

www.humak.fi

Opinnäytetyö

Oppilaitosyhteistyö tapahtumatuotannon tukena

Musiikki & Media ja Finest Sounds

Katja Pyykkö

Kulttuurituottaja (ylempi AMK)
(60 op)

4/2019



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutusohjelma (YAMK)

Tekijä: Katja Pyykkö

Opinnäytetyön nimi: Oppilaitosyhteistyö tapahtumatuotannon tukena. Musiikki & Media ja Finest Sounds

Sivumäärä: 56 ja 13 liitesivua

Työn ohjaaja: Pekka Vartiainen

Työn tilaaja: Suomen Musiikki & Media- Tapahtumat S.M.M. Oy

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on löytää uusia näkökulmia musiikkialan ammattilaistapahtuman ohjelmistoon. Aihetta lähestytään yhdessä musiikkialan ammattilaisten kanssa, sekä oppilaitosyhteistyön muodossa. Tapahtuman seminaariohjelmistoa halutaan kehittää, jotta tapahtuma pysyy edelleen musiikkialaa kiinnostavana ammattilaistapahtumana. Koska työn tavoitteena on löytää tapahtumaan uusia näkökulmia, opinnäytetyö keskittyy toiminnalliselta osaltaan tapahtuman oppilaitosyhteistyön kehittämiseen. Tapausesimerkinä toimii Musiikki & Mediassa järjestettyyn Finest Sounds -hankkeeseen liittyvä opiskelijatyöpaja.

Työn tilaaja on Musiikki & Media –tapahtumaa järjestävä Suomen Musiikki & Media-Tapahtumat S.M.M. Oy. Musiikki & Media on Suomen johtava musiikki- ja media-alan ammattilaistapahtuma. Finest Sounds on suomalais-virolainen yhteistyöhanke, jota toteuttavat Tampereen ammattikorkeakoulu, Humanistinen ammattikorkeakoulu, Tallinnan yliopisto, Music Finland, Music Estonia, Musiikki & Media ja Tallinn Music Week. Hanke luo uusia yhteistyömalleja musiikkialan ja muiden toimialojen yritysten välille.

Kehittämistyössä selvitetään millaiseksi Musiikki & Media -tapahtuman oppilaitosyhteistyötä tulisi kehittää, sekä minkälainen yhteistyömuoto tukee ammattilaistapahtumaa, oppilaitoksia ja musiikkialaa yleisesti. Päämääränä on tuottaa kehittämisohjeita tapahtuman ja oppilaitosyhteistyön rajapinnan laajentamiseen ja syventämiseen. Tapaustutkimukselle tyypillisesti tutkimusta on tehty monenlaisia menetelmiä käyttämällä, sekä määrällisin, että laadullisin menetelmin. Tutkimusmenetelminä käytetään tapahtuman kyselytutkimusta, luovan alan toimijoiden benchmarkingia, osallistuvaa havainnointia itse Musiikki & Media -tapahtumassa, sekä aihetta syventäviä haastatteluita

Tuloksista selvisi, että yhteistyömuoto joka tukee parhaiten kaikki osapuolia, ottaa huomioon opiskelijoiden osaamisalueet, yhteistyöosapuolien realistiset resurssit, sekä sisältää tiivistä yhteistyötä alan ammattilaisten kanssa. Monialaisuuden todettiin laajentavan yhteistyön rajapintaa. Musiikki & Median ohjelmistoon toivottiin tulevaisuudessa teemoiksi muun muassa kansainvälisyyttä, toimialaa ylittäviä teemoja ja teknologiaa. Lisäksi kehitysehdotuksia muodostui muun muassa verkostoitumiseen liittyen, sekä oppilaitosyhteistyötä tekevien nostamiseen näkyväksi ammattilaistapahtumassa. Työelämäyhteistyökumppanien osuus jäi työssä suunniteltua pienemmäksi, heidän näkökulmiaan oppilaitosyhteistyömuodoista olisi tulevaisuudessa hyvä tutkia lisää.

Asiasanat: oppilaitosyhteistyö, tapahtumatuotanto, musiikkiteollisuus

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Degree Programme in Cultural Management

Author: Katja Pyykkö

Title: Event management cooperation with educational institutions. Music & Media and Finest Sounds

Number of Pages: 56 and 13 attachment pages

Supervisor: Pekka Vartiainen

Subscriber: Suomen Musiikki & Media- Tapahtumat S.M.M. Oy

The objective of this thesis is to find new perspectives on a program for a professional music industry event. The purpose is to improve the seminar program of the event in order to keep the event interesting to music industry professionals. The subject is approached in cooperation with professionals in the music industry as well as educational institutions. The functional part of the thesis focuses on developing cooperation between the event and the educational institutions. The case study in this thesis is a student workshop related to the project Finest Sounds, held at the Music & Media event.

This thesis was commissioned by Suomen Musiikki & Media-Tapahtumat S.M.M. Oy, which organizes the Music & Media event. Music & Media is the leading professional music and media event in Finland. Finest Sounds is a Finnish-Estonian cooperation project implemented by Tampere University of Applied Sciences, HUMAK University of Applied Sciences, Tallinn University, Music Finland, Music Estonia, Music & Media, and Tallinn Music Week. The project creates new cooperation models between the music industry and other industries.

This study explores how the cooperation between Music & Media and educational institutions could be improved. It also examines what type of collaboration benefits all parties concerned: professional event, educational institutions, and the music industry. The purpose is to provide suggestions to improve the cooperation. As is typical of case studies, this thesis uses various, both quantitative and qualitative, approaches. The methods used in this case study are survey of customers' views of the event, benchmarking between different creative industries, workshop observation at the event, and interviews.

The results showed that the most beneficial form of cooperation to all parties pays attention to students' skills and the resources of all collaboration partners. It also includes close cooperation with professionals. It was indicated that multidisciplinary extends the cooperation. As to the seminar program of Music & Media, it was suggested that its future themes should include, for instance, international and cross-cutting subjects, and new technologies. Other suggestions for improving cooperation included, for example, networking and raising the profile of cooperation partners from educational institutions at the professional event. Working life partners were not studied as much as was planned in the thesis, so, in the future, further study would be needed to explore their views on cooperation with educational institutions.

Keywords: cooperation with educational institutions, event management, music industry

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	5
2	KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHDAT.....	7
2.1	Oppilaitosyhteistyö.....	7
2.2	Työn tavoitteet ja kysymyksenasettelu.....	10
2.3	Työssä käytettävät menetelmät	12
3	MUSIIKKI & MEDIA JA FINEST SOUNDS	13
3.1	Musiikki & Media.....	14
3.2	Finest Sounds	17
4	KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS JA TULOKSET	19
4.1	Musiikki & Media -tapahtuman kyselytutkimus.....	19
4.2	Osallistuva havainnointi Finest Sounds –työpajassa	24
4.3	Haastattelut	28
4.3.1	Oppilaitosten edustajat.....	31
4.3.2	Työpajaan osallistuneet opiskelijat	33
4.3.3	Musiikkialan ammattilaiset	35
4.4	Benchmarking monimuotoisesta oppilaitosyhteistyöstä.....	36
4.4.1	Helsingin Kirjamessut ja Kallion ilmaisutaidon lukio	36
4.4.2	Lahden ammattikorkeakoulun Design or die -hanke	38
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	40
5.1	Tiiviimpää kohtaamista ja osaamisalueiden kartoittamista.....	40
5.2	Toiveissa kansainvälisyyttä, toimialaa ylittäviä teemoja ja teknologiaa	43
5.3	Uusia teemapolkuja ja resurssien yhteensovittamista.....	45
6	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	47
6.1	Oppilaitokset.....	48
6.2	Tapahtuma.....	49
7	LOPUKSI.....	52
	LÄHTEET	54
	LIITTEET	57

1 JOHDANTO

Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025 –julkaisussa avataan lähivuosien kehittämistoimia strategian tavoitteiden toteuttamiseksi seuraavasti: ”Korkeakouluja ja oppilaitoksia ohjataan kehittämään taide- ja kulttuurialojen tutkinto- ja täydennyskoulutusta siten, että koulutus vastaa taidealojen kehittymisen tarpeita, edistää luovan työn tekijöiden työllistymistä ja mahdollistaa heidän osaamisensa monipuolisen käytön muuttuvassa elinkeinorakenteessa” (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 43-44). Ammattikorkeakoululaissa todetaan, että ammattikorkeakoulun tehtävänä on harjoittaa ammattikorkeakouluopetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä edistävää ja alueen elinkeinorakennetta uudistavaa soveltavaa tutkimustoimintaa, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa sekä taiteellista toimintaa (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 4). Yhteistyö toimintaympäristön kanssa –pykälässä säädetään lisäksi: ”Ammattikorkeakoulun tulee tehtäviään suorittaessaan olla erityisesti omalla alueellaan yhteistyössä elinkeino- ja muun työelämän kanssa sekä tehdä yhteistyötä suomalaisten ja ulkomaisten korkeakoulujen samoin kuin muiden koulutuksen järjestäjien kanssa” (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 6). Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan ajankohtaista ilmiötä: molempia osapuolia palvelevaa yhteistyötä oppilaitosten ja työelämän edustajien välillä.

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää uusia näkökulmia musiikkialan ammattilaistapahtuman ohjelmistoon. Aihetta lähestytään eri tavoin yhdessä musiikkialan ammattilaisten kanssa, sekä oppilaitosyhteistyön muodossa. Tapahtuman seminaariohjelmistoa halutaan kehittää, jotta tapahtuma pysyy edelleen musiikkialaa kiinnostavana ammattilaistapahtumana. Seminaariohjelmiston sisältöjä halutaan kehittää entistä kiinnostavammaksi kohderyhmälle eli musiikkialan ammattilaisille ja alaa opiskeleville. Siksi työssä tarkastellaan myös tapahtumaan osallistuneiden profiileja ja mielenkiintoa tapahtuman tämänhetkisen ohjelmiston kiinnostavuudesta, sekä toiveita tulevaisuuden ohjelmistosta.

Koska työn tavoitteena on löytää tapahtumaan uusia näkökulmia, opinnäytetyö keskittyy toiminnalliselta osaltaan oppilaitosyhteistyön kehittämiseen. Päämääränä on tuottaa kehittämis ehdotuksia tapahtuman ja oppilaitosyhteistyön rajapinnan laajentamiseen ja syventämiseen. Musiikki- & media-alan opiskelijat ovat tulevaisuudessa kin potentiaalisia tapahtumaan osallistujia, heidän mielipiteitään on siis mielenkiintoista kuulla. Tapausesimerkkinä toimii Suomen johtavassa musiikki- ja media-alan ammattilaistapahtuma Musiikki & Mediassa järjestettyyn Finest Sounds -hankkeeseen liittyvä opiskelijatyöpaja. Kansainvälisyys ja musiikkivienti ovat tärkeä osa Musiikki & Median seminaariohjelmistoa, ja ovat myös siksi huomioitu teemoina. Hankkeen työpajassa tutustuttiin Musiikki & Median kansainväliseen ohjelmistoon, sekä tuotettiin videomateriaalia suomalaisille ja virolaisille artisteille Japanin markkinoille.

Aihetta lähestytään tapaustutkimuksen näkökulmasta. Päämääränä on tuottaa kehittämis ehdotuksia tapahtuman ohjelmistoon. Tapaustutkimukselle tyypillisesti tutkimusta on tehty monenlaisia menetelmiä käyttämällä, sekä määrällisin, että laadullisin menetelmin (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 55). Lisäksi tutkimuksen lähestymistapoina ovat palvelukehitys ja asiakas keskeisyys, joiden kautta pyritään mahdollisimman syvään asiakasymmärrykseen.

Tutkimusmenetelminä käytetään tapahtuman kyselytutkimusta, luovan alan toimijoiden benchmarkingia, osallistuvaa havainnointia itse Musiikki & Media -tapahtumassa, sekä aihetta syventäviä haastatteluita. Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat oppilaitosyhteistyö, tapahtumatuotanto ja musiikkiteollisuus. Tässä työssä musiikkiteollisuuden luetaan kuuluvaksi kotimaiset toimijat äänite-, musiikkikustannus-, live-, musiikkijakelu- ja musiikkituotantoaloilta sekä musiikkialaan liittyvät toimijat mediassa. Musiikki & Median osallistujat työskentelevät musiikkiteollisuudessa eri toimialoilla tai opiskelevat alaa. Ammattilaistapahtuma tai konferenssitapahtuma on tapahtuma, joka sisältää yleensä koulutusta, seminaareja ja alan ihmisten tapaamista tiettyyn teemaan liittyen. Tapahtumatuotantoon liittyy työssä seminaariohjelmiston tarkastelu, sekä oppilaitosyhteistyö osana ammattilaistapahtuman ohjelmistoa. Kehittämistyön teoreettinen viitekehys muodostuu oppilaitos- ja työ-

elämäyhteistyötä eri näkökulmista tarkastelevista lähdemateriaaleista. Viitekehykseen kytkeytyy osaltaan myös näkökulmia tapahtumatuotannosta, sekä Suomen tapahtuma- ja musiikkialan tutkimuksista.

2 KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Oppilaitosyhteistyö

Ammattikorkeakoululaissa todetaan, että ammattikorkeakoulun tehtävänä on harjoittaa ammattikorkeakouluopetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä edistävää ja alueen elinkeinorakennetta uudistavaa kehittämis- ja innovaatiotoimintaa (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 4). Yhteistyö toimintaympäristön kanssa – pykälässä säädetään lisäksi: ”Ammattikorkeakoulun tulee tehtäviään suorittaessaan olla erityisesti omalla alueellaan yhteistyössä elinkeino- ja muun työelämän kanssa sekä tehdä yhteistyötä suomalaisten ja ulkomaisten korkeakoulujen samoin kuin muiden koulutuksen järjestäjien kanssa” (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 6). Voitaneen siis sanoa, että oppilaitosyhteistyö ammattilaistapahtumassa tukee lähtökohtaisesti hyvinkin ammattikorkeakoululaissa mainittuja säädöksiä.

Näkökulmia ja yhteistyömuotoja tapahtumien kanssa avaa laajemmin Tuottaja2020 Kulttuuri kokoa –raportti. Raportissa käsitellään kulttuuritapahtumien muuttuvia verkostoja. Organisaatiot muutoksessa –luvussa nostetaan esiin tapahtumat, joiden hierarkia on matala, mutta joiden ympärille rakentuu mittava tilapäisorganisaatio, joiden yhteistyön tuloksena toteutuu muutaman päivän tapahtuma (Halonen 2010, 46). Näissä tapahtumien tilapäisorganisaatiossa opiskelijoilla ja oppilaitosyhteistyöllä on usein oma roolinsa. Raportissa on esimerkkeinä festivaaleja, joilla on kiinteää yhteistyötä alueen oppilaitosten kanssa ja monipuolinen joukko erilaisia tavoitteita (mt., 52). Raportissa listataan, että oppilaitokset toimivat ainakin neljässä eri roolissa tapahtumatuotannon kentällä (mt., 53-54):

- Useiden eri alojen koulutus tarjoaa työvoimaa harjoittelijana ja tulevaisuuden tekijöinä, sekä tilapäistyövoimana /tuotantologiikan lisäksi. Yhteistyö sovitaan oppilas kerrallaan.
- Toimintojen osittainen ulkoistaminen osana oppilaitoksen opintojaksoja; ei lisäksi vaan kriittisten toimintojen kantajia. Yhteistyö sovitaan oppilaitoksen ja tapahtuman pitkäaikaisella kumppanuussopimuksella.
- Opiskelijat ovat osana yleisökasvatusta kohteena ja kasvattajana.
- Opetustyö tarjoaa kausiluontoisella tapahtumatuotannon kentällä toimiville ammattilaisille mahdollisuuden lisänasioihin.

Raportissa summataan, että oppilaitostyö on selvästi lisääntynyt, ja festivaalien avainhenkilöiden haastattelujen perusteella se on edelleen kasvamaan päin ja hakee monipuolista toimintatapojen kirjoa (Halonen 2010, 52). Musiikki & Media – tapahtuma on edellä mainitun kaltainen matalahierarkkinen organisaatio, jonka ympärille muodostuu tapahtuman ajaksi monipuolinen tekijäverkosto. Oppilaitosyhteistyöllä on siis tapahtumassa hedelmällinen maaperä ja tässä työssä fokuksessa on erityisesti yhteisömalli, jossa oppilaitoksilla ja tapahtumalla on kumppanuus jossa pyritään laadukkaaseen sisällölliseen yhteistyöhön ja jolla saavutetaan uusia näkökulmia tapahtuman ohjelmistoon.

Reittejä työelämän murroksessa –kirja kokoaa yhteen ammattikorkeakouluväen, opiskelijoiden, yrittäjien, yritysten ja aluekehittäjien näkemyksiä työelämän muutoksesta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista (Keränen, Säntti, Rantala & Vilkuna 2014). Työelämälähtöisyyttä pohdiskelevassa osuudessa esitellään ratkaisuja, joissa kentällä toimivat ammattilaiset, alan organisaatiot, verkostot, tarpeet, toimijat ja kehittämissaasteet ovat integroituneet tiiviisti ja monipuolisesti. Metropolian Esitys- ja teatteritekniikan koulutuksen koulutusohjelman toimivuudesta yhtenä esimerkkinä nostetaan esiin projektioppiminen: ”Opetussuunnitelma nojautuu projektioppimiseen. Opiskelijat organisoivat lisäksi säännöllisin väliajoin toistuvan alan ammattilaisten huipputapahtuman tai seminaarin, jonne keskeiset toimijat kokoontuvat. Opiskelijoille annetaan paljon vastuuta ja mahdollisuus osoittaa kykyjään alan ammattilaisten silmissä”. (Keränen ym. 2014, 31.) Samassa teoksessa Päivi Keräsen ”Yhteistyö-

verkkoa kutomassa”-osiossa todetaan, että yhteistyö yritysten ja muiden työelämän organisaatioiden kanssa on osa ammattikorkeakoulun vaikuttavuutta. Yhteydet ja uudet yhteistyöavaukset eivät kuitenkaan synny itseksensä. (mt., 60.) Keränen toteaa-kin, että ennakoimattomien kohtaamisten lisäksi suunnitelmallisuuskin kantaa hedelmää – verkostoitumistarkoituksessa organisoiduissa messuosallistumisissa ja muissa tapahtumissa syntyi kaivattuja yhteyksiä (mt, 61). Näkisin näissä näkökulmissa paljon yhteneväisyyksiä tässä työssä käsiteltävään oppilaitosyhteistyöhön alan ammattilaistapahtumassa.

21 tapaa tehostaa korkeakouluopintoja –kirjan ”Projekteista uusia valmiuksia työelämään”-osiossa todetaan, että tulevaisuuden työelämässä tarvitaan kykyä verkottua sekä toimia innovatiivisesti tiimeissä (Kotila & Mäki 2015, 23). Teoksessa avataan Seinäjoen Ammattikorkeakoulun monialaista projektioppimiseen perustuvaa Frami-Pro-oppimisympäristöä jonka toimintamallissa opiskelijat tekevät teoriaopintojen lisäksi työelämätoimeksiantajien projekteja. Projektiopiskelun tavoitteena on, että opiskelijat valmistuttuaan osaavat suunnitella ja käynnistää projekteja, työskennellä niissä tehokkaasti ja kehittää työtään projektien avulla (mt., 23). Kirjassa mainitaan, että asiakaslähtöinen toimintamalli on helpottanut projektiyhteistyön rakentamista ja motivoinut myös toimeksiantajia yhteistyöhön. Monialaisen oppimisympäristön on todettu myös tuottaneen uudenlaista sosiaalista pääomaa sekä opiskelijoille, opettajille, toimeksiantajille että muille yhteistyötahoille (mt., 29). Edellä mainitut esimerkit toimivat konkreettisina esimerkkeinä Ammattikorkeakoululain säätämästä tavoitteesta yhteistyöstä työelämän kanssa (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 6).

Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan lähivuosien strategian mukaan korkeakouluja ja oppilaitoksia siis ohjataan kehittämään taide- ja kulttuurialojen tutkinto- ja täydennyskoulutusta siten, että koulutus vastaa taidealojen kehittymisen tarpeita, edistää luovan työn tekijöiden työllistymistä ja mahdollistaa heidän osaamisensa monipuolisen käytön muuttuvassa elinkeinorakenteessa” (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 43-44). Edellä mainitussa Tuottaja2020 –hankkeen Kulttuurituotajakoulutuksen suuntaviivoja –osiossa mainitaankin, että monien kulttuurin koulutusohjelmien ammattisuuntautuminen on johtanut siihen, että niissä korostetaan

koulunomaisen tiedon ja tietämisen rinnalla käytännön toimissa tapahtuvaa harjaantumista:

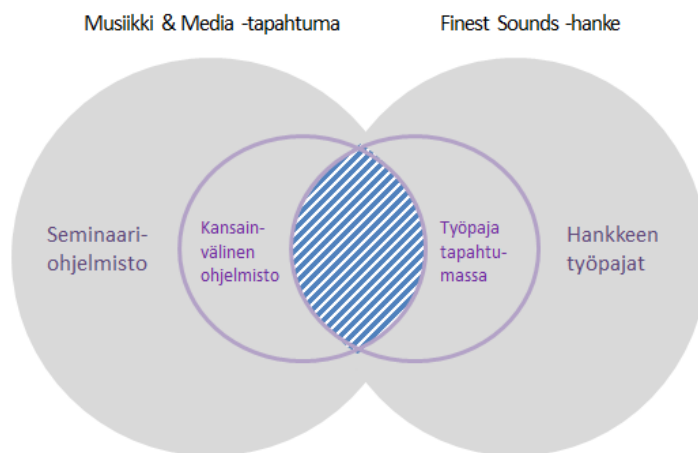
Kulttuurin kentillä tapahtuvia koulutusohjelmien suosimia työssä oppimisen menetelmiä ovat tilaustyöt, projekteihin osallistuminen, osallistuminen tapahtumatuotantoon ja omakohtaisten kulttuurituotantojen organisointi. Duaalimallissa ammattikorkeakoulut toteuttavat lain edellyttämää aluekehitystehtäväänsä työelämän kanssa tehtävän pedagogisen yhteistyön kautta. Samalla opiskelijat kartuttavat kontaktiverkostoaan, ja useat tutustuvat tuleviin työnantajiinsa sekä yhteistyökumppaneihinsa. (Halonen 2012, 33.)

2.2 Työn tavoitteet ja kysymyksenasettelu

Musiikki & Media -tapahtuma on vuonna 1989 perustettu Suomen johtava musiikkialan ammattilaisille räätälöity tapahtuma oheisohjelmineen. Musiikkiala kansainvälistyy ja on kovassa muutoksessa, joten on erityisen tärkeää että tapahtuma pystyy vastaisuudessa tarjoamaan yhä ajankohtaisempaa ja kiinnostavampaa sisältöä, sekä laadukasta verkostoitumista ammatillisen kehittymisen tarpeisiin alalla työskenteleville ja alaa opiskeleville. Opinnäytetyöni tavoite on löytää uusia näkökulmia ammatilaitapahtuman sisältöön yhdessä musiikkialan toimijoiden ja oppilaitosten kanssa. Päämääränä on tuottaa kehittämis ehdotuksia tapahtuman ja oppilaitosyhteistyön rajapinnan laajentamiseen ja syventämiseen. Työn toiminnallisessa osassa yhteistyömalleja kokeillaan käytännössä Musiikki & Mediassa järjestetyssä videotyöpajassa, jossa opiskelijat ja alan ammattilaiset pääsivät työskentelemään yhteisissä projekteissa.

Tapahtuman ohjelmiston kehittämisen taustaksi on hyvä tietää mitä eri kohderyhmiä ja toimialoja tapahtuman osallistujat edustavat. On myös olennaista kysyä miten tapahtuman ohjelmisto vastaa tällä hetkellä musiikkialan eri toimijoiden ammatillisen kehittymisen tarpeisiin. Tapahtuman kyselytutkimuksessa kysytään myös millaiset teemat ylipäättään kiinnostavat tapahtumaan osallistuneita ja näiden tietojen pohjalta etsitään näkökulmia ohjelmiston kehittämiseen.

Toiminnallisessa osuudessa aihe rajautuu alueeseen, jossa tapahtuman kansainvälinen ohjelmisto ja oppilaitosyhteistyö kohtaavat (Kuvio 1).



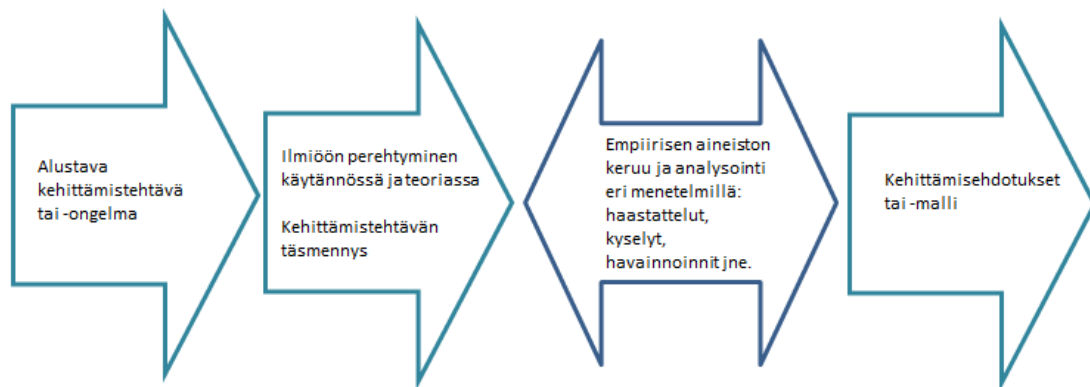
KUVIO 1: Musiikki & Media –tapahtuman seminaariohjelmiston kansainvälisen ohjelmiston ja Finest Sounds –hankkeen työpajan yhteinen rajapinta

Työssä selvitetään millaiseksi tapahtuman oppilaitosyhteistyötä tulisi kehittää oppilaitosten edustajien, opiskelijoiden ja alan ammattilaisten kokemusten perusteella. Laajemmassa kontekstissa pohditaan millainen yhteistyömuoto tukee ammattilaistapahtumaa, oppilaitoksia ja musiikkialaa yleisesti. Tutkimuskysymykset siis ovat:

- Millaiseksi Musiikki & Media -tapahtuman oppilaitosyhteistyötä tulisi kehittää?
- Millainen yhteistyömuoto tukee ammattilaistapahtumaa, oppilaitoksia ja musiikkialaa yleisesti, ottaen huomioon kulttuuripolitiikan lähivuosien kehittämistoimet?

Kehittämistyön teorettinen viitekehys muodostuu oppilaitosyhteistyötä eri näkökulmista tarkastelevista lähdemateriaaleista. Viitekehykseen kytkeytyy osaltaan myös näkökulmia tapahtumatuotannosta, sekä Suomen tapahtuma- ja musiikkialan tutkimuksista. Aihetta lähestytään tapaustutkimuksen näkökulmasta. Päämääränä on

tuottaa kehittämis ehdotuksia tapahtuman ohjelmistoon, siis tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä, oppilaitosyhteistyöstä ammattilaistapahtumassa. Tapaustutkimukselle tyypillisesti kehittämiskohde on täsmentynyt prosessin edetessä (Ojasalo ym. 2015, 54) (Kuvio 2).



KUVIO 2: Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym. 2015, 54)

Tapaustutkimukselle tyypillisesti tutkimusta on tehty monenlaisia menetelmiä käyttämällä, sekä määrällisin, että laadullisin menetelmin (Ojasalo ym. 2015, 55). Taustatietoa tapahtumaan osallistuneista kerättiin kyselytutkimuksella, mutta oppilaitosyö-aiheeseen syvennyttiin laadullisin menetelmin luonnollisessa tilanteessa havainnoimalla, sekä avoimilla haastatteluilla ja benchmarkingilla eli esikuva-arvioinnilla. Lisäksi tutkimuksen lähestymistapoina ovat palvelukehitys ja asiakaskeskeisyys, joiden kautta pyritään mahdollisimman syvään asiakasymmärrykseen.

2.3 Työssä käytettävät menetelmät

Kyselytutkimuksen tavoitteena on selvittää taustatietoa, eli Musiikki & Mediaan osallistuneiden kävijäprofileja, sekä heidän kiinnostustaan tapahtuman seminaarisisältöihin. Tavoitteena on palvelukehitys, eli kehittää ohjelmistoa ymmärtämällä kohde-ryhmiä entistä paremmin. Kyselytutkimus on kvantitatiivinen, eli määrällisin menetelmin toteutettu. Tutkimuksen perusjoukon muodostavat Musiikki & Mediaan

vuonna 2018 rekisteröityneet Suomessa asuvat henkilöt. Aineisto on kerätty sähköpostikyselynä lokakuussa 2018.

Oppilaitosyhteistyön kartoittaminen ja kehittäminen tapahtuu osallistuvan havainnoinnin, benchmarkingin ja syventävien haastattelujen avulla. Havainnointi valittiin menetelmäksi, koska katsottiin, että hyödyllistä käytännön tietoa oppilaitosyhteistyöstä ammattilaistapahtumassa saa parhaiten menemällä itse tapahtumaan paikan päälle ja osallistumalla yhteistyöhön. Havainnointi suoritettiin osallistumalla työpaajaan Musiikki & Media –tapahtumassa. Havaintojen keräämiseksi tapahtumassa pidettiin järjestelmällisesti kenttäpäiväkirjaa (Ojasalo ym. 2015, 42). Osallistuin työpaajaan Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelijana ja toimin videotyöryhmissä tuottajana. Tuotantoprosessit käynnistettiin Musiikki & Mediassa, ja ne jatkuivat osittain vuoden 2019 alkupuolelle.

Esikuva-arvioinnin kohteiksi oppilaitosyhteistyöstä valikoituivat Helsingin kirjamesut ja Lahden ammattikorkeakoulun Design or Die -hanke. Benchmarking-kohteiksi etsittiin monimuotoista oppilaitosyhteistyötä tekeviä organisaatioita luovilta aloilta. Benchmarkingissa kerättiin tietoa haastatteluin, sekä tutustumalla aiheeseen liittyviin artikkeleihin ja kohteista pyynnöstä saatuihin raportteihin. Haastatteluita tehtiin oppilaitosyhteistyön kartoittamiseen ja kehittämiseen tarvittavan tiedon syventämiseksi. Haastatteluiden kohteena olivat esikuva-arviokohteiden edustajat, sekä Finest Sounds –oppilaitosyhteistyöhön osallistuneita opiskelijoita, oppilaitosten edustajia ja musiikkialan ammattilaisia.

3 MUSIIKKI & MEDIA JA FINEST SOUNDS

Seuraavissa luvuissa esittelen lähemmin kehittämistyössäni kohteina olevat Musiikki & Media –tapahtuman ja Finest Sounds –hankkeen. Finest Sounds- hankkeeseen kuuluva videotyöpaja järjestettiin Musiikki & Media –tapahtumassa lokakuussa

2018. Toimin opiskelijajäsenenä työpajassa kolmen eri projektin tuottajana. Olen työskennellyt usean vuoden ajan musiikkialalla ja osallistunut Musiikki & Mediaan useita kertoja. Kulttuurisihteeri-harjoittelijana myös työskentelin projektimaisesti tapahtumassa vuosina 1997 ja 1998.

3.1 Musiikki & Media

Musiikki & Media on Suomen johtava musiikki- ja media-alan vuosittainen ammattilaistapahtuma. Tapahtuma järjestettiin 29. kerran lokakuussa 2018 Tampereella. Viimevuosina tapahtuma on järjestetty Sokos Hotel Tornin Tampereen Paja Kongressiivissä. Aiemmin vakituksena tapahtumapaikkana toimi vuosia Sokos Hotel Ilves. Musiikki & Media on järjestetty yksittäisinä vuosina myös muun muassa Hotelli Rosendahlissa Tampereen Pyynikillä, sekä Turussa kirjamesujen yhteydessä (Santalahetti 2018).

Vuonna 2018 Musiikki ja Mediassa vieraili ennätysmäärä osallistujia: yhteensä noin 1000 kotimaista ja kansainvälistä toimijaa levy-, kustannus-, live-, jakelu-, tuotanto- ja media-aloilta. Osallistujien joukossa oli myös alan opiskelijoita ja tulevia ammattilaisia. Kansainvälisiä vieraita viimeisimpään tapahtumaan saapui kahdestakymmenestä maasta. Musiikki & Media koostuu seminaareista, showcase-keikoista ja Industry Awards Gaalasta. Seminaariohjelmisto on jaettu kahdelle päivälle ja se pureutuu vuosittain tuoreisiin trendeihin, uusiin ilmiöihin ja menestystekijöihin sekä alan tulevaisuuteen. (musiikkimedia.fi 2018a.) Seminaareja oli vuonna 2018 49 kpl (Liite 1). Lost In Music –festivaali esittelee Musiikki & Median aikana vuosittain lähes 100 tuoretta ja ajankohtaista yhtyettä ja artistia. Lost In Musicia on järjestetty osana Musiikki & Mediaa vuodesta 2007 alkaen. Festivaalilla kuultavat genret ulottuvat indiestä poppiin ja rockiin, hip hopia ja metalliakaan unohtamatta. Pääosa artisteista on suomalaisia. Industry Awards Gaalassa palkitaan vuoden menestyksekkäimmät ammattilaiset 32 kategoriassa. (musiikkimedia.fi 2018a.)

Musiikki & Media –tapahtuma viettää vuonna 2019 30-vuotis juhlavuottaan. Siitä syystä tässä työssä avataan hieman lähemmin myös tapahtuman alkuvaiheita. Ensimmäinen Musiikki & Media –tapahtuma järjestettiin vuonna 1989. Perustajina toimivat tamperelaiset musiikkialan vaikuttajat Epe Helenius, Jouko Karppanen, Tapio Korjus ja Pentti Teräväinen. Tapahtumaa tuottamaan perustettiin Suomen Musiikki & Media-Tapahtumat S.M.M. Oy.

Juuri kun luulit, että olimme unohtaneet lupauksemme tai että tämä opas ei muuten vain ikinä valmistu, saat työpöydällesi luultavasti laajimman ja perusteellisimman kevyen musiikin alalta Suomessa tehdyn hakemiston. Kansainvälisten alan hakuteosten ja suomalaisten popkalentereiden ym. puutteet ovat hyvin tiedossa, joten olisi tietysti pitänyt osata ennakoida, että näinkin suppean perustietokannan luominen on helpommin sanottu kuin tehty. (Musiikki & Media tapahtumaopas 1989.)

Näillä saatesanoilla alkaa ensimmäinen Musiikki & Media tapahtumaopas vuonna 1989. Tuolloin tapahtumaopas valmistui tapahtuman jälkeen ja opas sisälsi tapahtuman osallistujalistan sekä kirjoitetut viihteelliset raportit seminaareista ja paneeleista. Opasosio sisälsi listat musiikkitapahtumien järjestäjistä, medioista, levy-yhtiöistä, alan järjestöistä sekä jopa ohjelmatoimistojen ja levy-yhtiöiden listoilla olevat artistit. Opas on todella kattava, joten ei ihme, että saatesanoissa sen koostamisen mainittiin olevan helpommin sanottu kuin tehty. Tapahtumaoppaan ja tapahtuman roolista saatesanoissa mainitaan näin:

Suomalainen musiikkibusiness on monilta osin vielä sen verran nuorta ja kehittymätöntä, että monet busineksen alueet ovat ilman yhteisiä kattoorganisaatioita tai etujärjestöjä. Äänilevypuolella on ÄKT - Ääni- ja kuvallennetuottajat, tanssilavajärjestäjille Huvijärjestäjien keskusliitto ja ohjelmistopuolella mm. Rocktoimistojen liitto, mutta edellä mainittujen organisaatioidenkin ulkopuolella on runsaasti alan yrittäjiä puhumattaakaan siitä, että esim. klubi- ja festivaalijärjestäjät ovat täysin hajallaan. Musiikki & Media -tapahtuman yksi peruslähtökohdista on omalta osaltaan lisätä kanssakäymistä ja tuoda eri tehtävissä toimivia ihmisiä lähemmäs toisiaan. Tätä kommunikaatiota helpottamaan opas on tehty. (Musiikki & Media tapahtumaopas 1989.)

Yksi tapahtuman peruslähtökohdista oli siis lisätä alan kanssakäymistä ja tuoda eri tehtävissä toimivia ihmisiä lähemmäs toisiaan. Musiikki & Media vakiinnuttikin

paikkansa Suomen musiikkialan ammattilaisien keskuudessa vuoden tärkeimpänä tapahtumana, jossa alan toimijat tapasivat toisiaan. Muita tapahtuman omistajia ennen vuotta 2017 olivat perustajajäsenten lisäksi Jussi Santalahti, Taija Holm ja Juha Kyyrö. Perustajajäsenet Epe Helenius ja Pentti Teräväinen palkittiin vuoden 2018 Industry Awards –gaalassa elämäntyöpalkinnoilla (musiikkimedia.fi 2018a).

Vuodesta 2017 alkaen Suomen Musiikki & Media-Tapahtumat S.M.M. Oy:n omistajina ovat toimineet Tampere-talo Oy, Tiketti Oy, Sublime Music Agency Oy ja Juha Kyyrö. Yhtiön hallitukseen kuuluvat Paulina Ahokas (Tampere-talo), Juha Kyyrö (Fullsteam Agency), Tiina Vihtkari (Sublime Music Agency Oy), Mirva Merimaa (Tiketti) ja Riku Salomaa (Music Finland). Salomaa on myös hallituksen puheenjohtaja. Musiikki & Median nykyinen toimitusjohtaja Elif Tähtinen aloitti toimessaan loka-kuussa 2018. Musiikki & Media oli ensimmäinen musiikkialan ammattilaistapahtuma, johon hän aikoinaan osallistui Music Finlandin kutsumana. Kysymykseen mistä tapahtuman ominaisuuksista hän toivoo pidettävän kiinni jatkossakin, hän kommentoi seuraavasti:

Tapahtuma on vuosittainen hetki juhlistaa menneiden kuukausien saavutuksia ja toisaalta valmistautua tulevaan esimerkiksi nostamalla esiin uusia tuulia ja tulevaisuuden tekijöitä. Se on loistava alan sisäinen tapaamispaikka, mutta sillä on myös tärkeä rooli tarjota musiikkialalle tarpeellisia menestyksen työkaluja ja elintärkeitä yhteyksiä. Haluan säilyttää erityisesti sen, miten hienosti tapahtumassa ovat tasapainossa menneisyys, nykyhetki ja tulevaisuuden suunnitelmat. Aion myös jatkaa uusien lahjakkuuksien nostamista sekä lisätä monimuotoisuutta ja avoimuutta entisestään. Musiikki & Mediassa on jatkossakin ennen kaikkea kyse ihmisistä, heidän tarpeistaan ja saavutuksistaan sekä yhteisestä hauskanpidosta! (musiikkimedia.fi 2018b.)

Musiikki & Mediassa tapahtuman ajaksi perusorganisaation ympärille muodostuu monipuolinen tekijäverkosto. Tapahtuman yhteistyökumppaneita vuonna 2018 olivat Music Finland, Lost In Music, Tampereen kaupunki, Tiketti, Tampere-talo, Sublime Music Agency, Finest Sounds, Sokos Hotel Torni, Opetus- ja kulttuuriministeriö, Teosto, Nem-Agency, Gramex, Total Sec turvallisuuspalvelu, Akun tehdas, Visit Tampere, Ticketmaster, Lippu.fi, Fullsteam Agency, Womex, Tallinn Music Week, Musiikin edistämissektori ja M Fabrik. Pidempiaikaisesta oppilaitosyhteistyöstä tähän mennessä

sä esimerkkinä ovat tässä työssä fokuksessa olevat Finest Sounds –hankkeeseen liittyvät vuonna 2017 ja 2018 järjestetyt työpajat, joissa yhteistyötahoina olivat Tampereen ammattikorkeakoulu, Humanistinen ammattikorkeakoulu ja Tallinnan yliopisto. Musiikki & Median toimitusjohtaja Elif Tähtinen toteaaakin tavoitteistaan oppilaitoyhteistyöstä tulevaisuudessa: "I'd like to shape some Music & Media and Lost in Music activities in a way that will excite, encourage and prepare students who are willing to explore opportunities and ideas in the music industry" (Tähtinen 2019).

Musiikki & Mediassa tehdään tällä hetkellä yhteistyötä opiskelijoiden kanssa enimmäkseen vapaaehtoistyön muodossa tapahtuman aikana. Tampereen ammattikorkeakoulun kanssa on ollut aiempina vuosina myös laajempaa yhteistyötä. Lähes joka tapahtumassa on ollut joitain oppilaitosten järjestämiä sisältöjä. Ainakin kerran tapahtumassa on järjestetty sisältö, josta opiskelijat ovat saaneet opintopisteitä. Kiinnostusta laajempaan oppilaitosyhteistyöhön tapahtumalla on. Parhaat edellytykset tapahtuman näkökulmasta yhteistyöhön on opiskelijoilla joiden opintoihin liittyy tapahtumatuotanto, ohjelmasuunnittelu, työpajojen järjestäminen, käytännön tuotantotyö sekä tapahtumien visuaalisuuteen liittyvät käytännön osaamisalueet. (Musiikki & Median edustaja 2019.)

3.2 Finest Sounds

Finest Sounds -hankkeen tavoitteena on edistää suomalaisen ja virolaisen musiikin vientiä Japaniin yhdistämällä musiikkivientiin muita kulttuurialoja ja liiketoimintaa, kuten visuaalisia taiteita ja muotoilua sekä teknologiaa. Kulttuurivientihankkeen tavoitteena on laajentaa olemassa olevaa vientipalettia ja auttaa jo Japaniin musiikkia vieviä tahoja laajentamaan liiketoimintaansa, sekä tuomaan mahdollisuuksia uusille artisteille. (musicfinland.fi 2017.) Osana nelivuotista (2016-2019) Finest Sounds –hanketta järjestetään työpajoja, joissa alan opiskelijat ja ammattilaiset työskentelevät yhdessä. Hanke jakautuu neljään Demo Seasoniin ja työpajat ajoittuivat vuosille 2017-2018.

Suomesta työpajoissa mukana on kaksi oppilaitosta: Tampereen ammattikorkeakoulu TAMK ja Humanistinen ammattikorkeakoulu HUMAK. Virosta osallistuu opiskelijoita Tallinnan yliopistosta (Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School). TAMK:sta opiskelijoita osallistuu Media- and Arts-koulutuksen Music production (kaupallinen musiikin tuotanto)- ja Fine art (taide) -opintopoluilta. Lisäksi opiskelijoita osallistuu Interactive Mediasta (käyttöliittymäsuunnittelu, animaatio, pelituotanto), International business -puolelta sekä vaihto-opiskelijoita. Kaikki mukana olevat TAMK:n koulutukset ovat englanninkielisiä. Humak:sta Finest Soundsiin osallistuu kulttuurituottajaopiskelijoita. Projektiin osallistuminen on osa opiskelijoiden opintokokonaisuuksia. Tampereen ammattikorkeakoulu TAMK koordinoi hanketta ja keskeisessä roolissa käytännön vientitoiminnassa ovat Music Finland, Musiikki ja Media, Tallinn Music Week ja Music Estonia. (tamk.fi 2018.)

Finest Sounds -projektin tarkoitus on koota yhteen opiskelijoita, yrityksiä ja vientiasiantuntijoita ja luoda näin kontakteja ja mahdollisuuksia vientiin. Hanke tähtää vahvasti tulevaisuuteen, ja sen tärkein tavoite on saada yritykset löytämään uusia yhteistyökeinoja sekä monialaisuutta hyödyntäviä vientikonsepteja.

Finest Sounds -hanke sisälsi kuusi eri teemaa (suluissa teemasta vastaava hanketaho):

- Management (TAMK)
- Market analysis and involving companies (Music Finland)
- Music Export Accelerator Programme (TAMK)
- Matchmaking and showcases (Tallinn Music Week, Musiikki & Media)
- Contact and sales promotion trips to Japan (Music Finland)
- Communication and dissemination (Tallinn Music Week, Musiikki & Media)

Yksi teemoista, Music Export Accelerator Programme, koostui neljästä Demo Seasonista, joihin sisältyi Matchmaking and showcases –sisältöjä (Liite 2). Demo Seasonit ajoittuivat vuosille 2017-2018, ja ne pitivät sisällään muun muassa tässä työssä käsitellyn työpajan Musiikki & Media –tapahtumassa.

4 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTUS JA TULOKSET

4.1 Musiikki & Media -tapahtuman kyselytutkimus

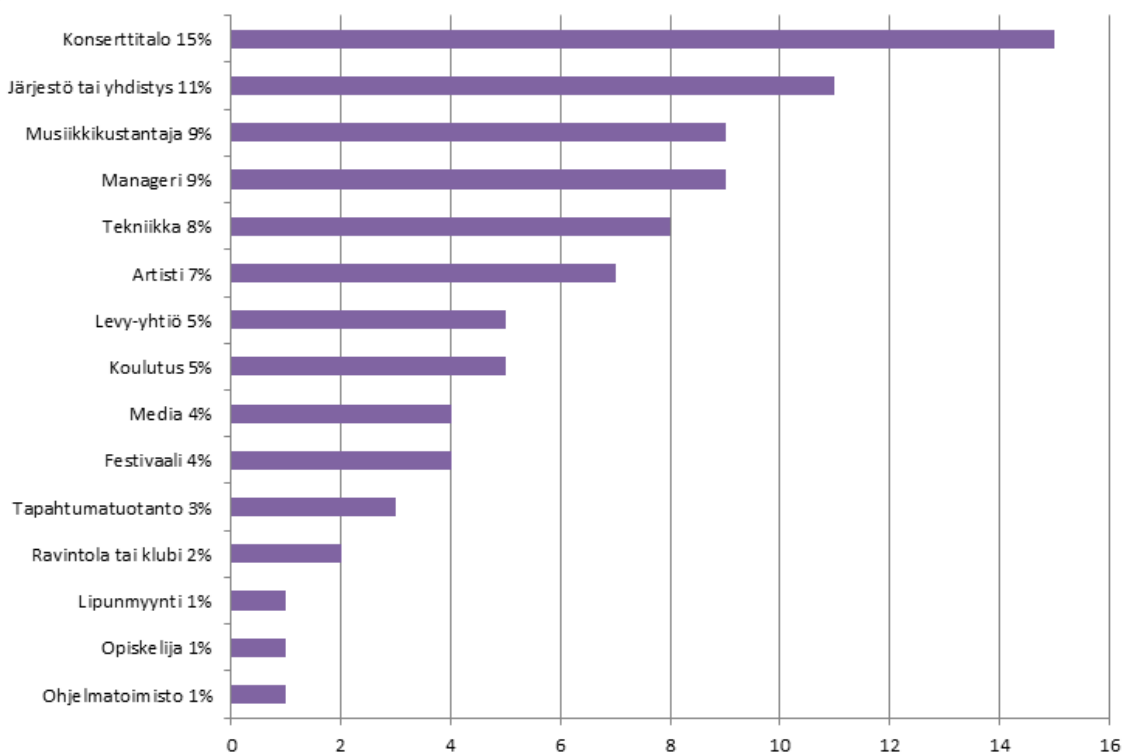
Musiikki & Media –tapahtuma tekee vuosittain tapahtuman jälkeen osallistuneille asiakaskyselyn. Asiakaskysely tehtiin myös lokakuussa 2018. Tällä kertaa kyselyyn sisällytettiin aiempia tarkempia kysymyksiä seminaarien teemoista. Kyselytutkimuksen perusjoukko oli Musiikki & Media 2018 –tapahtumaan rekisteröityneet osallistujat. Kyselytutkimuksen menetelmänä käytettiin sähköistä verkkokyselylomaketta, koska haluttiin kartoittaa laajan kohderyhmän profiileja ja mielipiteitä (Ojasalo ym. 2015, 121). Lomakkeessa kysyttiin vastaajien taustatietoja, pyydettiin arvioita tapahtuman eri sisällöistä, sekä tietoja vastaajan aktivoitumisesta tapahtuman aikana. Kysymystyypit olivat monivalintakysymyksiä ja strukturoituja avoimia kysymyksiä. Vertailussa aineistona käytettiin jo olemassa olevia uusimpia tutkimuksia Suomen musiikkialalta.

Tutkimuksella pyrittiin siis selvittämään Musiikki & Mediaan osallistuneiden kävijäprofiileja sekä heidän kiinnostustaan tapahtuman sisältöihin. Tavoitteena oli palvelukehitys, eli kehittää tapahtumaa ja sen ohjelmistoa ymmärtämällä kohderyhmää entistä paremmin. Tutkimus oli kvantitatiivinen eli määrään perustuva tutkimus. Kysymyslomakkeessa oli kokonaisuudessaan 30 kysymystä (Liite 3). Vastaajien taustaan liittyviä kysymyksiä oli kahdeksan, tapahtuman sisältöä arvioivia kysymyksiä oli 16 ja kuudessa kysymyksessä pyydettiin tietoa vastaajan aktivoitumisesta tapahtuman aikana. Vastaajien kesken arvottiin ilmainen osallistuminen ensivuoden Musiikki & Mediaan (delegaattipassi). Perusjoukon koko oli 467 henkilöä, eli Musiikki & Mediaan 2018 rekisteröityneet Suomessa asuvat henkilöt. Lomake lähetettiin lokakuussa 2018.

Kyselyllä haluttiin selvittää tapahtuman osallistuneiden taustoja heidän kiinnostustaan tapahtuman sisältöihin. Perusjoukon koko oli 467 henkilöä ja vastauksia saatiin

156 kpl. Vastausprosentti oli siis 33 %. Kyselyssä haluttiin selvittää myös millä musiikin toimialoilla tapahtumaan osallistujat työskentelevät. Vastauksista selvisi, että viisi suurinta toimialaa joissa vastaajat työskentelevät, ovat: konserttitalo (15 %), järjestö tai yhdistys (11 %), managerit (9 %), musiikkikustantajat (9 %) ja tekniikka (8 %). Muut edustetut toimialat näkyvät alla olevassa kaaviossa (Taulukko 1). 15 % vastanneista ilmoitti toimialaksi 'jokin muu'. Näitä toimialoja olivat esimerkiksi: turvallisuuspalveluiden tuottaminen, viestintätoimisto, levykauppa, tiedotus, viestintä, PR, markkinointiviestintä, musiikin tuottaja, logistiikka, konsultointi, tutkimus ja merchandise. Opiskelijoita vastanneista oli 1 %. Finest Sounds –työpajaan osallistuneet opiskelijat eivät lukeutuneet tapahtuman rekisteröityneisiin osallistujiin, koska tapahtumaan osallistuminen järjestettiin oppilaitosten kautta. He eivät täten lukeutuneet myöskään kyselytutkimuksen vastaanottajiin.

TAULUKKO 1: Musiikkiteollisuuden toimialat, joilla kyselyyn vastanneet työskentelevät (n=156)



Suurinta yksittäistä toimialaa tapahtuman osallistujissa edustaa siis livemusiikkia esittävät konserttitalot. Livemusiikkia edustavat osaltaan myös festivaalit, ravintolat & klubit, ohjelmatoimistot ja lipunmyynti. Yhdessä nämä sektorit muodostavat kai-

kista vastanneista 22 %. Elävä musiikki onkin Suomessa suurin sektori, se muodostaa puolet musiikkialan arvosta. Vertailun vuoksi ote Suomen musiikkialan talous ja vienti –raportista, joka kokoaa yhteen vuosittaiset tiedot Suomen musiikkialan kokonaisarvosta, suomalaisen musiikkiviennin markkina-arvosta sekä popmusiikin teosviennistä:

Suomen musiikkialan kokonaisarvo vuonna 2017 oli 930,2 miljoonaa euroa. Suurin sektori oli elävä musiikki, joka muodosti puolet alan arvosta, yhteensä 475,5 miljoonaa euroa. Suomalaisten tekijänoikeusjärjestöjen keräämät korvaukset olivat yhteensä 94,5 miljoonaa euroa, ja äänite-myynnin arvo oli 73,3 miljoonaa euroa. Musiikkialan arvoon on laskettu lisäksi julkinen ja yksityinen tuki (25,8 miljoonaa euroa) sekä musiikkikoulutus (270 miljoonaa euroa). Kokonaisuudessaan musiikkialan arvo kasvoi kahdella prosentilla edellisvuoteen verrattuna. (musicfinland.fi 2018.)

Vastaajien pyydettiin valitsemaan tärkein syy osallistua tapahtumaan. Vastaukset jakautuivat seuraavasti:

- 37 % Seminaariohjelma
- 33 % Verkostoituminen
- 17 % Siellä on kaikki ja siellä on kivaa!
- 7 % Neuvottelut yhteistyökumppaneiden kanssa
- 4 % Joku muu syy
- 2 % Lost In Music –keikat

Muita syitä osallistua tapahtumaan olivat muun muassa koulutusyhteistyö ja seminaarin puhujana toimiminen.

Tapahtumassa verkostoitumiseen liittyen haluttiin selvittää kuinka paljon tapaamisia osallistujat sopivat tapahtumakalentereihinsa yhteistyökumppaneiden kanssa ennen tapahtumaa. 49 % vastaajista ei sopinut lainkaan tapaamisia tapahtumaan. 51 % vastaajista sopi tapaamisia, ja niitä oli keskimäärin 3-4 kpl tapahtuman aikana.

Tapahtuman ohjelmistoon liittyen kyselyssä haluttiin selvittää osallistuneiden aktiivisuutta ja kiinnostusta seminaarisisältöihin. 47 % vastanneista osallistui tapahtuman aikana 1-5 seminaariin. 43 % osallistui 6-10 seminaariin. Tapahtumaan rekiste-

röityneistä ja kyselyyn vastanneista opiskelijoista hieman yli puolet osallistui 6-10 seminaariin ja hieman alle puolet 1-5 seminaariin.

Seminaarisisältöihin liittyen vastaajia pyydettiin ilmoittamaan mitkä seminaarit kiinnostivat heitä eniten tapahtuman 50 seminaarista. Kiinnostavimmat seminaarit olivat:

- 53 % Kuinka festivaaleilla ja tapahtumissa johdetaan?
- 48 % Oo mun kaa – avaimet onnistuneeseen kumppanuuteen
- 47 % Musiikkipäälliköiden tentti
- 42 % Hittibiisi syntyy musiikkipäälliköiden tilauksesta
- 40 % Miten artisti ura rakentuu nyt ja tulevaisuudessa
- 40 % Tavoitteena pitkäaikainen sponsorisuhde
- 37 % Yhdenvertainen musiikkiala – Keskustelu ja työpaja / Towards equality in the music sector - panel discussion and workshop
- 37 % Suuri Areenakeskustelu – Saammeko Suomeen uuden ajan live- ja median tapahtuma-alustoja?
- 37 % Kuinka suomalaiset kuuntelevat musiikkia 2018: Miten uudet tähdet syntyvät?

Tulos vaikuttaa luotettavalta, sillä lähes kaikki vastaajien ilmoittamat seminaarit löytyvät myös seminaarisalien ovensuussa tehdyn kulunvalvonnan raportista, joissa suosituimmat seminaarit olivat:

- Hittibiisi syntyy musiikkipäälliköiden tilauksesta! (2. osa)
- Oo mun kaa! - avaimet onnistuneeseen kumppanuuteen
- Miten artistiura rakentuu nyt ja tulevaisuudessa?
- Musiikkipäälliköiden tentti
- Suuri Areenakeskustelu
- Hittibiisi syntyy musiikkipäälliköiden tilauksesta! (1. osa)

Vastaajia pyydettiin myös kertomaan mistä aiheista he toivoisivat seminaarisisältöä seuraavaan tapahtumaan. Valmiiksi annetuista vaihtoehdoista kiinnostavimmat olivat:

- 55 % Markkinointi ja viestintä

50 % Menestystarinat ja epäonnistumiset

47 % Live-ala

45 % Kumppanuudet ja brändit

39 % Johtaminen ja hallinto

36 % Trendit

Lisäksi avoimissa vastauksissa toivottiin seuraavia aiheita: musiikin tuottaminen, management, ansaintamallit, toimialan rajat ylittävät aiheet, uudet teknologiat (mm. tekoäly), musiikkiteknologia, tuotteistaminen ja globaalit aiheet muuten kuin viennin kannalta.

Kyselyssä pyydettiin vastaajia kuvailemaan Musiikki & Mediaa kolmella sanalla avoimiin kenttiin. Eniten mainintoja saaneet sanat olivat:

1. Ajankohtainen
2. Mielenkiintoinen
3. Kiinnostava
4. Monipuolinen
5. Ammattimainen
6. Verkostoituminen

Yllä mainittujen lisäksi alla olevaan sanapilveen on kerätty 20 eniten käytettyä sanaa, joilla vastaajat kuvasivat Musiikki & Mediaa kyselyssä (Kuva 1).



Kuva 1: Sanapilvessä 20 eniten käytettyä sanaa, joilla Musiikki & Mediaa kuvailtiin kyselyssä

4.2 Osallistuva havainnointi Finest Sounds –työpajassa

Empiirisen tiedon kerääminen oppilaitosyhteistyöstä ammattilaistapahtumassa tapahtui osallistumalla Musiikki & Media -tapahtumaan lokakuussa 2018. Strukturoimattomaan havainnointiin päädyttiin menetelmänä, koska haluttiin mahdollisimman paljon ja monipuolista tietoa yhteistyöprosessin vaiheista (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2015, 116). Tapausesimerkkinä oli millä tavoin Finest Sounds -videotyöpaja toteutui Musiikki & Media -tapahtumassa vuonna 2018. Havainnointi oli aktiivista ja osallistuvaa, eli havainnointi oli vapaasti tilanteessa muotoutuvaa ja havainnoija oli ryhmän toimintaan osallistuva (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2009, 214). Havaintojen keräämiseksi pidin koko tuotantoprosessin ajan järjestelmällisesti kenttäpäiväkirjaa. Havainnoinnin tavoitteena oli selvittää työpajan prosessin toimivuutta; kuinka työpajan eri vaiheet toimivat nyt, ja millä tavoin niitä kannattaa jatkossa kehittää. Tavoitteena oli myös havainnoida millä tavoin toimii pienryhmien ja ammattilaisten yhteistyö, sekä opiskelijoiden verkostoitumista tapahtumassa. Osallistuin työpajaan Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelijan roolissa ja toimin videotyöryhmissä

tuottajana, yhtenä tiimin jäsenenä. Tuotantoprosessit käynnistettiin Musiikki & Mediassa, ja ne jatkuivat vuoden 2019 alkuun asti.

Hankkeessa mukana olevat oppilaitokset ilmoittivat opiskelijoilleen, sekä musiikkialan yrityksille, mahdollisuudesta osallistua työpajaan Musiikki & Media -tapahtumassa. Musiikkialan yritykset ilmoittivat mukaan artistejaan, joille toivoivat työpajassa markkinointimateriaalia Japanin markkinoille, ja laativat opiskelijoille toimeksiannot. Mukaan ilmoittautuneille opiskelijoille kerrottiin yritysten toimeksiannot ja alustavat suunnitelmat esiteltiin ensimmäisessä opiskelijakokoontumisessa Musiikki & Mediassa.

- Vaihe 1: Työpajassa opiskelijat esittelivät suomalaiset ja virolaiset toimeksiannot ja jakauduttiin sekaryhmiin. Ryhmät muodostuivat 5-6 jäsenestä. Opiskelijat osallistuivat myös kolmeen Musiikki & Median ohjelmistoon sisältyvään Finest Sounds –paneeliin ja verkostoitumistapaamiseen japanilaisten musiikin ammattilaisten kanssa. Työpajatyöskentely jatkui niin, että ryhmissä tutustuttiin tarkemmin artisteihin ja puhuttiin seminaareissa saaduista tiedoista Japanin musiikkimarkkinoista.
- Vaihe 2: Opiskelijat tapasivat yrityksiensä toimeksiantajat / artistien edustajat ja keskustelivat toiveista ja tarpeista. Keskusteluiden pohjalta muodostuivat tarkemmat toimintasuunnitelmat ja roolit videotuotannossa. Osa artisteista myös esiintyi Lost In Musicissa, opiskelijat osallistuivat keikoille.
- Vaihe 3: Suunnitelmat esiteltiin toimeksiantajille, osittain myös tapahtuman jälkeen. Tapahtuman jälkeen perustettiin myös tuotantoryhmien keskustelupaikat (Google Docs, WhatsApp) ja käynnistettiin tuotantojen suunnittelu Tallinnassa ja Tampereella.
- Vaihe 4: Marraskuussa tuotannot olivat käynnissä. Kuvaukset tapahtuivat marras-joulukuussa. Editoinnit ja tekstitykset tehtiin japaniksi kääntäjän avustuksella joulukuussa. Videoiden oli määrä valmistua oppilaitoksesta riippuen joko joului- tai tammikuussa. Valmistuneet videot esiteltiin toimeksiantajille. Niistä pyydettiin palautetta ja tietoa minkälaiseen käyttöön mahdollisesti tulossa. Tuotin videopajasta myös prosessikuvauksen (Liite 4).

Videotyöpajatyöskentely oli mielenkiintoista monestakin näkökulmasta. Koolla oli opiskelijoita kolmesta eri oppilaitoksesta: TAMK:sta, Tallinnan yliopistosta ja Humak:sta. Työpaja järjestettiin Musiikki & Median aikaan, joten osallistujilla oli mahdollista osallistua kulutta myös ammattilaistapahtuman ohjelmistoon. Työpajan aihe oli mitä kiinnostavin: toimeksiannot suomalaisilta ja virolaisilta artisteilta. Ensimmäinen kokoontuminen oli järjestetty jo ensimmäistä seminaaripäivää edeltävänä iltana. Se oli hyvä ratkaisu, koska kokoontuminen oli muutaman tunnin mittainen ja tällä tavoin se ei vienyt aikaa ruuhkaisilta seminaaripäiviltä. Kokoontumisessa esiteltiin toimeksiannot ja jaettiin opiskelijat pienryhmiin.

Ensimmäiseen kokoontumiseen olisin kaivannut syvällisempää esittelyä itse Finest Sounds –hankkeesta, sekä hankkeen aikana jo saatuja oppeja Japanin musiikkimarkkinoista. Olisi ollut hienoa myös nähdä esimerkkejä mitä edellisen vuoden vastaavassa työpajassa oli saatu aikaiseksi. Opiskelijoita oli ilmoittanut mukaan eri opintolinjoilta. Opiskelijoiden osaamisalueiden selvempi esiintuominen heti alussa olisi helpottanut tuotantotehokkaiden pienryhmien muodostamisessa. Kokoonnuimme lyhyesti toisen kerran vielä ensimmäisen seminaaripäivän alussa. Tämä kokoontuminen oli tarpeen, koska pienryhmät olivat nyt ehtineet tutustua tarkemmin toimeksiantoihinsa. Jokaiselle noin viiden hengen ryhmälle tuli kaksi toimeksiantoa tuotettavaksi. Oli myös kartoitettu mahdollisuuksia tavata toimeksiantajia Musiikki & Mediassa, joista osa oli paikalla. Toinen kokoontuminen olisi voinut olla selkeämmin jäsennelty. Tavoitteena oli nimetä pienryhmille tuotantovastaavat, mutta jäi hieman epäselväksi toteutuiko tavoite. Itse toimin tuotantoprosessissa suomalaisten toimeksiantajien ja opiskelijoiden yhteyshenkilönä.

Seminaaripäivinä osallistuimme aktiivisesti Musiikki & Median seminaareihin. Eriytyisenä kiinnostuksen kohteena oli Japanin musiikkimarkkinoita koskeva ohjelmisto. Finest Sounds presents: Japan listens! –paneeli tarjosi päivityksen Japanin ääniteteollisuuden nykytilaan, sekä kertoi kuinka viime aikojen muutokset vaikuttavat elävän musiikin kentällä, esimerkiksi miten suoratoisto muuttaa artistin lanseeraamista Japanissa. Panelisteina olivat Mirai Kawashima (Ward Records), Kyoko Asaka (Univer-

sal Music Japan) ja Nobby Uno (Avex Entertainment Inc.). *Finest Sounds presents: Branded Japan* –seminaari esitteli artistien ja brändien kaupallista yhteistyötä. Paneelissa esiteltiin onnistuneita case-esimerkkejä, sekä tarjottiin arvokasta tietoa Japanin markkinoille pyrkijöille. Panelisteina toimivat Kyoko Asaka (Universal Music Japan), Mirai Kawashima (Ward Records) ja Seiya Matsumiya (Black Cat White Cat). *Finest Sounds presents: Sub-publishing in Japan* -paneelissa keskusteltiin alikustantajasta, yhdestä olennaisimmista tekijöistä Japanin markkinoille mentäessä. Paneeliin osallistuivat Yasuhiro Yamada (Watanabe Music Publishing), Tommi Tuomainen (Elements Music), Nobby Uno (Avex Entertainment Inc.) ja Ann Slangar (Sugarhouse Publishing). *Finest Sounds Networking Session* oli tilaisuus jossa pääsi tapaamaan koko Musiikki & Median Japanin delegaatiota, luomaan kontakteja musiikkiyhtiöihin ja brändeihin, sekä kuulemaan tuoreesta EU:n ja Japanin välisestä kauppasopimuksesta. (musiikkimedia.fi 2018a.)

Seminaareihin ja verkostoitumistapahtumaan osallistuminen oli erittäin hyödyllistä. Niistä sai paljon ajatuksia ja ideoita videon tuotantoon. Opiskelijoiden kannattaakin hyödyntää mahdollisuudet kuluitta alan ammattilaistapahtumiin osallistumiseen. Tapahtumaan osallistuminen on tehokas tapa kuulla alan ajankohtaisimmat keskustelut ja tavata alan ihmisiä. Oli todella iso etu, että osa opiskelijoista pääsi tapaamaan toimeksiantajan tapahtumassa ja jopa näkemään toimeksiantoa koskevan artistin esiintymässä *Lost In Music* -keikalla. Tapaamisessa käytiin läpi artistin edustajan toivomukset tulevasta tuotannosta, artistiin liittyviä huomioitavia asioita, käytettävissä oleva taustamateriaali ja tuleva tuotantoaikataulu. Tätä toimintamuotoa kannattaa vastaisuudessa suosia. Sekä havainnoinnissa, että haastatteluissa tuli ilmi, että ammattilaisten ja opiskelijoiden tapaamisesta, sekä artistin keikan näkemisestä oli konkreettista hyötyä projektin loppuun saattamisessa.

Seminaarien välillä kokoontuimme lyhyesti pienryhmissä jakamaan tietojamme ja ideoimaan tulevaa videotuotantoa. Kokoontumiset olivat ideariihityyppeisiä, joissa tuotettiin mahdollisimman paljon ideoita spontaanisti ja ne kirjattiin ylös. Myöhemmin tapahtuman jälkeen ideoista kiteytyi lopullinen käsikirjoitus. Tapahtuma on tilaisuus –teoksen *Asiatapahtuman sisältö* –osiossa mainitaan, että ohjelma on hyvä

jakaa eri seminaarisaleihin kohderyhmien ja kuulijoiden mukaan. ”Näin jokainen saa itselleen jotakin ja tapahtuma puitteet voidaan hyödyntää täysipainoisesti. Esimerkiksi aloitusosuus, tapahtuman esittely ja kenties jokaista koskettava aloitusluento voivat olla yhteisiä, ja sitten jakaudutaan omiin asiaosuuksiin. Lopuksi on yhteinen päätös ja vapaaehtoinen viihde- ja aktiviteettiosuus.” (Vallo & Häyrinen 2014.) Tätä mallia työpajaosuus noudattelikin osittain, mutta vastaisuudessa yhteisen päätösosuuden järjestämistä kannattaisi harkita mukaan kokonaisuuteen. Päätösosuudessa olisi luontevaa koostaa ideoita ja sopia roolit ja tuotantoaikataulut.

Musiikki & Median jälkeen tuotantoryhmät jatkoivat toimintaansa Tampereelta, Tallinnasta ja Helsingistä käsin. Tuotantotiimeille perustettiin verkkoon muokattavat dokumentit, joissa yhteystiedot, aikataulut, käsikirjoitus ja muut tuotantoasiat muokkautuivat yhteisesti tuotannon edetessä. Havainnoinnin perusteella huomattiin, että tässä vaiheessa on erittäin tärkeää, että tiimillä on henkilö joka hoitaa yhteyksiä toimeksiantajaan, kun esimerkiksi artistin kanssa sovitaan kuvausaikatauluista. Havainnoinnin ja opiskelijoiden haastatteluiden perusteella roolijako tiimissä on hyvä tehdä selväksi, kun operoidaan tuotantoa kolmen eri kaupungin välillä. Samoin havainnoinnin ja opiskelijahaastatteluiden perusteella käytännön asioista on tärkeää selvittää heti tuotannon alussa mistä oppilaitoksesta kuvauskalusto lainataan ja miten kuvauksiin liittyvät matkakulut hoidetaan. Kuvausten ja editoinnin jälkeen videot tekstitettiin japaniksi kääntäjän avulla ja toimitettiin toimeksiantajille kommentoitavaksi. Toimeksiantajat lupautuivat raportoimaan miten hankkeeseen liittyviä videoita hyödynnetään artistien kansainvälisessä markkinoinnissa/ promootiossa.

4.3 Haastattelut

Haastattelut valitsin menetelmäksi, koska koin että oppilaitosyhteistyön kartoittamiseen ja kehittämiseen tarvitaan syventävää tietoa. Haastatteluiden kohteina olivat esikuva-arviokohteen edustajan lisäksi Finest Sounds –oppilaitosyhteistyöhön osallistuneita opiskelijoita, oppilaitosten edustajia sekä musiikkialan ammattilaisia. Puolistrukturoidut ja tapaustutkimuksessa tyypilliset avoimet haastattelut valittiin mene-

telmäksi, koska tarkoituksena oli tutkia yhteistyön merkitystä osallistujille. Vastauksista yritettiin myös löytää yhteyksiä aiempiin oppilaitosyhteistyötä koskeviin teorioihin (Ojasalo ym. 2015, 110). Löytyykö esimerkiksi yhteyksiä Tuottaja2020-teoksessa mainittuun määrittelyyn, jossa toimiva oppilaitosyhteistyömuoto tapahtumassa on toimintojen osittainen ulkoistaminen osaksi oppilaitoksen opintojaksoja, ja yhteistyö sovitaan oppilaitoksen ja tapahtuman pitkäaikaisella kumppanuussopimuksella (Halonen 2010, 53).

Oppilaitosyhteistyö-työpajoja koskevia haastatteluja toteutettiin haastatteluina, puhelinhaastatteluina ja sähköpostihaastatteluina. Haastattelujen kohteina olivat Finest Sounds -hankkeessa mukana olevien oppilaitosten edustajia ja opiskelijoita, sekä työpajoihin osallistuneita musiikkialan ammattilaisia. Sähköpostihaastattelu valittiin osittain menetelmäksi lähinnä haastateltavien aikataulusyistä; kyseessä on melko lyhyt ja selkeätavoitteinen haastattelu ja haastateltaville haluttiin antaa mahdollisuus vastata oman aikataulunsa puitteissa. Kaikki vastaukset analysoitiin luokittelemalla ja etsimällä vastauksista yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia (Ojasalo ym. 2015, 110). Pyrittiin siis etsimään mitä yhteistä löytyy useamman haastateltavan vastauksista.

Oppilaitosten edustajien sähköpostihaastattelu koostui kokonaisuudessaan kahdeksasta avoimesta kysymyksestä ja se lähetettiin neljälle henkilölle, eli kaikille TAMK:sta ja Humak:sta työpajassa paikan päällä olleille oppilaitosten edustajille (Liite 5). Vastaukset saatiin kolmelta henkilöltä. Kysymykset koskivat oppilaitosten edustajien kokemuksia siitä, mitkä olivat tärkeimmät opit työpajoista ja mitkä testatuista konsepteista toimivat parhaiten. Lisäksi kysyttiin miten opiskelijoiden ja yritysten osallistaminen onnistui. Kysymyksissä pyydettiin näkemystä myös siitä, miten yhteistyö oppilaitosten edustajien mielestä toimi oppilaitosten välillä, sekä ammattilaistapahumien kanssa. Lopuksi pyydettiin määrittelyä miten saatuja oppeja ja löydöksiä hyödynnettiin jo hankkeen aikana ja edetessä.

Työpajaan osallistuneiden opiskelijoiden haastatteluja tehtiin puhelimitse ja sähköpostitse. Opiskelijat valikoituivat eri videotuotantotiimeistä ja oppilaitoksista, jotta

vastauksiin saatiin tietoa mahdollisimman laajasti. Loppujen lopuksi haastateltaviksi valikoitui tuotantoprosessissa muutoinkin tuotannon yhteyshenkilöinä toimineita opiskelijoita TAMK:sta ja Tallinnan yliopistosta. Haastattelu oli aluksi suunniteltu lomakehaastattelun tapaan niin, että siinä oli noin kymmenen kysymyksen strukturoitu osuus ja lisäksi kolme avointa kysymystä. Kysymykset lähetettiin sähköpostilla. Vastauksia tuli muistutuksista huolimatta määräaikaan mennessä vain yksi, joten muoto ei ollut toimiva. Myöskään tiedon analysoinnissa muoto ei tuntunut toimivalta, koska monesta kysymyksestä huolimatta tieto jäi melko pintapuoliseksi. Koska haluttiin tutkia työpajan merkitystä osallistuneille, haastattelua muutettiin siten, että tärkeimmät kysymykset muotoiltiin avoimiksi ja viisi haastattelua tehtiin puhelimitse. Ne myös äänitettiin ja litteroitiin kevyesti.

Lopulta kahdeksan avointa kysymystä kartoittivat kuinka tärkeänä opiskelijat pitivät sitä, että hankkeen työpajaan osallistumalla sai osallistua samalla ammattilaistapahtuman ohjelmistoon (Liite 6). Kysyin myös tarkemmin mitkä seminaariaiheet kiinnostivat opiskelijoita eniten. Tarkentavina kysymyksinä kysyttiin verkostoitumisen merkitystä tapahtumassa, sekä kuinka hyödylliseksi opiskelijat kokivat työpajan eri tapaamiset toimeksiantoihin liittyen. Lisäksi kolmella strukturoidulla kysymyksellä kysyttiin kuinka monessa seminaarissa ja keikalla opiskelijat kävivät, sekä aikovatko vastaisuudessa osallistua vastaaviin ammattilaistapahtumiin.

Musiikkialan ammattilaisten kommentteja oppilaitosyhteistyön työpajoihin liittyen saatiin kahdelta henkilöltä sähköpostitse. Haastateltavina toimivat Musiikki & Media –tapahtuman edustaja sekä työpajan toimeksiantajana toimineen yrityksen edustaja. Toimeksiantaja vastasi yhdeksään avoimeen kysymykseen. Sähköpostihaastattelu valittiin menetelmäksi haastateltavien aikataulusyistä; kyseessä on melko lyhyt ja selkeätavoitteinen haastattelu ja haastateltavalle haluttiin antaa mahdollisuus vastata oman aikataulunsa puitteissa. Musiikki & Media –tapahtuman edustaja vastasi samoihin kysymyksiin kuin esikuva-arvioinnin kohde, eli kommentoi yleisesti tapahtuman oppilaitosyhteistyötä tällä hetkellä (Liite 7).

4.3.1 Oppilaitosten edustajat

Finest Sounds –hankkeen työpajaosuuksissa mukana olleilta TAMK:n ja Humak:n lehtoreilta pyydettiin palautetta Musiikki & Mediassa 2018 järjestetyn videotyöpajan lisäksi myös hankkeen aiemmista työpajoista. Niitä olivat työpaja Musiikki & Media ja Tallinn Music Week –tapahtumissa (2017), sekä Matchmaking –työpajat Allas Sea Poolilla ja Logomossa (2017). Palautteen mukaan työpajojen anti oli varsin moninaista ja osa projekteista jäi ideatasolle. Luovien alojen yritysten ja musiikkialan toimijoiden (artistit, yhtyeet) opiskelijavetoisista työpajoista todettiin kuitenkin syntyneen monia käyttökelpoisia markkinointi- ja tuoteideoita. Vaikka lopputuotos olisi-kin jäänyt keskeneräiseksi, niin vastaavanlaiseen monialaiseen yhteistyötoimintaan hakeutuminen tuli toimintamallina tutuksi. (Majabacka 2018.)

Opiskelijoiden osalta hyödylliseksi näkökulmaksi hankkeeseen osallistumisessa nähtiin vahva verkostoitumisen mahdollisuus sekä muiden opiskelijoiden, että alan ammattilaisten kanssa. Kontaktien saamisen nostaa esiin yhtenä päätavoitteena myös Finest Sounds –hankkeen aiemmassa Logomon Matchmaking-työpajassa mukana ollut Humak:ssa kulttuurituotantoa opiskeleva Antti Yli-Halla:

Opiskelijat saivat myös tärkeitä kontakteja toisista oppilaitoksista maiden rajojen ulkopuolelta ja harjoitella toimimista kansainvälisessä ympäristössä sekä yritysten kanssa. Opiskelijoille avautui tätä kautta mahdollisuus myös löytää mahdollisia harjoittelupaikkoja. Tämän kaltaiset hankkeet ovat opiskelijoille sekä oppilaitoksille arvokkaita. (Yli-Halla 2018.)

Toisaalta opiskelijoille olisi kaivattu vielä enemmän kontaktia työelämän edustajien kanssa ja lisää vaikuttamisen mahdollisuuksia. Konkreettisenä ehdotuksena mainittiin, että kontakti opiskelijoiden ja yritysten välillä voisi alkaa esittelyllä/esitelmillä ja jatkua siitä eteenpäin työskentelyllä (Simovaara 2018). Harri Karvisen kokemuksen mukaan TAMK:n opiskelijat olivat ylipäätään tyytyväisiä osallistumisestaan hankkeen työpajoihin (Karvinen 2018).

Työpajoihin osallistuneiden yritysten resurssit ja lähtötaso nähtiin vaihtelevana. Epätasaisuuteen yksi syy saattaa löytyä viestinnästä. ”Kun hautomotoimintaa tarjotaan

yrityksille, tulisi asettaa varsin tarkat kriteerit sille, minkälaisia yrityksiä haluan mukaan ja mitkä ovat ehdot” (Majabacka 2018). Myös yritysten rajalliset resurssit käyttää aikaa yhteistyölle saattoi osaltaan vaikuttaa siihen, että monet yhteistyöideat jäivät loppuun asti toteutumatta. Karvinen toteaa kuitenkin, että yritysten luottamus opiskelijoiden kykyyn saada tuloksellista innovointia työryhmissä kasvoi hankkeen edistyessä (Karvinen 2018). Oppilaitosten yhteistyötä työpajojen suhteen pidettiin erittäin mukavana, toimivana ja opettavaisena. Hankkeen työpajojen tärkeimpinä välillisinä tuloksina Majabacka listaakin juuri korkeakoulujen välisen yhteistyön kehittämisen, monialaisten ryhmien ohjaukseen liittyvän pedagogisen puolen sekä monipuolisen oppimisympäristön, verkostoitumisen opiskelijoille ja hankehenkilökunnan osaamisen lisääntymisen (Majabacka 2018). Kehittämisehdotuksina mainittiin tehtävänantojen tarkentaminen, sekä työpajan opetuksen vastuun osoittaminen selkeästi yhdelle opettajalle tai opettajaparille. Myös työpajojen etukäteisvalmistelu ja perehtyminen nähtiin edelleen tärkeäksi, vaikka ideana onkin opiskelijoiden itsenäinen työskentely. Työpajojen toimivuutta parantaisi myös, jos olisi aiemmin ja tarkempia tietoja työpajoihin osallistuvista opiskelijoista. (Simovaara 2018.)

Musiikki & Media ja Tallinn Music Weekin yhteydessä järjestetyt työpajat koettiin toimivina ja verkostoitumista hyvin tukevin. ”Oli hienoa saada Musiikki & Medialta tilaa ja aikaa sekä tulosten esittämiselle ammattilaisyleisölle että työpajatyöskentelyyn” (Simovaara 2018). Simovaara nostaa esiin kehitysehdotuksena myös musiikkialan konsultin mukaan ottamisen.

Parhaiten toimivat ideatasolla työpajat, joissa eri alojen yritysten toimintoja yhdisteltiin (Logomo 2017 ja Tallinna 2017). Tämä toiminta olisi vaatinut parempaa strategiaa toteutuksen osalta, mutta ideointipajoina tulokset olivat hyviä. Myös Musiikki & Media 2018 -videotyöpaja on toimiva ja käyttökelpoinen konsepti. (Majabacka 2018.)

Työpajojen osalta todettiin, että toimintatavoista keskusteltiin kokouksissa, mutta niitä ei juurikaan muutettu hankkeen aikana. Karvinen toteaa, että itse hanke kasvoi konkreettisemmaksi ajan kanssa. ”Uskoisin että jokainen toimija löysi hankkeessa tapahtuneesta yhteistyöstä aineksia tulevaisuuteen” (Karvinen 2018).

4.3.2 Työpajaan osallistuneet opiskelijat

Haastateltavat opiskelijat olivat Tallinnan yliopiston Audiovisual Media -linjan opiskelijoita sekä Tampereen Ammattikorkeakoulun opiskelijoita, jotka olivat osallistuneet osana opintojaan vapaavalintaiselle Music Business –kurssille. Molemmissa oppilaitoksissa työpajaan osallistumisesta sai opintopisteitä. Motiivit työpajaan osallistumiseen vaihtelivat. Tallinnassa opiskeleville Musiikki & Media –tapahtuma ei ollut tuttu, eli osallistumiseen ei vaikuttanut se, että samalla sai osallistua ammattilaistapahtumaan. Yksi haastatelluista oli kuullut että Finest Sounds –työpajaan liittyy yhteistyötä artistien kanssa ja se kiinnosti, samoin kun työpajan sijoittuminen oman oppilaitoksen ulkopuolelle ja monialaisuus (Opiskelija D 2019). TAMK:ssa opiskeleville Musiikki & Media –tapahtuma oli tuttu ja siihen osallistuminen työpajan lisäksi kiinnosti. Yksi haastatelluista kommentoi, että oli aiemmin halunnut osallistua tapahtumaan, mutta kokenut osallistumismaksun freelancerille liian kalliiksi. Nyt opiskelijana olisi voinut ajatella osallistumista itsenäisesti myös opiskelijahinnalla (Opiskelija A 2019).

Kaikilla opiskelijoilla oli oppilaitokselta ohjeena osallistua seminaareista ainakin Finest Sounds –seminaareihin (3 kpl), sekä verkostoitumistapahtumaan. Kaikki opiskelijat olivat tutustuneet seminaariohjelmistoon etukäteen. Audiovisuaalista mediaa opiskelevat osallistuivat Finest Sounds –seminaareihin, sekä yksi lisäksi av-alaan liittyvään Talking Tolkien: Liaison of director and the music team –seminaariin, jossa yhtenä puhujana oli Dome Karukoski. Yksi av-ala opiskeleva arvioi, että seminaarit kiinnostivat enemmän niitä opiskelijoita, jotka jollain tavoilla olivat yhteydessä musiikkibisnekseen, esimerkiksi tekevät itse musiikkia (Opiskelija E 2019). Opiskelijat toivoivat lisää mediaan liittyviä, eritoten audiovisuaaliseen mediaan liittyviä seminaareja. Esimerkiksi konserttitaltiointeihin liittyvää seminaariaihetta ehdotettiin (esimerkkinä Cheekin Lahden konserttitaltiointi). Myös todettiin, että seminaareissa puhujina toimivat henkilöt eivät olleet tuttuja ennestään, joten heidän esittelemisensä selkeämmin seminaariohjelman yhteydessä olisi herättänyt enemmän kiinnostusta seminaariohjelmistoon. TAMK:ssa opiskelevat kävivät kolmessa ja neljässä seminaarissa Finest Sounds –seminaarien lisäksi. Heitä kiinnostivat yleisesti musiikkibisnekseen liittyvät teemat Indie & Impala presents: Why is indie better, How to be an in-

ternational label ja How to build an international career, sekä YouTube hands-on musiikintekijöille ja artisteille. Yleisesti kommentoitiin, että kansainväliset teemat kiinnostivat eniten.

Työpajan sujumisesta projektina oltiin melko yhtenäisillä linjoilla: ohjeistusta pitää selkeyttää. Tallinnan yliopistossa opiskelevilla projekti oli käynnistynyt jo ennen tapahtumaa jolloin oli koottu tiimit ja tehty suunnitelmat esityksineen toimeksiantoihin liittyen. TAMK:ssa opiskelevat aloittivat projektissa varsinaisesti vasta ensimmäisessä tapaamisessa tapahtumassa. Oppilaitosten työpajojen toimeksiannot eivät olleet aivan yhtenäiset vuonna 2018. Toimeksiantojen erilaisuus aiheutti ensimmäisessä tapaamisessa hämmennystä, samoin oppilaitosten projektien oleminen eri vaiheissa. Opiskelijat esiteltiin tapaamisessa, mutta taustojen ja osaamisen huomiointa toivottiin enemmän ryhmien muodostamiseen liittyen. Ylipäätään ryhmätöistä oppilaitoksissa kommentoitiin, että roolit tiimissä ovat usein liian epäselvät. Tiimityöt sujuisivat paremmin, jos ryhmäytymisessä kiinnitettäisiin enemmän huomiota eri rooleihin opiskelijoiden osaamisessa. Selkeät työnjaot ja johtajuus tulivat ryhmätyöskentelyssä olennaisina asioina esille useammassa kohdassa opiskelijoiden haastatteluita.

Työpajaan liittyvistä toimeksiantoon liittyvistä tapaamisista artistin tapaaminen koettiin tärkeimmäksi asiaksi videon suunnitteluun liittyen. Myös artistin näkeminen keikalla koettiin luovaksi tilanteeksi, jossa syntyi ideoita videon sisältöön. Hyödyllisimmäksi tavaksi hoitaa tapaamiset arvioitiin, että kaikki osapuolet olisivat samaan aikaan koolla: opiskelijatiimi, toimeksiantaja (artistin edustaja) ja artisti. Tapahtuman jälkeen videoiden tuotannot etenivät ryhmästä riippuen hyvin eri tavoin. Joissain toimeksiannoissa virolaiset artistit eivät ehtineetkään osallistua suunniteltuihin toimenpiteisiin. Haastateltujen opiskelijoiden ryhmissä videoita kuvattiin Helsingissä, Tampereella ja Tallinnassa. Osa haastatelluista koki, että ryhmän toiminta sujui hyvin tapahtuman jälkeen. Osa koki, että olisi halunnut osallistua enemmän tuotantoon tapahtuman jälkeen, mutta tuotannon edistäminen eri oppilaitoksessa ei mahdollistanut osallistumista.

Verkostoitumiskysymyksessä nousi eroja av-opiskelijoiden ja music business – opiskelijoiden välille. Av-opiskelijat eivät niinkään nähneet verkostoitumistarvetta musiikkialan ammattilaistapahtumassa, mikäli ei ole itse myös musiikintekijä. Tosin, jos jonkinlainen verkostoitumismahdollisuus olisi järjestetty nimenomaan av-alaan liittyvän seminaarin yhteyteen, se olisi kiinnostanut. Music business –opiskelijat olivat kiinnostuneita verkostoitumismahdollisuuksista. Kiireisen muun ohjelman vuoksi verkostoituminen oli kuitenkin jäänyt melko vähiin. Yksi haastatelluista oli ennättänyt tapahtuman aikana neljälle eri keikalle, muut vain yhdelle tai kahdelle. Ammattilaistapahtumiin osallistuminen kiinnostaa vastaajia tulevaisuudessakin. Av-opiskelijoita kiinnostaa vastaavat tapahtumat lähinnä av-alaan liittyen. Music business –opiskelijat uskovat osallistuvansa Musiikki & media –tapahtumaan vastaisuudessakin.

4.3.3 Musiikkialan ammattilaiset

Suomalaisten artistien tuotantoon päätyneitä toimeksiantoja oli kolme kappaletta. Maaliskuun 2019 alkuun mennessä yksi tuotanto oli valmistunut ja kaksi tuotannosta oli vielä keskeneräisiä. Täten vain yhtä toimeksiantajaa haastateltiin, koska haluttiin kommentit koko tuotantoprosessista loppuun saakka. Haastatellun toimeksiantajan mukaan Finest Sounds / Musiikki & Media -työpajaan oli helppo lähteä mukaan. Hänen osaltaan asiaa helpotti myös se, että työpajatoimintaan juuri sopiva artisti oli sopivassa vaiheessa toimintaa. Toimeksiantajan mukaan työpajan järjestäminen Musiikki & Median aikana oli hyödyllistä, koska saatiin hyvä startti asialle ja tapaaminen ryhmän kanssa valaisi mitä tuotannossa voidaan tehdä. Opiskelijaryhmän tapaamista toimeksiantaja piti muutenkin tarpeellisena, sillä tapaamisessa selvisi heti alkuun monta asiaa, mitä muuten olisi pitänyt selvittää tuotannon edetessä. Artistin keikan näkemistä Musiikki & Median aikana toimeksiantaja arvioi opiskelijoille hyödylliseksi videon tuotantoa ajatellen. Artistin ja opiskelijoiden tapaamisen hän kuitenkin jättäisi mieluummin rauhallisempaan ajankohtaan, eli vasta tapahtuman jälkeen. Toimeksiantajan mukaan videotuotanto tapahtuman jälkeen sujui hyvin ja myös artisti itse oli varsin inspiroitunut opiskelijaj yhteistyöstä: ”Artistille heidän (opiskelijoiden) esittämät kysymykset olivat olleet hyviä ajatuksen herättäjiä – ja ryhmässä oli myös

ihmisiä joiden kanssa olisi helppo kuvitella tekevänsä yhteistyötä myös jatkossa” (toimeksiantaja 2019). Haastatellun toimeksiantajan mukaan oppilaitosyhteistyönä tehtyä videota tullaan käyttämään artistilanseerauksessa. Toimeksiantaja oli tyytyväinen yhteistyöhön ja työpajan toimintamalliin, joten hän olisi valmis osallistumaan samankaltaiseen oppilaitosyhteistyöhön myös vastaisuudessa.

4.4 Benchmarking monimuotoisesta oppilaitosyhteistyöstä

Benchmarking-kohteiksi etsin monimuotoista oppilaitosyhteistyötä tekeviä tahoja luovilta aloilta. Kohteiden etsiminen oli melko vaiheikas prosessi. Ensimmäisessä vaiheessa kartoitin kansainvälisiä musiikkialan ammattilaistapahtumia Suomen ulkopuolella. Omassa kartoituksessa ja alan ammattilaisilta kyseltäessä, ei kuitenkaan noussut selkeästi yhtä tai kahta benchmarkingiin sopivaa kohdetta. Suomalaiset musiikkialan ammattilaiset osallistuvat moniin eri ammattitapahtumiin ulkomailla, mutta aivan selkeitä suosikkeja ei tuntunut löytyvän, ja tietoja tapahtumien oppilaitosyhteistyömuodoista oli haastava saada. Kartoitusta lavennettiin ylipäätään luovan toimialan tahoihin, koska arveltiin, että oppilaitosyhteistyön kartoittamiseen muidenkin toimialojen organisaatiot soveltunevat hyvin. Luovan toimialan yleistä roolia Tuottaja2020 –teos avaa seuraavasti: ”Taiteen ja kulttuurin toimialoja on alettu pitää maailmanlaajuisesti keskeisinä talouden kasvun ja viennin kannalta. Niitä on, tietyn rajauksin, alettu kutsua luoviksi toimialoiksi, joiden katsotaan kuuluvan luovan talouden ytimeen.” (Halonen 2012, 33.)

4.4.1 Helsingin Kirjamessut ja Kallion ilmaisutaidon lukio

Erittäin mielenkiintoinen oppilaitosyhteistyökuvio löytyi lopulta Helsingin Kirjamessuilta. Tiedon kerääminen suoritettiin Kirjamessujen kotisivustoa ja ohjelmistoa tutkimalla, sekä Kirjamessujen tiedottaja Teija Armannon sähköpostihaastattelulla (Liite 8). Helsingin kirjamessut on yleisötapahtuma ja se järjestetään vuosittain Helsingin messukeskuksessa. Vuonna 2018 Kirjamessuilla vieraili neljän päivän aikana 85 600 henkilöä. Järjestäjä Messukeskuksen mukaan historian suurimmille Kirja-

messuille kävijöitä veti mielenkiintoinen ohjelma, uutuuksiin tutustuminen ja messuhintaisten kirjahankintojen tekeminen. Vuoden 2018 teemamaa oli Yhdysvallat. Lisäksi 100 vuottaan juhliva Viro oli monipuolisesti esillä. Kirjamessut tarjosi runsaasti ohjelmaa myös lapsille ja koululaisille. (kirjamessut.messukeskus.com 2019.) Vuonna 2018 Kirjamessut kutsui kaikki Helsingin yliopistossa, Aalto yliopistossa ja Taideteollisessa korkeakoulussa opiskelunsa aloittaneet fuksit kirjamessuille veloituksetta (Armanto 2018).

Kirjamessujen tiedottaja Teija Armannon mukaan Kallion ilmaisutaidon lukio on ollut Kirjamessujen oppilaitosyhteistyökumppanina jo seitsemän vuotta. Yhteistyö on hyvinkin sisällökästä, sillä Kallion ilmaisutaidon lukion opiskelijat tekevät nuorten Kallio-lavan ohjelman kokonaisuudessaan. Yhteistyön laajuudesta saa käsityksen tutkimalla Kirjamessujen ohjelmaa. Kallio-lavalla on ohjelmaa tapahtuman jokaisena päivänä noin klo 10.30-19.00. Ohjelmanumerot ovat enimmäkseen puolen tunnin mittaisia, joten eri ohjelmanumeroita on päivittäin noin 17.

Yhteistyö on alkanut seitsemän vuotta sitten pienempimuotoisena, mutta nyt Kallion ilmaisutaidon lukion opiskelijat tekevät aika itsenäisesti yhden lavan ohjelman. Työtä ohjaa kuitenkin tuottaja, joka on myös entinen Kallion ilmaisutaidon lukion opiskelija, ja hän saa työstään palkkion. Uskomme, että nuoret osaavat tehdä nuorille kiinnostavaa ohjelmaa. (Armanto 2019.)

Armanto kertoo myös, että Kallion ilmaisutaidon lukiossa on Helsingin Kirjamessut -kurssi, joka sisältää ohjelman tuottamisen (ohjelman suunnittelu, haastattelut, soveltaminen). Yhteistyö on alkanut lukion opettajan kanssa, joka on tehnyt tämän mahdolliseksi. Kirjamessut pitää yhteistyötä erittäin tärkeänä. Kallion ilmaisutaidon lukion tuottama ohjelma on erittäin kiinnostavaa ja siellä on päivittäin paneelikeskustelu nuoria kiinnostavasta aiheesta. Ohjelma kiinnostaa laajasti kirjamessujen kävijöitä, Armanto kuvailee.

Kirjamessut uskovat myös, että vahva sisältötekeminen sopii oppilaitosyhteistyöhön:

Ihan varmasti tässä on mahdollisuuksia. Kirjamessuilla ohjelma liittyy aina vahvasti kirjallisuuteen. Tapahtuman ohjelma koostuu kustantajien ohjelmaehdotuksista ja ohjelman kokoa ohjelmajohtaja yhdessä ohjel-

matuottajan kanssa. Ohjelmaa rakentavat myös kumppanit esimerkiksi juuri KirjaKallio. Jokaisella kumppanilla pitää olla oma funktionsa ja osaaminen omalta alaltaan. (Armanto 2019.)

Kirjamessuilla opiskelijat saavat myös hyviä kontakteja alan ammattilaisiin, koska opiskelijat ovat yhteydessä kustantajiin, mediaan, kirjailijoihin, panelisteihin, sillä he sopivat kaiken ohjelmaan liittyen itse (Armanto 2019). Kysymykseen minkälaista osaamista opiskelijoilta tarvittaisiin työelämäyhteistyökumppanin näkökulmasta, Armanto vastaa: ”Kirjamessujen osalta pitäisi olla kirjallisuuden tuntemusta, yleistä sivistystä ja uusia ideoita, sitoutumista ja intoa. Esiintymistaitoa, teknistä osaamista ja some-osaamista.”

4.4.2 Lahden ammattikorkeakoulun Design or die -hanke

Toiseksi benchmarking-kohteeksi valikoitui hanke, Lahden ammattikorkeakoulun muotoilualan projekti Design or die - luovasta osaamisesta uutta arvoa ja kilpailukykyä. Projektin toteutusaika oli 1.9.2016 - 31.12.2018.

Design or die - projektin päätavoite on lisätä muotoilun ja luovan osaamisen mahdollisuuksien tunnistamista ja hyödyntämistä kilpailukykytehtäjänä eri toimialojen yritysten, yhteisöjen ja strategisten verkostojen kanssa. Luova osaaminen ja muotoilu nähdään laaja-alaisena ja strategisena keinona vahvistaa yhteiskunnan ja elinkeinoelämän arvonluontia ja kilpailukykyä. Projektissa vahvistetaan luovien alojen sisäistä ja eri toimijaverkostojen yhteistyötä hyödyntämällä monialaisia toimintatapoja ja siihen perustuvaa osaamista. Projekti tähtää myös luovien alojen ammattilaisten, harrastajien ja opiskelijoiden työllistymisen edistämiseen. Projektin toteuttavat LAMK, Aalto -yliopisto, Lapin yliopisto sekä Ornamo Oy. (lamk.fi 2019.)

Projektin loppuraportti avaa kokemuksia aidoista työelämä- ja yritys yhteistyöprojekteista, joiden tavoitteena oli mahdollistaa opiskelijoiden työskentely aidoissa työelämän ympäristöissä. Lahden maastohiihdon maailmanmestaruuskilpailutapahtuma toimi yhtenä testialustana hankkeessa valokuvauksen opiskelijoiden ollessa osa kisajärjestäjien joukkoa. Opiskelijoiden palautteista ilmeni, että työtä tekemällä, ja kantapäähän kauttakkin, löytyi uusia näkökulmia omaan persoonaan ja osaamiseen. Kan-

sainvälisessä työympäristössä työskentely vahvisti itseluottamusta ja hälvensi epävarmuutta tulevaisuudesta. (Raappana 2018, 10.)

Myös Lapin yliopisto järjesti hankkeeseen liittyen koulutuskokeiluita, joissa osassa oli konkreettinen yritys- tai yhdistyskytkös. Positiivisina kokemuksina mainitaan muun muassa yritysten keskinäisen verkostoitumisen mahdollisuus ja se, että elämyksellinen kokeilu kiinnostaa yrityksiä ja yhdistyksiä. Myös muotoilualalle ominainen kompetenssi muodostaa nopeasti ratkaisun, ja tuottaa se, koettiin selkeäksi eduksi yrittäjälle.

Haasteita yrityskytöksellä toteutetuissa koulutuskokeiluissa olivat ammattilaisten ajatusmaailman sovittaminen dialogiin opiskelijoiden ajatusmaailman kanssa. Tähän haasteeseen liittyy tiiviisti yritysten aiempi käsitys muotoilualasta. Ajatusmaailmoiden välinen etäisyys voi aiheuttaa haasteen myös useiden yritysten kanssa toteutettavassa työpajassa, jossa yrittäjien muotoilua koskevat käsitykset voivat olla keskenään hyvin erilaisia. Toimeksiantoihin perustuvissa työskentelyissä tuotteen konseptoinnin ja toteuttamisen tiukat aikataulut tai jatkotoimenpiteiden organisointi aiheuttivat haasteita LaY:n koulutuskokeiluissa. Kokemuksiemme perusteella yrityksille suunnatut työpajat/tilaisuudet voisivat hyötyä eniten koko päivän kestävästä ohjelmasta lyhyen, kaksi tai kolme tuntia kestävästä työpajan sijaan. Tämä ei toteudu kuitenkaan ongelmitta yritysten omien aikatauluhaasteiden vuoksi. Kaikessa työskentelyssä laadukkaat laitteistot luovat toimintavarmuutta. Läpikäytävien asiakokonaisuuksien tarkka valinta ovat edellytys yrityskytöksellä toteutetun työpajan onnistumiselle. (Raappana 2018, 18.)

Yritysyhteistyön kehittäminen onkin ollut yksi keskeinen osa-alue Design or die -hankkeessa. Se on keino lisätä tietoisuutta muotoilun mahdollisuuksista ja tuoda uutta virtaa yritysten liiketoimintaan.

Yritysyhteistyö on keino vahvistaa korkeakoulun työelämäläheisyyttä ja parantaa koulutuksen osuvuutta vastaamaan paremmin työelämän osaamisvaatimukseen. Yritysyhteistyö on myös tunnustettu mahdollisuudeksi lisätä monialaisuutta. Haasteiksi on tunnustettu sopivien toimeksiantojen löytäminen, oikean opiskelijaosaamisen saaminen oikeaan aikaan käyttöön sekä esimerkiksi lukujärjestyskäytäntöihin ja opettajien työaikaresurssointiin liittyvät tekijät. (Raappana 2018, 38.)

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tiiviimpää kohtaamista ja osaamisalueiden kartoittamista

Työpajaosuuksissa mukana olleen TAMK:n ja Humak:n edustajien palautteen mukaan työpajojen anti oli moninaista. Ideoiden saaminen koettiin erityisen positiivisena, mutta osa projekteista jäi ideatasolle. Samoin positiivisena koettiin, että monialaisen yhteistyötoimintaan hakeutuminen tuli toimintamallina tutuksi. Henkilöstön haastatteluista nousi esille myös vahva verkostoitumisen mahdollisuus sekä muiden opiskelijoiden, että alan ammattilaisten kanssa. Musiikki & Median yhteydessä järjestetyt työpajat koettiin toimivina ja verkostoitumista hyvin tukevina. Simovaara (2018) mainitsikin, että oli hienoa saada Musiikki & Medialta tilaa ja aikaa sekä tulosten esittämiseksi ammattilaisyleisölle että työpajatyöskentelyyn. Tämä rajapinta on tämän kehitystyön ytimessä. Havainnoinnin mukaan työpajan järjestäminen ammattilaistapahtumassa toi verkostoitumisineen ja teema-seminaareineen todellista lisäarvoa hankkeen työpajaan. Tätä rajapintaa tulisi kehittää niin, että se palvelisi entistä paremmin tapahtumaa, oppilaitoksia, opiskelijoita sekä alan ammattilaisia ja yrityksiä, eli alaa yleisesti. Nämä johtopäätökset tukevat myös Ammattikorkeakoululaissa säädettyä tehtävää, jossa ammattikorkeakoulun tulee olla yhteistyössä työelämän kanssa, sekä tehdä yhteistyötä suomalaisten ja ulkomaisten korkeakoulujen kanssa (Ammattikorkeakoululaki 932/2014, § 6). Myös Reittejä työelämän murroksessa – teoksessa todetaan, että ennakoimattomien kohtaamisten lisäksi verkostoitumistarkoituksessa organisoiduissa messuosallistumisissa ja muissa tapahtumissa syntyi kaivattuja yhteyksiä työelämään (Keränen ym. 2014, 61).

Opiskelijoiden haastatteluiden perusteella verkostoituminen tapahtumassa oli tärkeämpää musiikkibisnestä opiskeleville kuin audiovisuaalista mediaa opiskeleville. Audiovisuaalista mediaa opiskelevat toivoivat, että seminaariohjelmistossa olisi median osalta enemmän audiovisuaalisuuteen liittyviä teemoja. Esimerkiksi musiikkiin ja audiovisuaaliseen mediaan liittyen mainittiin suurten livekonserttien taltiointit. Verkostoitumismahdollisuuksien lisäämiseksi ehdotettiin edellä mainittujen seminaari-

en jälkeistä verkostoitumishetkeä, jossa av-alan ihmiset voisivat tutustua esimerkiksi livemusiikkialan ihmisiin. Media-alan edustajille paneeleissa puhuvien musiikkialan ammattilaisten taustojen tarkempi avaaminen helpottaisi ohjelmistoon osallistumista. Myös Seinäjoen ammattikorkeakoulun FramiPro-projektiraportissa mainittiin, että monialainen oppimisympäristö tuotti uudenlaista sosiaalista pääomaa sekä opiskelijoille, opettajille, toimeksiantajille että muille yhteistyötahoille (Kotila & Mäki 2015, 29).

Kehitettävää löytyi projektin prosesseissa, niin oppilaitosten edustajien, kuin opiskelijoidenkin mielestä. Oppilaitosten edustajat kaipasivat työpajojen esivalmisteluihin lisää huomiota. Tarkempaa etukäteistietoa kaivattiin opiskelijoiden osaamisaloista sekä toimeksiantajien lähtötasosta ja resursseista. Lisäksi käytännön kehitysehdotuksina mainittiin työpajan opetuksen vastuun osoittaminen selkeästi yhdelle opettajalle tai opettajaparille. (Simovaara 2018.) Haastatellun toimeksiantajan (2019) mukaan työpajaan oli helppo lähteä mukaan. Hänen osaltaan asiaa helpotti myös se, että työpajatoimintaan sopiva artisti oli sopivassa vaiheessa toimintaa. Oppilaitosten henkilöstö kaipasi opiskelijoiden ja yritysten yhteistyöhön lisää kontaktia. Havainnoinnin mukaan tuotantotiimien selkeämpi työnjako parantaisi kontaktia opiskelijoiden ja toimeksiantajien välillä. Näyttäisi olevan selkeämpää, että toimeksiantajalla on yksi yhteyshenkilö, joka tiedottaa projektin etenemisestä. Havainnoinnin mukaan tiimin ja toimeksiantajan kontakti heti projektin alussa oli erittäin tärkeä tekijä tuotannon etenemisessä ideasta lopputuotokseen asti.

Haastatteluissa kehitysehdotuksena oli yritysten/artistien ja opiskelijoiden tiiviimpi kohtaaminen (Simovaara 2018). Tämä saavutettaisiin jos kaikilta työpajaan osallistuvilta tahoilta edellytettäisiin osallistumista myös tapahtumaan ja ensitapaaminen sovittaisiin jo ennakkoon. Prosessin havainnointi tukee sitä, että tämä parantaisi tuotantoprosessin etenemistä ja loppuun saakka saattamista. Myös toimeksiantajan mukaan työpajan järjestäminen Musiikki & Median aikana oli hyödyllistä, koska tapaaminen koko ryhmän kanssa valaisi mitä tuotannossa voidaan tehdä. Opiskelijaryhmän tapaamista toimeksiantaja piti muutenkin tarpeellisena, sillä tapaamisessa selvisi heti alkuun monta asiaa, mitä muuten olisi pitänyt selvittää tuotannon edetessä.

Toinen käytännön ehdotus oppilaitosten henkilökunnan haastatteluissa oli musiikkialan konsultin ottaminen mukaan työpajatyöskentelyyn (Simovaara 2018). Havainnoinnin perusteella tämä olisi varteenotettava idea. Konsultilla voisi olla vapaita tapaamisaikoja seminaaripäivinä, joita pienryhmät voisivat varata itselleen. Asiantuntijana konsultti voisi sparrata tiimiä esimerkiksi promootiovideon käyttötarkoituksen hahmottamisessa, tai antaa neuvoja artistien kanssa työskentelyyn. Tämän kaltainen keskustelu ja käytännön tiedon vaihtaminen ammattilaisten ja opiskelijoiden välillä on mielestäni erittäin hedelmällistä molemmille tahoille ja vastaa Opetus- ja kulttuuriministeriön tavoitetta korkeakouluille ja oppilaitoksille edistää luovan työn työelämäosaamista.

Opiskelijoiden haastatteluista löytyi eroavaisuuksia eri oppilaitoksissa opiskelevien välillä, koska koulutustaustat erosivat toisistaan. TAMK:ssa opiskelevilla oli taustalla Music business –opintoja ja Tallinnan yliopistossa opiskelevat olivat av-taustaisia. Eroavaisuuksia löytyi siinä, kuinka kiinnostavaksi he kokivat työpajan järjestämisen juuri Musiikki & Media –tapahtumassa, sekä seminaareihin ja keikoille osallistumisessa. Kuten jo aiemmin mainittiin, musiikkibisnestä opiskelleet kokivat myös verkostoitumisen tapahtumassa olennaisemmaksi kuin av-opiskelijat. Kaikkia opiskelijoita kiinnosti kuitenkin tapahtuman ohjelmistossa kansainväliset teemat. Prosesseihin liittyen yhteneväisyyksiä löytyi eri tuotantoryhmien välillä. Ne haastatteluista, jotka pääsivät tapahtumassa tapaamaan toimeksiantajan ja näkivät artistin keikan kokivat, että tuotantoprosessi tapahtuman jälkeen sujui paremmin. Myös toimeksiantaja arvioi, että artistin keikan näkeminen Musiikki & Median aikana oli opiskelijoille hyödyllistä videon tuotantoa ajatellen. Artistin ja opiskelijoiden tapaamisen hän kuitenkin jättäisi mieluummin rauhallisempaan ajankohtaan, eli vasta tapahtuman jälkeen. Vastauksista päätellen voidaan todeta, että oppilaitoyhteistyön näkökulmasta työpajaan osallistuvien toimeksiantajien tapaamisesta, ja artistin keikan näkemisestä, on videotuotannon sujumisen kannalta hyötyä. Lisäksi opiskelijoiden taholta toivottiin, että artistin edustaja ja artisti voitaisiin tavata yhdellä kertaa yhteneväisen näkemyksen saavuttamiseksi.

Työpajan prosessista tapahtumassa löytyi opiskelijoiden mielestä parannettavaa. Useassa haastattelussa ilmeni, että yhtenevät tehtävänannot ja yhteneväinen työpaajaan osallistumisen rooli opintoihin liittyen helpottaisivat ryhmäytymistä. Opiskelijoiden taustojen ja osaamisen selkeämpi esiin nostaminen edesauttaisi myös ryhmien muodostamista ja työnjakoa ryhmissä. Työnjakoon tiimissä kannattaisi haastatteluiden mukaan opiskelijoiden mielestä kiinnittää enemmän huomiota. Johtajuuden puuttuminen tuotantotiimissä nousi myös esiin useammassa haastattelussa.

Haastattelun toimeksiantajan mukaan videotuotannon prosessi tapahtuman jälkeen sujui hyvin. Erityisen kannustavana oppilaitosyhteistyön kannalta pidän artistin kommenttia siitä, että opiskelijoiden kanssa työskentely oli inspiroivaa ja ajatuksia herättelevää. Juuri tämän kaltainen aivan uusia ajatuksia tuottava yhteistyö opiskelijoiden ja ammattilaisten välillä on kehitystyön kohteena. Myös artistin kommentti siitä, että opiskelijaryhmässä oli ihmisiä joiden kanssa olisi helppo kuvitella tekevänsä yhteistyötä myös jatkossa, tukee oppilaitosyhteistyön olennaista tavoitetta, sekä osaltaan myös Opetus- ja kulttuuriministeriön tavoitetta edistää luovan työn tekijöiden työllistymistä. Haastattelun toimeksiantajan mukaan oppilaitosyhteistyönä tehtyä videota tullaan käyttämään artistilanseerausessa, joten työpajassa tehty lopputuote tulee olemaan osa artistin promootiota. Toimeksiantaja oli tyytyväinen yhteistyöhön ja työpajan toimintamalliin, joten hän olisi valmis osallistumaan samankaltaiseen oppilaitosyhteistyöhön myös vastaisuudessa.

5.2 Toiveissa kansainvälisyyttä, toimialaa ylittäviä teemoja ja teknologiaa

Kyselytutkimukseen vastanneiden taustoista lyhyesti: Musiikki & Media tapahtuman kyselytutkimukseen vastanneiden tapahtumaan osallistuneiden taustoista selvisi, että livemusiikin parissa työskentelevät korostuvat osallistujissa. Konserttitaloja, festivaaleja, ravintoloita ja klubeja edustavia tahoja on tapahtumaan osallistujista yhteensä 22 %. Elävä musiikki onkin Suomessa musiikkialan suurin sektori, se muodostaa puolet musiikkiala arvosta (musicfinland.fi 2018). Vastanneiden ikäryhmistä suurin

oli 30-39-vuotiaat (39 %). Vastanneista suurin osa on osallistunut tapahtumaan 1-5 kertaa (39 %).

Kyselyn vastauksista selvisi, että seminaariohjelmisto ja verkostoituminen olivat vastaajien mukaan tärkeimmät syyt osallistua tapahtumaan. Kuitenkin 49 % vastanneista ei sopinut lainkaan tapaamisia tapahtumaan. 17 % sen sijaan vastasi, että 'Siellä on kaikki ja siellä on kivaa!'. Näistä vastauksista voitaneen päätellä, että vapaamuotoinen verkostoituminen katsotaan hyödylliseksi syyksi osallistua tapahtumaan. Tapahtumassa havainnoinnin perusteella seminaariaikataulu on myös erittäin tiukka, koska mielenkiintoisia aiheita on paljon. Tämä saattaa myös osaltaan vaikuttaa siihen, että osallistujat sopivat tapaamisia vähemmän, jotta ehtivät osallistua kaikkiin kiinnostuksen kohteina oleviin seminaareihin. 43 % vastanneista osallistui 6-10 seminaariin kahdessa päivässä. Kyselyyn vastanneista opiskelijoista yli puolet osallistui 6-10 seminaariin. Heillä tapaamisia yhteistyökumppaneiden kanssa ei ollut järjestetty etukäteen, joten aikaa seminaareissa käymiseen oli enemmän. Haastatellut Finest Sounds –työpajaan osallistuneet opiskelijat osallistuivat keskimäärin vähemmän seminaareihin, koska osa oli av-taustaisia eivätkä kokeneet seminaariohjelmistoa niin kiinnostavaksi kuin musiikkialaa opiskelevat.

Kyselyssä kysyttiin myös vastaajien mielipiteitä tapahtuman seminaarien kiinnostavuudesta. Suosituimmat seminaarit käsittelivät festivaalien johtamista, onnistunutta kumppanuutta, radion musiikkipäälliköiden työtä, artistiuran rakentumista ja pitkäaikaista sponsorisuhdetta. Nykyiset suosituimmat seminaariaiheet näyttävät olevan melko linjassa myös siihen, mitä teemoja vastaisuudessa tapahtumaan toivotaan. Valmiiksi annetuista vaihtoehtoista suosituimmat teemat olivat: markkinointi ja viestintä, menestystarinat, live-ala, kumppanuudet ja brändit, johtaminen ja hallinto sekä trendit. Annettujen vaihtoehtojen ulkopuolelta mielenkiintoisia toiveteemoja tulevaisuuteen olivat muun muassa musiikin tuottaminen, management, ansaintamallit, toimialan rajat ylittävät aiheet, uudet teknologiat (mm. tekoäly), musiikkiteknologia, tuotteistaminen ja globaalit aiheet muuten kuin viennin kannalta. Kansainväliset teemat ylipäättään nousivat kiinnostavimpina teemoina myös haastateltujen Finest Sounds –työpajaan osallistuneiden opiskelijoiden mielestä, sekä av- että mu-

siikkibisnestä opiskelevilla. Markkinointi, kumppanuudet/sponsorointi ja johtaminen korostuvat siis tällä hetkellä. Tulevien seminaarien toiveteemoja olivat globaalit teemat, toimialan ylittävät aiheet ja teknologia.

5.3 Uusia teemapolkuja ja resurssien yhteensovittamista

Esikuva-arvioinnissa selvisi, että Kallion ilmaisutaidon lukion ja Kirjamessujen oppilaitosyhteistyö on kehittynyt seitsemän vuoden ajan pienimuotoisemmasta tekemisestä siihen, että opiskelijat tekevät itsenäisesti yhden lavan ohjelmiston. Oppilaitoksessa on nykyään myös tapahtumaan liittyvä kurssi, joka sisältää ohjelman tuottamiseen ja suunnitteluun liittyviä teemoja. Musiikki & Media –tapahtuman seminaariohjelmistoon liittyen tämän kaltainen projektioppimisyhteistyö voisi toimia hyvinkin: yhteistyöoppilaitoksen tuottama seminaari teemoineen ja puhujineen. Tavoitteena yhteistyöllä olisi saada nimenomaan uusia näkökulmia ohjelmistoon oppilaitosyhteistyön kautta. Kirjamessujen ja Kallion ilmaisutaidonlukion yhteistyössäkkin uudet ideat nousevat muiden opiskelijoilta toivottavien osaamisalueiden joukossa.

Kallio-lavalla on tapahtuman jokaisena neljänä päivänä aamusta iltaa, ja puolen tunnin ohjelmanumeroita on päivittäin noin 17 - melko mittava kokonaisuus siis. Tämän pohjalta jatkoidea Musiikki & Media –tapahtuman seminaareihin liittyen erilaisten palvelupolkujen muodostaminen teemoittain. Koska osallistujien aikataulut ovat tiukkoja monien seminaarien ja tapaamisten ristitulesa, valmiit teemapolut saattaisivat helpottaa sopivien seminaari aiheiden löytämisessä. Ainakin opiskelijoita ja ensimmäisiä kertoja tapahtumaan osallistuvia valmiiksi mietityt teemapolut saattaisivat kiinnostaa. Tulevaisuudessa esimerkiksi kyselytutkimuksessa toiveteemana esiin nousseesta musiikki & teknologia –aiheesta voisi löytyä soveltuva aihe oppilaitosyhteistyölle tapahtumassa. Projektioppimista käytännössä avataan tarkemmin Reittejä työelämän murroksessa –teoksessa seuraavasti: ”Opetussuunnitelma nojautuu projektioppimiseen. Opiskelijat organisoivat lisäksi säännöllisin väliajoin toistuvan alan ammattilaisten huipputapahtuman tai seminaarin, jonne keskeiset toimijat kokoon-

tuvat. Opiskelijoille annetaan paljon vastuuta ja mahdollisuus osoittaa kykyjään alan ammattilaisten silmissä.” (Keränen ym. 2014, 31.)

Esikuva-arvioinnin kohteena olevassa Lahden Ammattikorkeakoulun Design or Die – projektissa vahvistettiin luovien alojen sisäistä ja eri toimijaverkostojen yhteistyötä hyödyntämällä monialaisia toimintatapoja ja siihen perustuvaa osaamista. Projekti tähtäsi myös luovien alojen ammattilaisten, harrastajien ja opiskelijoiden työllistymisen edistämiseen. Toimeksiantoihin perustuvissa työskentelyissä tiukat aikataulut ja jatkotoimenpiteiden organisointi aiheuttivat haasteita. Projektin raportin mukaan koko päivän kestävä ohjelma muutaman tunnin kestävä työpajan sijaan hyödyttäisi enemmän. Tämä ei toteudu kuitenkaan ongelmitta yritysten omien aikatauluhaasteiden vuoksi. (Raappana 2018, 18.) Yritysten aikatauluhaasteet nousevat esiin myös Finest Sounds –työpajoihin liittyvissä haastatteluissa. Oppilaitosyhteistyö yritysten kanssa kannattaa siis suunnitella niin, että molemmilla osapuolilla on realistiset mahdollisuudet sovittaa yhteistyö aikatauluihinsa.

Lahden Ammattikorkeakoulun Design or die -hankkeessa yritys yhteistyön kehittäminen oli keskeinen osa-alue. Yritys yhteistyö on keino vahvistaa korkeakoulun työelämä läheisyyttä ja parantaa koulutuksen osuvuutta vastaamaan paremmin työelämän osaamisvaatimuksiin. Haasteiksi on tunnistettu sopivien toimeksiantojen löytäminen, oikean opiskelijaosaamisen saaminen oikeaan aikaan käyttöön sekä esimerkiksi lukujärjestyskäytäntöihin ja opettajien työaikaresurssointiin liittyvät tekijät. (Raappana 2018, 38.) Sopivien toimeksiantojen löytäminen nousi esiin myös Finest Sounds –työpajoihin liittyen oppilaitosten henkilökunnan haastattelussa. Majabacka (2018) totesi, että tulisi asettaa varsin tarkat kriteerit sille, minkälaisia yrityksiä haetaan mukaan ja mitkä ovat ehdot. Finest Sounds- ja Design or die –hankkeilta löytyi siis yhteneviä näkökulmia yritys yhteistyöhön aikatauluhaasteiden ja sopivien toimeksiantojen löytämisen tiimoilta.

6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä tutkimuksellisessa kehittämistyössä oli tavoitteena löytää uusia näkökulmia musiikkialan ammattilaistapahtuman ohjelmistoon. Aihetta lähestyttiin musiikkialan ammattilaisten kanssa, sekä oppilaitosyhteistyön muodossa. Koska työn tavoitteena oli löytää tapahtumaan uusia näkökulmia, opinnäytetyö keskittyi toiminnalliselta osaltaan oppilaitosyhteistyön kehittämiseen ammattilaistapahtumassa. Kehittämisen tueksi kerättiin systemaattisesti tietoa sekä käytännöstä että teoriasta (Ojasalo ym. 2015, 18).

Kehittämistyön johtopäätösten mukaisesti kehitysehdotuksia saatiin niin oppilaitoksille kuin Musiikki & Media –tapahtumallekin. Ylätasolla tarkoituksena oli tarkastella yhteistyömuotoja jossa oppilaitoksen ja ammattilaistapahtuman välille olisi mahdollista muodostua pitkäaikainen kumppanuus. Helsingin Kirjamessujen esimerkin mukaisesti pitkäaikainen kumppanuus voisi mahdollistaa ohjelmiston osittaista ulkoistamista opiskelijoiden tuotettavaksi, esimerkiksi seminaari tai seminaarisarja. Tällöin puhuttaisiin Katri Halosen Tuottaja2020-teoksessa viittaamasta yhteistyömuodosta, jossa opiskelijat eivät ole vain tapahtumatuotannon 'lisäkäsiä' vaan kriittisten toimintojen kantajia (Halonen 2010, 53).

Toinen kehittämissuhteiden kattoteema on vuoropuhelun lisääminen oppilaitosten ja ammattilaisten välillä. Mitä enemmän alalle tulevia otetaan mukaan vuoropuheluun, sitä laajemmin on mahdollisuus saada uutta ymmärrystä työelämäyhteistyökumppaneille. Samalla opiskelijat saavat mahdollisuuksia oppia ammattilaisilta ja verkostoitua ammattilaisten kanssa. Verkostoitumisessa oppilaitosyhteistyö nimenomaan ammattilaistapahtumaan liittyen on keskeisessä roolissa. Tämänkaltaisen yhteistyömuoto tukisi Opetus- ja kulttuuriministeriön strategiaa, jossa koulutuksen tulee edistää luovan työn tekijöiden työllistymistä ja mahdollistaa monipuolisen osaamisen (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 43-44).

6.1 Oppilaitokset

Tässä kehittämistyössä tapausesimerkkinä oppilaitosyhteistyöstä toimi Finest Sounds –hankkeeseen liittyvä videotyöpaja, jossa kolmen eri korkeakoulun opiskelijat toimivat yhteistyössä musiikkialan ammattilaisten kanssa. Työpajassa tuotettiin virolaisille ja suomalaisille artisteille videot Japanin markkinoille. Osa työpajasta toteutettiin Musiikki & Media –tapahtumassa. Kehitysehdotuksia saatiin haastatteluin oppilaitosten edustajilta ja opiskelijoilta kaikista oppilaitoksista ja videotyöryhmistä, sekä työelämäyhteistyöedustajilta. Kehitysehdotukset perustuvat osaltaan myös osallistuvaan havainnointiin tapahtumassa.

Oppilaitosten ja opiskelijoiden puolelta toivottiin lisää kontaktia opiskelijoiden ja ammattilaisten välille. Työpajan järjestäminen tapahtuman aikana antaa tähän periaatteessa hyvät mahdollisuudet. Toki ammattilaisten aikataulut tapahtuman aikana ovat erittäin kiireiset, koska seminaarien lisäksi monet tapaavat yhteistyökumppaneitaan seminaaripäivien aikana. Kehitysehdotuksena esitettiin, että työpajaan osallistuvat työelämäkumppanit ovat sellaisia jotka osallistuvat myös ammattilaistapahtumaan ja sitoutuvat tapaamaan opiskelijatyöryhmän tapahtuman aikana. Tapaaminen olisi hyvä järjestää tapahtuman ensimmäisenä päivänä, tai jopa tapahtumaa edeltävänä päivänä. Opiskelijoiden vastauksista ilmeni, että he pitivät toimeksiantajan tapaamista erittäin tärkeänä. Kehitysehdotuksena mainittiin, että mahdollisuuksien mukaan kaikki toimeksiantoon liittyvät osapuolet tapaisivat kerran kaikki yhdessä. Tämä edesauttaisi suunnittelun ja luovan työn prosessia, sekä selkeyttäisi yhteistä tavoitetta. Havainnoinnin, sekä opiskelijoiden puolelta saadun palautteen perusteella, myös videotuotantoon liittyvän artistin näkeminen tapahtumassa keikalla todettiin luovan prosessin kannalta tärkeäksi.

Kuten jo johtopäätöksissäkin on avattu, työpajan prosessista nousi esiin useita kehitysehdotuksia. Työpajan tehtävänäntojen tarkentaminen kaikille tahoille koettiin olennaiseksi. Oppilaitosten edustajien vastauksista ilmeni, että toimeksiantajille kannattaa antaa tarkemmat ohjeistukset työpajan tavoitteista ja mitä resursseja ja

sitoutumista toimeksiantajilta odotetaan. Työelämäyhteistyökumppanien tiiviimpi sitouttaminen nousi esiin myös esikuva-arvioinnissa Lahden Ammattikorkeakoulun Design or Die –hankkeessa (Raappana 2018, 18). Oppilaitosten edustajien ja opiskelijoiden vastauksista selvisi, että ohjeistukset opiskelijoille tulisi olla yhtenevät, ja että työpajan aikataulut tulisi olla selvillä etukäteen. Molempien vastauksista nousi myös kehitysehdotuksena opiskelijoiden osaamisen tarkempi kartoittaminen ja eri osaamisalueiden huomioiminen työryhmiä muodostettaessa. Osaamiseen liittyen opiskelijoista usea mainitsi, että roolien määrittelemine työryhmässä pitäisi tehdä selkeämmäksi niin osaamisen, kuin johtajuudenkin näkökulmista. Oppilaitosten edustajien vastauksista konkreettiseksi kehitysehdotukseksi nousi, että prosessin selkeyttämiseksi yksittäinen työpaja olisi selkeämmin yhden opettajan tai opettajaparin vastuulla (Simovaara 2018).

6.2 Tapahtuma

Kehitysehdotukset Musiikki & Media –tapahtumalle koostuvat pääosin Finest Sounds -videotyöpajaan osallistuneiden haastatteluista, sekä kyselytutkimuksesta saaduista palautteista. Ehdotukset perustuvat osittain myös osallistuvaan havainnointiin tapahtumassa. Yleisellä tasolla tavoitteena on löytää mahdollisuuksia tapahtuman ohjelmiston ja oppilaitosyhteistyön rajapinnan laajentamiseen ja syventämiseen. Eli löytää yhteistyömuoto, joka palvelee mahdollisimman hyvin kaikkia osapuolia. Millaisia käytännön asioita siis nousi esiin oppilaitosyhteistyön kehittämiseksi?

Edellisessä luvussa mainittu pitkäaikainen kumppanuus ja sen mahdollistava ohjelmiston osittainen ulkoistaminen oppilaitokselle voisi olla esimerkiksi seminaarisarjan tuottaminen opiskelijatyöryhmän voimin. Erityisesti opiskelijoiden kiinnostuksen aiheiksi nousivat teemoina kansainvälisyys ja median uudet muodot. Media-teeman nousuun ylipäätään opiskelijoiden vastauksissa vaikutti se, että osa opiskelijoista oli audiovisuaalisen alan opiskelijoita. Keskustelua herättikin media käsitteenä ja miten media voisi olla Musiikki & Media –tapahtumassa vielä monipuolisemmin esillä. Media ja audiovisuaalisuus liittyvät musiikkialaan monellakin tapaa, esimerkkinä tässä

työssä esiintyvä videotyöpaja artistien kansainvälistymisen tukena. Muita toivottuja seminaariteemoja olivat musiikkialaankin vahvasti vaikuttava sosiaalinen media, sekä musiikkiteknologia, esimerkiksi suurten konserttien taltiointi ja lähetys. Musiikkiteknologia ja studiotekniikka nousivat tulevaisuuden seminaaritoiveaiheina esille myös kyselytutkimuksessa. Kyselytutkimuksen avoimissa vastauksissa mainittiin myös ehdotus erilaisista palvelupoluista seminaariohjelmiston eri teemoihin liittyen. Seminaarit voisivat olla jaoteltuina eri teemojen alle ja niitä suodattamalla voisi rakentaa itselleen tiettyä teemaa seuraavan seminaaripolun. Edellä mainittuja ajatuksia yhdistämällä voisi muodostua palvelupolku seminaarisarjalle esimerkiksi teemalla uudet teknologiat. Kehittämisehdotuksena siis vuosittainen uudet teknologiat – seminaarisarja, joka olisi suunniteltu ja toteutettu oppilaitosyhteistyönä. Seminaarien jälkeen järjestettäisiin mahdollisuus tavata monialaista ammattikuntaa.

Ammattilaisten ja tulevien ammattilaisten yhteisen rajapinnan laajentaminen ja syventäminen on noussut tärkeäksi näkökulmaksi tässä työssä jo monessa kohdin. Oppilaitosten edustajien haastatteluissa nousi esiin konkreettinen ehdotus kommunikoinnin syventämiseen työpajamuotoisessa yhteistyössä: musiikkialan ammattilainen konsulttina työpajassa (Simovaara 2018). Konsultti voisi olla toimia sparraajana opiskelijoille jo työpajaan valmistautuessa ennen tapahtumaa. Tapahtuman aikana konsultti olisi mukana opiskelijoiden omissa tapaamisissa sekä opiskelijoiden ja toimeksiantajien tapaamisissa antaen työkokemuksensa tuomaa näkökulmaa esimerkiksi työskentelemistä artistien kanssa. Verkostoitumisen kannalta konsultilla olisi erinomaiset mahdollisuudet tuoda yhteen opiskelijoita ja alan ammattilaisia, oli sitten työpajassa kyseessä tapahtumatuotannon, musiikki-, media- tai audiovisuaalisen alan opiskelijoita.

Verkostoituminen on luonnollisesti opiskelijoille olennainen asia ammattilaistapahtumaan liittyen. Tapahtumalle oppilaitosyhteistyön hyödyt näkyvät ainakin uusien tuoreiden näkökulmien muodossa. Uusien ideoiden saaminen ohjelmistoon on myös benchmarking-kohteena olleen Helsingin Kirjamessujen yksi tärkeimmistä vaikuttajista oppilaitosyhteistyössä (Armanto 2019). Oppilaitosyhteistyötä tekevien nostaminen näkyväksi ammattilaistapahtumassa saattaisi hyödyttää kaikkia osapuolia, oli

sitten kyse opiskelijavoimin järjestetystä työpajasta, seminaarista tai bändi-illasta. Yksittäisenä konkreettisenä esimerkkinä oppilaitosyhteistyöhön osallistuvien kannattaisi olla mukana tapahtuman osallistujalistauksessa ja opiskelija-statuksen lisäksi voisi näkyä missä roolissa opiskelija toimii tapahtuman aikana. Tämä edesauttaisi osaltaan verkostoitumista tapahtumassa ja mahdollisesti myös ennen tapahtumaa. Kyselytutkimuksessa kävi ilmi, että kuten opiskelijat, myös alan uudet ammattilaiset kaipaavat apua verkostoitumisessa. Käytännön ehdotuksena esitettiin vuosittain ”Uudet bisnestekijät musiikkialalla” –listausta. Listalle valituksi tuleminen olisi hyvä keskustelunaloitus tapahtumassa ja auttaisi verkostoitumaan juuri silloin kun sitä eniten tarvitsee, eli uransa alussa.

Opiskelijoiden haastattelut osoittivat, että ammattilaistapahtuman uusien ja tulevien asiakkaiden seminaarien osallistumista helpottaisi, jos seminaarien puhujat ja panelistit olisivat esitelty laajemmin esimerkiksi tapahtuman nettisivuilla. Tällaisen osion kokoaminen voisi toimia myös yhtenä oppilaitosyhteistyön muotona, ja varmasti myös edesauttaisi verkostoitumista. Toinen yksittäinen kokonaisuus joka voisi soveltua hyvin oppilaitosyhteistyöhön, on tapahtuman markkinointiviestintään liittyvä sosiaalisen median strategian suunnittelu. Tapahtuman markkinoinnin vuosikellon mukainen suunnitelma sosiaalisen median viesteille huipentuisi siihen, että some-työryhmässä olevat opiskelijat olisivat mukana toteuttamassa some-viestintää tapahtuman aikana. Tapahtuman ennakkomarkkinoinnissa voisi postauksissa olla mukana lyhyitä haastatteluita tulevan tapahtuman puhujista ja panelisteista. Kyselytutkimuksen avoimissa vastauksissa oli toive Industry Awards -palkintogaalan aikana aktiivisemmasta ja reaaliaikaisesta some-viestinnästä. Tämä kuulostaisikin mainiolta idealta tiedotuksen ja markkinoinnin kannalta, koska vain osa tapahtumaan osallistuvistakin on paikalla gaalassa. Reaaliaikaiset nostot palkintogaalasta mahdollistaisivat yhä laajemman joukon halutessaan jakamaan postauksia edelleen omilla some-tileillään.

7 LOPUKSI

Kehittämisehdotukset-luvuissa esitettiin oppilaitosyhteistyötä kehittäviä ehdotuksia niin oppilaitoksille kuin tapahtumillekin. Kehittämistyön prosessi oli vaiheikas, ja tapaustutkimukselle tyypillisesti kehittämiskohde täsmentyi prosessin edetessä (Ojasalo ym. 2015, 54). Alussa fokus oli enemmän tapahtuman ohjelmatuotannossa, mutta *Finest Sounds* –videotyöpajan myötä kohde suuntautui ja täsmentyi yhä enemmän oppilaitosyhteistyön suuntaan. Metodeja käytettiin monipuolisesti. Kuitenkin musiikkialan ammattilaisten haastatteluja saatiin aikataulusyistä lopulta suunniteltua vähemmän. Nimenomaan työelämäyhteistyökumppanien näkökulmia oppilaitosyhteistyöstä olisi tulevaisuudessa hyvä tutkia lisää. Nostan tähän kuitenkin vielä uudelleen kommentin työpajaan osallistuneelta toimeksiantajalta, joka kiteyttää hienosti onnistunutta yhteistyöprojektia: ”Artistille heidän (opiskelijoiden) esittämät kysymykset olivat olleet hyviä ajatuksen herättäjiä – ja ryhmässä oli myös ihmisiä joiden kanssa olisi helppo kuvitella tekevänsä yhteistyötä myös jatkossa” (toimeksiantaja 2019). Edellisissä luvuissa mainittujen kehitysehdotusten joukosta nostaisinkin keskiöön juuri ajatuksien herättämisen, uusien ideoiden syntymisen ja molemminpuolisen verkostoitumisen oppilaitosyhteistyön aikana, kun puhumme millainen yhteistyömuoto tukee ammattilaistapahtumaa, oppilaitoksia ja musiikkialaa yleisesti. Lisäksi tämän työn tulosten mukaan yhteistyömuoto joka tukee parhaiten kaikki osapuolia, ottaa huomioon opiskelijoiden osaamisalueet, yhteistyöosapuolien realistiset resurssit, sekä sisältää tiivistä yhteistyötä alan ammattilaisten kanssa. Monialaisuuden todettiin laajentavan yhteistyön rajapintaa. Musiikki & Median ohjelmistoon toivottiinkin tulevaisuudessa teemoiksi muun muassa kansainvälisyyttä, toimialaa ylittäviä teemoja ja teknologiaa.

Musiikki & Media on julkistanut jo tiedon, että vuoden 2019 tapahtuma tullaan järjestämään uudessa lokaatiossa, pohjoismaiden suurimmassa kongressi- ja kulttuurikeskuksessa Tampere-talossa. Kyselytutkimuksessa esille tulleet toiveet sopivista tiloista verkostoitua ja järjestää kohtaamisia saanevat silloin entistä paremmat puitteet – kuten myös tapahtuman yhteistyökumppanien monipuolisempi ja kekseliäämpi näkyminen. Musiikki & Median edustajan haastattelusta nousi esiin myös mahdoli-

nen tarve yhteistyöhön tapahtuman visuaaliseen elämyksellisyyteen liittyen. Oppilaitosyhteistyö Musiikki & Median oman tuotanto-organisaation tukena ideoimassa uuden tapahtumapaikan visuaalista ja toiminnallista elämyksellisyyttä laajentaisi edelleen yhteistyörajapintaa ja loisi uudenlaista yhteistyötä joka palvelee molempia osapuolia, sekä tukisi Opetus- ja kulttuuriministeriön lähivuosien strategiaa jossa koulutuksen tulee edistää luovan työn tekijöiden työllistymistä ja mahdollistaa heidän osaamisensa monipuolisen käytön muuttuvassa elinkeinorakenteessa (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 43-44).

LÄHTEET

Ammattikorkeakoululaki 932/2014.

Halonen, Katri (toim.) 2010. Kulttuuri kokoa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot. Tuottaja2020 – Osaraportti 1. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.

Halonen, Katri (toim.) 2012. Kulttuurituottajakoulutuksen suuntaviivoja. Tuottaja2020-hankkeen loppuraportti. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Issuu.com. Musiikki & Media –tapahtuman opas 1989.
https://issuu.com/musiikkimedia/docs/m_m_1989-90 (20.10.2018)

Keränen, Päivi & Sääntti, Risto & Rantala, Matti & Vilkuna, Anna.-Maria (toim.) 2014. Reittejä työelämän murroksessa. Metropolia ammattikorkeakoulu.

Kotila, Hannu & Mäki, Kimmo (toim.) 2015. 21 tapaa tehostaa korkeakouluopintoja. Haaga-Helian julkaisut, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Lamk.fi. Design or die - luovasta osaamisesta uutta arvoa ja kilpailukykyä.
<https://www.lamk.fi/fi/hanke/design-or-die-luovasta-osaamisesta-uutta-arvoa-ja-kilpailukyky> (20.1.2019)

Lauri, Elina 2018. Musiikki & Media -tapahtuman omistajat vaihtuvat – uusi toimitusjohtaja tulee Rähinä Recordsista. Aamulehti, 12.12.2017.
<https://www.aamulehti.fi/a/200597922>

Messukeskus Kirjamessut 2019.
<https://kirjamessut.messukeskus.com/> (5.1.2019)

Ministry of Education and Culture 2017. Strategy for Cultural Policy 2025.
<http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80577/okm22.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (24.3.2019)

Musicfinland.fi 2017. Finest Sounds.
<https://musicfinland.fi/fi/kuulumisia/tapahtumat/finest-sounds> (30.11.2018)

Musicfinland.fi 2018. Musiikkialan talous ja vienti 2017.
<https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/musiikkialan-talous-ja-vienti-2017> (20.10.2018)

Musiikkimedia.fi 2018a. Tapahtumainfo 2018.
<https://musiikkimedia.fi/info/> (20.10.2018)

Musiikkimedia.fi 2018b. Musiikki & Median uusi toimitusjohtaja.

<https://musiikkimedia.fi/2018/09/musiikki-median-uusi-toimitusjohtaja-on-kotimaisen-ja-kansainvalisen-musiikkialan-osaaja-elif-tahtinen/> (20.10.2018)

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2107. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025.

<http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79811/okm20.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (20.1.2019)

Raappana, Anu (toim.) 2018. Design or Die - luovasta osaamisesta uutta arvoa ja kilpailukykyä.

Tamk.fi. Finest Sounds brings music to new audiences in Japan.

<http://www.tamk.fi/web/tamken/-/finest-sounds> (20.11.2018)

Tähtinen, Elif 2018. Toimitusjohtaja. Musiikki & Media. Sähköposti 16.12.2018.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Yli-Halla, Antti 2018. Kulttuurituotannon Liiketoiminnan kehittämistehtävä Finest Sounds –hankkeelle. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

YSO.fi. Yleinen suomalainen ontologia.

<http://finto.fi/ys0/fi/> (24.3.2019)

Haastattelut ja työpajat

Armanto, Teija 2019. Tiedottaja. Messukeskus, Helsingin Kirjamesut. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 2.1.2019.

Karvinen, Harri 2018. Senior Lecturer. Tampereen ammattikorkeakoulu. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 28.11.2018.

Majabacka, Benny 2018. Lehtori. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 23.11.2018.

Musiikki & Media –tapahtuman edustaja. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 23.1.2019.

Opiskelija A 2019. Finest Sounds -työpaja. Tampereen ammattikorkeakoulu. Haastattelu: 22.1.2019.

Opiskelija B 2019. Finest Sounds -työpaja. Tampereen ammattikorkeakoulu. Haastattelu: 22.1.2019.

Opiskelija C 2019. Finest Sounds -työpaja. Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School. Haastattelu: 22.1.2019.

Opiskelija D 2019. Finest Sounds -työpaja. Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School. Haastattelu: 23.1.2019.

Opiskelija E 2019. Finest Sounds -työpaja. Tallinn University Baltic Film, Media, Arts and Communication School. Haastattelu: 5.3.2019.

Santalahti, Jussi 2018. Yksi aiemmista Musiikki & Media –tapahtuman omistajista ja hallituksen jäsenistä. Puhelinhaastattelu 10.12.2018.

Simovaara, Jyrki 2018. Lehtori. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 28.11.2018.

Tampere 2018. Finest Sounds –videotyöpaja Musiikki & Media –tapahtumassa Tampereella. 4.-5.10.2018.

Toimeksiantaja 2019. Musiikkialan ammattilainen. Sähköpostihaastattelu. Sähköposti 25.1.2019.

LIITTEET

LIITE 1

Musiikki & Media 2018 –tapahtuman seminaarit

1. Finest Sounds Networking Session
2. Finest Sounds presents: Branded Japan
3. Finest sounds presents: Japan listens!
4. Finest Sounds presents: Sub-publishing in Japan
5. Get synced! Workshop
6. Hittibiisi syntyy musiikkipäälliköiden tilauksesta
7. Hittibiisi syntyy musiikkipäälliköiden tilauksesta
8. How to build and international career?
9. Ilmastomuutos ja musiikkiala
10. IndieCo & Impala present: How to be an international label?
11. Indieco & Impala present: Why is indie better?
12. Kansanedustajaneeli: Kuka puolustaa musiikkia?
13. Keynote Georg Herlitz: Reach Youtube's full potential as artist, rights holder or label
14. Keynote interview: Michel Lambot
15. Keynote interview: Simon Raymonde
16. Keynote Paul Spraggon: How to make deals in today's world?
17. Keynote: Inka Rantakallio
18. Keynote: Talking Tolkien – liaison of director and the music team
19. Kuinka festivaaleilla ja tapahtumissa johdetaan?
20. Kuinka suomalaiset kuuntelevat musiikkia 2018: Miten uudet tähdet syntyvät?
21. Kuinka välttää juridiset sudenkuopat sosiaalisessa mediassa?
22. Mahtava lavashow – behind the scenes?
23. Malja uudelle alkoholilaille!
24. Media & Musiikki
25. Miljoona miljoona miljoona euroa – mitä pitää tehdä, että saa festivaalin liput myytyä?
26. Miten artisti ura rakentuu nyt ja tulevaisuudessa
27. Modernit brändit – kulttuuria tukemassa vai kulttuuria tukkimassa?
28. Musiikkialan toimintaohje seksuaaliseen häirintään puuttumiseksi
29. Musiikkipäälliköiden tentti
30. No todellakin audiota
31. Oo mun kaa – avaimet onnistuneeseen kumppanuuteen
32. Sanomalehtikatsaus / Views on the news
33. Score! Workshop
34. Suuri Areenakeskustelu – Saammeko Suomeen uuden ajan live- ja median tapahtuma-alustoja?
35. Sync success stories
36. Sääntö-Suomi vrs. Villi Länsi – tapahtumaturvallisuuden monet käytännöt
37. Tampere Music Award interview: Anna Hildur
38. Tavoitteena pitkäaikainen sponsorisuhde
39. The extra mile - What are the ingredients of a world-class live event?
40. The Mechanics of Music Management in 2018
41. Tietoisku Lakimuutoksista
42. Where's the money? – The other revenue streams
43. Workshop: Creating your very own export strategy by Rev. Moose
44. Workshop: Pitch it & press kit
45. Workshop: Speed meetings
46. VOS selkokielellä – Mikä on valtionosuusjärjestelmän ja julkisen rahoituksen merkitys elävän musiikin tapahtumien näkökulmasta?
47. Yhdenvertainen musiikkiala – Keskustelu ja työpaja / Towards equality in the music sector
48. Yle on suomalaisen kulttuurin ylläpitäjä
49. YouTube hands-on musiikintekijöille ja artisteille

LIITE 2

Finest Sounds -hankkeen sisältö (Demo Seasons I-IV)

DEMO SEASON I

Presentaatiopäivä Tallinnassa Tamk 16.-17.1.2017

- Työpaja
- Tamkin opiskelijat osallistuivat workshopiin, jossa aiheena Japanin markkina ja kuinka yhdistää kulttuuriset näkemykset markkinointiin. Omassa seminaarissaan opiskelijat valmistivat presentaation, jossa yhdistettiin suomalainen brändi ja bändi.

Tallinn Music Week 29.3.-1.4.2017

- Työpaja
- Matchmaking & showcase
 - Workshop: Baltic Film, Media, Arts and Communication School (Tallinn University), TAMK Media & Arts
 - HUMAK / Hackathon session
 - Matchmaking & showcase: meeting the Japanese delegation
- Mukana Tamkista kuusi opiskelijaa, