliisille ja rakennusviranomaisille tehtävät ilmoitukset muutoksista liikennejärjestelyissä ja rakenteissa. (Kauhanen 2002, 87–89.)

Lupa-asiat on syytä hoitaa mahdollisimman säntillisesti, sillä niiden laiminlyönnistä voi aiheutua todella raskaat seuraamukset. Viranomaisilla on oikeus keskeyttää tilaisuus, mikäli he katsovat siihen olevan syytä. Lisäksi alkoholin anniskelussa ilmenevät rikkomukset voivat johtaa lupien määräaikaiseen pidättämiseen, mikä voi tehdä erittäin suuren loven etenkin toistuvasti järjestettävien, tapahtumien tulorakenteeseen. Suomessa kaikilla oikeustoimitahoilla ja -henkilöillä on kuitenkin oikeus järjestää yleisötilaisuuksia ja viranomaiset ovat useimmiten erittäin yhteistyöhenkisiä ja avuliaita. Turvallisuussuunnitelmia laadittaessa on syytä pyrkiä selkeään ulosantiin ja maalaisjärjen käyttöön. Ennen kuin alkaa itse tehdä kyseisiä suunnitelmia, kannattaa olla yhteydessä ainakin tilanhaltijoihin, sillä monilla paikoilla on turvallisuussuunnitelmat jo olemassa. (Autio 16.11.2012, luento.)

Viranomaisilmoitusten lisäksi tapahtuman järjestäjän tulee huomioida tilaisuudessa esitettävän tekijänoikeuksien alaisen materiaalin käyttämiseen liittyvät toimenpiteet. Yleensä tekijänoikeuksien haltijat ovat luovuttaneet niiden valvonnan alansa edunvalvontaorganisaatioille. Suomessa toimii kuusi kyseisenlaista

organisaatiota. Kulttuuritapahtuman järjestämisen kannalta näistä merkittävimmät ovat Gramex ry ja Teosto ry. Gramex ry toimii äänitteillä esiintyvien tuottajien ja taitelijoiden edunvalvojana käyttökorvausten perijänä eli siihen tulee ottaa yhteyttä esimerkiksi silloin, kun tapahtumassa esitetään musiikkia äänitteeltä. Teosto ry on säveltaiteen sisällöntuottajien, kuten säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikin kustantajien edunvalvontaorganisaatio. Siihen tulee olla yhteydessä aina, jos tilaisuudessa esitetään tekijänoikeuksin suojattua musiikkia missään muodossa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, hakupäivä 4.2.2013.)

Kopioisto ry puolestaan on kirjallisuuden kustantajien ja kirjailijoiden edunvalvoja, johon tulee olla yhteydessä esimerkiksi silloin, kun tilaisuudessa jaetaan kopioita tekijänoikeuden alaisista kuva- tai tekstiaineistoista. Kuvasto ry valvoo kuvataiteilijoiden teosten käyttöä ja kopiointia. Siihen tulee ottaa yhteyttä esimerkiksi silloin, jos tapahtumassa jaettava materiaali sisältää tekijänoikeuksien alaista kuvataidetta. Audiovisuaalisten teosten tekijänoikeuksia hallinnoi Tuotos ry ja kirjailijoiden sekä kääntäjien tekijänoikeuksia puolestaan Sanasto ry. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, hakupäivä 4.2.2013.)

2.6 Sopimukset

Suomen lainsäädännön näkökulmasta suullinen sopimus on täysin sitova siinä missä kirjallinenkin. On kuitenkin erittäin suotavaa, että sopimukset laaditaan kirjallisessa muodossa, jotta sovitut asiat on helpommin todennettavissa. Kirjallisen sopimuksen tekemisessä on myös se etu, että sopimuskohtien laatimisvaiheessa käydään varmasti läpi kaikki osapuolia koskevat oleelliset asiat ja se karsii saivartelun varaa. Lisäksi, kun on kerran hyvät sopimus pohjat laatinut, on niitä helppo hyödyntää myös tulevien tuotantojen yhteydessä. Kirjalliset sopimukset ovat tarpeen vaatiessa myös sopimusten ulkopuolisten tahojen tulkittavissa. Tästä on hyötyä esimerkiksi silloin, kun joku sopimusosapuolista sairastuu tai ei muutoin kykene osallistumaan tuotantoprosessiin kauttaaltaan. (Kauhanen 2002, 85–86.)

Sopimuksen sisällön tulee siis olla yksinkertaisessa ja selkeässä muodossa ja sisältää kaikki informaation sovituista asioista mahdollisimman yksityiskohtai-

sesti. Yksityiskohtien esille tuomiseksi kannattaa sopimusta kirjoittaessa pyrkiä miettimään tarkasti, mikä kaikki voi mennä vikaan, ja laatia sitä varten ennalta määrätyt toimenpiteet ja menettelyt. Mikäli teet sopimuksia ilman lainoppineen konsultointia, vältä lakikielen käyttämistä. Myös palavereista ja kokouksista kannattaa pitää jonkinmoista pöytäkirjaa, josta ilmenee sovitut asiat. (Kulttuuri-
teollisuuden osaamiskeskus, hakupäivä 5.2.2013.)

Sopimuksessa tulee siis huomioida ainakin seuraavat asiat: sopimusosapuolet henkilö- ja yhteystietoineen, sopimuksen kohde, puitteet ja niitä koskevat vastuut, logistiset asiat, vakuutukset, markkinointivelvoitteet, palkkiot ja muut korvaukset, taltioiden tekeminen ja mahdollisten kolmansien osapuolten oikeuksien hoitaminen, ehdot sopimuksen purkamisesta, vahingonkorvaukset ja sopimussakot, sovellettava laki ja oikeus paikka, sopimuksen voimassaoloaika sekä sitovat kuittaukset. (Kulttuuri-
teollisuuden osaamiskeskus, hakupäivä 5.2.2013.)

Esiintyjä Sopimuksia laadittaessa niihin kannattaa ehdottomasti sisällyttää luvattun palkkion lisäksi myös maksuehdot, mahdolliset erilliset kulukorvaukset, vastuu majoituksesta ja muonituksesta sekä ainakin alustava toimintoaikataulu. Useimmiten on helpointa asioida ohjelmatoimiston edustamien artistien kanssa. Näissä tapauksissa myös maksaminen on helpompaa, kun tilaisuuden järjestäjälle tulee suorituksesta ainoastaan yksi lasku, eivätkä esiintyjät ja tapahtumaorganisaatio näin ollen ole työnantaja–työntekijä-suhteessa. Varsinkin aloittelevilla esiintyjillä voi iskeä ramppikuume, jolloin on hyvä, että kirjallisesti tehty sopimus velvoittaa esiintyjän suorittamaan lupaamansa esityksen. (Jyrä 2010, 22–23.)

2.7 Viestintä

Oli tilaisuuden tavoite mikä hyvänsä, yleisötilaisuus ei voi onnistua ilman yleisöä. Mikäli kyseessä on rajatulle pienelle ryhmälle tarkoitettu tilaisuus, voidaan kaikki yksilöt kutsua paikalle erikseen ja jopa henkilökohtaisesti. Julkisen tilaisuuden kohdalla puolestaan pitää markkinoida. Onnistunut segmentointi ja asiakasanalyysi ovat erittäin merkittävässä roolissa ulkoisen viestinnän suunnittelussa, sillä kaupallinen mainostila on erittäin kallista. Näin ollen mainontaan

suunnatut resurssit tulee käyttää viisaasti ja kohdentaa tehokkaasti. (Kauhanen 2002, 113, 116.)

Printtimainonta on nykyään suhteellisen kallista, mutta oikein hyödynnettynä se on tehokas viestintäkanava. Paikallislehdet saattavat kirjoittaa myös omaaloitteisesti pieniä tiedotteita alueensa tapahtumista, mikäli ne kantavat riittävästi yleistä huomioarvoa tai niihin liittyy yhteiskunnallisesti merkittävä agenda. Helpoiten media kiinnostuu kuitenkin negatiivisista sattumuksista ja uutisaiheista. Tällöin omaa osuuttaan asioihin ei kannata ruveta peittelemään, vaan kantaa vastuu myös julkisuudessa. Suoraselkäisyys on muutenkin alan tuottajalle tärkeä ominaisuus, sillä verkostot ovat tiiviit ja luotettavuus on esimerkiksi artistien näkökulmasta erittäin arvokasta valuutaa. (Sulkala 21.11.2012, luento.)

Mikäli tilaisuuteen osallistuminen edellyttää pääsylipun hankkimista, on järjestäjän vastuulla tehdä siitä asiakkaille mahdollisimman helppoa. Ensinnäkin on hyvä pyrkiä tarjoamaan asiakkaille vaihtoehtoja niin, että lipun voi käydä ostamassa tavanomaisen lipunmyyntipalvelun lisäksi myös vaikka paikallisesta levykaupasta tai Internetistä. Myös pääsylipun hinta tulee määritellä niin, että se sopii pääkohderyhmän kukkarolle, mutta tuo riittävästi tuloja tapahtumalle ja mahdollistaa näin laadukkaan ohjelman tuottamisen. Yleisön lisäksi tapahtuma pitää onnistua markkinoimaan myös mahdollisille sponsoreille, mikä on yleensä syytä suorittaa henkilökohtaisen myyntityön keinoin. Oma ja muidenkin tuotannon ydinryhmän jäsenien henkilökohtaista markkinointipanosta on tärkeää hyödyntää sosiaalisissa verkostoissa tilaisuuden yleisen profiilin nostamiseksi. (Kauhanen 2002, 114–115.)

Erilaisia sosiaalisen median sovelluksia, kuten Facebookia, Twitteriä ja YouTubea, pystyy hyödyntämään tehokkaasti tuotannon viestinnän eri osa-alueilla, niin ulkoisessa kuin sisäisessäkin viestinnässä. Tilaisuuden markkinoinnissa on syytä pyrkiä hyödyntämään ensisijaisesti järjestävän organisaation valmiita verkostoja, mutta tapahtumalle voi luoda myös oman profiilin. Vaikka tapahtumaa markkinoitaisiin järjestäjätahon oman profiilin kautta, on sille siitä huolimatta syytä luoda oma sivusto, jonka kautta kiinnostuneiden on helppo seurata tuo-

tannon edistymistä ja saada tietoa mahdollisista muutoksista ohjelmistossa, tapahtumapaikkaan tai aikatauluihin liittyen. (Vallo & Häyrinen 2012, 84–85.)

