

## Toimintamalli tapahtumajärjestämisen viestinnän kehittämiseen

Tuomas Troberg

Markus Vallila



<b>Tekijät</b> Tuomas Troberg, Markus Vallila	
<b>Koulutusohjelma</b> Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Toimintamalli tapahtumajärjestämisen viestinnän kehittämiseen	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 48+11
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Vierumäen alueelle tapahtumajärjestämistä viestinnän näkökulmasta. Työn toimeksiantajana toimii yhteistyössä Haaga-Helia ja Vierumäki, mutta työelämäedustaja on Vierumäeltä.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli rakentaa toimintamalli ammattikorkeakouluopiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin. Toimintamallia varten Vierumäen henkilöstöä haastateltiin valikoidusti eri toimialojen vastuuhenkilöistä. Tutkimuksessa selvitettiin Vierumäen henkilökunnan ja alueen opiskelijoiden välisen keskinäisen viestinnän toimivuutta ja nykytilaa. Tässä opinnäytetyössä opiskelijalla tarkoitetaan aina Haaga-Helian ammattikorkeakoulun liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelman opiskelijaa.</p> <p>Haastattelut suoritettiin kvalitatiivisin tutkimusmenetelmin. Puolistrukturoidut haastattelut käsittivät 15 vastuuhenkilöä eri toimialoilta sisältäen henkilöitä Vierumäen johtoryhmästä, opetushenkilöstöstä, muusta henkilökunnasta sekä yhteistyökumppaneista ja alihankkijoista. Haastattelut tulkittiin sisällönanalyysin keinoin teemoitellen vastauksissa toistuvat avainsanat.</p> <p>Teoriaosuus muodostui viestinnän, tapahtumajärjestämisen sekä lupa- ja lainsäädännöllisten asioiden kirjallisuudesta. Teoriaosuuden lisäksi kappaleet käsittävät syvennettyä tietoa aiheesta Vierumäen tapahtumajärjestämisen konkretiaan sitoen.</p> <p>Vastausten perusteella muodostettiin visuaalinen toimintamalli (Liite 1) Vierumäen opiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin. Toimintamallia itsessään on käsitelty kohdassa 7.2.</p>	
<b>Asiasanat</b> tapahtumajärjestäminen, toimintamalli, viestintä, viestinnän kehittäminen	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Viestintä .....	3
2.1	Sisäinen viestintä .....	3
2.2	Ulkoinen viestintä .....	4
2.3	Viestinnän suunnittelu .....	4
2.4	Viestinnän kehittäminen .....	7
2.5	Palaute .....	9
2.5.1	Palautteen rakenne .....	9
2.5.2	Palaute kokonaisuutena .....	10
2.6	Digimarkkinointi .....	11
2.7	Sosiaalinen media .....	13
3	Tapahtumajärjestäminen .....	14
3.1	Mikä on tapahtuma? .....	14
3.2	Työvaiheet .....	15
3.2.1	Suunnitteluvaihe .....	16
3.2.2	Toteutusvaihe .....	18
3.2.3	Jälkimarkkinointivaihe .....	20
4	Lupa- ja lainsäädäntö .....	22
4.1	Turvallisuus .....	22
4.2	Pelastussuunnitelma .....	23
4.3	Jätteet ja kierrätys .....	24
4.4	Elintarvikkeet .....	25
4.5	Ensiapu .....	26
4.6	Musiikki .....	26
5	Haastattelu Vierumäen viestinnän kokemuksista ja sen toteutus .....	28
5.1	Kvalitatiivinen tutkimus .....	28
5.1.1	Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät .....	28
5.1.2	Puolistrukturoitu haastattelu .....	29
5.2	Kyselylomakkeen suunnittelu ja toteutus .....	30
5.3	Haastattelukysymykset .....	30
5.4	Kyselyn kohderyhmät .....	31
5.5	Aineiston analysointi .....	31
6	Tulokset .....	33
6.1	Demografiset tekijät .....	33
6.2	Vastaukset ja tulkinnat .....	33
7	Johtopäätökset .....	38
7.1	Jatkotoimenpiteet .....	39

7.2 Toimintamallin esittely.....	41
8 Pohdinta.....	42
Lähteet.....	45
Liitteet .....	49

# 1 Johdanto

Vierumäellä toimivan Haaga-Helia ammattikorkeakoulun liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelman liikuntapalveluiden opintokokonaisuuteen yhtenä osana kuuluu tapahtumajärjestäminen. Opiskelijoiden järjestämät tapahtumat tuovat lisäarvoa jo Vierumäen kattavaan ja laajaan ohjelmatarjontaan. Alueelle järjestettävät tapahtumat toteutetaan aina yhteistyössä Vierumäen henkilökunnan kanssa, opetushenkilökunnan valvonnan alla. Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelman opetussuunnitelman muututtua syksyllä 2013 on opetuksen projektityöskentely siirtynyt enenevässä määrin työelämäyhteistyöhön. Muutoksen jälkeen onkin huomattu työelämäyhteistyön viestinnän vaativan kehitysaskelia. Onnistunut viestintä johtaa onnistuneeseen yhteistyöhön (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 33-34).

Viestintä on kahden tai useamman toimijan välistä kanssakäymistä, jolla koitetaan saada aikaan vuorovaikutuksellinen yhteys (Kaloinen, Suntinen & Vallisaari 2009, 52). Vierumäen ollessa suuri toimija on Vierumäen henkilökunnan sisäisessä viestinnässä, kuin myös Vierumäen ja opiskelijoiden välisessä viestinnässä ilmennyt kehitystä vaativia osa-alueita. Parhaimmillaan Vierumäellä tapahtuva viestintä luo avoimen, kattavan ja molemminpuolisen hyödyn sekä työelämään että opiskeluun.

Kaloisen ym. (2009, 52) mainitsema yhteys tavoittelee molemminpuolista hyötynäkökulmaa, opiskelijoiden harjoitellessa alan opintoja ja Vierumäen saadessa opiskelijoiden tapahtumat alueelleen mahdollisine lisätienesteineen. Opiskelijoiden järjestämät tapahtumat kokoavat tuhannesta osallistujasta muutamiin kymmeneen osallistujiin eri ikäisiä ihmisiä Vierumäelle, tapahtuman luonteesta riippuen. Keskinäinen ja sisäinen viestintä on oltava riittävällä tasolla, jolloin katvealueita ja puutteellista informaatiota esiintyy mahdollisimman vähän.

Opinnäytetyön teoriatausta perustuu viestinnän, tapahtumajärjestämisen sekä lupa- ja lainsäädännöllisten asioiden kirjallisuuteen ja lähteisiin. Viestintä koetaan tärkeimmäksi osioksi opinnäytetyön tavoitteiden kannalta, täten se tuodaan esiin ensimmäisenä. Taustasuuden muut pääotsikot ovat yleisen tapahtumajärjestämisen oleellisia osioita tapahtuman rakentamisen kannalta. Opinnäytetyön aiheen takia painotus on viestinnän teoriassa, mutta kokonaisuuden kannalta tapahtumajärjestämisen sekä lupa- ja lainsäädännön teoriaosuudet sitovat kolme pääosuutta yhdeksi kokonaisuudeksi. Teoriaosuuksia tukemaan tekijät lisäsivät omiin kokemuksiin pohjautuvia käytännön esimerkkejä Vierumäen alueella opiskeluiden aikana järjestetyistä tapahtumista.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Vierumäen ja opiskelijoiden keskinäistä viestintää tapahtumajärjestämisessä. Eri toimialojen vastuuhenkilöiden haastattelut tuottivat asiaan vastauksia ja näiden pohjalta näkemykset kirjattiin opinnäytetyön tulokset-osioon. Jokaisen vastauksen perässä on tekijöiden kokemuksia, joka liittyy asiat konkretiaan. Näkemysten pohjalta muodostettiin toimialoille toimitettavat dokumentit (Liitteet 2-7) yhteydenottoa varten, sekä opinnäytetyön perimmäinen tarkoitus - toimintamalli opiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin. Visuaalinen toimintamalli (Liite 1) toimii tapahtumajärjestämisen perustana ja toiveena onkin sen käyttöönotto lukuvuoden 2018-19 alkaessa.

## 2 Viestintä

Viestintä on kahden tai useamman henkilön välistä kanssakäymistä. Kyseessä voi olla sanallista, sanatonta tai kirjoitettua viestintää. Viestin informatiivisuus määritellään vastaanottajan ymmärtämän tiedon mukaisesti. Viestinnässä on otettava huomioon kohteliaisuus sekä tilannetaju, jolloin saadaan myös muiden vahvuudet yhteiseen käyttöön. (Kaloinen ym. 2009, 52; Åberg 2002, 27)

Onnistunut viestintä johtaa onnistuneeseen yhteistyöhön. Jokaiseen viestintätilanteeseen tulisi suhtautua ainutkertaisena kokemuksena. Kun viestintään nähdään vaivaa korostaa se tilanteen uutuuden tunnetta. Uudet tilanteet vaativat enemmän valmistautumista, kun taas tuttuihin tilanteisiin on helpompaa suhtautua. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 33-34)

### 2.1 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä tarkoittaa yhteisön keskinäistä viestintää. Avoimuus viestiessä suunnitelmista ja tavoitteista antaa rehellisen kuvan yhteisön tavoista toimia. Kun viestintä hoidetaan yhteisössä mallikkaasti, jää huhupuheet ja epävarmuus vähäisiksi. (Kaloinen ym. 2009, 145.)

Tässä opinnäytetyössä sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan Vierumäen toimijoiden ja opiskelijoiden keskinäistä, sekä välistä viestintää. Viestinnän tarkoituksena on tiedottaa, ohjeistaa ja motivoida yhteisön toimintaa. Vuorovaikutuksesta ja sen asiallisuudesta on vastuussa projektipäällikkö ja toimijat, mutta viestiä voi kuka tahansa. Vierumäen toimijoilla on jo olemassa olevat viestinnän kanavat, joita ovat muun muassa henkilökunnan Intra, kaikille avoimet sosiaalisen median kanavat, sekä kotisivut. Opiskelijoista koostuvien projektiryhmien on sovittava projektikohtaisesti kanavat, väylät ja tavat sisäiselle viestinnälle.

Internetin kautta toimivat verkkokeskustelut eli chatit sallivat jokaisen kirjautuneen henkilön nähdä viestit. Tiedottaminen viikon ohjelmasta ja paikoista on hoidettava hyvissä ajoin, jotta projektiryhmällä on aikaa varautua. Sosiaalisen median yhteiset ryhmät toimivat tähän tarkoitukseen helpoiten. Tiedottaviin teksteihin lasketaan myös palaverista tehtävät muistiot. Muistioihin kirjataan myöhempää tarkastelua varten palaverissa sovitut ja läpikäytyt asiat, jotta osallistujille sekä poissaoleville jää yhteinen käsitys palaverista. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 46, 51.)

Opiskelijoista koostuvat projektiryhmät käyttävät hyödykseen lähes jokaisessa projektissa nykyajan yhteisöpalveluita. Ryhmien sisäinen viestintä tapahtuu useimmiten WhatsApp:iin luoduilla ryhmäkeskusteluilla, joissa viestintä on helppoa ja käytännönläheistä. Viestinnän käytänteet on sovittu etukäteen osaksi projektisuunnitelmaa, jossa on sovittu viestinnän kanavat, kokouskäytänteet sekä viestinnän roolit.

## 2.2 Ulkoinen viestintä

*“Ulkoinen viestintä tiedottaa yhteisön asioista ulospäin ja pitää yhteyttä erilaisiin ryhmiin yhteisön ympärillä. Ulkoinen viestintä rakentaa yhteisökuvaa yhteisölle tärkeiden ulkoisten yhteistyö- ja kohderyhmien keskuuteen.”* (Siukosaari 2002, 131.)

Ulkoinen viestintä suuntautuu yhteisöltä ulkoisille sidosryhmille, kumppaneille ja asiakkaille. Yhteisön imago luodaan ulkoisen viestinnän keinoin, esimerkiksi median avulla. Ulkoisella viestinnällä tavoitellaan tunnettavuutta ja usein pyritään tekemään omasta yhteisöstä parempia kuin muut. Se tuo mukanaan kilpailua yhteisöjen välille, joka lisää ulkoista viestintää. Yhteisön johto vastaa ulkoisesta viestinnästä, apunaan mahdollinen tiedotustiimi. (Kaloinen ym. 2009, 154-155.)

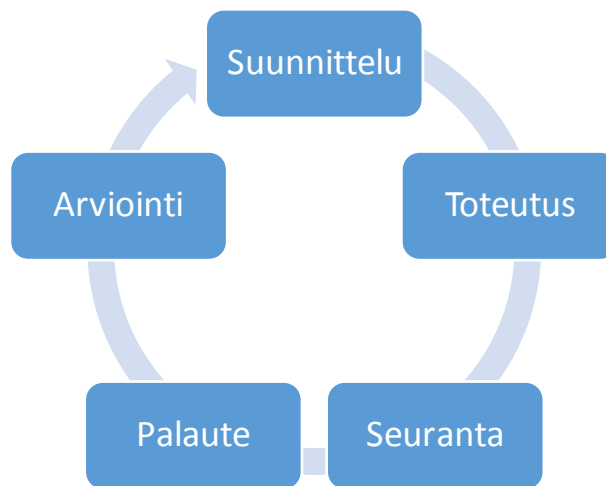
Projektiryhmän ulkoinen viestintä jakautuu kahteen suurempaan kokonaisuuteen: yhteistyökumppaneiden hankkimiseen ja yhteydenpitoon, sekä tapahtumaan osallistuvien henkilöiden tiedottamiseen. Yhteistyökumppaneiden lähestymiseen ja hankintaan on suunniteltu etukäteen puhelu- ja sähköpostirungot joita käyttämällä jokainen mahdollinen kumppani saa samat tiedot yhteyttä otettaessa, sekä projektin edetessä. Näillä suunnitelluilla rungoilla pyritään ehkäisemään epätietoisuutta sekä vajavaisuuksia viestinnässä ketjussa, joka osaltaan helpottaa ja yksinkertaistaa molemminpuolista vuoropuhelua. Tapahtumaan osallistuville henkilöille tiedottaminen tapahtuu useimmiten yhteyshenkilön kautta. Jos kyseessä on suuri osallistujien otanta, tapahtuu tiedottaminen yhteisön viestintävastaavan välityksellä, joka lisää tarvittaessa flyereita nettisivuille tai ilmoitustauluille. Pienemmän ryhmän kanssa yhteyshenkilö on yksi yhteisön jäsenistä jonka vastuulle jää viestin kuluttaminen jokaiselle asianosaiselle.

## 2.3 Viestinnän suunnittelu

Viestinnän tärkeitä pääpiirteitä ovat tavoitteellisuus, järjestelmällisyys, panostus sekä viestinnän työkalujen hyödyntäminen. Viestintä rakentuu kokonaisuudesta, joka sisältää viestintäsuhteet, viestien sisällöt, järjestelmälliset asiat ja viestintään käytettävissä olevat resurssit. (Juholin 2010, 60.)



Viestinnän suunnittelu jaotellaan kolmeen pääluokkaan: strategiseen, taktiseen ja operatiiviseen suunnitteluun. **Strategisella tasolla** linjataan viestinnän punaiset langat, jotka tukevat yhteisiä strategisia tavoitteita ja joiden oletetaan ajavan organisaatiota kohti tavoitteitaan suorasti tai välillisesti. **Taktisella tasolla** selvitetään viestintään varatut henkilö-, laite-, ja taloudelliset resurssit sekä sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden määrä ja niihin tarvittavat toimintamallit. **Operatiivisella tasolla** käsitellään vuosisuunnitelmaa ja siihen liittyvää budjettiarviota, sekä kuinka viestintä käytännössä toteutetaan. Koko suunnitteluprosessi (Kuvio 1) koostuu suunnittelusta, toteutuksesta, seurannasta, palautteesta ja arvioinnista. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2011, 9-10.)



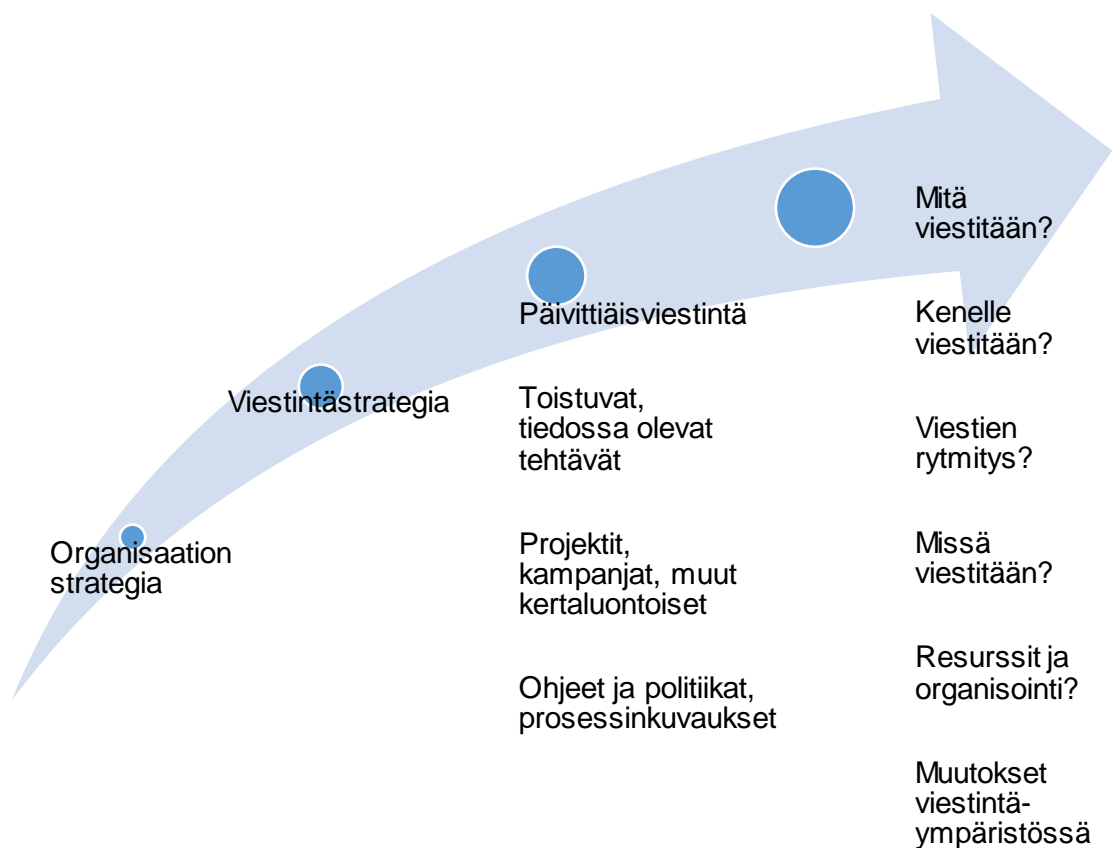
Kuvio 1. Viestinnän suunnitteluprosessi (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2011, 9.)

Juholin (2017, 94) pureutuu viestinnän suunnittelussa (Kuvio 2) enemmän konkreettisiin, sekä niin sanottuihin jokapäiväisiin viestinnän alueisiin. Alueet jaotellaan neljään osa-alueeseen, joista ensimmäisenä linjataan päivittäisviestintä. Päivittäisviestintä on nimensä mukaan yhteisössä päivittäin tapahtuvaa viestintää. Se on säännöllistä ja ajantasaista, jota ei välttämättä pidetä edes viestinnän osa-alueena vaan ennemminkin osana päivittäistä normia. Kuitenkin sen puuttuessa, ongelmia alkaa ilmetä saman tien. Esimerkkinä tärkeän ilmoituksen puuttuminen tai akuutin asian unohtuminen, josta seuraa ongelmia sen pienissä sekä suurissa muodoissa. Organisaation on hyvä sopia päivittäisviestinnälle raamit, jossa sovitaan muun muassa viestinnän kohdentaminen, frekvenssi, vastualueet sekä mitä viestintäkanavia käytetään viestiessä henkilöstölle tai sidosryhmille.

Toisena osa-alueena ovat viestinnän jaksottainen tai vuosikohtainen suunnittelu, mikä sisältää uudelleen toistuvat, ainutkertaiset sekä jo tiedossa olevat tehtävät ja tapahtumat. Vuosittaiset tehtävät ja tapahtumat on helppo liittää yhdeksi suureksi suunnitelmaksi, jota

usein kutsutaan vuosikelloksi tai vuosikalenteriksi. Ne ovat käytännöllisiä viestinnällisiä tapoja suunnitella ja organisoida koko vuoden tehtävät ja tapahtumat yhdelle pohjalle, jolloin tieto on helposti saatavilla ja helposti tulkittavissa. Vuosikello pitää sisällään jokavuotiset tapahtumat, joille on vakiintunut työryhmä ja -tavat. Erityissuunnittelua ei vaadita, sillä vastaavat henkilöt ja työryhmät sopivat etenemisestä omana työryhmänään. (Juholin 2017, 94-109.)

Kolmantena osa-alueena ovat kertaluonteiset projektit, tapahtumat, kampanjat ja toimenpiteet. Nämä tehtävät tarvitsevat usein oman toiminta- ja projektisuunnitelmansa niiden kertaluonteisuuden takia. Viimeisenä ja neljäntenä viestinnän osa-alueena on ohjeet, politiikat ja prosessikuvaukset. Ohjeet ovat tarkkoja kertomuksia siitä, miten asia tehdään. Ohjeistus on takuu sille, että asiat tehdään yhtenäisellä linjalla laadun takaamiseksi riippumatta tekijästä tai työryhmästä. Poliittikka osoittaa yhteistyökumppaneiden toimitukselliset periaatteet, jotka ovat käytännössä raamit siitä, kenelle tehdään, mitä käsitellään, millä tavoin, sekä kuinka usein. Prosessikuvauksia tehdään tehtäviin, joissa on tärkeä viestiä yhtenevillä linjauksilla. Tällaisia kuvauksia edustavat muun muassa organisaatiossa noudatettavat graafiset linjaukset, sekä sosiaalisen median pelisäännöt. Pienempiä ohjeistuksia ovat esimerkiksi tiedotteet, puhelimeen vastaaminen, sähköpostirungot, sekä asiakastapaamisten kulku. (Juholin 2017, 94-109.)



Kuvio 2. Käytännön suunnittelun viitekehys (Juholin 2017, 94.)

Sisäinen viestintä, josta Siukosaari (2002, 79-81) puhuu sisäisenä tiedottamisena, linjaa päivittäisviestinnän vastuun tiedon tuottajille, siitä tiedottaville sekä tietoa välittäville henkilöille. Käytännössä tämä kattaa useasti koko työyhteisön ja täten voidaan todeta päivittäisviestinnän olevan kaikkien vastuulla. Päivittäisviestintä voidaan kokea yhdeksi helpoimmista viestinnän osista kehittää ja viedä eteenpäin, sillä viestinnän kohderyhmä on useasti hyvin lähellä ja helposti tavoitettavissa.

Projektiryhmän viestinnän suunnittelu rajautuu projektin lyhyen elinkaaren takia osaksi projektisuunnitelman suurempaa kokonaisuutta. Projektisuunnitelmassa tuodaan esiin viestinnän käytänteet, kanavat ja roolit, joilla pyritään luomaan mahdollisimman tehokas viestinnän kenttä. Jos projektiryhmän viestinnän suunnittelua liitetään teoreettiseen ympäristöön, voitaisiin se jaotella Kortetjärvi-Nurmi ym. (2011, 9-10) mukaan taktiseen ja operatiiviseen kehykseen. Vierumäen toimintaympäristössä Juholinin (2017, 94-109) tapa suunnitella viestintä on sopivampi projektiryhmille. Ryhmien vaihtuvuus ja projektien laaja kirjo vaativat jokainen oman projektisuunnitelman oppimiskriteerien takia ja ryhmän koon vaihdellessa resurssien suunnittelu ei ole jokaisessa projektissa samanlaista.

## **2.4 Viestinnän kehittäminen**

Viestintä on jatkuvaa arviointia ja sen kehittäminen perustuukin onnistuneeseen mittarointiin ja palautteen tulkittamiseen. Arvioinnilla pyritään hahmottamaan viestinnän nykytilanne ja tunnistamaan kehittämistä vaativat kohteet. Jotta tehokasta kehittymistä voi tapahtua on viestinnässä hyvä olla kriteerit joihin peilata arvioinnin onnistumiseksi. (Juholin 2010, 28.)

Viestinnän arvioinnin periaatteet on kiteytetty seitsemään pääkohtaan viestinnän kansainvälisiä ammattilaisia ohjeistavassa julkaisussa:

1. Tavoitteiden määrittely ja mittaaminen viestinnän kehittämisen perustana.
2. Viestinnän kokonaisvaltainen mittaaminen pelkkien välittömien reaktioiden ja tulosten sijaan.
3. Viestinnän vaikutus koko organisaation tuloksiin.
4. Mittaaminen ja arviointi vaativat sekä kvalitatiivisia, että kvantitatiivisia menetelmiä.
5. AVE (Advertising Value Equivalents) ei mittaa onnistunutta viestintää. AVE tarkoittaa mediatilan tai media-ajan muuttumista rahalliseksi arvoksi.
6. Sosiaalinen media tulisi mitata samanarvoisena muiden viestinnän kanavien kanssa.

7. Mittaaminen ja arviointi tulisi olla läpinäkyvää, johdonmukaista sekä validia tietoa. (Jackson 2015).

Viestintää voidaan mittaroida usealla eri tavalla, joista osaa on helpompi mitata ja arvioida kuin toisia. Avainkysymyksiä onnistuneeseen viestinnän arviointiin ovat tiedonkulun topit ja flopit: Mikä viestinnän kanava toimii, mikä ei? Onko tieto kulkenut riittävästi? Mitä häiriötekijöitä tiedottamiseen liittyy? Tarvitseeko viestinnän kohde muuta tietoa? Toimiiko esimiesviestintä? Luetaanko tiedotteet ja viestit, entä miten ne on ymmärretty? Toimivatko tiedotukseen varatut tilaisuudet ja tilat? Ovatko viestinnästä vastaavat henkilöt välittäneet tietoa tarpeeksi toimihenkilöille, työntekijöille ja asianosaisille ja näin ollen ymmärretäänkö viestit, niiden alkuperäisessä tarkoituksessaan? (Siukosaari 2002, 120.)

Edellä mainittuihin kysymyksiin voidaan valtaosaan saada vastauksia esimerkiksi toteuttamalla kyselyitä tai tutkimuksia. Näitä vaihtoehtoja on oikeilla työkaluilla helppo mitata ja arvioida, kun ne on toteutettu oikein ja todettu validiteetiltaan luotettaviksi. Pienempiin henkilökunnalle tai työyhteisölle tehtäviin mittauksiin hyviä keinoja ovat kuunteleminen ja päivittäisviestinnän havainnointi. Kuuntelemista voidaan käyttää pienten kehityskohteiden esiintuomiseen, jotka eivät vaadi kyselypohjaa, mutta parantavat kuitenkin organisaation sisäistä viestinnän laatua. Haastattelut ovat kuuntelua järjestelmällisempi keino saada tietoa onnistumisista ja epäkohdista, sillä ne voidaan toteuttaa suurellekin kuulijakunnalle. Haastattelu on erinomainen tapa kerätä tietoa viestinnän onnistumisesta lomakkeiden avulla ja ne voidaan eriyttää tarpeen mukaan segmentille sopivaksi. Kaikki edellä mainitut mittaroinnin tavat ovat toteutettavissa uudelleen tietyin väliajoin, jolloin kehittämistä vaativia kohteita voidaan keskittyä parantamaan ennen seuraavaa mittausta. (Siukosaari 2002, 120.)

Monipuolisissa viestintäkanavissa sanavalinnat ovat ratkaisevia, sillä esimerkiksi puhuessa voimme vain rajallisesti kontrolloida kulloinkin kaikkein parhainta ja tarkoituksenmukaisinta sanavalintaa. Toisaalta on huomioitava jokaisen viestin ainutlaatuisuus ja kertaluontoisuus. Vastaanoton kannalta pystytään esittämään tarkentavia kysymyksiä ja saada viestistä myös löydettyä oikea tarkoitus. Toisena esimerkkinä sähköpostin kirjoittaminen ryhmälle antaa mahdollisuuden kontrolloida ja valita parhaan mukaan sopivimmat sanavalinnat. Viestin vastaanottajan on tässä kuitenkin mahdollisuus eksyä viestin välittäjän raiteilta, ja viesti voi saada erilaisen merkityksen mitä ajateltu. (Puro 2004, 49.)

Opiskelijoiden projekteissa viestinnän kehittäminen jää usein vähälle huomiolle itse projektin päättyessä. Kun aloitetaan uusi projekti, on se hetki missä kuitenkin kehittymistä tapahtuu. Siirryttäessä uuteen projektiryhmään voidaan keskustella suunnitteluvaiheessa

viestinnässä esiintyneitä epäkohtia ja sitä kautta kehittää viestintää toimivammaksi uuteen ryhmään.

## **2.5 Palaute**

Palaute määritellään Ahosen ja Lohtaja-Ahosen (2011, 13) mukaan viestin välittäjän saaman informaation perusteella siitä, että viestin vastaanottaja on reagoinut informaatioon. Toisin sanoen palautteeseen liittyy palautteenantaja ja sen vastaanottaja. Palaute ohjaa tekemistä ja antaa suunnan toiminnan vaikutuksesta muihin ihmisiin.

Palautteenannolla on suora vaikutus työyhteisön tai projektiryhmän työskentelyyn. Palaute on paras tapa kasvattaa itseluottamusta ja itseluottamus luo onnistumisen kokemuksia. Samalla se on tehokkain tapa käynnistää muutos. Toimintaan saa muutoksen, jos siihen annetaan hyvät perustelut. Muutosta ei tapahdu, jos sitä ainoastaan vaaditaan. Palaute tuo mukanaan myös vastuullisuuden. Kun jokainen projektiryhmän jäsen kokee ottavansa vastuun tekemisistään ja tunnistaa työnsä merkityksen ryhmälleen on hän valmis antamaan itsestään enemmän. Mielenpitoet ja teot voidaan palkita tai niistä voidaan keskustella, kunhan projektiryhmän jäsenet pääsevät omiin tavoitteisiinsa ja sitä kautta ryhmän yhteisiin tavoitteisiin. (Ahonen & Lohtaja-Ahonen 2011, 5, 14, 23, 180-181.)

Palautteen antamisen vaikeutena koetaan kuitenkin suomalainen työskentelykulttuuri. Tässä kulttuurissa palaute, varsinkin myönteinen, koetaan turhaksi ja virattomaksi. Tämä ennakoasenne näkyy myös haluttomuutena ottaa palautetta vastaan ja vähättelynä palautteen arvolle. Työskentelykulttuuri arvostaa työkeskeisyyttä ja suorituksista palkitsemista. Palaute tulisikin sitoa vahvasti työsuorituksiin, sillä muusta syystä annettu palaute koetaan pinnalliseksi kehumiseksi, jota ei pidetä uskottavana. (Järvinen 2016, 112-113.)

Vierumäellä tapahtuvassa projektityöskentelyssä palaute on vahvasti sidottu projektin päättymiseen ja palautekeskusteluun. Palautekeskustelussa kootaan yhteen koko projektista saatu palaute, jonka pohjalta arviointi tapahtuu arviointikriteereihin peilaten. Projektiryhmän työskentelyn palaute toki näkyy päivittäisviestinnässä kehuin ja rakentavin osioin. Projektin aikana palautetta harvemmin käydään läpi yksityiskohtaisesti vaan se on sidottu projektin päättymisen jälkeen, kuten aiemmin on mainittu.

### **2.5.1 Palautteen rakenne**

Turaga (2017, 53-55) jakaa artikkelissaan sanan palaute (feedback) kahdeksaan teemaan, joita noudattamalla palautteenannon rakenne pysyy tiiviinä ja helposti kuunneltavana:

**F - Facts, faktat:** Palautetta antaessa on tärkeä pysyä todenmukaisissa esimerkeissä keskittymättä liikaa yksilön tekemiin virheisiin. Asia on syytä pitää faktana eikä liioitella tapahtunutta olettamuksien ja käsitysten perusteella

**E - Empathize, empatia:** Kyky ymmärtää toisen tunteet palautetta antaessa, jotta kehittyminen palautteen perusteella on mahdollista.

**E - Environment, ympäristö:** Ympäristön tulisi olla palautteen antamiseen sopivaa. Palautteenanto prosessi saattaa herättää ennalta-arvaamattomia tunteita ja reaktioita, joten ympäristö ei voi itsessään olla lietsova tai rauhaton.

**D - Decisions, jatkotoimenpiteet:** Jokaisen palautteenannon jälkeen tulisi saavuttaa ratkaisu jatkosta. Päätösten tulisi sisältää toteutuksellinen aikataulu jatkotoimenpiteistä. Ilman yhteistä ratkaisua palaute saattaa jäädä kuulemattomaksi ja kehitystä ei saavuteta.

**B - Behaviour, käyttäytyminen:** Käyttäytymisen ymmärrettävyys perustuu usein asenteisiin ja ajattelutapojen arviointeihin. Tuomalla palaute julki omiin tuntemuksiin pohjautuen, voidaan palautteen ulosanti muuttaa negatiivisesta positiiviseksi.

**A - Appreciate, arvostus:** Palaute ei ainoastaan tarkoita negatiivista vaan voi sisältää kiitosta ja positiivisia onnistumisia korostaen. Saadessaan palautetta myös positiivista asiasta voi se kääntyä myös kehittäväksi palautteeksi.

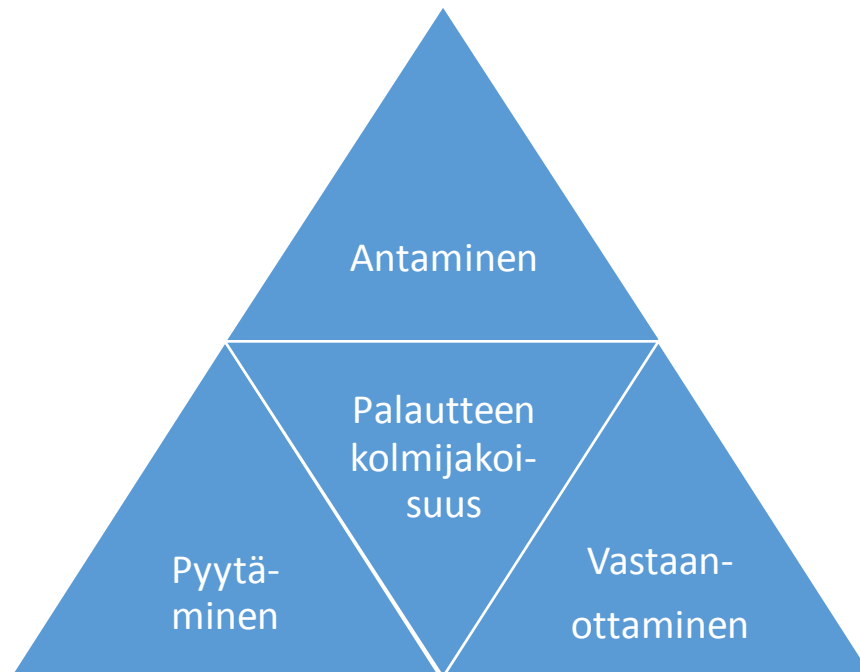
**C - Communicate, kommunikaatio:** Palautteenanto ei ole yksipuolista keskustelua, vaan sen täytyy sisältää molemminpuolista kanssakäymistä. Avoin kahdensuuntainen keskustelu on aina avain yhteisymmärryksen löytämiseksi.

**K - Kool (Calm and Cool), ammattitaito:** Kyky pysyä kehittyvän tilanteen yläpuolella ja palautetilaisuuden herrana. Palaute voi johtaa tunteenpurkauksiin tai vastaväitteisiin, jolloin on tärkeä pitää malttinsa ja vastata empaattisesti tilanteen vaatimalla tavalla palautteen aiheessa pysyen.

### **2.5.2 Palaute kokonaisuutena**

Toimivan työyhteisön peruspilareita ovat palautetaitojen osaaminen. Palautetaidot jaetaan kolmeen pääpiirteeseen (Kuvio 3): palautteen antaminen, pyytäminen ja vastaanottaminen. Palautetta saa, jos sitä osaa pyytää, joka usein rohkaisee myös muita työyhteisön

jäseniä palautteen antoon. Palautetaidot ovat suoraan verrannollisia ihmisen vuorovaikutustaitoihin ja niitä kehittämällä myös palautetaidot kehittyvät. Ihanne tilanteessa nämä kolme toimivat yhteistyössä keskenään avoimesti, jolloin palautteen pyytäminen, sen antaminen ja vastaanottaminen ovat tasapainossa keskenään ja jatkuva kehittyminen on palautteen pohjalta mahdollista. (Ristikangas & Ristikangas 2010, 239-241.)



Kuvio 3. Palautteen antaminen, pyytäminen ja vastaanottaminen (Ristikangas & Ristikangas 2010, 239.)

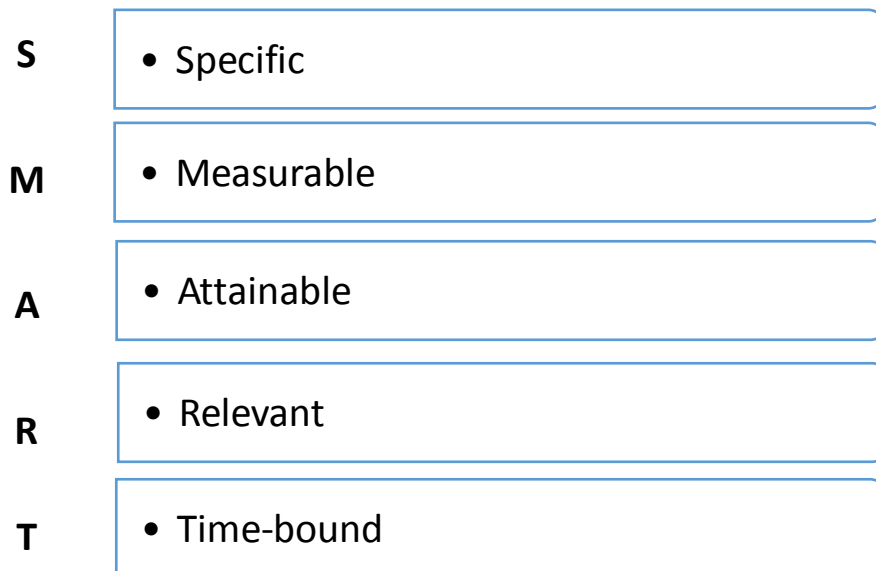
## 2.6 Digimarkkinointi

Digitaalinen markkinointi eli digimarkkinointi on muun muassa Internetin, mobiilin, tekstiviestin ja sähköpostin avulla kulkevaa myyntiä ja markkinointia. Digitaaliset viestintäkanavat ovat yleistyneet teknologian kehittyessä nopeasti ja nykyajan yritykset hyödyntävät näitä kanavia lähes jokapäiväisessä markkinoinnissaan. Digitaaliseen markkinointiin voi törmätä muun muassa verkkosivujen, sosiaalisen median, uutiskirjeiden ja muiden sähköisten viestien muodossa. Digimarkkinoinnin kehittymistä voidaan seurata kävijä- ja seuraajamäärien kasvuna. Seuraajien aktiivisuus kielii myös laajentuneesta kuulijakunnasta, joka asettaa omat haasteensa sisällöntuottamiselle. Mielekäs sisältö pitää seuraajat kiinnostuneina ja aktiivisena, joka ruokkii digimarkkinoijaa tuottamaan lisää sisältöä. (Karjaluoto 2010, 13-14. Lehtonen, 9.3.2018.)

Digimarkkinoinnin käyttäminen tapahtumajärjestämisessä näkyy usein mediaviestintänä. Yleisesti mediaviestinnällä pyritään luomaan helposti löydettävä, sekä selkeä kuva yrityk-

sestä. Tapahtumajärjestämisessä mediaviestintää voidaan soveltaa kohderyhmän tarpeisiin sopivaksi, jolloin tapahtuman osallistujakunta löytää tarvitsemansa tiedon vaivatta. Mediaviestinnän peruspilarit rakentuvat molemminpuoliseen kanssakäymiseen - tavoita ja ole tavoitettavissa. Käyttämällä useita viestinnän kanavia luodaan sisältöä, mutta laatu merkitsee enemmän kuin määrä. (Taloudellinen tiedotustoimisto 2015.)

Sisällöntuottaminen digimarkkinoinnin kanavissa vaatii aina sisältöstrategian. Strategia sisältää kaiken mitä halutaan saavuttaa ja kenet tavoittaa kanavien välityksellä. Sisällöntuotossa on syytä linjata viestien luonne; opettavainen, informatiivinen, viihdyttävä vai kilpailullinen. Kun luodaan yksittäisiä markkinointiviestejä, voidaan käyttää jo 80-luvulla luotua sisällöntuoton runkoa, jota tänä päivänäkin käytetään viestien luomiseen. Doranin (1981, 36) kehittämä viestin S.M.A.R.T –rakenne (Kuvio 4) muodostuu suomennettuna sanoista; kohdennettavuus, mitattavuus, saavutettavuus, asiapitoisuus ja viestin säilyvyys. (LePage 2017.)



Kuvio 4. S.M.A.R.T goals. (Doran 1981, 36.)

Tapahtumille luodut digimarkkinoinnin viestimien tunnukset tuovat lisäarvoa projektille, selkeyttävät tapahtuman kulkua osallistujille ja mahdollistavat kaksisuuntaisen viestimisen projektiryhmän ja osallistujan välille. Yleisimmin käytetyt digimarkkinoinnin kanavat opiskelijaprojekteissa perustuvat sosiaaliseen mediaan ja tekijöiden omasta kokemuksesta suosituimmat ovat Instagram, Facebook ja Twitter.



## 2.7 Sosiaalinen media

Yhteisöpalveluilla eli sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan käsitettä, joka kattaa verkkopalveluita kuten Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, WhatsApp, blogit ja wikit. Sosiaalinen media, tuttavallisemmin SoMe, on ilmiö, joka on vaikuttanut viimeisen kymmenen vuoden ajan monen ihmisen elämään sekä yhteiskuntaan. Sosiaalista mediaa voidaan käyttää yleiseen tiedottamiseen tai kohdennettuun viestintään eri kohderyhmille. Sosiaalisen median seurantatyökaluilla voidaan selvittää tarkasti kutakin verkkopalvelua seuraavien ryhmien rakenne ja määrät. Seurantatyökaluja ovat muun muassa Facebookin oma kävijätietolaskuri, Twitterin Analytics ja Instagramin Iconsquare sovellus. (Honkonen & Röngäs 2016; Lehtonen, 9.3.2018)

Sosiaalisen median käyttö on yleistynyt suomalaisessa kulttuurissa lähivuosien aikana yhä yleisemmäksi, vaikkakin sen käyttö on hyvin ikäsidonnaista. Vuonna 2014 tehdyssä tutkimuksessa selvisi, että 51% suomalaisista 16-89 vuotiaista on seurannut yhteisöpalveluja viimeisen kolmen kuukauden aikana. Ikäsidonnaisuus tulee näkyviin etenkin pienten ja suurten ikäluokkien välillä. 16-24 vuotiaista 93% seuraavat SoMea, kun vastaava luku 65-74 vuotiailla on 15%. 75-89 vuotiaista vain 3% on käyttänyt yhteisöpalveluja viimeisen kolmen kuukauden aikana. (Tilastokeskus 2014.)

Vierumäellä sosiaalinen media on yksi alueen tehokkaista sisäisen sekä ulkoisen viestinnän kanavista. Sisäisen viestinnän kanavana se toimii yleisten asioiden informoimisesta alueella toimiville ja oleskeleville vapaa-ajan asiakkaille, alueen opiskelijoille, asukkaille sekä työntekijöille. Ulkoiseen viestintään se on markkinoinnin työkalu, jossa eri kanaviin on suunnattu eri kohderyhmiä koskeva sisältö. Vierumäki käyttää viittä sosiaalisen median kanavaa jotka ovat: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ja kotisivut. Vierumäen Facebookin asiasisältö on suunnattu enimmäkseen vapaa-ajan asiakkaille, koska se on tiedon jakamisen alustana hyvinkin rajaton. Instagram suuntautuu nuorille, naisille sekä muun muassa leiritoimintaan. Twitter on urheilupainotteisempi formaatti, kun taas LinkedIn on yritysmarkkinointiin suunnattu kanava. Vierumäen kotisivut ovat kaikille informatiivinen ja avoin kanava, jota käytetään tiedottamiseen ja markkinointiin. (Lehtonen, 9.3.2018)

Tärkeänä osana Vierumäen sosiaalisen median käyttöä on eri kohderyhmille suunnattu laadukas sisältö. Kaikkia pitäisi pystyä miellyttämään kuitenkin tekemättä somesta irrallista viestien sekamelskaa. Juuri tästä syystä eri kanavien käyttö helpottaa kohdentamaan viestit oikeille kuulijoille. (Lehtonen, 9.3.2018)

### 3 Tapahtumajärjestäminen

#### 3.1 Mikä on tapahtuma?

Tapahtuma eli yleisötilaisuus kuvataan kokoontumislaissa yleisölle avoimeksi huvitilaisuudeksi tai siihen rinnastettavaksi tilaisuudeksi. Yleisötilaisuuteen ei kuulu mielenosoitusta tai muuta yleisen kokoontumisen kautta järjestettyä tilaisuutta. (KL 1 luvun 1 § (22.4.1999/530.)) Jos yleisötilaisuuteen osallistuminen vaatii kutsun tai tietyn yhteisön jäsenyyden, sovelletaan siihen liittyviä säädöksiä, jollei tilaisuutta voida pitää yksityistilaisuutena (Poliisi). Tässä opinnäytetyössä käsite yleisötilaisuus korvataan käsitteellä tapahtuma.

Opiskelijoiden järjestämät tapahtumat Vierumäellä vaativat useiden opintokuukausien valmistelun. Valmistelulle löytyy selkeä alku sekä tapahtumalle päätös. Koko tätä aikaa voidaan kutsua projektiksi. Opiskelijoiden työskentelyä arvioidaan tarkkaillen ja lopuksi katsotaan, että saavutettiin alkuun asetetut tavoitteet niin oppimisessa, kuin tapahtumajärjestämisessä itsessään. Tavoitteet on asetettu tehtävänannossa, mikä tapahtuu joko opettajien, Vierumäen henkilökunnan tai ulkopuolisen toimijan puolesta. Kun tehtävä on selvillä, sitä kohden suunnataan tapahtuman sekä oppimisen tavoitteet, josta päästään aloittamaan projektityöskentely. (Juholin 2009, 122.)

Juholin (2008, 257-258.) jakaa tapahtumatuotokset materiaalisiin ja immateriaalisiin. Materiaaliset tuotokset luonnehditaan pysyviksi esimerkiksi rakennukset, kiinteistöt ja tuotteet. Vierumäelle tuotetut tapahtumat luokittelevat immateriaalisiin tuotoksiin eli palveluihin, kokemuksiin ja elämyksiin. Opiskelijoiden järjestämät tapahtumat voivat kuitenkin olla toimeksiannosta toteutettuja, aiheesta tai ideasta hahmoteltuja tai omasta päähänpistosta temmattuja. Vaikka aloitus voi olla sumea, täysin selkeä tai vaihtelevan idearikas, yhteistä näille kuitenkin on projektityöskentely.

Van der Wagenin ja Whiten (2010, 3) mukaan tapahtumaa voidaan luonnehtia kertaluontoisesti järjestettäväksi, mutta myös vuotuiseksi samassa paikassa samaan aikaan paikansa ottavaksi tapahtumaksi. Tapahtuma on luonteeltaan lyhytkestoinen ja vaatii pitkän aikavälin suunnittelua, joissa turvallisuusriskit ovat normaalia korkeammat. Asiakas kokee tapahtumat "once in a lifetime" tyyppisiksi, joissa usein järjestäjällä on paljon pelissä niin rahallisesti, kuin maineellisestikin.

Opiskelijoiden järjestämät tapahtumat Vierumäelle ovat kuten Van Der Wagen ja White (2010, 3) toteavat sekä vuotuisia että kertaluontoisia. Vuotuisista tapahtumista esimerk-

keinä Haaga-Helian Virkistyspäivä, Adventure Race ja Sweet Sweat. Kertaluontoisia tapahtumia ovat muun muassa eri lajien Opiskelijoiden SM-kilpailut, Elektronisen Urheilun seminaari ja Senioripäivät.

Vallo ja Häyrinen (2008, 57) yksinkertaistavat tapahtuman luokittelun kolmeen luokkaan: asiatapahtumat, viihdetapahtumat sekä asiapitoiset viihdetapahtumat. Asiatapahtumiin luokitellaan seminaarit, kokoukset ja muut tapahtumat, joissa on tarjolla paljon asiapitoista informaatiota. Viihdetapahtuman on tarkoitus viihdyttää kävijää ja luoda elämyksellinen kuva tapahtumasta. Asiapitoinen viihdetapahtuma voi olla yhteisön oma asiatapahtuma, joka on järjestetty suuremman viihdetapahtuman alle.

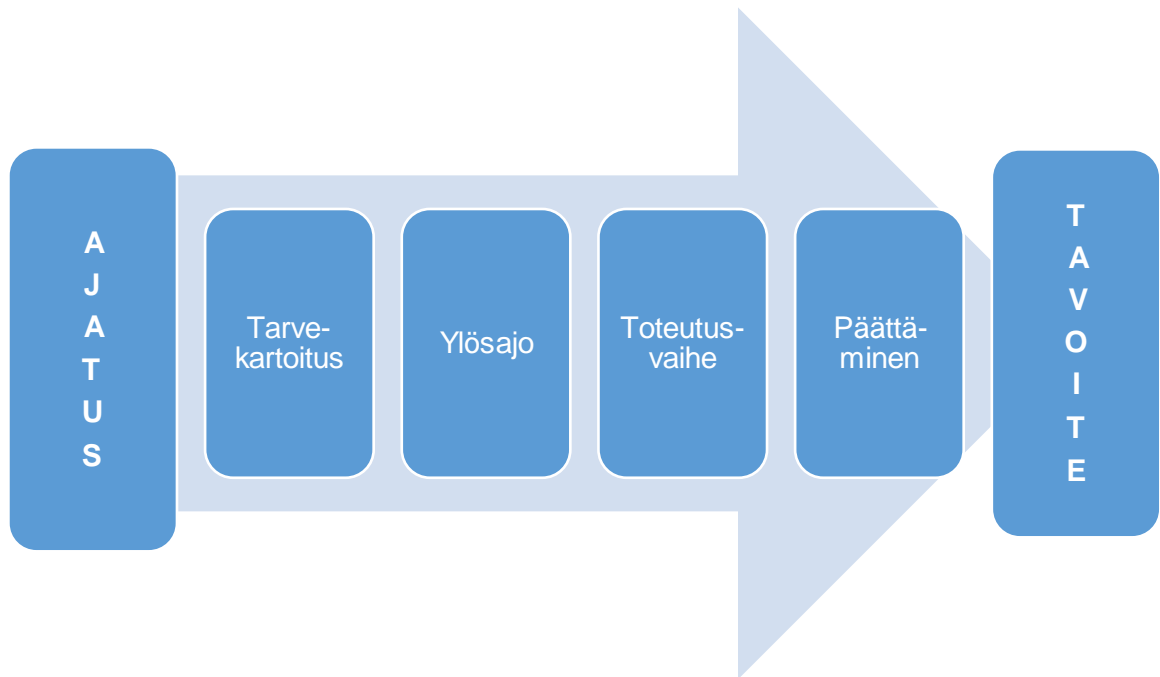
Vierumäelle suunnatuissa opiskelijoiden järjestämässä tapahtumissa kyse on julkisista tapahtumista. Tapahtumiin saapuu ulkopuolelta osallistujia, joille järjestetään aktiviteetteja. Osallistujat ovat saaneet kutsun tai heidät on ryhmänä kutsuttu paikalle. Kuitenkaan aluetta ei muilta käyttäjiltä ole rajattu ja kenen tahansa ulkopuolisen on mahdollista päästä paikan päälle liikkumaan. Vaikka aktiviteetit ovat rajattuja vain osallistujille, ei tilaisuuksia voida laskea yksityistilaisuuksiksi. Kaikkiaan tapahtumat sisältävät sekä asia- että viihdetapahtumia, kuten Vallo ja Häyrinen (2008, 57) tapahtumat jaottelevat.

Kuten aiemmin mainittiin opiskelijoiden järjestämät tapahtumat vaativat useiden kuukausien valmistelun. Voisiko opiskelussa joitakin projekteja toteuttaa nopeammalla aikataululla? Kun projektit suuntautuvat jo valmiiksi suoraan työelämään, ei sielläkään järjestämisprosessiin ole käytössä kuukausia. Opiskeluun kaivataan malleja nopeisiin lähtöihin tapahtumajärjestämisestä. Lyhentämällä suunnitteluprosessia olisi silti mahdollista tuottaa laadukas tapahtuma opittujen asioiden, opettajien sekä työelämä edustajien sekä toimintamallin (Liite 1) avustuksella. Toimintamalli on opinnäytetyön tekijöiden ehdotus ja mallinnus tapahtumajärjestämisestä ja sen aikatauluttamisesta Vierumäelle.

### **3.2 Työvaiheet**

Vallo ja Häyrinen (2008, 147) mukaan "*Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe*". Onnistuneen ja laadukkaan tapahtuman järjestämiseen tulee varata aikaa suunnitteluvaiheen alusta jälkimarkkinointivaiheen loppuun vähintään kahdeksan viikkoa. Näin varmistetaan laadukas suunnittelu tapahtumalle ja tapahtuman toteutuksesta ei jouduta tinkimään laadullisesti. Tapahtumajärjestämisen prosessi voidaan jakaa prosentuaalisesti näiden kolmen vaiheen kesken seuraavasti: Suunnitteluvaihe 75% käytössä olevasta ajasta, toteutusvaihe 10% käytössä olevasta ajasta ja jälkimarkkinointivaihe 15% käytössä olevasta ajasta.

Tapahtumaprosessille voidaan luoda sen vaiheiden perusteella elinkaari, joka osoittaa etenemisjärjestyksen projektin alusta, aina päättymisen jälkeiseen jälkimarkkinointiin asti. Tapahtumaprosessi voidaan jaotella myös neljään vaiheeseen (Kuvio 5): tarvekartoitukseen, ylösajoon, toteutukseen ja päättämiseen. Tarvekartoituksen ja ylösajon voi kuitenkin yksinkertaistaa Vallo & Häyrinen (2008, 147.) teoksessakin mainitulla tavalla yhdeksi suunnitteluvaiheeksi. (Kasvi, Ruuska & Vartiainen 2003, 15.)



Kuvio 5. Määräaikainen ja -muotoinen projekti vakaassa toimintaympäristössä. (Kasvi ym. 2003, 14).

### 3.2.1 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman suunnitteluvaihe sisältää projektin aloittamisen, budjetin määrittämisen, resurssien selvityksen, päätöksenteon, tapahtumaohjelman varmistamisen sekä käytännönjärjestelyt. Suunnitteluvaihe saattaa tapahtumasta riippuen kestää muutamasta kuukaudesta jopa vuosiin. Kestoltaan se on aina tapahtumaa järjestettäessä eniten aikaa vievä työvaihe. Jotta tapahtuman kokonaisbudjetin pystyy muodostamaan, tulee selvittää kokonaisvaltaiset menot. (Vallo & Häyrinen 2008, 147-148.)

Suunnittelu aloitetaan projektiryhmän kokoamisesta ja roolien määrittämisestä. Projektiin valitaan aina yksi tai useampi projektipäällikkö, joiden vastuulla on projektin johtaminen ja viime kädessä päätöksen tekeminen. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu projektiryhmän organisointi, kokouskäytänteet ja -johtaminen, budjetointi ellei siihen ole erikseen valittu vastuhenkilöä, viestintä eri toimijoiden välillä sekä projektin jatkuva dokumentointi. Projekti-

päällikkönä toimimisen peruspilareita on varmistaa sovitut asiat, erotella omat mieltymykset projektin tavoitteista, muistaa kohderyhmä, laatia back-up plan, ohjeistaa ja edustaa projektiryhmää ja muita projektissa mukana olevia sekä motivoida omalla käytöksellä ja tekemisellä muita onnistumisiin. (Vallo & Häyrinen 2008, 207-208, 214.)

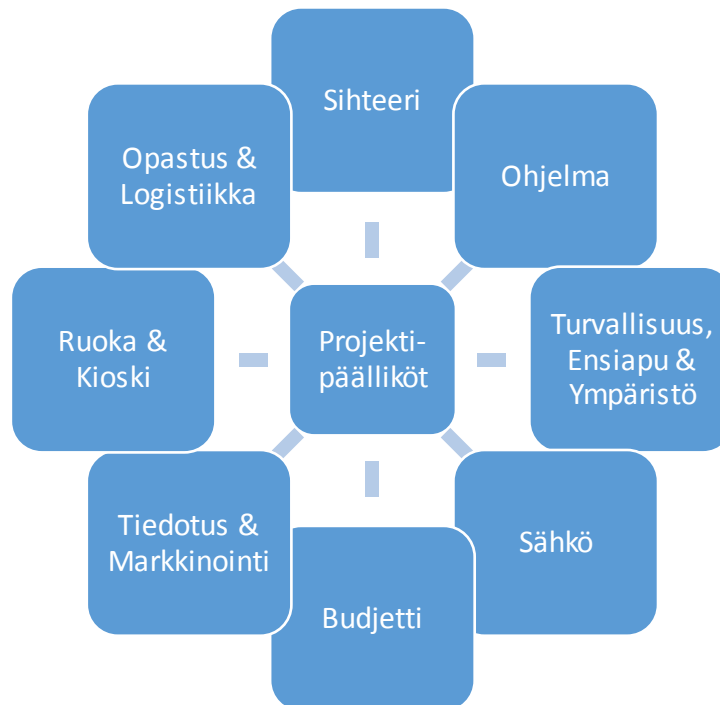
Vierumäelle suuntautuvien tapahtumien yksi tärkeimmistä asioista on aikataulussa pysyminen. Tämä aikataulutus tapahtuu projektipäällikkö johtoisesti ja on näin ollen myös projektipäällikön vastuulla. Yhteydenotot, sovitut tapaamiset ja raportointi työelämäedustajille tulee olla suunniteltua, johdonmukaista ja yksinkertaisesti sen pitää tapahtua. Olettamalla jonkin järjestyvän tai tapahtuvan käykin niin, että mitään ei saada järjestetyksi. Sama asia pätee Vierumäen tilojen varaamiseen, kontakti tulee ottaa jo hyvissä ajoin opintotoimistoon, jolloin varmistetaan haluttujen tilojen olevan käytössä tapahtuma-aikana. Alueella saattaa samanaikaisesti olla käynnissä esimerkiksi muu tapahtuma, koulutus, leirikoulu tai maajoukkueen leiritys, jotka käyttävät tiloja toiminnassaan. Myös tarvittavista välineistä on hyvä keskustella hyvissä ajoin.

Loppu projektiryhmä koostuu eri osa-alueiden vastuuhenkilöistä. Vastuualueet määräytyvät projektin koon ja tarpeiden mukaan ja vastuualueille valitaan yksi tai useampi vastaava. Vastuuhenkilöt vievät itsenäisesti projektejaan eteenpäin ja raportoivat projektipäällikölle ja muulle projektiryhmälle yhteisissä kokouksissa. Projektipäällikön vastuulla on valvoa sovittujen tavoitteiden toteutuminen pienprojektiryhmien sisällä, sekä varmistaa ettei samoja asioita tehdä useammassa ryhmässä. Projektin järjestelmällinen eteneminen vaatii vastuualueiden määrittämisen, sekä sopivan kokoisten projektiryhmien muodostamisen. Kun projektiryhmien työtaakka on sopiva ja työnkuva koordinoitua, ovat projektipäällikkö ja projektiryhmä onnistuneet ryhmän sisäisessä viestinnässä. (Vallo & Häyrinen 2008, 212-214.)

Projektiryhmän rakenne (Kuvio 5) voi koostua yhdestä tai useammasta projektipäälliköstä. Tarvittaessa heidän tukenaan voi toimia sihteeri. Sihteeri vastaa kokousten ja palaverien kirjanpidosta, tilavarauksista ja hallinnollisista asioista sekä sovittujen käytäntöjen mukaan muusta projektipäälliköiden ja muun työryhmän välisestä yhteistyöstä. Mikäli kyseessä on opiskelijoille suuren mittakaavan tapahtuma, voidaan yhden ryhmän jäsenen vastuulle asettaa budjetilliset vastuut: budjettisuunnitelmat ja -laskelmat, laskujen lähettäminen ja maksaminen, rahan käyttäminen hankintoihin sekä jälkikäteisen viimeistelyt ja tuottojen laskeminen. Tiedotus ja markkinointi voi kaivata muutamankin henkilövoiman tiimin. Vastuina järjestämisessä ovat ennako- ja tapahtumatiedottaminen, tapahtuman markkinointi, yh-

teistyökuvioiden solmiminen ja sponsoreiden hankkiminen. Ohjelmatiimi myös tapahtumasta riippuen vaatii henkilöitä yhdestä useampaan, tehtävinään rakentaa ja tuottaa laadukasta ja monipuolista ohjelmaa, niin että sitä on riittävästi ja kohderyhmälle soveltuvasti.

Tapahtuman luonteesta sekä projektiryhmän koosta riippuen voi työvoimaa käyttää opastuksen ja logistiikan asioihin, ruokailun ja kioskin järjestämiseen, sähköjen suunnitteluun, turvallisuuteen ja ympäristöasioihin sekä ensiapuun liittyen. Jokainen aloista on hyvä vähintäänkin pohtia ja suunnitella, mutta käyttääkö projektiryhmä työvoimaansa näihin erikoistuen on se heidän päätettävissään. Kuvio 6. mukaisesti turvallisuus, ensiapu ja ympäristö toimivat yhtenä tiiminä, vastuualueenaan kaikki niihin liittyvät asiat. Sähkö, budjetti sekä sihteeri olivat yhden hengen tiimejä tehtävän luonteen mukaisesti.



Kuvio 6. Esimerkki Vierumäen virkistyspäivän projektioorganisaatiosta ja roolituksesta vuonna 2015.

### 3.2.2 Toteutusvaihe

Pitkän ajan suunnittelu kulminoituu tapahtuman toteutusvaiheeseen, joka pystytään jakamaan kolmeen vaiheeseen: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaiheessa kootaan kulussit tapahtuman läpivientiä varten, mikä onkin usein se kaikkein aikaa vievin osuus. Onnistunut rakennusvaihe edellyttää vastuullisuutta ja ennen kaikkea turvallisuutta. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Toteutusvaiheessa on hyvä laatia jokaiselle käytettävissä olevalle työvoimalle työjärjestys. Työjärjestys lähtee liikkeelle tapahtuman kulissien rakentamisesta ja kaiken tarvittavan varmistamisesta niin, että on valmista, kun tapahtuma pyörähtää käyntiin ja osallistujat saapuvat paikalle. Rakennusvaiheessa tehtävät on jaettu projektiryhmän jäsenille, jotka pitävät huolen mahdollisen lisätyövoiman ohjeistamisesta. Tehtävät, joihin tarvitaan enemmän apua, kohdistetaan myös enemmän työvoimaa. Tärkeintä kuitenkin on, että rakennusvaihe sujuu aikataulussa. Jokaisen panoksen ollessa merkittävä voi rakennusvaihe sujua yllättävänkin vaivattomasti.

Tapahtuman läpivienti on hyvin lyhyt aika koko projektin elinkaaresta. Se saattaa kestää muutaman tunnin seminaarista, päivän tai kahden mittaisiin festivaaleihin. Tapahtuman onnistumisen takeena on tarkka suunnittelu, johon on nähty vaivaa jo pitkän aikaa ennen tapahtumaa. Tämä työ ei välttämättä kuitenkaan näy kävijälle päällepäin. Tapahtumatyypistä riippuen on hyvä muistaa ohjelmalle sopiva rytmitys - tarpeeksi taukoja, mutta riittävä määrä ohjelmaa muistaen myös kävijöiden vapaa-ajan. Kuitenkin yhtä lailla onnistumiseen vaikuttavat vieraiden positiiviset kokemukset, oikein valittu musiikki ja äänimaailma, toimiva tekniikka, sekä kävijöiden riittävä tiedottaminen sekä opastaminen tapahtuman aikana. Yllätyksellisyys luo useasti positiivisen kävijäkokemuksen ja tähän voidaan vaikuttaa esimerkiksi tarjoilulla, elämyksellisyydellä, teemalla tai ylittämällä kävijän odotukset. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Työvoimalle laadittu työjärjestys kattaa myös tapahtuma-ajan. On hyvä laatia työjärjestys niin, että tehtävät ovat mielekkäitä ja mahdollisesti päivän aikana vaihtuvia, sekä huomioida työvoiman tauot ja ruokailut. Tietyillä ohjelmapisteillä pärjää myös itsekseen, mutta on hyvä olla tiedossa mistä kysyä apua, jos tarve sitä vaatii. Työtehtävät voi vaihdella opastamisesta ohjauksiin ja kioskimyynnistä kiertävään ensiapuun.

Tapahtuman purku on huomattavasti nopeampaa, kuin rakennusvaihe. Purku on yhtä lailla tärkeä suunnitella etukäteen. Tätä vaihetta aloittaessa on kuitenkin oltava varma, että viimeinenkin kävijä on lähtenyt paikalta. Varmistamalla tämä pieni seikka välttää huonolta kokemukselta kävijän näkökulmasta, joka saattaisi muuten vaikuttaa tapahtuman palautteeseen. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Jos opiskelijoiden tapahtumissa havaitaan puute, tapahtuu se usein tapahtuman purkuvaiheessa. Syynä useimmiten on purkuvaiheen suunnittelemattomuus tai siitä informointi. Toteutusvaihe ei lopu siihen, kun asiakkaat poistuvat, vaan kun purku on hoidettu, roskat siivottu ja tavarat palautettu. Purku vaatii aina henkilöt, jotka tietävät miten toimia ja heiltä on hyvä myös kysyä miten voisi olla avuksi. Vallon ja Häyrisen (2008, 153.) mukaan purku

on nopeampaa kuin rakentaminen, mutta sanottakoon, että vain jos se hoidetaan porukalla.

### 3.2.3 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtuman jälkimarkkinointivaihe sisältää kiitokset, materiaalien toimittamisen, palautteenkeruun ja sen käsittelyn, yhteydenottopyynnöt ja niiden hoitaminen sekä tapahtuman "clousauksen". On hyvä tapa muistaa tapahtumassa mukana ollutta työvoimaa, ulkopuolista väkeä ja etenkin projektiryhmää onnistuneesta työsuorituksesta. Joustava ja jämäkkä yhteen hiileen puhaltaminen kruunaa usein koko tapahtuman ja siitä kiittäminen on ihan ansaittua. (Vallo & Häyrinen 2008, 168-169.)

Keräämällä palautetta tapahtuman osallistujilta saadaan selville missä jäi parantamisen varaa, mutta myös tapahtuman onnistuneet asiat. Palaute osallistujilta helpottaa projektiryhmän omaa arviointia ja pohdiskelua tapahtuman kokonaiskuvasta ja sen onnistumisesta. Saatu palaute verrataan tapahtuman tavoitteeseen ja arvioidaan, saavutettiinko ennalta säädetty ydinasiat. Mikäli kyseessä on vuotuinen tapahtuma ja vaikka projektiryhmä muuttuisi, aloitetaan uuden tapahtuman suunnittelu aiemman vuoden palautteesta. Näin vältetään toistamista samoja virheitä, mutta saadaan myös selville mikä toimii ja mikä ei. (Vallo & Häyrinen 2008, 171.)

Palautteenkeruun voi toteuttaa lähtiessä kirjallisena, sähköpostilla tai Internetissä. Keruussa tärkeintä osallistujalle on vaivaton ja helppo tapa vastata ja antaa palautetta. Valmis lomake suorilla kysymyksillä auttaa asiaa. Kirjallinen palaute toteutetaan ennen osallistujien pois lähtemistä tai myöhemmin palauttamalla. Sähköpostin tai Internetin kautta toteutetut palautteen keruut tarvitsevat osallistujien sähköpostit. Mikäli sähköpostit ovat tiedossa, on se nykyisin varsin toimiva vaihtoehto. Linkin lomakkeeseen voi lähettää pari päivää tapahtuman jälkeen, jolloin asiat tapahtumasta ovat vielä tuoreessa muistissa. Joskus palautteenantajille on bonuksena vastaamisesta sopivaa arpoa palkintoja. (Vallo & Häyrinen 2008, 172-173.)

Tapahtuman jälkeen on hyvä pitää loppupalaveri, jossa projektiryhmä, tapahtuman arvioivat opettajat ja työelämän toimeksiantajat ovat mukana. Palaverissa yhteenvedetään tapahtuma, käydään läpi saatu palaute, tutkaillaan tavoitteiden onnistumista ja asetetaan suunnitelmat ja tavoitteet seuraavalle tapahtumalle. Palaverista on hyvä pitää kirjaa ja dokumentoida asiat. Yhteenvetoon kannattaa lisätä myös budjettilaskelmat, jotta tapahtuman kulut ja tuotot ovat helposti nähtävillä. Vallo ja Häyrinen (2008, 174.) suosittelevat hampurilaismallin toteuttamista palaverissa. Hampurilaismalli kootaan kuin hampurilainen



antamalla ensin hyvää palautetta pohjaksi, sitten parannuksia ja kehitäviä asioita pihvi-  
osaksi ja lopuksi vielä kanneksi parhaat keuhut ja tärkeimmät vahvuudet (Repo & Nuutinen  
2003, 176). Vaikka kaikki ei tapahtumassa olisi mennyt oppikirjan mukaan, loppupalaveri  
päättää tapahtumaprosessin silti ammattimaisesti. Asiat kannattaa käsitellä kerran kun-  
nolla ja huomata, että virheistä on oppinut eniten. (Vallo & Häyrinen 2008, 174-175.)

## 4 Lupa- ja lainsäädäntö

### 4.1 Turvallisuus

Lampisen (2009, 63) mukaan "Yleisötapahtumissa on aina otettava huomioon turvallisuus. Pelastussuunnittelun avulla turvallisuus on osa tapahtuman niitä toimenpiteitä, joilla vähennetään yleisölle ja työntekijöille kohdistuvia riskejä."

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa tilaisuuden turvallisuudesta. Turvallisuus lähtee aina liikkeelle riskien tunnistamisesta, niiden todennäköisyydestä, sekä niiden toteutumisen arvioinnista. Kun riskit on tunnistettu, tapahtuman järjestäjä määrittelee ja valitsee oikeat menettelytavat kullekin riskille, jonka jälkeen päätökset viedään käytäntöön. (Paasonen 2013, 27-29.)

Riskienhallinta tulisi liittää tapahtuman jokaisen vaiheen osaksi, suunnittelusta aina loppu-raporttiin asti. Näin varmistetaan riskien huolellinen kartoitus jokaisessa työvaiheessa ja vältetään riskienhallinnan irralliseksi jääminen muusta kokonaisuudesta. Riskienhallinnan olennaisin osa on määrittellä tapahtuman tarkoitus, tavoitteet, roolitus sekä vastualueet. (Paasonen 2013, 27-29.)

Riskien tunnistamiseen ja niiden suuruuden arvioimiseen on olemassa valmiita pelastusviranomaisten laatimia riskikartoituksia ja riskianalyysejä, joilla tapahtumia pyritään saamaan turvallisemmaksi ja riskit tunnistettavammiksi. (Lampinen 2009, 65.)

Riskianalyysiä tehtäessä on tärkeää tunnistaa tapahtuman luonne, mikä on keskeistä, sekä mitkä riskit ovat luokaltaan suurimpia ja tärkeimpiä torjua. Riskit tulee asettaa tärkeysjärjestykseen niiden suuruuden mukaan. Riskin suuruus määräytyy mahdollisten vahinkojen sekä niiden todennäköisyyksien perusteella. Riskien määrittelyyn kannattaa käyttää riskikartoitus lomakkeita, joiden avulla ne pystytään dokumentoimaan yksityiskohtaisesti ja selkeästi tapahtumakohtaisiksi. Kirjaamalla ja analysoimalla riskit ja niiden vaikutukset tapahtumaan, voidaan riskienhallintaan vaikuttavat tekijät huomioida ja kirjata ylös turvallisemman tapahtuman järjestämiseksi. (Paasonen 2013, 27-29.)

Hyvin suuri, mutta vaikuttamaton riskitekijä Vierumäen tapahtumiin on sääolosuhteet. Tapahtuma kuin tapahtuma tulee olla järjestettävissä, vaikka ulkona olisi kuinka koiranilma tahansa. Tämä tarkoittaa siis säävarausta jo suunnitteluvaiheessa. Hankalaksi tämän tekee Vierumäen tilat, sillä koko aluetta ja tiloja ei ole mahdollista varata vain säävarauksen

vuoksi. Näissä tapauksissa huomio kiinnittyy eritoten ohjaamiseen ja ryhmän hallintoi-  
tiin. Ohjelma tulee olla muokattavissa ja tapahtua suunniteltua tiivimmissä tiloissa. Hyvä  
vaihtoehto on myös tiedottaa sään vaikutuksesta tapahtuman luonteeseen ja toimintaan.  
Säänmukaisella varustuksella toiminta voi olla lähes suunniteltua, mutta tiedottamatta asi-  
asta se ei ole asiakkaan oletus.

Yleisötilaisuuksien turvallisuuteen liittyvät järjestelyt tulee dokumentoida tarkasti, jotta teh-  
dyt toimenpiteet ja velvoitteet voidaan todistaa käyttäen dokumentteja. Dokumentaatiolla  
voidaan ohjata koko tapahtuman toimintaa poikkeustilanteen sattuessa ennalta suunnitel-  
tuja toimintamalleja käyttämällä. Kirjallinen dokumentaatio voidaan yhdistää yhdeksi tur-  
vallisuussuunnitelmaksi, johon voidaan koota kaikki turvallisuuteen liittyvät asiakirjat, ku-  
ten riskianalyytit, pelastussuunnitelmat ja turvallisuuteen liittyvät ohjeistukset. (Paasonen  
2013, 29-30.)

Vierumäen tapahtumissa turvallisuudesta on hyvä käydä keskustelua Kiinteistötoimiston  
kanssa. Kiinteistötoimisto on taho, joka viime kädessä vastaa alueella tapahtuvista turval-  
lisuusasioista, ja samalla myös tietävät aikataulutuksen viranomaisille lähetettävien doku-  
menttien suhteen. Ohjelmapistelistä vastaavat ulkopuoliset yritykset vastaavat pisteidensä  
turvallisuuden suunnittelusta ja niiden noudattamisesta. Tarvittaessa projektiryhmistä voi-  
daan rekrytoida pisteille henkilökuntaa, mutta viimekädessä turvallisuudesta vastaa ohjel-  
mantarjoaja itse. Riskianalyytit on hyvä tuottaa tapahtumassa pisteillä olevien ohjaajien  
kanssa, jotta on molemminpuolinen tieto siitä, mitä riskejä voi kyseisessä ohjelmassa olla  
luvassa.

## **4.2 Pelastussuunnitelma**

Pelastuslaki määrittelee kohdassa 16 § (379/2011) yleisö- ja muihin tapahtumiin tehtä-  
väksi pelastussuunnitelman, jos tapahtumaan osallistuu suuri määrä ihmisiä tai jostain  
muusta syystä tapahtumaan sisältyy merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski. Pelastus-  
suunnitelma koskee tilaisuuksia ja tapahtumia joissa:

1. Arvioidaan olevan yhtä aikaa yli 200 henkilöä
  2. Käytetään avotulta, iletulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita, taikka eri-  
koistehosteina palo- tai räjähdysvaarallisia kemikaaleja
  3. Poistumisjärjestelyt poikkeavat normeista
  4. Tapahtuman luonne aiheuttaa vaaraa ihmisille
- (Pelastuslaitosten kumppanuusverkosto, 3.)

Pelastussuunnitelmasta tulee käydä ilmi oletettavat riskitilanteet, sekä niiden vaikutus tapahtuman kulkuun. Kun oletettavat riskitilanteet on tunnistettu, pelastussuunnitelman tulee sisältää toimenpiteet niiden estämiseksi. Poistumistiet ja suojautumismahdollisuudet tapahtumapaikalla ja -paikalta ilmoitetaan suunnitelmassa sammutus ja pelastustilanteiden kanssa järjestettävissä asioissa. Kun projektiryhmä on päättänyt turvallisuusasioista vastaavan henkilön, hänen vastuullaan on turvallisuusjärjestelyiden ja henkilöiden hankkiminen ja perehdytys työkuvaan, sekä dokumentointi, joka voidaan esittää pelastussuunnitelmassa. Sammutus ja raivauskalusto on myös selvitettävä viranomaisille ensiaputarvikkeiden kanssa peilaten siihen, millaisia riskitilanteita tapahtumassa on mahdollista tapahtua. Viimeisenä pelastussuunnitelmaan lisätään ohjeistus toimintatavoista, joilla hallitaan ja hoidetaan riskitilanteita. (Iiskola-Kesonen 2004, 89.)

Pelastussuunnitelma täytyy toimittaa alueen pelastusviranomaisille vähintään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Viranomainen voi tarvittaessa palauttaa suunnitelman täydennettäväksi, sekä tarvittaessa pelastusviranomainen voi suorittaa alueelle palotarkastuksen. (PL (379/2011) 2 luku 16 § mom ((24.9.2014/379))

### **4.3 Jätteet ja kierrätys**

Tapahtuman järjestäjän vastuulla on arvioida kierrätettävän jätteen määrä, ja sen perusteella jäteastioiden riittävyys. Suunniteltu ja riittävä jäteastioiden määrä takaavat toimivan kierrätyksen ja roska-astioiden oikealla sijoittelulla saavutetaan sujuva ja ongelmaton tyhjennys. (Helsingin seudun ympäristöpalvelut 2015; Helsingin kaupungin rakennusvirasto 2006.)

Roskan ja jätteiden määrän arviointi helpottaa jäteastioiden ja niiden tyhjennysten tarvetta. Tapahtumassa voi kommunikoida paikan päälle tulevien tavarantoimittajien kanssa pakkausten, sekä pakkausmateriaalien määrästä, mikä helpottaa arviointia tarvittavasta jäteastioiden määrästä kullakin tapahtuma pisteellä. (Van der Wagen & White 2010, 305.)

Jokaisen tapahtuman pääperiaate jätehuollon suhteen on minimoida ympäristölliset riskit ja maksimoida ympäristön lajittelun tehokkuus. Tapahtumissa tulisi ottaa huomioon jäteastioiden tyhjennys, täysinäisten jätepussien varastointi, sekä niiden poiskuljettaminen. Suuressa tapahtumissa jätteitä saatetaan käsitellä suuriakin määriä tapahtuman aikana ja siksi niitä hankkiessa ja sijoiteltaessa tulisi ottaa huomioon:

- Jäteastioiden vetoisuus
- Jäteastioiden määrä suhteutettuna tulevan jätteen määrään

- Eläimien pääsyn estäminen jäteastioihin tai niiden varastointipaikkaan
- Helppo ja sujuva tyhjennys
- Bio- energia- ja sekajäteastioiden helppo tunnistettavuus ja erotettavuus (Van der Wagen & White 2010, 305).

Jätehuollon Vierumäellä hoitaa Lassila & Tikanoja, jonka kanssa on sovittavissa lisäjäteastioiden sijoittaminen alueelle. Yritys kerää jätteet tapahtuman jälkeen jo olemassa olevilta jätteenlajittelupaikoilta, välityhjennyksestä on sovittava tarvittaessa. Lisäjäteastioiden tyhjennys tapahtuman aikana, täyden roskasäkin vienti jätteenlajittelupaikalle ja uuden säkin sijoittaminen täyden säkin tilalle on tapahtuman järjestävän tahon tehtävä. Esimerkiksi 1500 asiakasta kohti on Vierumäen alueelle hyvä sijoittaa nykyisten jäteastioiden lisäksi 7 seka-, 5 energia- ja 3 biojäteastiaa sekä 3 pullonkeräyspistettä (Haaga-Helian Virkistyspäivä 2015). Ympäristövastaavan on hyvä organisoida ja hallinnoida jätevastuu, mutta lisäjäteastioiden välityhjennyksistä on hyvä tiedottaa toteuttavalle ryhmälle. Sani-teetitilojen siisteydestä ja paperien riittävydestä on hyvä pitää huolta ja tarvittaessa konsultoida kiinteistöhuollosta vastaavan SOL:n henkilökuntaa.

#### **4.4 Elintarvikkeet**

Kunta tai kaupunki velvoittaa tekemään ilmoituksen elintarvikkeiden myynnistä tai tarjoilusta elintarvikevalvontaan. Tapahtumanjärjestäjät eivät ole ilmoitusvelvollisia myynnistä tai tarjoilusta, jos määrät ovat pieniä ja elintarvikkeisiin liittyvät riskit vähäisiä, toiminta on satunnaista ja elintarvikkeiden määrä on pieni. (Paasonen 2013, 40.) Kuitenkin jos toiminta on ammattimaista, siitä on tehtävä aina ilmoitus elintarvikevalvontaan, vaikka myytävät tai tarjoiltavat tuotteet olisivat matalan riskin elintarvikkeita. (Peruspalveluliikkeyhtymä.)

Vähäisen riskin tuotteita ovat leivät, leivonnaiset ja muut huoneenlämmössä säilyvät elintarvikkeet joiden pilaantumisen riski on pieni. Vaikka tapahtumanjärjestäjä ei olisikaan ilmoitusvelvollinen myytävien tai tarjoiltavien tuotteiden suhteen, on järjestäjän vastuulla elintarvikehygienian ja sen säädösten noudattaminen:

1. Siisti työympäristö
2. Puhtaat astiat ja käsittelyvälineet
3. Riittävä ja huolellinen käsienpesu (Peruspalveluliikelaitoskuntayhtymä).

Vierumäellä järjestettäessä kioskitoimintaa tapahtuman yhteyteen, on siitä hyvä keskustella esimerkiksi Sportti kahvilan kanssa. Usein kahvilatoiminta on ihan sopivaa, mutta on ajateltavaista sekä kohteliasta neuvotella asiasta. Ennakoon on tiedotteissa syytä mainita kioskista, jolloin ei jää pikkurahan mukaan ottamisesta kiinni. Mikäli myytävät tuotteet ovat sponsorointien kautta saatuja, täytyy niistä keskustella ja sopia tuotteiden jälleenvyyntistä. Hyvin järjestetty kioskitoiminta voi tuoda järjestävälle projektiryhmälle tuottoa.

#### **4.5 Ensiapu**

Tapahtuman järjestäjä on päävastuussa tapahtuman ensiaputoimenpiteiden valmiudesta, sekä lisäavun hälyttämisestä tapahtumapaikalle. Tapahtumaan on määritelty oma ensiapuorganisaatio, jonka vastaava on vastuussa ensiapusuunnitelman osiosta pelastussuunnitelmassa. Ensiapuorganisaatio voi muodostua useammasta kiertävästä ryhmästä, mutta suuremmissa tapahtumissa on oltava vähintään yksi kiinteä ensiapupiste. (Tapahtumatoimisto.)

Opiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin nimetään lähes poikkeuksetta ensiapuvastaava. Ensiapuvastaava suunnittelee ja toteuttaa tarvittavat toimenpiteet ennen tapahtumaa. Usein tapahtumapäivälle nimetään ensiapuorganisaatio, jolloin vastuu jakautuu tapahtuman koosta riippuen useamman ihmisen harteille. Ensiapuvastaavan toimenkuvaan kuuluu riskikartoituksen tekeminen, ensiapupisteen toteuttaminen, jos tapahtuman koko sen vaatii, ensiapuorganisaation kouluttaminen tapahtuman riskeihin ja niiden vaatimiin toimenpiteisiin, sekä ensiavulliset toimenpiteet laastarista kylmäpussiin ja aina ambulanssin tilaamiseen ja paikalle ohjaamiseen asti.

#### **4.6 Musiikki**

Musiikin esittäjiltä tarvitaan lupa musiikin käyttöön, kun musiikkia esitetään julkisesti. Julkiseen esittämiseen lasketaan muun muassa: diskot, tanssit, keikat, konsertit, festivaalit, näytökset, teatteriesitykset, messut sekä asiakastilaisuudet. Musiikin soittoon tarvitaan myös lupa, vaikka musiikkia soitettaisiin taustamusiikkina tai musiikkivideona avoimessa tilassa yleisölle. Yleisötapahtumat ja tilaisuudet vaativat musiikin käyttöluvan. Tilaisuudet, jotka poislukeutuvat listalta ovat tilaisuudet, jotka pidetään lähipiirille kuten syntymäpäivät, häät, valmistujaiset, ristiäiset tai hautajaiset. (Teosto; Gramex.)

Musiikkia toistettaessa Vierumäen tapahtumissa on hyvä ottaa huomioon muut alueella liikkuvat ja asuvat. Varsinkin ulkona musiikki kantautuu läheisten järvien ansiosta pitkälle. Taustalla musiikki luo tunnelmaa, mutta kokemusten perusteella äänenvoimakkuus ja sen

kantavuus on syytä tarkistaa liiallisen melun välttämiseksi. Musiikin toistaminen voi esimerkiksi olla tapahtuman juontajan vastuulla, jollei erikseen ole tiskijukkaa määrätty tehtävään.

## 5 Haastattelu Vierumäen viestinnän kokemuksista ja sen toteutus

Tutkimusasetelmana opinnäytetyön produktivaiheessa toteutettiin empirinen eli kokemuksellinen tutkimus. Tutkimuksen tavoitteena oli saada selville Vierumäen henkilökunnan ja alueen opiskelijoiden välisen keskinäisen viestinnän nykytila ja luoda sen perusteella kehitysehdotus toimintamallin muodossa. *“Haastattelu tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä on joustava, moniin lähtökohtiin ja tarkoitusperiin sopiva menetelmä”* (Hirsjärvi & Hurme 2008, 14). Haastattelu on ajattelun sisältöön perustuvaa, mikä tukee tutkijoiden tavoitetta. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 13 & 35.)

Tutkimukseen haluttiin saada osallistumaan Vierumäellä toimivien eri toimialojen vastuuhenkilöt. Alun perin tarkoituksena oli rajata vastuuhenkilöt niihin henkilöihin, jotka ovat mukana ja osallisina Vierumäellä opiskelevien opiskelijoiden tapahtumajärjestämisessä. Haastattelujen aikana kuitenkin haastateltavien määrä kasvoi, sillä vastausten perusteella huomattiin tarvittavan lisää tietoa liittyen viestinnän osa-alueisiin.

### 5.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimusasetelma luottaa vahvasti sen tarkennettuun ja rajattuun kokonaisuuteen. Laadullinen tutkimus on tapa toteuttaa tutkimus ilman vertailua tai laajaa otantaa. Creswellin (2013, 43) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen raportointi tapahtuu kuvaillen ja ilman numeroita.

Kvalitatiivista tutkimusmenetelmää on moitittu sen vastausten tarkkuuden puutteellisuudesta, johon Hammersley (1992, teoksessa Hirsjärvi & Hurme 2008, 24) ottaa kantaa pitäen tutkimuksen tietojen totuudenmukaisuutta tärkeämpänä kuin vastausten tarkkuutta. Kvalitatiivisten menetelmien painotus perustuu vastaajan näkökannan ymmärtämiseen ja menetelmää käytetäänkin, kun halutaan selvittää ihmisten käyttäytymistä, toimintoja ja kokemuksia (Räsänen, 4-6).

#### 5.1.1 Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät

Laadulliset tutkimusmenetelmät jakautuvat pääpiirteittäin ryhmäkeskusteluihin, tapaustutkimuksiin, havainnointiin ja kommunikoituihin tiedonkeruisiin.

**Ryhmäkeskustelut** ovat ennalta sovittuja tilaisuuksia, mutta toteutukseltaan hyvin vapaamuotoisia. Keskustelun ominaisia piirteitä ovat tietyn ajan ja aihealueen fokuoitu läpikäyminen. Oikeanlaisen ryhmän koostaminen ja rakentaminen ovat oleellisia osia onnistunutta ryhmäkeskustelua. Ryhmä kommentoi asioita spontaanisti ja haastattelijä voi puhua



ryhmälle yleisesti tai suunnata tarkennettuja kysymyksiä yksilöille. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 61; Ruusuvuori & Tiittula 2005, 229.)

**Tapaustutkimuksen** eli yleisemmin tunnettuna case-tutkimuksen tarkoituksena on tutkia syvällisesti vain tarkasti rajattua kohdetta (Shuttleworth 2008). Tapaustutkimus eroaa muista laadullisista tutkimuksista sen ajatuksesta syventää jo olemassa olevaa tietoa, enemmän kuin luoda kokonaan uutta. Kuitenkin Eskolan ja Suorannan mukaan (2000, 65) lähes kaikki laadulliset tutkimukset voidaan edellä mainittujen seikkojen perusteella yleistää tapaustutkimuksiksi.

**Havainnointi** tiedonkeruuna sisältää käyttäytymisen seuraamista sen luonnollisessa ympäristössä. Havainnoinnissa otetaan huomioon myös henkilöiden asenne, suhtautuminen ja eleet, joita ei ole mahdollista saavuttaa kyselyiden tai haastatteluiden avulla. Tämän tiedonkeruumenetelmän haasteina voidaan pitää saadun tiedon kääntämistä käyttökelpoiseksi informaatioksi ja suhtautumaan tilanteeseen neutraalisti. (Räsänen 11-14.)

**Kommunikointi** voidaan jakaa postin tai sähköpostin välityksellä lähetettyihin kysymyksiin ja kasvokkain tai puhelimella tapahtuviin haastatteluihin. Sähköpostilla kerättävän tiedon etuihin luetaan sen helppo dokumentointi, toistettavuus ja tavoitavuus henkilöihin, joita ei muilla keinoin saa riittäväksi ajaksi kiinni. Kuitenkin vastaukset saattavat olla lyhyitä ja tulkinnanvaraisia, mikä voi johtaa tutkijoiden ristiriitaisiin vertailuihin. Kasvokkain tapahtuva tiedonkeruu on yleisimmin käytetty kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, jonka toteuttaminen vaatii kanssakäymistä tutkijan ja vastaajan välillä. Ongelmaksi tässä menetelmässä saattaa muodostua haastattelun monimutkaisuus kuten riittävän spesifi kysymysasettelu tai vastaajan puutteellinen tietopohja liittyen tutkimusongelmaan. (Räsänen 8-12, 18-23, Jyväskylän yliopisto.)

### 5.1.2 Puolistrukturoitu haastattelu

Puolistrukturoitu haastattelu toteutetaan valmiin kyselyn mukaisesti. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille samat, tässä haastattelussa myös esittämisjärjestys oli määrätty etukäteen kaikille samanlaiseksi. Tämä haastattelumuoto sopii erinomaisesti tilanteisiin, joissa halutaan kerätä faktatietoja ja tiedetään etukäteen, minkälaista tietoa vastaaja pystyy antamaan. Puolistrukturoidun haastattelun tyypillisiä haasteita ovat kysymysasettelu sekä haastattelulomakkeen johdonmukaisuus. Puolistrukturoitua haastattelua toteuttaessa oletamus on, että jokaisen kysymyksen merkitys on kaikille haastateltaville sama ja täten kysymysten vastaukset ovat helposti tulkittavissa ja vertailukelpoisia keskenään. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47.)

## 5.2 Kyselylomakkeen suunnittelu ja toteutus

Puolistrukturoitu haastattelu valittiin haastattelumuodoksi, sillä tietoa haluttiin saada jokaisen Vierumäen eri toimialan henkilöiltä samoihin kysymyksiin liittyen. Samoilla kysymyksillä mahdollistettiin vastausten vertailu sekä niiden tulkinta eri toimialojen mukaan. Mikäli kysymys ei suoranaisesti liittynyt henkilön toimintaan tai työkuvaan, voitiin muodostaa kysymykseen liittyvä toinen kysymys. Vastausten perusteella voitiin esittää myös tarkentavia kysymyksiä, mikä usein johti aiheen syventämiseen tai varmistukseen vastauksen oikein ymmärryksestä.

Tutkimuksessa selvitettiin Vierumäen henkilökunnan ja alueen opiskelijoiden välisen keskinäisen viestinnän toimintaa ja nykytilaa. Tutkimuksen kannalta oleelliset kysymykset liittyivät Vierumäen sisäiseen viestintään, Vierumäen ja alueen opiskelijoiden keskinäiseen viestintään sekä alueen opiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin. Kysymykset valikoituivat teorian, olemassa olevan tiedon, sekä oman harkinnan mukaan. Kysymysten muodostamiseen käytettiin apuna myös opinnäytetyöohjaajan mielipiteitä.

Kysymysten muodostaminen lähti liikkeelle puolistrukturoidun haastattelun pohjalta ja päätöksestä käyttää vain ja ainoastaan avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset antavat mahdollisuuden monipuolisiin näkemyksiin, eivätkä haastattelijat näin ollen rajanneet vastauksia tai luoneet vaihtoehtoja etukäteisiä mielikuvia vastaajille. Kysymyksillä pohditaan Vierumäen sisäisen viestinnän tasoa, opiskelijoiden ja henkilökunnan keskinäistä kommunikointia, yleisesti alueen viestinnän haasteita ja niiden kehitysehdotuksia sekä opiskelijoiden järjestämien tapahtumien viestintää alueen toimijoille.

Haastattelutilanteessa haastattelijat äänittivät keskustelut aineiston analysoinnin helpottamiseksi. Äänityksellä pyrittiin parantamaan analysoinnin laatua, joka olisi saattanut kärsiä pelkkiin muistiinpanoihin nojatessa. Äänitys mahdollisti myös tehokkaan molemminpuolisen keskustelun, eikä muistiinpanojen kirjoittaminen vienyt jo valmiiksi rajallista haastatteluaikaa. Muistiinpanojen kirjoittaminen jätettiin täten äänitiedostojen varaan jälkikäteen.

## 5.3 Haastattelukysymykset

Haastattelurunko (Liite 9) voitiin jakaa selkeästi kolmeen aihealueeseen niiden linjausten perusteella: Vierumäen sisäinen viestintä, opiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden välinen viestintä, sekä tapahtumajärjestämiseen liittyvä viestintä. Haastattelu sisälsi yhdeksän kysymystä, joista ensimmäisellä selvitettiin haastateltavan nimi, asema ja tarkennettu työtehtävä. Kuudes kysymys käsitteli toimialojen kontaktointeja. Kysymyksen luonteen vuoksi vastaajien henkilöllisyyttä oli vaikea salata ja täten se jätettiin tässä kohtaa käsittelemättä.

Viimeisen kysymyksen jälkeen henkilöillä oli vielä mahdollisuus tarkentaa, lisätä tai kommentoida vastauksia.

#### **5.4 Kyselyn kohderyhmät**

Ensimmäiseksi otanta koostui valikoidusti Vierumäen toimialojen vastuuhenkilöistä, jotka ovat merkittävästi mukana opiskelijoiden tapahtumajärjestämisessä. Toiseksi otantaan lisättiin Vierumäen vastuuhenkilöitä, jotka ovat jokapäiväisissä viestintä yhteyksissä opiskelijoiden kanssa. Kolmanneksi haastattelujen käynnistyttyä myös Vierumäen johtoporras lisättiin otantaan mukaan sisäisen viestinnän kehittämiseksi. Otanta koostui Vierumäen opetushenkilöistä, Vierumäen yhteistyökumppaneista ja alihankkijoista sekä toimialojen vastuuhenkilöistä.

Haastattelijoiden ensimmäinen kontakti haastateltaviin oli sähköpostilla lähetetty alustus haastattelukutsu (Liite 8). Kutsu oli hyvin joustava ja lähetetty siltä kannalta, että haastateltava pystyi itse määrittelemään sopivan ajan kalenteristaan haastattelua varten. Haastateltavat jaettiin kolmeen ryhmään ja jokaiselle ryhmälle ajastettiin sähköpostilla haastattelukutsu, jotka lähtivät ryhmittäin parin päivän hajonnalla.

Sähköpostikontaktoinnin ensisijaisena tavoitteena oli sopia ajankohta haastattelulle ja toisena tavoitteena oli lisätä tietoutta ja samalla pohjustaa haastattelutilannetta varten. Haastattelut pyrittiin toteuttamaan kahden viikon aikana. Henkilöt, joita ei tavoitettu tällä ajanjaksolla saivat muistutussähköpostin. Tavoittamattomia koitettiin löytää myös paikannäkökulmasta, mutta muutama haastateltava jäi yrityksistä huolimatta tavoittamatta kokonaan.

#### **5.5 Aineiston analysointi**

Sisällönanalyysiä käytetään yleisimmin tulkitsemaan laadullisten tutkimusmenetelmien aineistoa. Tätä tapaa voidaan pitää yksittäisenä analysointi metodina, mutta sen teoreettiset kehykset antavat viitteet sille, että se voidaan liittää myös muihin laadullisiin analysointikonaisuuksiin. Sisällönanalyysi jaetaan kolmeen tekniikkaan: luokittelu-, teema- ja tyyppitellyanalyysiin. Oleellista on valita omaan tutkimukseen sopiva tekniikka ja toteuttaa analysointi sen viitekehyksien puitteissa. Haasteeksi laadullisessa sisällönanalysoinnissa muodostuu sosiaalisessa tilanteessa tehdyt havainnot, jotka eivät näy lopullisessa tuotoksessa. (Silverman 2014, 213-214; Tuomi & Sarajärvi 2002, 93-96.)

Haastattelujen päätyttyä ensimmäiset toimenpiteet olivat äänitiedostojen huolellinen kuunteleminen ja niiden pohjalta muistiinpanojen kirjoittaminen. Muistiinpanojen pohjalta vas-

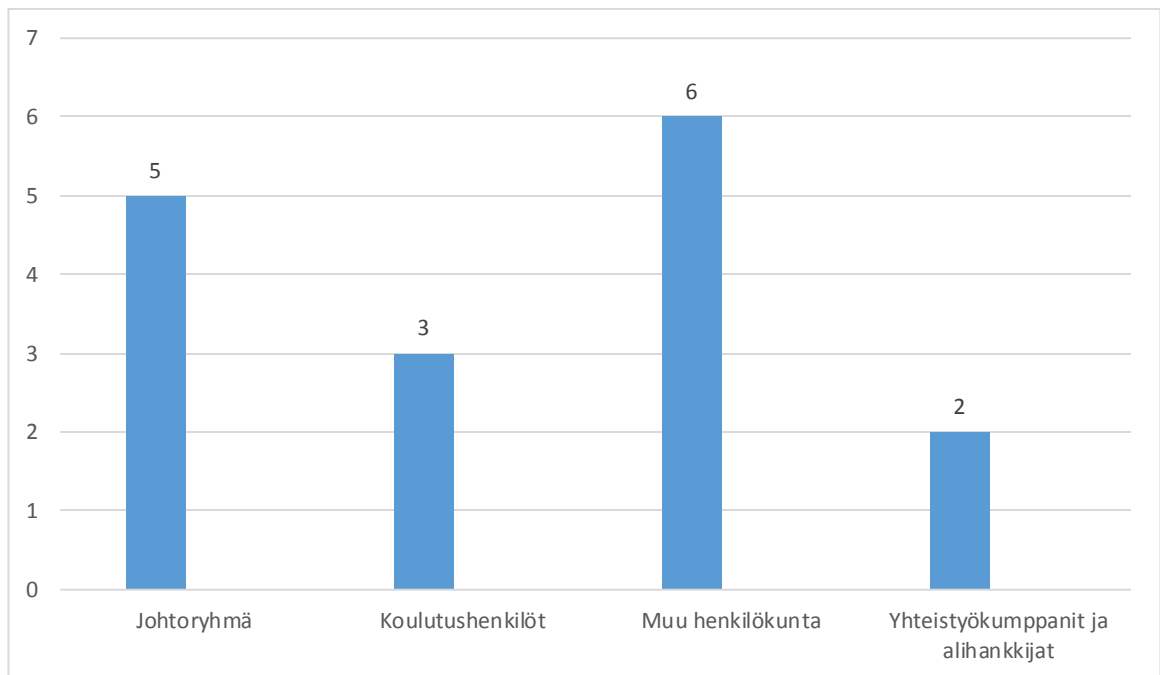
tausten ydinkohdat vietiin luotua Excel-taulukkoon (Liite 11). Excelissä kysymykset asetettiin pystyriveille, haastateltavat vaakariveille ja haastateltavien vastaukset sijoitettiin muodostuvaan taulukkoon, jolloin vastauksia oli helppo vertailla ja analysoida. Vastaukset tulkittiin ja niissä toistuvat teemat toivat esille kehityskohteet ja toiveet. Vastauksia pohjaten tuotettiin opiskelijoiden tapahtumajärjestämistä varten yhteydenottoa helpottavat dokumentit (Liitteet 2-7).

## 6 Tulokset

Sähköpostitse tehty ensimmäinen kolmesta kontaktointikerroksesta haastateltaviin tuotti kolme haastattelu-aikaa kuudesta mahdollisesta. Toinen kierros tuotti kolme aikaa viidestä mahdollisesta. Kolmas kierros neljä kuudesta. Kontaktointien jälkeen tavoittamattomat henkilöt saivat muistutus sähköpostin, joka tuotti kolme haastattelu-aikaa. Haastattelujen deadline oli 18.2.2018, johon mennessä neljä jäi kokonaan tavoittamatta, täten henkilöt jätettiin haastattelemaan kokonaan.

### 6.1 Demografiset tekijät

Vastaajat koostuivat (Kuvio 7) Vierumäen johtoryhmän henkilöistä, koulutushenkilöistä, Vierumäen muusta henkilökunnasta sekä Vierumäen yhteistyökumppaneista ja alihankkijoista. Osa haastatelluista henkilöistä on laskettu diagrammeihin useampaan otteeseen, sillä kyseiset henkilöt kuuluvat oman toimialansa lisäksi myös toiseen kategoriaan. 19 mahdollisesta haastattelusta 15 tavoitettiin haastatteluun, jolloin haastatteluprosentiksi muodostui 78,9%



Kuvio 7. Pylväsdiagrammi vastaajien rakenteesta.

### 6.2 Vastaukset ja tulkinnot

Alla olevat kysymykset on numeroitu niiden alkuperäisessä esitysjärjestyksessä. Kysymyksien alle on koottu anonyymisti esimerkkejä haastateltavien vastauksista, joita seuraa

opinnäytetyön tekijöiden oma koonti ja pohdinta vastausten yhtäläisyyksistä ja eroavaisuuksista. Vastaukset on valittu sisällönanalyysin mukaan ilmenneistä teemoista, joita toistuvasti tuli ilmi. Näiden teemojen pohjalta esimerkkeihin päätyivät tekijöiden mielestä parhaiten asian kiteyttävät muutamat positiiviset sekä kehitysehdotuksia sisältäneet vastaukset.

Kysymys 2: Millä tasolla Vierumäen sisäinen viestintä eri toimialojen välillä on? Miten sitä arvoisit? Onko se sujuvaa? Miten puutteita / katkoksia / väärinymmärryksiä voisi korjata / ennaltaehkäistä paremmin?

*Sisäistä viestintä on viety eteenpäin Vierumäen Intran kautta. Kuukausittaista sekä viikoittaista tiedotetta on ollut käytössä teemoittain, nyt jonkin aikaa ollut väliä viimeisestä. Tiistaiamujen Ressu-palaverit ovat tuoneet asiapitoisuuden sekä mahdollistaneet tiedonvälityksen.*

*Viestintä osittain kulkee hyvin, välillä tieto jää kuitenkin liian pienelle porukalle. Varsinkin operatiivisessa työssä pitäisi tietää kenelle ja mitä viestitään. Parannettavaa on viestinnän ajoituksessa.*

*Vierumäki konsernin lisäksi on alueella myös ulkopuolisia toimijoita, jotka vastaavat päivittäin Vierumäen kunnosta. Näiden yritysten keskinäinen viestintä on puutteellista. Kun tietoa on nykypäivänä paljon ja Vierumäki on niin iso toimija, suurin haaste on saada relevantti tieto oikeille toimijoille.*

*Sisäinen viestintä on huonoa, sillä eri toimijoiden välillä on liian suuria aukkoja. Toimijat eivät tiedä toisten tekemisistä, eivätkä kommunikoi riittävästi keskenään. Vaikka viikkotiedote saapuu, sen sisältö on hyvin rajallista ja arveluttaa mistä tieto on usein peräisin. Tarvittaisiin nykyaikainen tekniikka kaikesta alueella tapahtuvasta, jonne jokainen toimija voisi esimerkiksi värikoodein merkata omansa.*

Haastattelujen perusteella yhteinen näkemys liittyy vahvasti siihen, että Vierumäki isona, kokonaisena toimijana vaatii viestinnän kehittämistä. Vierumäen sisäinen viestintä koettiin haasteelliseksi ja samalla työlääksi toimialasta riippumatta. Konsernin suuruus tuottaa ongelmia viestinnän kanavissa ja viestin suuntaamisessa oikeille henkilöille. Vaikka viestintää onkin systemaattisesti kehitetty, oikean viestin poimiminen tuntui haastavalta ja työläältä. Jos tietoa etsii, sen löytää, mutta tietämätön jää asiasta ulkopuolelle.

Kysymys 3: Miten kommunikointi ja viestintä opiskelijoiden kanssa on sujunut toimialanne kanssa ja koetko, että kommunikointi on ollut riittävä?

*Opiskelijoiden yhteistyö tapahtumajärjestämiseen toimii hyvin. Jokapäiväisessä kehitystyössä on petrattavaa, mutta isot tapahtumat ovat toimineet tosi hyvin.*

*Olisi äärimmäisen tärkeää saada opiskelijat Ressu-palaveriinkin esittelemään viikoittaiset projektinsa sekä alueella järjestettävät tapahtumat. Opetushenkilökunta myös tietoiseksi, kuka henkilö Vierumäellä vastaa mistäkin osa-alueesta.*

*Kommunikointi opiskelijoiden kanssa riippuu täysin opiskelijoista, miten tuntevat paikan ja tietävät keneen ottaa yhteyttä. Ilman yhteydenottoa ei olla tietoisia asiasta.*

*Sillan rakentaminen opiskelijoiden ja Vierumäen välille tuo win-win -tilanteen kaikille. Aktiivisuutta kaivataan molemmin puolin. Tuntuu, ettei kaikilla ole edes kontakteja opettajiin.*

Viestintä opiskelijoiden kanssa linjattiin selkeästi projektiryhmästä riippuvaiseksi, joko uskalluksesta tai tietämättömyydestä ottaa yhteyttä. Kun kontaktointi ja sitä kautta myös viestintä on tapahtunut hyvissä ajoin, on yhteiset linjaukset saatu aikaiseksi. Opiskelijoiden kommunikaatiota pidetään riittävällä tasolla. Kritiikkinä voidaan kuitenkin pitää opiskelijoiden tapahtumien ennakkotiedottamista henkilökunnalle sekä vajanaista tai olematonta kommunikaatiota henkilö- ja opetushenkilökunnan välillä.

Kysymys 4: Millä tavalla opiskelijoiden järjestämät tapahtumat vaikuttavat työhösi?

*Operatiivisen puolen asiat. Tapahtumapäivänä usein se taho, joka juoksee auttamaan.*

*Suoranaisesti ei vaikuta työhön, mutta näkyy enemmän yksiköiden puolella.*

*Kaikessa olen mukana, kun opiskelijat osaavat niistä vain kysyä. Opiskelijat eivät usein itsekään vielä ymmärrä mahdollisuuksia ennen kuin ottavat yhteyttä. Silloin on mukavakin tarjota omaa ammattitaitoa.*

Haastateltavien vastaukset vaihtelivat operatiivisen, johtoportaan ja muun henkilökunnan välillä paljolti, mikä toisaalta on luonnollista. Tapahtumien vaikuttavuus työnkuvaan liittyi niin tapahtumassa mukana olemiseen kuin myös resurssien hallinnoinnin välillä. Yleisenä käsityksenä on, että jokainen suhtautuu myönteisesti opiskelijoiden järjestämiin tapahtumiin, varsinkin kun niistä syntyy hyötyä molemmille osapuolille.

Kysymys 5: Mitä toivoisit opiskelijoiden puolelta tapahtumaa järjestettäessä suunnitteluvaiheessa? Entä tapahtumapäivänä?

*Startataan aina yhteistyö aloitusistunnolla, jossa käydään läpi yhteiset pelisäännöt. Myös taloudellinen puoli pitää saada selkeäksi. Projektin aikana säännöllinen yhteydenpito ja ennen tapahtumaa "chekkaus", että kaikki kunnossa.*

*Tärkeintä on kontaktoida heti idean synnyttyä tai projektiryhmän järjestäytyttyä, suunnitteilla saattaa olla samantyyppisiä tapahtumia, jolloin vältetään päällekkäisyksiltä.*

*Suunnitteluvaiheessa oikeille raiteille kontaktointien suhteen. Tapahtumapäivänä ei enää muutoksia aikatauluihin tai ohjelmaan, suunniteltu työ kantaa hedelmää.*

Suunnitteluvaihe starttaa ensikontaktilla projektiin liittyviin toimialoihin. Yhteydenotto toimii tiedotteena tulevasta ja tarvittaessa yhteydenoton jälkeen sovittu palaveri tuo projektiryhmän ja toimijat saman pöydän ääreen. Yhteisessä palaverissa voidaan selkeästi linjata aikataulut ja pelisäännöt projektin etenemiselle. Monessa haastattelussa nostettiin esille samantyyppisten sekä päällekkäisten tapahtumien huomiointi, mikä rajaa alueen käyttömahdollisuuksia.

Kysymys 7: Millä aikataululla tämän tulisi tapahtua?

*Aikataulu yhteydenottoon riippuu tapahtuman kokoluokasta ja siitä mitä toimialatamme halutaan tai vaaditaan. Mitä aikaisemmin sen parempi, edes aikataulu tai tapahtumapäivä tietoisuuteen.*

*Heti kun päivästä tiedetään, on hyvä ottaa yhteys. Vierumäen vuosikelloon ja tapahtumakalenteriin linkitetään opiskelijoiden järjestämät tapahtumat, jotta yleisessä tiedossa.*

*Kun tiedossa niin yhteydenottoa. Viimeistään kuukautta ennen, vaikuttaa työvuoroihin, hankintoihin ja muihin suunnitteluihin.*

Yhteinen linja vastauksissa oli yhteydenotto mahdollisimman nopealla aikataululla. Aikaisessa vaiheessa otettu yhteys mahdollistaa Vierumäen tila- ja välinevaraukset sopivaksi tapahtumalle. Muut asiat kuten työvuorosuunnittelu tehdään jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, ja jotta niihin pystytään vaikuttamaan, on myös tärkeää infota tapahtumasta ajoissa. Liian myöhäinen ensiyhteys toimijoille saattaa rajoittaa tapahtuman suunniteltua toteutusta.

Kysymys 8: Teemme valmiin lomakkeen täytettäväksi informaation helpottamiseksi, mitä tietoja haluaisit siihen?

*Dokumentti olisi ehdottomasti hyvä lisä. Vierumäen sivuilta löytyy jo työelämäyhteistyölomake ulkopuolisille, josta ne ohjataan eteenpäin.*

*Täytyy muistaa, että jokainen tapahtuma on yksilöllinen. Esimerkiksi ravintolapuolen intressit ovat täysin erilaiset kuin liikuntapuolen.*

Useasti toistuneet seikat dokumenttien luontiin olivat tapahtuman ajankohta, osallistujamäärä ja tapahtuman kuvaus. Loput toiveet ja informatiiviset osat löytyvät lopullisista lomakkeista liitteinä.

Kysymys 9: Muistuu mieleen jokin positiivinen kohtaaminen tai asia opiskelijoiden tapahtumajärjestämisestä? Entä ei-niin positiivinen?



*Tärkeää on myös suunnitella etukäteen tapahtuman purkuosuus, johon on selkeästi nimetyt vastuuhenkilöt ja aikataulu. Vastuopettajan olisi myös hyvä olla paikalla tässä vaiheessa, jotta purku ja siivous hoidetaan mallikkaasti maaliin asti.*

*Toivottavaa olisi tapahtumille aina kunnon "clousaus". Liian usein kohdataan katve-alue opiskelijaryhmien vaihdoksissa vuosittain toistuvissa tapahtumissa. Jatkumo pitäisi saada fiksummaksi ja kapulanvaihdossa lopputulokset yms. jaettua seuraaville.*

*Tullut kyllä hyviä projekteja vastaan vuosien saatossa, joita on pystytty myös monistamaan. Tyttösiä-turnaus toimii oivallisena esimerkkinä nyt jo vuosittain toistuvana tapahtumana.*

*Huonot esimerkit tulevat selkeästi niistä, kun projektien vetäjät eivät tiedä mitä ovat tekemässä, eivätkä osaa ottaa yhteyttä. Mielellään autetaan ja ollaan mukana, kun vaan asiasta saadaan tieto ajoissa ja voidaan reagoida tilanteeseen.*

Hyvin usein toistuva vastaus oli "win-win" -tilanteen luominen Vierumäen ja opiskelijoiden välille. Opiskelijoiden tapahtumat tuovat lisäarvoa Vierumäen jo valmiiksi kattavaan tapahtumakalenteriin. Kuitenkin toiveena oli löytää lisää tapahtumia ja palveluita etenkin talon täyttöasteen hiljaisemmille jaksoille. Haastattelutilanteessa positiivisten ja negatiivisten esimerkkien miettiminen nopeassa ajassa tuo mukanaan haasteita. Negatiiviset kohtaamiset nähtiin helposti ennemmin kehityskohteina, muutamaa esimerkkiä lukuun ottamatta. Opiskelijoina oli kuitenkin mukava huomata myös mukaan löytyviä positiivisia kokemuksia, joita vähemmän kuitenkaan suomalaisittain annetaan.

## 7 Johtopäätökset

Puolistrukturoidusta haastattelusta saatuja vastauksia voidaan pitää luotettavina, sillä haastateltavat edustivat toimialoja, joille dokumentit (Liitteet 2-7) tulevat suoraan käyttöön. Haastattelujen spesifi otanta eri toimialoilta tukee vastausten totuudenmukaisuutta. Vastauksissa ei ilmennyt ristiriitoja, vaan ne keskustelivat sopivasti keskenään. Haasteet ja kehityskohteet mukailivat yhteistä linjaa, joka antoi tekijöille suunnan tulkita ja luoda vastaukset ehdotukseksi ja dokumenteiksi viestinnän kehittämiseen opiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden välille tapahtumajärjestämiseen.

Vierumäen sisäisen viestinnän nykytilaa pyrittiin selvittämään haastattelun alkuvaiheessa. Ajatuksena oli pohjustaa ja valmistella haastateltavat haastattelun tärkeimpään aihealueeseen: opiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden väliseen viestintään. Vierumäen sisäisen viestinnän haasteeksi koettiin vastausten perusteella Vierumäen laaja toimialojen verkko. Oleellinen sanoma saattaa hukkuu suureen viestien määrään, mutta laajan verkon vuoksi oikean viestin löytäminen viestinnän kanavista koettiin työlääksi. Työläs etsintä saattaa johtaa vastaanottajan passiivisuuteen viestien etsimisen saralla ja olennainen viesti saattaa jäädä näkemättä.

Sisäisen viestinnän kehittämisen eteen on vastausten perusteella nähty paljon vaivaa ja ratkaisu on löytynyt sähköisen viestinnän Intra-kanavan kautta. Intran mahdollisuudet ovat Vierumäelle merkittävät, mutta toimialoittain vaihdellen se ei ole saavuttanut vielä täyttä potentiaaliaan. Tyytyväisyydessä ja toimivuudessa on kuitenkin eroja, mutta aktiivinen kehitys vie viestintää oikeaan suuntaan jatkuvasti.

Opiskelijoiden sekä Vierumäen toimijoiden välistä viestintää ja sen toimivuutta haastateltajat pitivät yhtenä tärkeimmistä selvityksen kohteista opinnäytetyön tavoitteen kannalta. Vastausten perusteella Vierumäen toimijoiden ja opiskelijoiden välisen kommunikoinnin suurimmaksi haasteeksi muodostui projektiryhmien ja heidän käytäntöjen eroavaisuudet toisistaan. Jokainen projektiryhmä hoitaa kommunikoinnin omalla tavallaan ja selkeä johdonmukaisuus jää uupumaan useimmilla ryhmillä. Ensikontaktin ottamisen jälkeen viestintä kuitenkin koettiin toimivaksi, joka kohdistaa selkeän kehityskohdan juurikin ensikontaktin ottamiseen ja sen aikatauluun.

Opiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden välinen kommunikoinnin haaste on tunnistettu ensikontaktin ottamiseen. Osin vastausten perusteella opiskelijoista sanotaan, etteivät he tiedä keneen ottaa yhteyttä. Tämä tulee helpottumaan muodostettavan yhteystietolistan (Liite 10) avulla. Toisena ensikontaktia rajoittavana tekijänä mainitaan uskalluksen puute,

johon vaikuttaa opetushenkilökunnan tietoisuus kontaktihenkilöistä ja tätä kautta voitaisiin kannustaa yhteydenottoon oikeisiin henkilöihin.

Tapahtumajärjestämisestä selvitettäviin pääkohtiin voitiin laskea kontaktointi ja aikataulu, yhteisten pelisääntöjen muodostaminen ja tapahtuman läpivieminen Vierumäen henkilökunnan avustuksella. Haastattelun vastauksilla saatiin varmistus ja vahvistus jo olemassa olevalle tiedolle. Haastateltavat olivat jokainen oman alansa ensikontaktoitavia, jolloin haastattelut oltiin jo kohdistettu oikeille henkilöille. Aikataululliset toiveet kontaktointiin olivat hetimiten tapahtuman tai -päivän ollessa tiedossa.

Haastattelujen pohjalta tehdyn kehittämistyön tuotos on jokaiselle toimialalle räätälöity tapahtumajärjestämisen dokumentit (Liitteet 2-7), joilla helpotetaan Vierumäen toimijoiden ja alueen opiskelijoiden välistä viestintää. Dokumenteilla määritellään selkeästi kullekin toimialalle oleelliset ja tarpeelliset tiedot tapahtumaa järjestettäessä. Dokumenteilla osoitetaan myös henkilöt, joihin ensikontakti on jatkossa otettava.

## **7.1 Jatkotoimenpiteet**

Tämän opinnäytetyön tuloksena nousi esille jatkotoimenpidesuosituksia. Ensimmäisenä toimenpiteenä on ottaa viestinnän kehittämisen dokumentit (Liitteet 2-7) käyttöön lukuvuoden 2018 syksyllä pilottitarkoituksessa projekteihin. Dokumenttien pohjimmainen tarkoitus on helpottaa opiskelijoiden ensikontaktin viestintää toimijoiden suuntaan. Pilotoinnilla pyritään selvittämään dokumenttien toimivuus opiskelijoiden tapahtumajärjestämisessä ja tuomaan esiin mahdolliset kehityskohteet dokumenttien parantamiseksi. Pilotin onnistumisen arviointi ja dokumenttien kehittäminen ovat jatkossa opetushenkilökunnan vastuulla heidän parhaaksi näkemällään tavalla. Pilotin ja tarvittavien muokkauksien jälkeen dokumentit otetaan kokoaikaiseen käyttöön kaikkiin opiskelijoiden järjestämiin projekteihin.

Toisena kehittämis ehdotuksena on Vierumäen tapahtumakalenterin päivittäminen. Vierumäen verkkosivuilta löytyvä tapahtumakalenteri on kaikille avoin kalenteri, josta löytää kategorioittain jokaisen aktiviteetin mitä Vierumäellä tapahtuu. Haastatteluissa kävi ilmi, että tapahtumakalenteri kattaa lähes kaiken muun paitsi Vierumäen opiskelijoiden järjestämät tapahtumat. Tähän asiaan monessa haastattelussa haluttiin painoarvoa. Lisäämällä myös opiskelijoiden järjestämät tapahtumat Vierumäen tapahtumakalenteriin, voidaan henkilökunnan tietoutta lisätä tapahtumista, sekä näin vähentää tapahtumien päällekkäisyyksiä eri toimialaorganisaatioiden välillä.

Kolmantena kehittämissuosituksena on opiskelijoiden projektikuvausten tuominen viikoittaisiin "Ressu"-palavereihin. Ressu-palaverit ovat kerran viikossa järjestettäviä kokouksia, joissa käydään läpi Vierumäen tuleva tarjonta ja vierailevat asiakasryhmät. Palaverissa on mukana jokaisen toimialan henkilö, joka välittää viestin muille toimialalla työskenteleville. Uuden projektin startattua opiskelijoiden tulisi käydä esittelemässä projekti Ressu-palaverissa. Projektin aikana esittely voisi tapahtua kahdesti: ensimmäinen kerta kun projektiryhmä ja suuntaviivat ovat selkeällä tasolla ja toinen kerta tapahtumapäivää edeltävällä viikolla, kun kaikki on valmista ja projektin suunnitteluvaihe siirtyy toteutusvaiheeseen. Opiskelijoiden tuominen Ressu-palaveriin on hyvä tapa tiivistää Vierumäen toimijoiden sekä opiskelijoiden välistä yhteistyötä käyttämättä lisäresursseja. Opetushenkilökunnan tehtäväksi tulee Ressu-palaveriin osallistaminen ja opiskelijavierailujen hallinnointi.

Neljäntenä kehittämissuosituksena halutaan tuoda harkintaan operatiiviselle puolelle vuokravälineistä tapahtumajärjestämisessä. Nykyisen käytännön mukaisesti tapahtumissa tarvittava välineistö lainataan urheiluhallin tiskiltä ja merkataan samaan listaan kuin muut tavalliset lainaukset. Ongelmaksi tässä on muodostunut vastuuttomuus lainausten palauttamisessa sekä epäselvyys liikuntavälineistön sekä muun välineistön hankinnassa ja lainauksessa. Uudessa mallissa varaus ja lainauslista ovat tapahtumakohtaisia, johon merkataan kaikki tapahtumaan varatut välineistöt, niiden nouto ja palautuspisteet sekä lainauksista vastuussa olevan henkilön yhteystiedot.

Viidentenä ja samalla hyvin merkittävänä toimenpide-suosituksena on luodun yhteystietolistan (Liite 10) pitäminen ajan tasalla. Vierumäellä saattaa esiintyä organisaatiomuutoksia, jolloin välitön reagointi yhteystietolistaa päivittämällä vähentää epäselvyyksiä ja väärin henkilöiden kuormittamista. Tämä tehtävä suuntautuu opetushenkilökunnan ja Vierumäen toimijoiden väliseksi yhteistyöksi. Toimijat omalla panoksellaan voivat ilmoittaa opetushenkilökunnalle muutoksista, jolloin opettajat voivat päivittää listan ajantasaiseksi mahdollisimman nopeasti.

Viimeisenä, mutta lähes tärkeimpänä jatkotoimenpiteenä on opinnäytetyön liitteiden päivittäminen. Määrittelemättömän mittaisen pilottijakson aikana ilmenneet puutteet ja kehityssuositukset tulee päivittää toimintamalliin, sen toimivuuden takia. Päivitys voi tapahtua opetushenkilökunnan ja toimijoiden välisenä toimena, tai siihen voidaan hankkia työryhmätekijäksi. Tärkeimpinä päivityksen aiheina voidaan pitää Vierumäen toimijoille suunnattujen dokumenttien (Liitteet 2-7) ajantasaisuutta.

## 7.2 Toimintamallin esittely

Toimintamallia (Liite 1) pidetään ehdotuksena toiminnasta tapahtumajärjestämiseen Vierumäen alueella. Toimintamalli tuo yhdenvertaisuutta ja ammattimaisuutta tapahtumajärjestämisen toimintaan sekä lisää viestintää opiskelijoiden ja Vierumäen toimivien tahojen välille. Toimintamallilla varmistetaan viestinnän toimivuus tapahtuman luonteesta ja laajuudesta riippumatta ja varmistetaan jokaisen asianosaisen tietoisuus alueella olevista tapahtumista.

Toimintamalli (Liite 1) rakentuu projektin elinkaaren vaiheiden vertailusta teoreettiseen tapahtumajärjestämisen viitekehykseen. Visuaalisesti se koostuu aikajanana tehtävänannosta jatkojalostukseen sekä viestinnän, yleisen tapahtumajärjestämisen ja lupa- ja lainsäädännöllisten asioiden muistilistasta.

Toimintamallia tukemaan on luotu yhteystietolista (Liite 10), jossa ilmenee kunkin toimialan vastuuhenkilöt, joihin ensikontakti tulee tapahtumaa järjestettäessä ottaa. Yhteystietolistaa käyttämällä löydetään oikeat henkilöt, johon ottaa asiaan liittyen yhteys ja samalla vältetään kuormittamasta väärinä henkilöitä. Yhteystietolista sisältää henkilöiden yhteystiedot sekä sijainnin, josta paikallaollessaan tavoittaa.

Osana toimintamallia on luotu toimialoille suunnatut yhteydenottoa helpottavat dokumentit (Liitteet 2-7), jotka helpottavat oikean tiedon välittämistä toimijoille. Dokumenttien toimivuus perustuu haastattelujen perusteella valikoidun tiedon julkituomiseen. Huomioi, että dokumentit ovat erilaisia toimialasta riippuen ja ovat projektin onnistumisen kannalta olennaisena osana työelämäyhteistyön toimivuutta. Näiden täyttäminen vaatii huolellisuutta tehokkaan ja onnistuneen viestinnän takaamiseksi. Sisällöltään monessa toistuvana osana on projektin kuvaus, tapahtuma-aika, osallistujamäärä sekä projektiryhmän rakenne yhteystietoineen.

Toimintamalli on kokonaisuus, josta visuaalinen malli (Liite 1) toimii tiivistelmänä. Kuitenkin kokonaisvaltaisen hahmottamisen saavuttamiseksi opinnäytetyön läpilukeminen on suositeltavaa.

## 8 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda ratkaisuja ammattikorkeakouluopiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden välille viestinnän kehittämiseen tapahtumajärjestämisessä.

Vierumäen opiskelijaprojektien viestinnällinen suunnittelu rajautuu ajan sekä resurssien puitteissa lähinnä Kortetjärvi-Nurmen yms. (2011, 9-10) mainitsemalle taktiselle tasolle projektiluontoisten töiden lyhyen elinkaaren takia. Vuosittain vaihtuva projektiryhmä muodostaa oman viestinnän ketjunsä ja yhteistyökumppaneiden vaihtuvuus vaatii uusien viestintäsuhteiden muodostamista vuosittain. Tämä tuo haasteellisen tilanteen Vierumäen viestinnän yhteistyöhön, koska ymmärrettävästi jokainen projektiryhmä hoitaa viestinnän omalla tavallaan.

Kokemuksena oli tapahtumajärjestämisen viestinnän vajavaisuus ja puutteellinen toiminta Vierumäen toimintaympäristössä. Vierumäeltä löytyi jo ennestään olemassa olevat oppaat tapahtuma- ja turnausjärjestämiseen. Tämä loi haasteen, mutta myös pohjan suunnata työ ammattikorkeakouluopiskelijoiden tapahtumajärjestämiseen viestinnän näkökulmasta.

Viestinnän näkökulman selvitystä lähestyttiin puolistrukturoitujen haastattelujen avulla. Haastatteluihin kutsuttiin Vierumäen eri toimialojen vastuuhenkilöitä, joiden opinnäytetyöntekijät kokivat olevan merkittävässä roolissa tapahtumajärjestämisen tukena. Haastattelussa esiintyneiden ehdotusten perusteella haastateltavien henkilöiden määrä kasvoi muutamalla tukemaan viestinnän kehittämistavoitteita.

Haastatteluista saatujen vastausten pohjalta onnistuttiin luomaan käsitys yleisistä linjauksista ja toiveista viestinnän näkökulmasta tapahtumajärjestämiseen. Haasteeksi muodostui Vierumäen toimijoiden kiireinen aikataulu sovittaa haastatteluajat kalenteriin. Tekijöiden tiedostamattomuus toimijoiden kiireestä näkyi muutamien henkilöiden haastatteleminen jättämisenä, joka koettiin selkeäksi epäonnistumiseksi täydellisen kokonaisuuden tavoittelussa. Jos tekijät saisivat kontaktoida henkilöitä uudestaan, tulisi ensikontaktin ottaminen aloittaa jo paljon aikaisemmassa vaiheessa, jotta kaikki listalla olevat henkilöt saataisiin kiinni ja haastateltua.

Teoriaosuuden muodostaminen koettiin aluksi suurimmaksi haasteeksi. Pelko teoriaosuuden irralliseksi jäämisestä kääntyi kuitenkin pääläelleen, kun taustaosuus sidottiin vahvasti Vierumäen tapahtumajärjestämisen ja tapahtumien konkreettisiin esimerkkeihin. Näin teoriaosuus sai merkittävän roolin opinnäytetyön kokonaisuuden hahmottamisen kannalta ja tukee vahvasti tehtyä toimintamallia.

Tämän opinnäytetyön produkti, eli toimintamalli on ehdotus tapahtumajärjestämisen toiminnasta Vierumäen alueella ammattikorkeakouluopiskelijoille. Toimintamalli itsessään on kokonaisvaltainen, mutta visuaalinen hahmotelma yksinkertaistaa toiminnan aikajanan avulla. Toimintamallin pohja perustuu opinnäytetyön haastatteluissa selvinneisiin viestinnän kehittämisehdotuksiin ja täten toimii ratkaisuna viestinnän puutteellisuuteen sekä toimivuuteen Vierumäen toimijoiden sekä opiskelijoiden välille.

Opinnäytetyön teoriatausta perustuu viestinnän, tapahtumajärjestämisen sekä lupa- ja lainsäädännöllisten asioiden kirjallisuuteen ja lähteisiin. Teoriataustan tueksi lisättiin konkreettisia esimerkkejä tekijöiden omien kokemusten perusteella. Teoriataustan konkreettiset esimerkit toimivat pohjana toimintamallissa. Toimintamallista tehty visuaalinen hahmotelma on vain osa toimintamallia, näin ollen sen tukena on hyvä vähintään tarkastella jatkotoimenpide-ehtotuksia (7.1) ja toimintamallin esittelyä (7.2), jotka täydentävät visuaalisen toimintamallin kokonaisvaltaisesti.

Viestinnän kentän ollessa itsessään laaja käsite ja nyky maailman muuttunut käsitys viestinnästä vaikeuttivat alkuun aiheen rajausta. Kriittisen tarkastelun kautta lähdevalintoja karsittiin työn tekemisen varrella ajankohtaisuuden sekä muuttuneen tiedon vuoksi. Pohjautuminen aiheeseen sai tekijät myös muuttamaan opinnäytetyön rakennetta, nostaan viestinnän aiheena tärkeimmäksi osaksi opinnäytetyötä.

Tapahtumajärjestämisen teoriaosuus karsittiin hyvin pelkistetyksi versioksi jo valmiiksi olemassa olevien tapahtumajärjestämisen oppaiden takia ja näin ollen jättää selkeää pääpaino viestinnän osa-alueisiin. Vaikka spesifiä lähdekirjallisuutta löytyi, ongelmaksi muodostui kansainvälisten lähteiden poikkeavuus Suomen tapahtumajärjestämisestä, joka loi omalta osaltaan suuria ristiriitoja suomalaisten ja kansainvälisten lähteiden välille. Täten tekijät pyrkivät löytämään kultaisen keskitien tapahtumajärjestämisen lähteisiin, jolloin vältetään väärin toimintatapojen toteuttamiseen Vierumäellä.

Teoriataustan viimeinen kappale lupa- ja lainsäädännöllisistä asioista rajattiin tekijöiden kokemusten ja haastattelujen pohjalta ilmenneiden ydinkohtien perusteella. Aiheen tärkeys korostuu etenkin Haaga-Helian itseohjautuvassa oppimismetodissa, jossa helposti aiheen merkitys jää liian vähälle painoarvolle. Kokemus Vierumäen kiinteistötoimiston avuista on suunnaton, mikä ilmeni haastatteluissa.

Opinnäytetyö on suoraan otettavissa käyttöön sen valmistuttua toimintamallin avulla. Hyödynsaajiksi voidaan laskea sekä Vierumäen toimijat että opiskelijat, mutta myös opetus-

henkilöstö projektien käynnistämisen tukena. Opinnäytetyön liitetiedostoina olevat toimintamalli (Liite 1), yhteystietolista (Liite 10) ja dokumentit (Liitteet 2-7) luovat vahvan pohjan tapahtumajärjestämisen viestinnän onnistumisen takaamiseksi. Vaikka opinnäytetyön tekijät ovat aiheen myötä toimintamallin asiantuntijoita, on sen päivittäminen ja ylläpitäminen tehty helpoksi ja yksinkertaiseksi. Nämä tehtävät ovat jatkossa kolmannen vuosikurssin Prolipa-opiskelijoiden vastuulla, sillä opinnäytetyön valmistuttua tekijöitä ei veloiteta olemaan siitä vastuussa.

Kahden henkilön työvoiman käyttö on edistänyt työntekoa ja aiheuttanut satunnaista hämmennystä, mutta myös motivoinut samalla. Opinnäytetyön tekeminen on ollut opettavainen prosessi, jossa orastavasta portfolio-opinnäytetyöaihiosta kehkeytyi yleishyödyllinen toimintamalli Vierumäen toimintaympäristön tapahtumajärjestämiseen. Työstä tehtiin sellainen, jonka takana tekijät voivat suoraselkäisesti seistä.



## Lähteet

Ahonen, R., Lohtaja-Ahonen, S. 2011. Palaute kuuluu kaikille. Kuopio. Suomen Graafiset Palvelut Oy.

Creswell, J. 2013. Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches. Luettavissa: <https://archive.org/details/JohnW.CreswellResearchDesignQualitativeQuantitativeAndMixedMethodApproachesSAGEPublications2013>. Luettu: 5.4.2018.

Doran, G. 1981. There's a S.M.A.R.T. way to white management's goals and objectives. Luettavissa: [community.mis.temple.edu](http://community.mis.temple.edu). Luettu: 5.4.2018.

Eskola, J., Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere. Osuuskunta Vastapaino.

Gramex. Musiikin käyttöluvat. Luettavissa: [https://www.gramex.fi/fi/musiikin\\_kayttoluvat](https://www.gramex.fi/fi/musiikin_kayttoluvat). Luettu: 9.1.2018.

Haaga-Helia Virkistyspäivä 2015. Ympäristösuunnitelma. Luettu: 15.3.2018

Helsingin kaupungin rakennusvirasto 2006. Yleisötapatumien ympäristöehdot. Luettavissa: <https://www.hel.fi/hel2/hkr/ehdot/>. Luettu: 30.8.2017

Helsingin seudun ympäristöpalvelut 2015. Jäteasiat. Luettavissa: <https://www.hsy.fi/fi/isannoitsijalle/kiinteistonjatehuolto/Sivut/jateasiat.aspx>. Luettu 30.8.2017.

Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Gaudeamus Helsinki University Press Oy.

Honkonen, K., Röngäs A. 2016. Mikä ihmeen sosiaalinen media? Luettavissa: [http://www.edu.fi/materiaaleja\\_ja\\_tyotapoja/tvt\\_opetuksessa/mika\\_ihmeen\\_sosiaalinen\\_media](http://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media). Luettu 14.3.2018.

- liskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Suomen liikunta ja Urheilu ry.
- Jackson, S. 2015. Barcelona Principles 2.0. Updated 2015. Luettavissa: <http://www.instituteforpr.org/barcelona-principles-2-0-updated-2015/>. Luettu 9.1.2018.
- Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Juva. WS Bookwell Oy.
- Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo. WS Bookwell Oy.
- Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Vantaa. Hansaprint Oy.
- Juholin, E. 2017. Communicare. Viestinnän tekijän käsikirja. Turenki. Hansaprint Oy.
- Jyväskylän yliopisto. Tutkivan toimittajan Internet opas. Luettavissa: <https://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/tutkiva/tti/toimittaja/muuta.htm>. Luettu: 19.2.2018.
- Järvinen, P. 2016. Onnistu esimiehenä. Liettua. Balto print.
- Kaloinen, M-L., Suntinen, R., Vallisaari, M. 2009. Viesti ja vaikuta. Helsinki. Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä. Docendo.
- Kasvi, J., Ruuska, I., Vartiainen, M. 2003. Projektiosaaminen. Dynaamisen organisaation voimavara. Tampere. Tammer-Paino Oy.
- Kokoontumislaki 22.4.1999.
- Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-J., Ollikainen, M. 2011. Yrityksen viestintä. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Lampinen, J. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Pori. Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy.

- Lehtonen, L. 9.3.2018. Digital marketing manager. Haastattelu. Vierumäki.
- LePage, E. 2017. How to create a social media marketing plan in 6 steps. Luettavissa: <https://blog.hootsuite.com/how-to-create-a-social-media-marketing-plan/>. Luettu 5.4.2018
- Lohtaja, S., Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. Juva. WS Bookwell Oy.
- Paasonen, J. 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Helsinki. Tietosanoma.
- Pelastuslaitosten kumppanuusverkosto. Opas pienen yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan. Luettavissa: [https://www.phpela.fi/easydata/customers/phpela/files/ohjeet/ohjeet\\_20160125125718\\_opas\\_yleistapahtuman\\_pelastussuunnitelman\\_laadintaan.pdf](https://www.phpela.fi/easydata/customers/phpela/files/ohjeet/ohjeet_20160125125718_opas_yleistapahtuman_pelastussuunnitelman_laadintaan.pdf). Luettu 28.8.2017.
- Pelastuslaki 29.4.2011.
- Peruspalveluliikelaitoskuntayhtymä. Luettavissa: <https://www.jikky.fi/vahariskinen>. Luettu: 28.8.2017.
- Poliisi. Yleisötilaisuus. Luettavissa: <http://www.poliisi.fi/luvat/yleisotilaisuus>. Luettu: 19.9.2017.
- Puro, J-P. 2004. Onnistu viestinnässä. Juva. WS Bookwell Oy.
- Repo, I., Nuutinen, T. 2003. Viestintätaito. Keuruu. Otava.
- Ristikangas, M., Ristikangas, V. 2010. Valmentava johtajuus. Juva. ES Bookwell Oy.
- Ruusuvuori, J., Tiittula, L. 2005. Haastattelu, tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere. Osuuskuunta Vastapaino.
- Räsänen, H., Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät. Luettavissa: [http://www.hamk.fi/verkos-tot/kudos/menetelmat/Documents/4\\_Kvalitatiiviset\\_tutkimusmenetelmaet.pdf](http://www.hamk.fi/verkos-tot/kudos/menetelmat/Documents/4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf). Luettu: 19.2.2018.

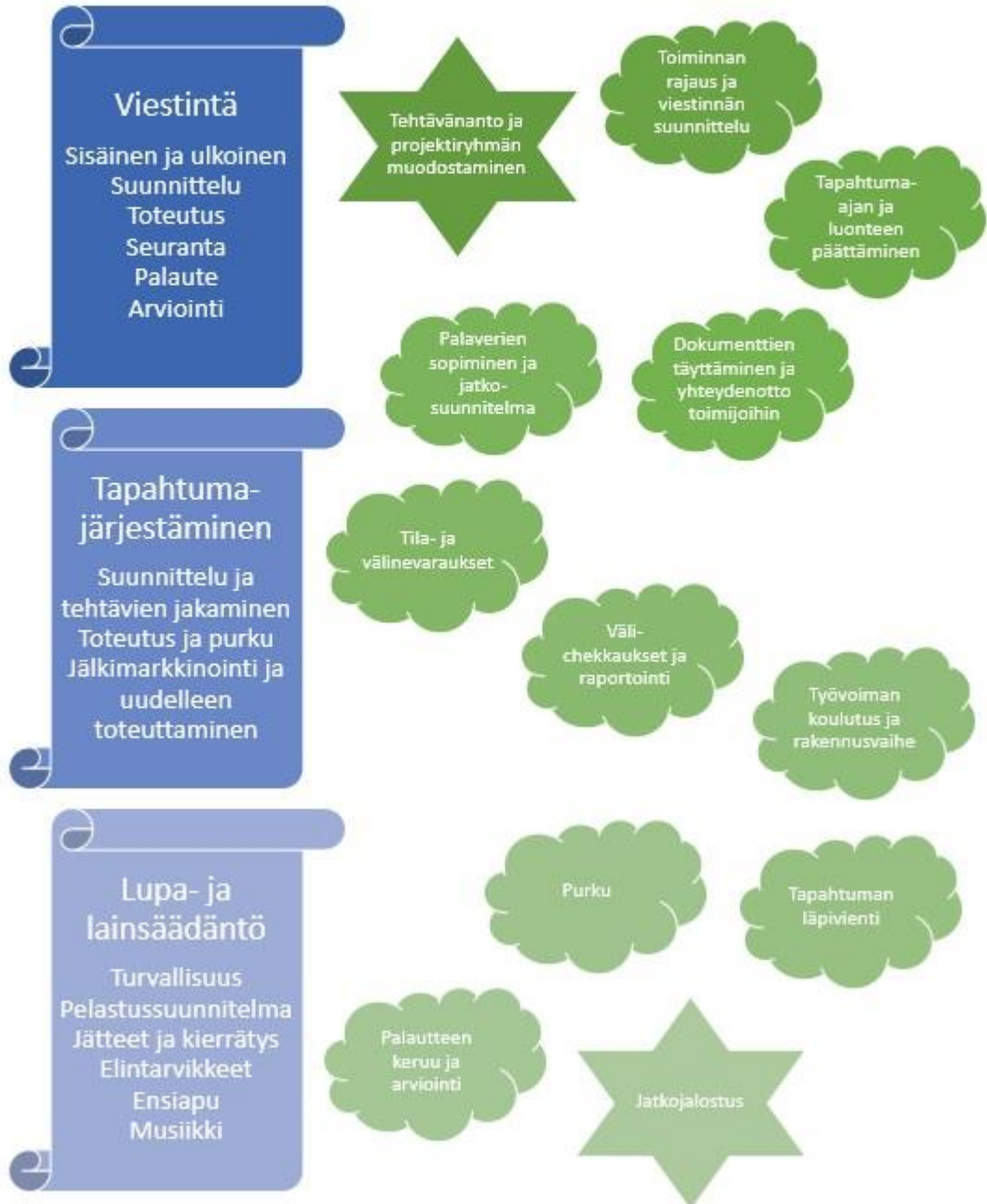
- Shuttleworth, M. 2008. Case study research design. Luettavissa: <https://explorable.com/case-study-research-design>. Luettu: 19.2.2018.
- Silverman, D. 2014. 5.painos. Interpreting qualitative data. London. Sage Publications Ltd.
- Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki. Hakapaino.
- Taloudellinen tiedotustoimisto. 2015. Mediaviestintä haltuun: Viisi vinkkiä yritykselle. Luettavissa: <https://www.tat.fi/mediaviestinta-haltuun-viisi-vinkkia-yrityksille/>. Luettu: 5.4.2018.
- Tapahtumatoimisto. Tapahtuman ensiapujärjestelyt. Luettavissa: <https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/turvallisuus/ensiapu>. Luettu 28.8.2017.
- Teosto. Tarvitseeko luvan? Luettavissa: <https://www.teosto.fi/kayttajat/tarvitseeko-luvan>. Luettu: 9.1.2018.
- Tilastokeskus. 2014. 4. Puolet suomalaisista yhteisöpalveluissa (korjattu). Luettavissa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi\\_2014\\_2014-11-06\\_kat\\_004\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_004_fi.html). Luettu: 14.3.2018.
- Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Jyväskylä. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turaga, R. 2017. The art of giving feedback. IUP journal of Soft Skills. Vsk 11. Numero 2. 53-55.
- Vallo, H., Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki. Tietosanoma Oy.
- Van der Wagen, L., White, L. 2010. Events Management. For tourism, cultural, business and sporting events. Australia.
- Åberg, L. 2002. Viestinnän strategiat. Juva. WS Bookwell Oy.

## Liitteet

### Liite 1. Toimintamalli tapahtumajärjestämiseen



#### TOIMINTAMALLI TAPAHTUMAJÄRJESTÄMISEEN



## Liite 2. Kiinteistötoimiston dokumentti



<b>Toimiala</b> Kiinteistötoimisto, ympäristö ja turvallisuus	
Projektin nimi ja kuvaus	
Vastuuhenkilöiden yhteystiedot	
Vuosikurssi	
Vastuuopettaja	
Tapahtumapäivä	Osallistujamäärä
Toiveet työelämältä	
Tilavaraukset / tapahtumapaikat	
Suunniteltu ohjelma ja henkilökunnan tarve	
Erikoisjärjestelyt (huolto, siivous, jätehuolto & ensiapu)	

### Liite 3. Liikunta- ja hyvinvointipalveluiden dokumentti



<b>Toimiala</b> Liikunta- ja hyvinvointipalvelut	
Projektin nimi ja kuvaus	
Vastuuhenkilöiden yhteystiedot	
Vuosikurssi	
Tapahtumapäivä(t)	Osallistujamäärä
Toiveet työelämältä	
Tilat ja tapahtumapaikat	
Välineistö	
Kulurakenne tapahtumasta (menot ja tulot)	
Markkinointikanavat	

#### Liite 4. Myynnin ja markkinoinnin dokumentti



<b>Toimiala</b> Myynti ja markkinointi	
Projektin nimi ja kuvaus	
Vastuuhenkilöiden yhteystiedot	
Vuosikurssi	
Tapahtumapäivä(t)	Osallistujamäärä
Toiveet työelämältä	
Tapahtuman kulurakenne	
Aikataulu	
Tapahtumapaikat	



## Liite 5. Ravintolamaailma Kaskelan dokumentti



<b>Toimiala Ravintolamaailma</b>	
<b>Projektin nimi ja kuvaus</b>	
<b>Vastuuhenkilöiden yhteystiedot</b>	
<b>Vuosikurssi</b>	
<b>Tapahtumapäivä(t)</b>	<b>Osallistujamäärä</b>
<b>Toiveet työelämältä</b>	
<b>Aamiainen, kuinka monelle?</b>	
<b>Lounas, kuinka monelle?</b>	
<b>Päivällinen, kuinka monelle?</b>	
<b>Erityisruokavaliot (jos tiedossa)</b>	

## Liite 6. Yökerho Teatron dokumentti



<b>Toimiala</b> Yökerho Teatro	
<b>Projektin nimi ja kuvaus</b>	
<b>Vastuuhenkilöiden yhteystiedot</b>	
<b>Vuosikurssi</b>	
<b>Tapahtumapäivä(t)</b>	<b>Osallistujamäärä</b>
<b>Toiveet työelämältä</b>	
<b>Jälkipelien suunniteltu ohjelma</b>	
<b>Sen aikataulu</b>	

## Liite 7. Flowparkin dokumentti



<b>Toimiala</b> Liikunta ja hyvinvointipalvelut - Flowpark	
<b>Projektin nimi ja kuvaus</b>	
<b>Vastuuhenkilöiden yhteystiedot</b>	
<b>Vuosikurssi</b>	
<b>Tapahtumapäivä(t)</b>	<b>Osallistujamäärä</b>
<b>Toiveet työelämältä</b>	
<b>Ryhmäkoko/ikähaarukka</b>	
<b>Kuinka pitkään halutaan kiipeillä?</b>	
<b>Onko sovittuja erikoishintoja?</b>	
<b>Maksu laskulla vai paikanpäällä?</b>	
<b>Pelkkä lippu vai tarvitaanko kiipeilyhanskat?</b>	
<b>Mitä ratoja tarvitaan? (Vihr. sin. pun. musta)</b>	

## Liite 8. Sähköposti haastattelukutsu

Hei,

Rakennamme amk-opinnäytetyönä toimintamallia Vierumäen alueelle opiskelijoiden järjestämien tapahtumien sekä alueen sisäisen viestinnän kehittämiseksi. Opinnäytetyö valmistuu kevääksi ja toivomme siitä olevan hyötyä niin alueen henkilöstölle, kuin opiskelijoille ja opettajille.

Teoriatausta ja siitä syntyvä kirjallisuuskatsaus alkaa olemaan hiontaa vaille valmis, joten seuraavaksi keskitymme toimintamallia varten tarvittavan materiaalin keruuseen. Toteutamme tämän kyselyhaastattelulla Vierumäen eri toimialojen vastaavien kanssa.

Tarvitsemme Teiltä arvokasta tietoa ja näkökulmaa toiminnan kehittämiseksi ja opinnäytetyön valmistumiselle.

Haastatteluun kannattaa varata aikaa n. 30 minuuttia ja siitä saatua aineistoa käsitellään työssä anonyymisti ja luottamuksella.

Haastattelun ensimmäinen kysymys kuuluukin, milloin voisimme hetkeksi istahtaa kanssasi alas?

Terveisin,  
Tuomas Troberg & Markus Vallila  
LOT 14 - 17  
Haaga-Helia

## Liite 9. Haastattelurunko

1. Henkilö, toimiala, asema?
2. **Toimeksiantajamme toimii Vierumäki ja rakennamme toimintamallia Vierumäen sisäisen viestinnän parantamiseksi etenkin opiskelijoiden alueelle järjestämissä tapahtumissa. Toimintamallilla pyritään parantamaan opiskelijoiden ja Vierumäen toimijoiden välistä kommunikointia tapahtumajärjestämisessä, sekä ennaltaehkäisemään epätietoutta opiskelijoiden järjestämien projektien vaiheista. Millä tasolla Vierumäen sisäinen viestintä eri toimialojen välillä on? Miten sitä arvioisit? / Onko se sujuvaa? Miten puutteita / katkoksia / väärinymmärryksiä voisi korjata / ennaltaehkäistä paremmin?**
3. Miten kommunikointi ja viestintä opiskelijoiden kanssa on sujunut toimialanne kanssa ja koetko, että kommunikointi on ollut riittävää?
4. Millä tavalla opiskelijoiden järjestämät tapahtumat vaikuttavat työhösi?
5. Mitä toivoisit opiskelijoiden puolelta tapahtumaa järjestettäessä suunnitteluvaiheessa? Tapahtumapäivänä?
6. Keneen opiskelijoiden pitäisi olla yhteydessä toimialallasi ensimmäisenä? (josta a ohjataan oikean henkilön juttusille / b tietäisi todennäköisimmin vastata asiaan ja välittää tiedon eteenpäin)
7. Millä aikataululla tämän tulisi tapahtua?
8. Teemme valmiin lomakkeen täytettäväksi informaation helpottamiseksi, mitä tietoja haluaisit siihen? (aikataulu, osallistujamäärä)
9. Muistuuuko mieleen jokin positiivinen kohtaaminen / asia opiskelijoiden tapahtumajärjestämisestä? Entä ei-niin positiivinen?

## Liite 10. Yhteystietolista



1. Yhteydenotto			
Nimi	Työnkuva	Puhelinnumero	Työpisteen sijainti
Teppo Arifullen	Liikuntapaikkapäällikkö	010 5777 211	Urheiluhalli
Ville Hautala	Myyntipäällikkö	0500 560 542	Kaskelan 4. kerros
Tuomo Järvinen	Tuotepäällikkö	040 7330 315	Pihkalan 2. kerros
Sarianna Manselius	Liikunta- ja hyvinvointijohtaja	040 7330 315	Urheiluhalli
Kristiina Siitonen	Ravintolamaailman vuoropäällikkö	010 5777 231	Kaskela
Tuuli Tukiainen	Ympäristö- ja turvallisuuspäällikkö	010 5777 321	Kiinteistötoimisto
Jukka Oksanen	Kiinteistöpäällikkö	010 5777 270	Kiinteistötoimisto
Teemu Nummelin	Yö- ja ravintolapäällikkö	010 5777 230	Vierumäki Resort

2. Yhteydenotto (tarvittaessa)			
Nimi	Työnkuva	Puhelinnumero	Työpisteen sijainti
Reea Partanen	Flowpark-puistovastaava	045 885 8978	Urheiluhalli
Teppo Rantala	Kampusvastaava	040 510 5148	Kaskelan 2. kerros
Jukka Leivo	Suomen Urheiluopiston rehtori	010 5777 250	Kaskelan 2. kerros
Liisa Lehtonen	Digital Marketing Manager	010 5777 244	Pihkalan 1. kerros

## Liite 11. Esimerkki sisällönanalyysista

Esimerkki	Kysymys 1	Kysymys 2	Kysymys 3	Kysymys 4	Kysymys 5	Kysymys 6	Kysymys 7	Kysymys 8
Henkilö 1								
Henkilö 2								
Henkilö 3								
Henkilö 4								
Henkilö 5								
Henkilö 6								
Henkilö 7								
Henkilö 8								
Henkilö 9								
Henkilö 10								