Esimerkiksi Facebook-sivustolla tietoa tilaisuudesta on helppo ja halpa levittää, mutta sen käytössä tulee muistaa, että profiiliin on pysyttävä aktiivisena ja sinne on päivitettävä sisältöä alituisesti seuraajien mielenkiinnon ylläpitämiseksi. Onnistuneen Facebook-kampanjoinnin tuloksena voidaan kuitenkin onnistua luomaan seuraajien keskuuteen haluttua tunnelmaa jo etukäteen. Näillä keinoin voidaan myös yleisöä osallistaa tilaisuuden tuottamiseen, esimerkiksi kyselymällä minkälaista ohjelmaa se itse haluaisi tapahtumaan ja pyytämällä palautetta tilaisuuden jälkeen. Sosiaalisen median välityksellä voi myös jakaa mainosvideoita sekä linkkejä muualle Internetiin, missä tapahtumaa on kommentoitu. (Vallo & Häyrinen 2012, 85–88.)

Sosiaalista mediaa on hyvä käyttää myös tuotannon sisäisen viestinnän apuvälineenä. Esimerkiksi perustamalla suljettuja Facebook-ryhmiä, joiden sisällä voidaan luottamuksellisesti ja joutuisasti jakaa ryhmän jäseniä koskevaa informaatiota. Ryhmiin on helppo lisätä uusia jäseniä, jolloin myös he pääsevät osalliseksi kaikesta jo jaetusta tiedosta. Oman ryhmän voi perustaa erikseen esimerkiksi tuotannon ydintyöryhmälle, talkoolaisille, esiintyjille ja sponsoreille. Kannattaa kuitenkin muistaa, että sosiaalisen median sovellukset harvoin toimivat pääasiallisena viestinnän kanavana, vaan ne ovat hyvä ja kustannustehokas lisä tuotantojen viestintäkeinojen valikoimaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 84–88.)

Toistuvasti samalla konseptilla toteutettavissa tapahtumatuotannoissa raportointisella ja dokumentoinnilla on erittäin merkittävä rooli tuotannon järjestelyiden kehittämisessä ja sujuvuuden takaamisessa. Esimerkiksi, mikäli työryhmän kokoonpanossa tapahtuu merkittäviä muutoksia, auttavat dokumentit uuden henkilökunnan perehdyttämisessä huomattavasti. Tuottajan onkin tärkeä suunnitella tulevaa tarkasti, mutta välttää ylianalysoimista ja toimia mahdollisimman vahvasti tiedon valossa ja jättää arvailu vähemmälle. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

Olivat keinot mitä hyvänsä, tuotannon sisäisen viestinnän tulee toimia, sillä muutoin tuottajan on mahdotonta valvoa tapahtumakokonaisuuden edistymistä tavoitellussa aikataulussa ja täten puuttua mahdollisesti ilmeneviin epäkohtiin. Näin ollen onkin tärkeää, että tapahtuman vastuhenkilö on henkilökohtaisesti läsnä ja tavoitettavissa, eikä ainoastaan sähköisten viestimien päässä, jolloin kynnys tiedon välittämiseen on hieman korkeammalla kuin kasvotusten kommunikoitaessa. (Ristolainen 2.11.2012, luento.)

3 CASE: ZOMBIE-PIN-UP-KULTTUURITAPAHTUMA

Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyöni produktio-osuutena tuottamaani projektia ja siinä syntyneitä ongelmia sekä niihin kehitettyjä ratkaisuja. Tuotannon ongelmat liittyivät pääosin käytettävissä oleviin resursseihin. Siksi, että kyseessä on kouluprojekti ja resurssien taustalla jäykän byrokratian puitteissa toimiva oppilaitos, eivät tuotannon resursseihin liittyvät ongelmat olleet ainoastaan numeerisia, vaan rahoitusmallin valinta vaikutti vahvasti myös tuotannossa syntyvän materiaalin omistusoikeuksiin.

3.1 Lähtökohdat ja sisältö

Syyskuussa 2012 Minna Koivumaa pyysi minua tuottamaan hänen alulle pane mansa projektin, jonka tavoitteena oli luoda seinäkalenteri hänen edellisenä kesänä kuvaamistaan zombie- ja pin-up-kulttuureja yhdisteleivistä valokuvista. Parin viikon suunnittelun jälkeen havaitsin tuotannossa tilaisuuden suorittaa opinnäytetyöni produktio-osuuden. Näin ollen projektin tavoitteita laajennettiin niin, että seinäkalenterille päätettiin järjestää ohjelmasisällöltään laaja-alainen julkaisutilaisuus.

Julkaisutilaisuuden ohjelmaksi päätettiin tuottaa omin ja ystävien voimin kulttuurisisältöä elävän musiikin ja tanssiesitysten muodossa. Kun varmistui, että saimme käyttöömmme tapahtumapaikaksi käytöstä poistetun purettavaksi asetetun oululaisen koulurakennuksen, jonka purkutyöt sisätiloissa oli jo aloitettu, päätimme laajentaa julkaisutilaisuuden ohjelmasisältöä valokuvanäyttelyn ja tilataiteen muodossa. Valokuvanäyttely koostettiin kalenterikuvien yhteydessä kuvatuista otoksista teetetyistä julistetulosteista ja tilataidetta luotiin tekoverellä ja –raajoilla sekä eläviksi kuolleiksi maskeeratuin ja niiden hyökkäyksen kohteeksi lavastetuin näyttelijöin. Romubarrikadien kasaaminen ja tekoverellä sotkeminen eivät olisi tulleet kysymykseen, mikäli niiden jäljet olisi pitänyt jälkikäteen siivota, mutta meitä ei siihen velvoitettu rakennuksen purkutöiden vuoksi.

Koko edellä mainittu ohjelmakattaus päätettiin vielä nivoa yhtenäiseksi tapahtumaketjuksi niin, että vieraat liikkuisivat tapahtumapaikalla alati ohjattuina, sillä

purkutyön alla oleva pimeä rakennus olisi muutoin voinut olla vaarallinen ja eksoottinen. Tämän johdosta syntyi myös ajatus tilaisuuden taltioimisesta. Tuotantotyöryhmän pienuuden vuoksi taltioimisen päävastuu siirrettiin järjestäjiltä yleisölle, jota oli kehoitettu kutsun yhteydessä varustautumaan kameroihin ja lähivälilaitteilla.

3.2 Ongelmat ja niiden ratkaisut

Tässä osiossa kerrotaan kyseisen tuotannon niistä vaiheista ja osa-alueista, joiden kohdalla syntyi merkittäviä ongelmia. Olosuhteista ja resursseista johtuen kyseisiin ongelmiin jouduttiin keksimään hieman poikkeuksellisia ratkaisuja. Monet tehdyistä päätöksistä vaikuttivat aluksi toimimattomilta, usein jopa monella tavalla, mutta asioiden uudelleen muotoilu ja peräänantamaton pohdiskelu tuotti tulosta. Tulevissa kappaleissa kerron edellä mainittujen kaltaisten tilanteiden taustat ja menettelyt mahdollisimman tarkasti.

3.2.1 Rahoitus

Kuten monissa muissakin tapahtumatuotannoissa, rahoitus ja siihen liittyvien päätösten tekeminen oli tuotannon ensimmäinen suuri haaste. Oppilaitoksesamme projektioinnit ja opinnäytetyön produktio-osuuden tuotannon voi toteuttaa omakustanteisesti, jolloin tuotosten kaikki oikeudet jäävät tekijöille, mutta myös niin, että rahoitus ja kalusto sekä muut resurssit tulevat koululta, jolloin tuotosten taloudelliset oikeudet siirtyvät kustantajan hallintaan. Oppilaitoksen kustantamissa tuotannoissa rahoitusta voi hakea 17 euroa jokaista projektioinnista suoritettua opintopistettä kohden ja 45 euroa jokaista opinnäytetyön produktio-osuuden opintopistettä kohden (Oulun seudun ammattikorkeakoulu 2013, hakupäivä 26.3.2013).

Mikäli olisin suorittanut kyseisessä tuotannossa alkuperäisen suunnitelmani mukaan ainoastaan vapaasti valittavia opintoja ja tuotannon tavoitteena olisi ollut ainoastaan seinäkalenterin tekeminen, olisi tuotannon rahoitus rajoittunut koulun puolesta vajaan sataan euroon. Tällöin projektin konkreettisena tuloksena olisi syntynyt ainoastaan muutama näytekappale seinäkalenterista.

Tuotannon sisällön ja tavoitteiden laajentaminen sekä päätökseni suorittaa sen yhteydessä opinnäytetyöni produktio-osuus nostivat oppilaitoksen tarjoaman rahoituksen lähes kuuteensataan euroon, mikä mahdollisti kalentereiden painattamisen siinä määrin, että tuotantoon osallistuneille voitiin luovuttaa kullekin yksi kappale.

Uuden kustannusratkaisun myötä pystyin luomaan kehykset koko tuotannon budjetille ja siten myös tarkemman kuvauksen sen sisällölle ja tuloksille. Seinäkalentereiden painattaminen tuli lopulta maksamaan vajaat kaksi sataa euroa, joten budjetti tuotannon muille toiminnoille oli nelisen sataa euroa. Julkaisutilaisuuden käsiohjelman ja valokuvanäyttelyn materiaalien painattamiseen saatiin hyvä tarjous, kun se teetettiin samassa paikassa seinäkalentereiden kanssa. Painotuotekustannusten jälkeen julkaisutilaisuuden järjestämiseen jäi noin 280 euroa, joten tapahtuman varsinainen ohjelmasisältö oli kyettävä toteuttamaan nollabudjetilla, sillä kyseiset varat jouduttiin sijoittamaan tapahtumapaikan somisteisiin ja tilataiteen tuottamiseen tarvittaviin välineisiin ja materiaaleihin.

Painotalojen kilpailuttamisen jälkeen seinäkalentereiden painohinnaksi jäi reilut viisi euroa kappaletta kohden, ja kaupallisten oikeuksien ostaminen Oamkilta niissä käytettyihin kuviin olisi ollut 200 euroa. Seinäkalentereiden teetättäminen omakustanteisesti olisi siis ollut melko edullista, jopa kannattavaa, sillä tuotteelle tiedettiin olevan laajalti kysyntää ja niitä olisi helposti kyetty myymään ainakin sata kappaletta noin 15 euron kappalehintaan. Lisäksi niistä olisi pystytty myymään mainostilaa paikallisille yrityksille, joiden kanssa alustavia neuvotteluja oli jo käytykin. Mainosmyynnillä tuotantoon olisi kertynyt noin 600 euroa lisää tuloja.

Ongelmaksi omakustannetuotannossa olisi kuitenkin muodostunut virallisen kaupparekisteriin kuuluvan kustantajan puute, jonka kautta tuotannon rahaliikenne ja veroasiat olisi pystytty lainmukaisesti hoitamaan. Kustantajaksi olisimme voineet pyrkiä saamaan myös paikallisia kolmannen sektorin toimijoita, mutta se ei onnistunut aikatauluseikkojen vuoksi. Järjestöjen, säätiöiden ja yhdistysten kohdalla taloudelliset päätökset etenevät hitaasti, sillä ne hyväksytet-

tävä hallitusten ja johtokuntien kokouksissa. Joissakin tapauksissa tarvitaan pöytäkirjantarkastajan hyväksymää asiakirjaa, jotta prosessi etenee.

3.2.2 Tapahtumapaikka

Sopivan tilan löytäminen Oulusta ei ollut helppoa, varsinkaan kun siitä ei ollut varaa koitua tuotannolle kustannuksia. Paikalliset ravintolat olivat ensitiedusteluidemme kohteena, mutta kaupallisen tilan hyödyntäminen maksutta aiheuttaa lähes poikkeuksetta rajoitteita ja ehtoja järjestäjälle. Muistin kuitenkin vastikään nähneeni Oulun Tuiran kaupungin osassa purettavaksi asetetun kouluna toimineen rakennuksen olevan sijoillaan. Rakennus oli minulle entuudestaan tuttu, sillä olin ollut siellä harrastusteni kautta vuokralaisena noin vuotta aikaisemmin. Otin yhteyttä Oulun tilakeskukseen ja selvitin rakennuksen omistajan tiedot.

Nopean tiedustelun tuloksena selvisi, että rakennuksen sisätilojen purkutyöt oli jo aloitettu, sillä rakennus oli kärsinyt mittavista kosteusvaurioista, ja oli näin ollen jo paikoittain erittäin vaarallinen yleisötilaisuuden järjestämiseen. Rakennuksen omistajaksi selvisi eräs yksityinen yritys, joten tiesin, että tilaa neuvottelelle on olemassa. Laadin kuitenkin nopeasti suunnitelman tilaisuuden läpiviemisestä täysin ohjatusti, osallistujien turvallisuuden takaamiseksi ja esittelin yksityiskohtaisesti, kuinka aioimme tiloja käyttää, minkä johdosta saimme lopulta luvan käyttää tiloja.

Tapahtumapaikkana käytöstä poistettu koulurakennus sopi erinomaisesti käyttötarkoituksiimme, sillä saimme vapaasti lavastaa sen sisätilat haluamallamme tavalla kauhuskenaarioksi sotkemalla seinät tekoverellä ja levittämällä rikkoutuneita kalusteita barrikadeiksi. Lisäksi rajasimme tilaa eristysnauhalla. Toisaalta, tilassa oli myös ongelmansa, sillä hoitamatta jätetty rakennus oli paikoittain kärsinyt huomattavista kosteusvaurioista. Tämän vuoksi hankimme kaikille osallistujille hengityssuojaimet, mikä puolestaan korosti tavoittelemamme uhkaavaa tunnelmaa.

3.2.3 Valokuvanäyttely

Tilaisuuden osana järjestetyn valokuvanäyttelyn suurimmaksi ongelmaksi oli koitua näyttelykuvatulosteiden pieni koko. Kuvat painatettiin A3-koossa, joten ne näyttivät suurilla tyhjiällä valkoisilla seinillä melko mitättömillä. Tuotannon budjetti ei kuitenkaan mahdollistanut suurempien tulosteiden teettämistä, joten ratkaisimme ongelman keräämällä tapahtumapaikalta löytyneitä suurehkoja ilmoitustauluja näyttelykuvien kehyksiksi. Näyttelytiloja saatiin myös näennäisesti kutistettua valaisemalla ne pienitehoisilla halogeenivalaisimilla huoneiden nurkista niin, että valo heijastui valkoisista seinistä. Tyhjää seinätilaa somistettiin myös tekemällä tekoverigraffiteja.

3.2.4 Muu ohjelmasisältö

Tapahtumaohjelman esittävän taiteen osuudesta vastasivat ”The Nightslashers” -soitinyhtye ja ”Madam Hardware And The Kinky Carnival” -tanssiryhmä. Edellä mainittu soitinyhtye perustettiin erityisesti järjestämäämme tilaisuutta varten. Toimin itse kokoonpanossa lyömäsoittajana, ja orkesterin muut jäsenet olivat minulle muista musiikkiprojekteista entuudestaan tuttuja. Yhtye esitti tilaisuudessa itse tekemiään sävelteoksia. Myös aikaisemmin mainittu tanssiryhmä laati zombie-henkisen burleski-koreografian erikseen tilaisuutta varten. Tuotannon taiteellinen johtaja Minna Koivumaa toimii kyseisen tanssiryhmän johtohahmona ja yhtenä esiintyjistä. Ohjelma saatiin siis aikaan ilman kustannuksia työryhmän jäsenien harrastuneisuutta hyödyntämällä.

Luodaksemme tilaisuuteen painajaismaista tunnelmaa pyysimme paikallisia live-roolipelaajia maskeeraamaan itsensä zombeiksi ja tulemaan paikan päälle jo ennen muuta yleisöä ja piilottautumaan tapahtumapaikalle niin, että he voisivat muiden kutsuvieraiden saapuessa säikytellä ja pelotella heitä. Tavanomaisesta live-roolipelaamisesta poiketen kyseisessä tilanteessa järjestelyistä olivat tietoisia ainoastaan tuotantotyöryhmä ja viisi hirviöiksi maskeerattua näyttelijää. Tällä toimenpiteellä pyrittiin tunnelman luomisen lisäksi tekemään tilaisuudesta johdonmukainen ja tarinanomainen.

Tapahtuman aikana kuvatusta video- ja valokuvamateriaalista tehdään tulevaisuudessa kooste tapahtumasta, ja se toimii jatkossa myös esittelyvideona tapahtumassa esiintyneelle soitinyhtyeelle ja tanssiryhmälle. Kaikkien tuotannon aikana syntyneiden materiaalien esitysoikeudet kuuluisivat tavallisesti valitsemamme kustannusratkaisun vuoksi rahoituksesta vastanneelle oppilaitokselle. Visuaalinen taltiointi toteutui kuitenkin yleisön toimesta ja resursseilla, joten materiaalin käyttöoikeudet ovat kokonaisuudessaan taltioinneista vastanneilla yksityishenkilöillä, jotka ovat antaneet tuotantoryhmälle luvan vapaasti käyttää ja esittää heidän kuvaamaansa aineistoa.

3.2.5 Sisäinen viestintä

Tuotannon ydintyöryhmä koostui vain kolmesta henkilöstä, joihin lukeutui itseni lisäksi taiteellinen johtaja sekä yksi avustaja. Poikkeuksellista työryhmän kokoonpanossa oli se, että taiteellinen johtaja, Minna Koivumaa, oli tuotannon aikana aviopuolisoni ja avustaja, Katariina Ruotsalainen, hänen läheinen ystävänsä. Tämä asetelma tarkoitti käytännössä sitä, että työryhmän oli pyrittävä aktiivisesti erottamaan tuotantoon liittymättömät sosiaaliset tekijät sen sisällä tapahtuvasta viestinnästä, minkä suhteen ongelmia pääsi kuitenkin syntymään.

Minulla on ajoittain ollut ongelmia tiedon panttaamisessa. Perusteeni sille, miksi en välttämättä kerro oitis kaikkea, mitä tuotantoon liittyy, johtuu siitä, että tahdon olla itse täysin varma siitä, että saavuttamani informaatio on jalostunut lopulliseen muotoonsa ennen kuin jaan sen muille työryhmän jäsenille. Tämä hankaloitti tilannetta sikäli, että aviopuolisoni koki toimintaperiaatteeni huonoksi ja olisi tahtonut tulla, oikeutetustikin, mukaan päätöksentekoprosessiin jo aikaisemmassa vaiheessa.

Sisäiseen viestintään liittyviä ongelmia syntyi myös taiteellisen johtajan ja hänen avustajansa välille, kun aikatauluista ei pidetty sovitulla tavalla kiinni. Taiteellinen johtaja koki kuitenkin auktoriteettinsa hyödyntämisen näissä tilanteissa hankalaksi, sillä vastakkaisena osapuolena oli hänen läheinen ystävänsä. Lisäksi asiaa hankaloitti se, että ajoittain oli epäselvää kuuluuko käskyttämisvas-

tuu taiteelliselle johtajalle vai tuottajalle. Äärimmäisiltä seuraamuksilta kuitenkin välttyttiin ja asiat toteutuivat pääosin sovitusti, mutta edellä mainitut ongelmat aiheuttivat jonkin verran ylimääräistä stressiä ja jännitteitä.

4 ASiantuntijoiden Kokemuksia

Haastattelin osana tätä tutkimusta tapahtumatuottamisen asiantuntijoita selvittääkseni, minkälaisia käytännön kokemuksia resurssien niukkuudesta heille on kertynyt. Haastateltavien ryhmää valitessani halusin tuoda esiin kolme eri näkökulmaa tapahtumatuotantojen resurssiongelmiiin. Kiinnitin huomiota jo etukäteen myös haastateltavien toimintatapoihin. Näkökulmiksi valikoituivat lopulta pienen budjetin varassa tekeminen, julkisen sektorin resursseilla toimiminen ja tilaisuuksien järjestäminen silloin, kun taloudelliset puitteet ovat kunnossa, mutta tekijöitä on vähän.

4.1 Lauri Manner: musiikkitilaisuuden järjestäminen pienellä budjetilla

Lauri Manner on oululaisen kulttuuriyhdistys Paskakaupunki ry:n puheenjohtaja ja perustajajäsen. Yhdistyksen perustamiskokous pidettiin vuoden 2005 syksyllä. Manner on toiminut järjestössä alusta alkaen. Paskakaupunki ry:n räväkkä nimi tulee eräästä Oulun keskustaan tehdystä graffitista, joka usean poistamisen jälkeen on ilmestynyt samalle seinälle samassa muodossa yhä uudestaan. Patentti- ja rekisterihallitus eväsi rekisteröimästä yhdistyksen nimeä pitäen sitä hyvän tavan vastaisena, mutta hyvin perustellun vastineen ja adressin siivittämänä hyväksyi sen alkuvuodesta 2007.

Yhdistys perustettiin elävöittämään oululaista vaihtoehto- ja ruohonjuuritason kulttuuria musiikki- ja taide tapahtumien sekä muiden tilaisuuksien muodossa. Lisäksi yhdistys järjestää työpajoja sekä luentotilaisuuksia ja opintopiirejä kaupunkilaisten itsensä tuottaman kulttuurin kannattamiseksi ja mahdollistamiseksi. Yksi järjestön tavoitteista on myös paikallistason muiden kulttuuritoimijoiden yhteistyön lisääminen ja aktivoiminen. Seitsemän vuoden toiminnan jälkeen yhdistyksellä on noin 30–60-henkinen jäsenistö, jonka toimintaa organisoi kahdeksan henkilön hallitus.

Järjestö rahoittaa toimintaansa monella tavalla. Pääosin sen järjestämät tilaisuudet kustannetaan osallistumis- ja pääsymaksuin sekä julkisten avustusten avulla. Yhdistyksen jäsenet maksavat vuosittain sille viiden euron suuruisen jä-

senmaksun. Lisäksi järjestön suuremmissa tapahtumissa osa rahoituksesta tulee yksityiseltä sektorilta sponsorituen muodossa. Toiminnan mahdollistavat henkilöresurssit koostuvat yhdistyksen jäsenistä ja muista vapaaehtoisista, sillä palkattua henkilökuntaa sillä ei ole.

Paskakaupunki ry:n pääasiallista toimintaa on kulttuuritapahtumien järjestäminen, mikä useimmiten konkretisoituu konserttien muodossa. Yhdistys järjestää 20–30 konserttia vuosittain. Näistä mittavimmat ovat Hässäkkäpäivät- sekä Rotos Loves Paskis -vaihtoehtomusiikkifestivaalit. Jälkimmäistä yhdistys järjestää yhdessä paikallisen elävän musiikin yhdistyksen Rotos ry:n kanssa. Molemmat festivaaleista ovat nykyään kaksipäiväisiä, ja niiden kävijämäärät yltyvät satoihin henkilöihin. Suurten tapahtumien yhteyteen, sekä ennen että jälkeen, on profiilin nostamiseksi järjestetty myös oheisklubeja alueen ravintoloissa.

Koska toimintaa järjestetään yhdistyksen nimissä, tulee sen olla voittoa tavoittelematonta, eikä rahaliikenne toiminnan mittakaavaan suhteutettuna ole kovinkaan suurta. Esimerkiksi Hässäkkäpäivät-festivaalin, jonka järjestelyistä Manner on ollut vastuussa vuodesta 2009 alkaen, vuosittainen budjetti liikkuu 10 000 – 15 000 euron välissä. Tämä on erittäin vaatimaton summa, kun huomioidaan, että parhaimmillaan festivaaleilla on esiintynyt 36 eri yhtyettä, joista osa on tullut esiintymään tapahtumaan ulkomailta saakka. Selkeästi suurin osa tapahtuman tuloista koostuu lipunmyynnistä. Avustukset ja sponsoritulot muodostavat yhdessä noin kymmenen prosenttia tapahtuman tuloista.

Tapahtumaan liittyen järjestäjät ovat julkaisseet myös omakustannelehteä, johon myydyistä kaupallisista tiedotteista suurin osa tuotannon sponsorituloista on koostunut. Lehteä on painatettu noin tuhannen kappaleen verran ja se on valmistettu, sisällön ja visuaalisen toteutuksen puolesta, täysin järjestön vapaaehtoisten voimin. Julkaisun sisältö on koostunut paikallisen vaihtoehtokulttuurin kuten punk-piirien historiikeista ja tiedotteista. Lehden kustannuksia on pyritty minimoimaan myös niin, että ainoastaan sen kannet on julkaistu väreissä ja muutoin lehti on ollut mustavalkoinen. Vuoden 2012 Hässäkkäpäivien yhteydessä kyseinen julkaisu jäi kuitenkin tekemättä, sillä sisältöä ei syntynyt riittäväsi määräaikaan mennessä.

Pääsääntöisesti esiintyjille ei makseta palkkioita, vaan myös ulkomaiset yhtyeet ovat osallistuneet tapahtumaan mielellään, kunhan ovat saaneet korvauksen niille aiheutuneista matkakuluista. Esiintyjien ja järjestäjän välillä vallitsee hyvä yhteistyöhenki, ja esiintyjät ovat olleet valmiita joustamaan myös matkakuluihin, mikäli tapahtuma ajautuisi yllättäviin taloudellisiin ongelmiin. Matkakulujen lisäksi esiintyjille on tarjottu majoitus ja muonitus. Usein tämä tarkoittaaakin sitä, että esiintyjät ovat jotakin kautta tuttuja järjestäjille ja osallistuvat lähinnä siitä syystä, että he aidosti tahtovat olla mukana. Voittoa tavoittelemattoman ja pienellä budjetilla operoivan yhdistyksen on taloudellisista syistä usein hankala tilata artisteja ohjelmatoimistojen kautta, mutta toisaalta se pystyy toimimaan kaukallisilla tapahtumatuottajia joustavammin sellaisten esiintyjien kanssa, joilla ei ole ulkoistettua keikkamyyntiä.

Parinsadan henkilön ruokailu saattaa kuulostaa kalliilta, mutta Hässäkkäpäivien järjestäjät ovat onnistuneet toteuttamaan sen vain noin kolmellasadalla eurolla valmistamalla ruuat itse. Majoituskin on onnistuttu järjestämään pääsääntöisesti niin, että ulkopaikkakuntalaiset esiintyjät ovat yöpyneet maksutta järjestön jäsenien ja muiden tapahtumaan osallistuneiden paikallisten tiloissa. Kyseisenlainen talkoomainen yhdessä tekemisen henki on ansainnut yhdistykselle myös muiden alan tekijöiden kunnioituksen, minkä ansiosta se saa tarvittaessa vuokratua esimerkiksi tapahtumien infrastruktuuriin liittyviä elementtejä kohtuulliseen hintaan tai jopa ilman korvausta.

Hässäkkäpäivien tapahtumapaikkana on vuodesta 2009 saakka toiminut Ykän Pub -ravintola, joka sijaitsee Oulun Toppilan kaupunginosassa, useiden kilometrien päässä kaupungin keskustasta. Sijainnistaan huolimatta tapahtuma vetää paikalle yleensä niin paljon yleisöä kuin sinne mahtuu, sillä ympäristö on hengeltään hyvin sopiva kyseisenlaiselle tilaisuudelle. Edellä mainittu ravintoloitsija tarjoaa tapahtuman järjestäjille ilmaisten tilojen lisäksi muutakin apua, sillä hän huolehtii myös ravintolamyynnistä, anniskelusta sekä tilaisuuden järjestämiseen liittyvistä luvista sekä järjestyksenvalvonnasta. Käytännössä yhdistyksen vastuulle on tällöin jäänyt ainoastaan ohjelman järjestäminen ja esiintyjistä huolehtiminen sekä talkoolaisten hankkiminen.

Festivaali on järjestetty pääosin vain noin 10–15 jäsenen voimin, joten tekemistä on ollut paljon kaikille. Koska yhdistys rahoittaa osan tapahtumasta apurahalla ja sponsorituella, on alustavat suunnitelmat seuraavan kesän festivaalista pitänyt tehdä jo edellisen vuoden puolella, jotta avustusten hakuaikoihin ja yritysten markkinointibudjettiin on kyetty reagoimaan ajoissa. Sponsoreiden hankimisessa on koettu hyväksi laatia virallinen mediakortti, jotta toimintaa on kyetty esittämään ammattimaisessa valossa, mikä on tärkeää yritysyhteistyötä tehtäessä.

Markkinointi on myös ollut sellainen osa-alue, jossa on pyritty korvaamaan rahaa vaivannäöllä. Suurin markkinointitoimenpide omakustannejulkaisun lisäksi on ollut noin 200 julisteen levittäminen näkyville. Lisäksi ulkoisessa tiedottamisessa on pyritty hyödyntämään tehokkaasti sosiaalisen median luomia ilmaisia kanavia, kuten Facebook-sovellusta ja kohdeyleisön suosimia foorumeita sekä järjestön omaa Internet-sivustoa. Vuoden 2012 lopulla järjestelyt eivät lähteneet etenemään aivan toivotulla tavalla ja yhdistyksen hallitus koki voimavarojensa ehtyneen, joten se päätti olla järjestämättä kyseistä tapahtumaa seuraavana vuonna.

Mannerin mielestä on kuitenkin asioita, joissa ei kannata ruveta liiaksi säästämään. Esimerkiksi esitystekniikan ammattimaista toteuttamista hän pitää erittäin tärkeänä, koska sillä on merkittävä ja suora vaikutus tapahtuman ohjelman laatuun. Musiikkitapahtumassa äänentoiston on suotavaa olla laadukkaan kuuloista ja varsinkin toimintavarmuudeltaan kunnossa, sillä jo muista syistä kiireisen ohjelman läpivieminen ei yleensä kestä kovin pahoja viivästymisiä.

Toiminnan ehdoton edellytys onkin siihen osallistuvien palava halu päästä tekemään ja tuottamaan itselleen tärkeää kulttuurisisältöä kotipaikkakunnalleen. ”Se, että saa järkättyä Ouluun keikkoja, joita itse haluaa nähdä, ja tutustua uusiin ihmisiin, on tämän homman suola. Jos ei siitä nauti, niin ei tästä sitten varmaan saa mitään”, kuvailee Manner edustamansa järjestön toimintaa. Monesti yhdistyksen toiminnassa riittää paljon tekemistä, mikä vaatii sen aktiivisimmilta jäseniltä paljon aikaa ja vaivannäköä. Erittäin merkittävässä asemassa toimin-

nan järjestämisessä ovat myös toimijoiden luomat sosiaaliset verkostot, joita ilman kustannukset monen asian kohdalla olisivat huomattavasti korkeammat. Esimerkiksi musiikkitapahtumissa tarvittavat äänentoistoon liittyvät tarpeet täytetään useimmiten lainaamalla kalusto maksutta tutuilta.

Yhdistyksen toimintatavat ovat alusta saakka olleet erittäin vahvasti tekemiseen orientoituneita. Suurin osa asioista on haluttu tehdä mahdollisimman omatoimisesti, minkä vuoksi järjestö ei ole tehnyt yhteistyötä alueen oppilaitosten kanssa, esimerkiksi rekrytoimalla työharjoittelijoita. Asiat, joita ei ole osattu, on opeteltu. Tämä on tehnyt organisaation sisäisestä viestinnästä varsin sujuvaa, eikä aikaa ole kulunut uusien toimijoiden perehdyttämiseen.

Manner kokee kuitenkin sen, että toiminnan taustalla on rekisteröity yhdistysmuotoinen organisaatio, siltä osin tärkeäksi, että taloudenhoitoon liittyvät asiat, joista vapaamuotoisten yhteenliittymien on helpompi luistaa, tulee hoidettua asianmukaisesti. Lisäksi rekisteröidyn yhdistyksen on mahdollista hakea julkisia toiminta-avustuksia toisin kuin yksityishenkilöiden. Mannerin mukaan yhdistyksille julkiselta sektorilta myönnettävät toiminta-avustukset vaikuttaisivat kuitenkin, muun muassa vallitsevan hankalan valtakunnallisen taloustilanteen vuoksi, olevan pienenemään päin.

Esimerkiksi Oulussa tilanne muuttui, kun aikaisemmin erillään toimineet kulttuur-, sivistys- ja nuorisolautakunta yhdistettiin yhdeksi suureksi lautakunnaksi, minkä johdosta esimerkiksi yhdistysten toiminta-avustukset jaetaan virkamiesten päätöksillä niin, ettei lautakunnan jäsenillä ole enää mahdollisuutta puuttua yksittäisiä yhdistyksiä koskeviin päätöksiin.

Musiikkitapahtumat ovat Lauri Mannerille tuttuja myös esiintyjän näkökulmasta, sillä soittaa kahdessa aktiivisesti esiintyvässä yhtyeessä. Hän tekee orkestereineen vuosittain 20–30 keikkaa ympäri Suomen. Toiminta on yhtyeiden jäsenille jo sen verran tuttua, että pistokeikkoja he eivät kovin usein enää nykyään tee vaan ovat katsoneet helpommaksi yhdistää esiintymisensä kiertuetyyppeiksi kokonaisuuksiksi. Myös Paskakaupunki ry:n järjestämiin tilaisuuksiin osallistuu

usein yhtyeitä, jotka ovat kiertueella eivätkä muutoin pistokeikalle Ouluun vaituisi.

4.2 Jarkko Halunen: tapahtumatuottaminen julkisen sektorin resursseilla

Jarkko Halunen työskentelee Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden eli SIKU:n tapahtumat, yhteydet ja kaupunkikulttuuri -osaston palveluksessa tuottaja-nimikkeellä. Vuoteen 2013 saakka, ennen Oulun hallintorakenneuudistusta, Halusen työsopimus oli solmittu Oulun nuorisoyhteistyökeskuksen kanssa. Hän myös opiskelee alaa Oamkin kulttuurin yksikön viestinnän osastolla mediatuottamisen suuntautumisvaihtoehdon alla. Halusella on myös sosionomin ammattikorkeakoulututkinto.

Hänen toimenkuvaansa kuuluvat myös Oulun musiikin tiedotus- ja neuvontakeskus Rockpoliksen toiminnot. Rockpolis aloitti toimintansa projektin muodossa vuonna 2005. Siitä lähtien Halunen on toiminut sen palveluksessa. Rahoitus toimintaan tulee Oulun sivistys- ja kulttuuripalveluilta. Tosin rahoitusta pitää aktiivisesti hakea muualtakin ja useista eri lähteistä. Esimerkiksi nuorten omiin ideoihin heitä voidaan konsultoida hakemaan kaupungin NERO-rahaa, joka on perustettu parantamaan nuorten itse järjestämän kulttuurin toimintaedellytyksiä.

Halunen toimi myös Valmistamo-hankkeen projektipäällikkönä vuoteen 2011 saakka. Hanke rahoitettiin Euroopan unionin sosiaalirahaston ESR:n sekä maakunnan kehittämisrahan MKR:n tuella. ESR:n rahoitus kohdistettiin nuorten kulttuurin innovaatioihin ja MKR:n rahoitus puolestaan nuorten kulttuuriin luovien alojen talouden kehittäjänä. Monet hankkeen toiminnoista kuuluvat edelleenkin Halusen toimenkuvaan, vaikka hanke onkin jo päättynyt, mikä kertoo hankkeen olleen onnistunut.

Sen sijaan että kuvailtujen toimintojen kautta järjestettäisiin nuorille kulttuuria ainoastaan kaupungin työntekijöiden toimesta, sitä pyritään käyttämään aktiivisesti nuorten omien ideoiden kehittämiseen ja toteuttamiseen. Rockpoliksen kolme suurinta vuosittain toistuvaa tapahtumatuotantoa ovat Qstock-rockfestivaalin Oulu-lavan organisointi vuodesta 2008 lähtien, ikärajan Nak-

rock-nuorisomusiikkitapahtuma niin ikään vuodesta 2008 lähtien sekä poikkitaiteellinen kulttuuritapahtuma Hiukkavaara Piknik, joka järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2011.

Koska kaikki edellä mainitut tapahtumat sijoittuvat loppukesälle, on niiden vetovastuut jaettu Rockpoliksen kaikille tuottajille. Halusella on vetovastuu Qstock-festivaalin Oulu-lavasta. Tosin kaikki tuottajat osallistuvat tiiviisti jokaisen tapahtuman tuotantoon, mutta aikataulusyistä päävastuu on delegoitu eri henkilöille kunkin tilaisuuden järjestämisestä. Kolme tuottajaa on toistaiseksi ollut Halusen mielestä juuri sopiva määrä työvoimaa toiminnan järjestämiseksi, tosin tilanne voi muuttua Oulun alueellisen laajenemisen myötä.

Vaikka Halusen ja hänen kollegoidensa käytössä on niinkin mittavan organisaation kuin kunnan resurssit, ei rahoituksen hankkiminen ole yksinkertaista saati helppoa. Yksi merkittävä osa-alue Halusen työnkuvasta on erilaisten asiantuntijatyöryhmien työhön osallistuminen sekä työpajojen ja koulutustilaisuuksien järjestäminen sekä tilamaksuihin ja koulutushenkilökunnan palkkioihin ja kuluihin käytettävän rahoituksen hankkiminen. Taloudelliset resurssit eivät siis ole myöskään kuntainstansseille selviö, vaan niiden löytäminen vaatii hallinto- ja rahoitusorganisaation perinpohjaista tuntemusta. Tosin esimerkiksi hankintojen ja asiantuntijoiden asianmukainen kilpailuttaminen on työvaihe, joka toistuu kaikissa projekteissa.

Myöskään kaupungin omistamien kiinteistöjen käyttö ei ole sen toimijoille ilmaista, vaan yksityistämistoimenpiteiden seurauksena niistäkin tulee myös kaupungin sisäisessä toiminnassa maksaa vuokraa. Toki on huomioitava, että kiinteistöjen käytöstä voi aiheutua lisäkustannuksia esimerkiksi henkilöstökulujen muodossa. Esimerkiksi oppilaitosten tiloja voi olla erittäin hankala saada edes kaupungin toimijoiden käyttöön, sillä niistä vastaavat useimmiten laitosten rehtorit, joiden on kieltäytyessään melko helppo piiloutua erinäisten byrokraattisten toimintatapojen taakse. Usein kaupungin sisäiseen käyttöön tiloille on kaupalliseen käyttöön verrattuna matalamman vuokrat, ja mikäli kiinteistöä hallinnoiva virasto saadaan osallistumaan itse tilaisuuden järjestämiseen, voi tilat saada käyttöön ilman erillismaksua.

Halusen toimintojen vakituinen vuosibudjetti on vain muutaman tuhannen euron luokkaa, joten rahoitusta tulee aktiivisesti hakea myös kunnan rahoituksen ulkopuolelta, pääasiassa EU:n hankkeista sekä opetus- ja kulttuuriministeriöstä. Rahoituksen mukana kulkeva byrokratia ja raportoinnin sekä selvitysten taso on valtakunnan sisäisissä järjestelmissä huomattavasti EU:n vastaavaa kevyempää ja yksinkertaisempaa.

Esimerkiksi vuoden 2007 Nakrock-tapahtuman järjestämiseksi se tuotettiin vain osaksi Nuorisoasiankeskuksen ja osaksi Nuorten päihdekeskus Redi 64:n rahoittamana. Tuolloin tapahtuma järjestettiin nimellä Redi To Nakrock. Kun seuraavana vuonna tapahtumapaikaksi valikoitui Meri Oulun Kulttuuriseura ry:n hallinnoima kesäteatteri alue Toppilan Möljä, on kyseinen yhdistys toiminut aktiivisena yhteistyökumppanina tilaisuuden järjestämisessä. Kulttuuriseura on hoitanut osan esitystekniikasta sekä tapahtuman ravintola- ja lipunmyynnin. Koska tapahtuma on päihteetön, nuorille suunnattu ja sallittu myös alaikäisille, on ravintolamyynni euromääräisesti melko vähäistä. Näin ollen lipunmyyntitulot menevät myös kulttuuriseuralle.

Kaupungin osalta tapahtuman budjetin katto on asetettu 20 000 euroon, jonka turvin tilaisuuden ohjelma ja äänentoisto on hankittava. Kyseinen budjetin yläraja hyväksytään vuosittain kaupunginvaltuuston toimesta. Ohjelmistoon on joka vuosi pyritty saamaan ainakin pari ajankohtaista ja vähintään valtakunnallisella tasolla menestynyttä ja tunnettua esiintyjää, joiden palkkiot yksistään ovat jo lähes 10 000 euron luokkaa eli noin 80 prosenttia ohjelmabudjetista, joten loppuosa artistikattauksesta koostuu lähinnä paikallisista esiintyjistä. Apua artistivalintoihin Rockpoliksen tuottajat ovat kyselleet kohdeyleisöltään eli nuorilta itseltään muun muassa nuorisotalojen ilmoitustauluilta ja Facebook-seiniltä.

Nakrock-konsertti järjestetään syyskuussa, joka on hyvä aika tapahtumalle siinä mielessä, että silloin ei ole, ainakaan paikallistasolla, käytännössä lainkaan kilpailua artisteista eikä yleisöstä. Toisaalta suurin osa kiertävistä artisteista jää lomalle juuri elokuun lopulla, joten ajankohta rajoittaa esiintyjävalintoja jonkin verran. Ajankohta on valikoitunut alunperin Oulun päivät -kaupunkifestivaalin

mukaan, joka on perinteisesti alkanut syyskuun ensimmäisenä päivänä. Tosin vuonna 2013 Oulun päivät järjestetään keskikesällä 14.6.–7.7.. Nakrock järjestetään siitä huolimatta aikataulusyistä vasta syyskuussa, ainakin vielä vuonna 2013.

Kesäteatterin tiloissa on 2 700 istumapaikkaa, joten se riittää hyvin noin 2 000 henkeä vetävälle tapahtumalle. Vuonna 2010 Nakrockin yhteydessä järjestettiin samassa paikassa maksuton päivätilaisuus, jonka vetonaulaksi oli hankittu lasten keskuudessa erittäin suurta suosiota nauttiva Hevisaurus-yhtye. Tuolloin paikalle saapui arviolta neljättä tuhatta ihmistä, ja satoja ihmisiä jäi myös tapahtuman ulkopuolelle. ”Turvallisuussyistä ihmisiä ei enempää uskallettu laskea sisään, vaikka näky pettyneiden lasten jonosta olikin sydäntä särkevä”, kommentoi Halunen kyseistä tilannetta.

Hiukkavaara Piknik järjestettiin ensimmäisellä kerralla pääosin Valmistamohankkeen pilottirahoituksella ja silloisen kulttuuriasiainkeskuksen sekä yhdyskunta- ja yhteisöpalveluiden asemakaavaosaston rahoittamana. Tapahtuman budjetti on ollut noin 6 000 euron luokkaa. Rahoittajat ovat osallistuneet tapahtumaan myös järjestämällä sen yhteyteen toimintaansa liittyviä työpajoja ja tiedotusta.

Myös vuoden 2012 Hiukkavaara Piknik -konsertin rahoittamiseen tarvittiin Nuorisoihminen-keskuksen ulkopuolista rahoitusta, sillä tapahtumaa ei ehditty sisällyttää nuorisolautakunnan budjettiin. Tuolloin puuttuva rahoitus järjestyi kulttuuriasiainkeskuksen ja asemakaavaosaston lisäksi myös Oulun kaupungin yhteisöpalvelujen konsernilta ja Kantri-Oulu-EU-hankkeelta sisällyttämällä tapahtumaan lähiruoka-teema ja tuomalla paikalle lähiruokayrittäjiä. Uusien tuotantoideoiden rahoittaminen yhdistelemällä eri teemoja ja näin ollen myös kaupungin eri osastoja sekä niiden sijoittamattomia resursseja ei ole mitenkään poikkeuksellinen tapa toimia.

EU-hanke Valmistamon puitteissa koettiin paljon onnistumisia, mutta mittavan virkamieskoneiston kanssa ajauduttiin myös yllättäviin ongelmiin. Hankkeen kautta aloitettiin muun muassa klubi-iltoina järjestettyä valtakunnallista bändi-

vaihtotoimintaa, joka kolmen tilaisuuden jälkeen pantiin rahoittajana toimineen Pohjois-Pohjanmaan liiton toimesta jäihin. Perusteluna toiminnan rahoituksen eväämiselle esitettiin, että tilaisuuksista hyötyivät ainoastaan siihen osallistuneet yhtyeet. Näin ollen jo järjestettyjen konserttien kulut jäivät Oulun kaupungin maksettavaksi. Yllättävintä tilanteessa oli kuitenkin se, että samoihin aikoihin aloitettu festivaalien kesken tapahtunut bändivaihtotoiminta kelpuutettiin maakunnan kehittämisrahan rahoituksen piiriin.

Rahoituksen lisäksi Rockpoliksesta ja kaupungin nuoriso- ja kulttuurityöntekijöiltä voi saada apua myös esimerkiksi uskottavuuskysymyksiin. Viimeisen parin vuoden aikana, vastikään Ouluun liitetyn Kiimingin kunnan nuoret ovat yrittäneet saada Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksesta (myöhemmin ELY-keskus) lupaa paikallisten alikulkutunneleiden seinien koristelemiseen graffititeoksien tuloksetta.

Kuntaliitoksen jälkeen asia tuli osaksi Halusen toimintaympäristöä, jolloin hän kollegoineen otti yhteyttä alueen ELY-keskukseen ja sai luvan graffitien toteuttamiseksi valvotuissa olosuhteissa hänen edustamansa instanssin vastuulla. Luvan saaminen jäykän virkamieskoneiston takaa vaati kuitenkin perinpohjaisen taustatyön tekemistä ja perustelujen laatimista. Tempauksen tueksi Halunen kollegoineen muun muassa esitteli alueen vastaaville virkamiehille Helsingissä ja Oulussa aikaisemmin toteutettuja ja hyvin onnistuneita vastaavanlaista projekteja.

Halunen on hyödyntänyt tietotaitoaan ja osaamistaan myös päivätyönsä ulkopuolella muun muassa auttamalla Rotos ry:tä musiikkitapahtumien, kuten Rotos Loves Paskis, järjestämisessä. Tosin viimeisen parin vuoden aikana toiminta kolmannella sektorilla on jäänyt hänen osaltaan melko vähäiseksi. Suurimmat erot edustamiensa tahojen toimintatavoissa perustuvat Halusen mukaan siihen, että järjestön puitteissa tapahtuvassa toiminnassa, esimerkiksi tilaisuuksien sisällön suhteen, on selkeästi enemmän tilaa omille henkilökohtaisille mieltymyksille, mikä onkin vapaaehtoistoiminnan suurin motivaatiotekijä, ainakin Halusen kohdalla.

Rotos ry:n toiminta on, kuten useimmilla muillakin järjestöillä, taloudellisten resurssien osalta pienimuotoista. Kyseinen yhdistys on kuitenkin saavuttanut kymmenen toimintavuotensa ainakin kohtuullisen taloudellisen vakauden, joten pieniä riskejä keikkajärjestelyissä voidaan ajoittain ottaa. Koska Rotos ry:n pyrkimyksenä on järjestää konsertteja Ouluun, joissa esiintyy myös eteläsuomalaisia yhtyeitä, syntyy kustannuksia huomattavasti jo pelkästään esiintyjien matkustamisesta, muonituksesta ja majoituksesta. Pohjois-Suomen esiintymisistä pyritään tekemään etelän artisteille kannattavampaa myös järjestämällä heille samalle kertaa muitakin keikkoja Oulun lähialueille.

Pohjimmiltaan tapahtumatuottaminen ja toiminta julkisella sektorilla muutenkin vaikuttaisi rinnastuvan melko vahvasti yksityisen sektorin toimintaan; rahoitus ja osa substanssiosaamisesta on pääsääntöisesti hankittava oman organisaation tai ainakin osaston ulkopuolelta ja useammasta lähteestä, tosin eri viitekehyksessä. Eräs merkittävä ero näiden eri toimintaympäristöjen välillä on myös osallistujamäärien taloudellinen merkitys, joka yksityisen sektorin tuotannoissa on erittäin suuri ja julkisella sektorilla puolestaan enemminkin toivottavaa, sillä lipunmyynnin osuus kulujen kattamisessa ei kosketa samalla tavalla, useimmiten pääsymaksuttomia, julkishallinnon tuottamia tilaisuuksia, kuin siihen vahvasti nojaavia yksityisen sektorin organisoimia tilaisuuksia.

Yhtenä tärkeimmistä osaamisalueista julkisen sektorin tapahtumatuottajalle Halunen näkee kyseiseen toimintaympäristöön liittyvien mekanismien ja koneistojen tuntemisen. Myös luovan ajattelun merkitys korostuu hänen työssään silloin, kun kyse on resurssien ja yhteistyötahojen hankkimisesta ja puitteiden järjestämisestä. Nuorten itse järjestämän ja tuottaman kulttuurin sekä ala- ja vaihtoehdokulttuurin tuottamiseen Halunen toivoisi lisää julkisia resursseja. Oman työn kuvansa hän kokee näistä syistä erittäin tärkeäksi vivahteikkaan paikalliskulttuurin ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi.

4.3 Jonas Björkbacka: toiminta poliittisessa nuorisojärjestössä

Jonas Björkbacka on toiminut poliittisen nuorisojärjestö Pohjois-Pohjanmaan Vasemmistonuoret ry:n (myöhemmin Popovanu) piirisihteerinä eli osa-aikaisena toiminnanjohtajana vuoden 2011 syksystä saakka. Hänen työkuvaansa kuluu järjestön toimintaedellytysten luominen, toiminnan dokumentointi, vapaaehtois-työn johtaminen sekä talouden hoitaminen. Yhdistyksen kirjanpito on kuitenkin ulkoistettu erilliselle tilitoimistolle, sillä tilitapahtumia kertyy melko paljon. Ennen kuin Björkbacka palkattiin järjestön työntekijäksi, hän toimi sen hallituksessa ja muutenkin aktiivisena jäsenenä. Hän oli päävastuussa muun muassa useiden koulutustilaisuuksien ja seminaarien järjestämisestä.

Hän toimii myös Vasemmistonuoret ry:n valtakunnallisen kattojärjestön hallituksen jäsenenä ja oli Vasemmistoliiton ehdokkaana Oulun kunnanvaltuustoon vuoden 2012 kunnallisvaaleissa. Lisäksi hän on työnsä ulkopuolella järjestämässä Ouluun projektiluontoista elokuvakerhoa ja valokuvanäyttelyä, joiden rahoittamiseen pyritään saamaan ainakin Oulun kaupungin ennaltaehkäisevään nuorisotyöhön suunnattua NERO-projektirahaa.

Popovanun puitteissa Björkbackalle osoitettu kymmenen tunnin viikoittainen työaika ei tosin millään riitä kattamaan kaikkea sitä aikaa, jota Björkbacka järjestön toimintaan käyttää, mutta koska kyse on aatteellisesta yhdistyksestä, odotetaan toiminnanjohtavan osallistuvan toimintaan myös vapaaehtoisesti virallisen työaikansa ulkopuolella aatteen edistämiseksi. Hän kertoikin, että yhteiskunnalliset tavoitteet menevät kyseisessä järjestötyössä selvästi motivoituneina työntekijöinä työsuhteen velvoittaman toimenkuvamääritelmän edelle, vaikka jäljempänä mainitut, lähinnä byrokratiaan liittyvät, tehtävät ovat loppujen lopuksi sen laatuasia, että niiden suorittamisesta on oikeutettua saada hyvän mielen lisäksi myös taloudellinen kompensaatio.

Useimmiten tapahtumatuotannoissa edetään niin, että kaikki alkaa ideasta, eli syntyy tarve toteuttaa jonkinmoinen tilaisuus, minkä avulla pyritään sitten edistämään jotakin siihen kohdennettua asiaa. Poliittisen järjestötoiminnan kohdalla tilanne voi joskus olla niinkin, että on tarve saada toimintaa ja näkyvyyttä, minkä vuoksi olisi paikallaan järjestää tapahtuma, jolloin teema ja tavoitteet määrittyvät

vasta sen jälkeen. Aiheen ja kohdennetun mission valinnalla on toki tässäkin yhteydessä erittäin merkittävä rooli, mutta ne löytyvät yleensä melko helposti esimerkiksi jo olemassa olevista kampanjoista tai muista ajankohtaisista yhteiskunnallisista teemoista.

Kuten kaikissa muissakin tapahtumatuottamisen toimintaympäristöissä, myös poliittisen järjestötoiminnan piirissä tilaisuuksia järjestettäessä rahoitusta on hankittava monesta eri lähteestä, sillä taloudellisia resursseja tapahtumiin, jotka ovat pääsääntöisesti pääsymaksuttomia, ei voida olettaa löytyvän pelkästään yhdistyksen omasta kassasta. Tyypillisiä ulkopuolisia rahoituksen lähteitä Popovanulle ovat Vasemmistonuoret ry:n valtakunnallinen katto-organisaatio ja Kansan Sivistystyön Liitto. Sponsoreita ja kaupallisia instansseja Popovanun toiminnan rahoittamiseen ei käytetä, jotta toiminnan aatteellisen ideologian eettinen koskemattomuus säilyy.

Piiritason järjestöt voivat siis hakea omiin tapahtumiinsa ja muihinkin projekteihinsa ja toimintaansa avustuksia Vasemmistonuoret ry:n keskusjärjestöltä. Tämän rahoituksen eteen on kuitenkin laadittava melko tarkat suunnitelmat ja talousarvio toteutettavasta tuotannosta. Lisäksi piirijärjestöjen on aina kyettävä hankkimaan rahoitusta, pääsääntöisesti vähintään puolet, myös muualta, mikä kannustaa toiminnan harjoittajia pätevään suunnitteluun. Kyseisistä tuotannoista pitää pystyä myös raportoimaan, eli onnistumisen kriteerit on laadittava jo etukäteen. Kaikki edellä mainitut työvaiheet ovat kuitenkin sellaisia, jotka olisi hyvä suorittaa ulkopuolisten vaateista huolimatta, joten käytännössä se ei aiheuta toiminnan järjestäjille lisävaivaa, vaan lähinnä motivoi toimimaan vähintäänkin kohtuullisen suunnittelun standardien ja kriteerien pohjalta.

Popovanun järjestämien tilaisuuksien luonne ja mittakaava ovat usein sen suuntaisia, että vastuuta ei välttämättä kannata alkaa jakamaan kovin moniin käsiin. Yleensä vetovastuu lankeaa toiminnanjohtajalle, joka sitten pitää huolen järjestelyiden eri vaiheiden toteutumisesta. Joskus tekemistä pakkautuu tämän vuoksi jopa hieman liikaa yhden ihmisen hoidettavaksi, mutta siinä on myös etunsa, sillä tiedonkulku ongelmia ei tällöin pääse kovin helposti syntymään. Toki käy-

tännön järjestelyihin, kuten markkinointimateriaalien valmistamiseen ja levittämiseen, osallistuu tarvittaessa suurempi joukko ihmisiä.

Vasemmistonuoret ry -katto-organisaatiolla on vakituisesti palkattuna useampi henkilö, joilla kaikilla on oma erityinen vastuualueensa. Näiden henkilöiden tehtävänä on myös auttaa piirijärjestöjä ja etenkin niiden toiminnanjohtajia. Keskusjärjestö toimii piirijärjestöille ikään kuin maksuttomana konsulttipalveluna. Kaikki Vasemmistonuorten työntekijät kokoontuvat vuosittain keskustelemaan siitä, kuinka toiminta ja tavoitteet ovat onnistuneet kullakin alueella. Keskusjärjestö järjestää myös muita valtakunnallisia tilaisuuksia, kuten leirejä ja koulutustilaisuuksia, joihin kaikilla jäsenillä on mahdollisuus osallistua.

Aktiivisesti toimintaan osallistuvia jäseniä järjestö on pyrkinyt motivoimaan ja palkitsemaan esimerkiksi tarjoamalla vapaaehtoisille muonituksen toiminnan yhteydessä. Sikäli, kun näin toimitaan, tulee kaikille taata yhtäläiset mahdollisuudet osallistua, jotta yhdistyksen sisäinen yhteishenki ja toimintavalmius säilyy mahdollisimman hyvänä ja tehokkaana. Sen suurempiin palkkioihin järjestöllä ei ole varaa eikä tarvetta ryhtyä, ainakaan toistaiseksi.

Vapaaehtoistoiminnan johtamista vaikeuttaa ainakin se, että tekemättä jättämisen rankaisemiseksi ei ole keinoja, joten motivointi täytyy kuitenkin tapahtua palkitsemisen kautta. Tosin positiivisen palautteen merkitystä ei pidä vähätellä. Sillä voi olla tuoreelle toimijalle todella suuri merkitys, etenkin mikäli se tulee järjestön johtohahmoilta tai niin sanotuilta konkareilta. Lisäksi aatteellisten motiivien merkitys tulee myös rivijäsenistön keskuudessa priorisoida korkealle, jotta toiminnan perusta ja moraalinen selkäranka säilyvät sen alkuperäisille tavoitteille uskollisena.

5 POHDINTA

Tutkimukseni tavoitteena oli siis valottaa tapahtumatuottamista epäkaupallisten tuotantojen näkökulmasta. Kun lähdin tekemään tutkimusta, olin tehnyt muutamia olettamuksia kaupallisten ja epäkaupallisten yleisötilaisuuksien järjestämiseen liittyvistä eroista. Tekemäni kahtiajako on monilta osin hieman kömpelö, sillä molemman kaltaisia tuotantoja tehdään useista eri syistä. Johonkin raja oli kuitenkin vedettävä, joten tässä tutkimuksessa kaupallisilla tuotannoilla tarkoitetaan kaikkia liiketoimintana järjestettäviä tapahtumia ja yritysten järjestämiä tapahtumia. Epäkaupallisiin tuotantoihin siis tässä tapauksessa lukeutuvat kaikki edellä mainittuihin kuulumattomat tuotantotyypit.

Ensimmäisenä olettamuksena mainittakoon erot resurssien merkityksestä tuotantoprosessiin ja toteutustapoihin. Oletin, että kaupallisissa tuotannoissa suunnitellaan raha edellä eli puntaroidaan suunnitteluvaiheen toimintoja lähinnä niiden taloudellisten vaikutusten perusteella, kun puolestaan epäkaupallisten tuotantojen kohdalla painoarvoa on selkeästi enemmän sisällössä. Yllätyksekseni eroja vaikuttaisi olevan melko vähän, sillä tapahtumien sisältö ja taloudelliset tekijät ovat todella vahvasti toisiinsa sidoksissa. Hankkimani tiedon ja aineiston perusteella taloudellisten tekijöiden merkitys on erittäin suuri järjestäjästä, lähtökohdista ja tavoitteista huolimatta.

Oletin myös, että toiminnan motiivit, tavoitteet ja onnistumisen mittarit ovat perusteellisesti erilaiset riippuen järjestäjätahon lähtökohdista. Oletukseni oli kärkeistettynä sellainen, että kaupallisten toimijoiden motiivit ja tavoitteet liittyvät pelkästään taloudellisen tuoton tavoitteluun ja onnistumisen mittarina ovat kertyneet eurot. Kaupalliset instanssit tosin järjestävät tapahtumia usein myös ehotaakseen julkisuuskuvansa asiakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen, jolloin tapahtuman tuottaminen itse asiassa ainoastaan kuluttaa taloudellisia voimavaroja, ainakin lyhyellä aikavälillä tarkasteltuna. Toki näidenkin tilaisuuksien perimmäisenä tavoitteena on järjestäjän taloudellisen aseman kohentaminen.

Epäkaupallisissa tuotannoissa tavoitteet ja motiivit ovat usein varsin erilaiset. Tällöin liikkeellepaneva idea pohjautuu usein järjestäjien henkilökohtaiseen ha-

luun päästä toteuttamaan ideoitaan tai vastaamaan heille itselleen tärkeään tarpeeseen. Tosin, esimerkiksi erilaiset järjestöt ja yhdistykset järjestävät tapahtumia, joiden osatarkoituksena on varainhankinta, mutta tällöinkin motiivina toimii usein myös jäsenhankintatyö. Toisaalta epäkaupalliset tuotannot ovat tietyllä tapaa usein paljon riippuvaisempia itse tapahtuman tuottamista tuloista, sillä järjestäjätahojen omat taloudelliset resurssit ovat yleensä kovin vaatimattomat, eivätkä riitä kattamaan tilaisuuden kuluja. Näin ollen tilanne voi olla olettamukseeni suhteutettuna melko ristiriitainen. Syvemmin tarkasteltuna siinä on kuitenkin jonkin verran perää, sillä monesti amatöörituotannoille vaikuttaisi riittävän tulokseksi tulojen ja kulujen nollataso.

Yksi itseäni eniten askarruttanut tekijä tutkimukseni aiheeseen liittyvän jo olemassa olevan materiaalin sisällössä oli sen paikoittainen banaalius. Niissä käytetyt esimerkit kuvaavat usein ongelmatilanteita, joihin liittyvät ratkaisut ovat ilmeisiä, mutta jättävät huomioimatta sellaiset tilanteet, joiden ratkaisemiseksi joudutaan tekemään niin sanotusti oppikirjan ohjeista poikkeavia toimenpiteitä. Toki on ymmärrettävää, että yleistettäessä on hankala huomioida kovin poikkeuksellisia tilanteita ja olosuhteita, jotka kuitenkin useimmiten ovat niitä joiden puitteissa epäkaupallisissa tuotannoissa joudutaan toimimaan. Tutkimuksessani pyrinikin tuomaan esille kyseisenlaisia tilanteita tarkoituksena jättää ratkaisujen yleinen sovellettavuus kunkin tuottajan omalle vastuulle ja korostaa luovan ongelmanratkaisukyvyyn merkitystä osana tapahtumatuottajan tietotaitoa.

Resurssien kartoittaminen ja niiden saaminen riittämään on usein haasteellisin osa tapahtumatuotantosuunnitelman tekemistä, etenkin silloin, kun niistä on pulaa. Useimmiten on kuitenkin mahdollista pienentää menoja, joutumatta joutumaan liiaksi tuotannon laadullisista kriteereistä, panostamalla suunnitteluun ja taustatyöhön sekä käyttämällä kekseliäisyyttä ja tekemällä luovia ratkaisuja. Tässä yhteydessä tuottajalla on hyvä olla uskallusta lähteä tekemään asioita toisin kuin on totuttu ja kokeilemaan täysin uusia toimintatapoja.

Käytännön toiminnoiltaan kaupalliset ja epäkaupalliset tapahtumatuotannot ovat hyvin samanlaisia. Mitä tarkemmat ja kattavammat suunnitelmat järjestäjä onnistuu tekemään, sen sujuvammin järjestelyt ja tilaisuuden läpivienti todennä-

köisesti tapahtuvat. Toki tapahtuman mittakaavalla, aikataululla ja järjestäjän resursseilla on huomattava merkitys siihen, kuinka paljon ja tarkasti on mahdollista suunnitella. Suurissa tuotannoissa on paljon enemmän toimintoja, mutta usein myös enemmän henkilökuntaa ja vastuuhenkilöitä. Pienissä tuotannoissa tuotantovaiheita on jokseenkin yhtä monta kuin suurissakin, mutta vaiheet vaativat sisällöltään vähemmän työtä.

Kun ruvetaan laatimaan tapahtuman ohjelmaa, eli vastataan kysymykseen mitä tehdään, kaupallisissa tuotannoissa joudutaan pohtimaan lähinnä ohjelmanumeroiden hinnan ja vetovoiman suhdetta heti alusta alkaen. Mikäli kyseessä on amatöörituotanto ja pieni budjetti, ei ideoinnin alkuvaiheessa välttämättä pystytä vastaamaan viimeksi mainittuun kysymykseen kovinkaan tarkasti, sillä muuttuvien ja epävarmojen tekijöiden määrä on liian suuri. Näin ollen, tässä vaiheessa on parasta pohtia, että mikä on jo määritellyn mission kannalta olennaisinta sisältöä ja lyödä ohjelma siltä osin lukkoon.

Tutkimukseni tietoperustan keräsin pääosin tarkastelemalla tapahtumatuottamiseen liittyviä opasteoksia ja alan asiantuntijoiden luentoja pohjalta tekemieni muistiinpanojen pohjalta. Luentoja merkitys tässä tutkimuksessa oli huomattava, sillä niiden sisällöt olivat huomattavasti käytännönläheisempiä kuin tutkimani kirjallisuuden. Tietoperustasta ei kuitenkaan ilmene vielä kovinkaan yksityiskohtaisesti sitä, kuinka tuottajan tulisi ongelmatilanteissa reagoida. Siksi päätinkin hyödyntää tutkimuksessa myös omia kokemuksiani kyseisen opinnäytetyön produktio-osuutena tuottamaani tilaisuutta.

Lisäksi halusin laajentaa tutkimuksen näkökulmaa haastattelemalla kolmea hyvin erilaisessa toimintaympäristössä työksensä tapahtumia tuottavaa henkilöä. Lähetin haastateltaville viestin, jossa kuvailin tutkimukseni aiheen sekä sen mitä tahdoin heidän tuovan osaksi siinä käytettävää aineistoa. Kaikki kysymäni henkilöt suostuivat haastateltavaksi, joten sain sisällytettyä tutkimukseen juuri ne näkökulmat, joita lähdin alunperin tutkimaan. Toteutin haastattelut avoimina noin kahden tunnin mittaisina keskusteluina, joista tehdyn äänitallenteen avuin kokosin tähän asiakirjaan kirjoittamani asiat.

Haastattelut sujuivat todella hyvin ja ne pysyivät tiukasti asiassa. Tosin olisin toivonut saavani enemmän yksityiskohtaisia esimerkkejä tilanteista, joissa haastateltavat ovat kohdanneet haastavia ongelmia ja onnistuneet kehittämään niihin luovia ratkaisuja. Esimerkkien puute ei tosin johtunut niinkään siitä, etteikö sellaisia olisi ollut, mutta niiden muistaminen haastattelutilanteessa osoittautui hieman hankalaksi. Pyysin haastateltavia lähettämään minulle sähköpostitse täydennystä haastatteluihin, mutta luultavasti johtuen heidän kiireisistä aikatauluistaan, en viestejä enää saanut. Pyysin kuitenkin kutakin haastateltavaa tarkistamaan kirjoittamani tekstit asiavirheiden varalta, ja tässä vaiheessa niihin tuli jonkin verran täydennyksiä.

Näkisin, että tutkielmani on hyvä avaus tapahtumatuotantojen tutkimiselle valitsemastani näkökulmasta. Toisaalta olemassa olevaa aihetta käsittelevää materiaalia voisi koota yksiin kansiin vielä kattavamminkin ja asiantuntijoita voisi haastatella vielä useista eri näkökulmista, kuten yleisö, esiintyjät, talkoolaiset ja sponsorit, mutta tutkimuksen laajentamiseen pitäisi varata reilusti aikaa ja voimavaroja. Lisäksi tutkimusta edistäisivät erinomaisesti käytännön kokeilut, eli erilaisten tapahtumaformaattien toteuttaminen ja niistä raportointi luovien ongelmanratkaisutapojen kehittämisen perspektiivistä.

LÄHTEET

Autio, A. 2012, turvallisuuskouluttaja, Oulun aikuiskoulutuskeskus. Luento 16.11.2012.

Hanski, P. 2012, toimitusjohtaja, Konffa Oy. Luento 5.12.2012.

Hujanen, E. 2012, yhteisötuottaja, Kaleva Oy. Luento 30.10.2012.

Jyrä, J. 2010. Nupit kaakkoon – musiikkitilaisuuden järjestäminen. Helsinki: Kustannus-Osakeyhtiö Kotimaa.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötaphtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Kivi, I., 2012, Remakka-komediaklubin järjestäjä. Luento 19.10.2012.

Kulttuuriteollisuuden osaamiskeskus, sopimuksista tapahtumatuotannossa. Hakupäivä 5.2.2013. <http://www.culminatum.fi/zdoc/sopimukset.pdf>.

Kyllönen, S., tuottaja, Airnest Productions Oy & Laine, M., vastaava tuottaja, Oulun Musiikkivideofestivaalit ry. Luento 23.11.2012.

Loponen, J., 2012, yhteyspäällikkö, Oulun Kärpät Oy. Luento 17.10.2012.

Opetus- ja kulttuuriministeriö. Tekijänoikeusjärjestöt. Hakupäivä 4.2.2013, http://www.minedu.fi/OPM/Tekijaenoikeus/oikeuksien_hallinnointi_ja_hankinta/tekijaenoikeusjaerjestoet/?lang=fi.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. 2013. Optima-työtila. Projektit s12-k13. Sisäinen lähde. Hakupäivä 26.3.2013. Viestinnän osaston Discendum Optima - ympäristö.

Ristolainen, N. 2012, tapahtumakoordinaattori, Qstock Oy. Luento 2.11.2012.

Sarni, H. 2012, toiminnanjohtaja, Meri Oulun Kulttuuriseura Ry. Luento 28.11.2012.

Sulkala, I. 2012, toimitusjohtaja, Pro Piknik Festivals Oy. Luento 21.11.2012.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.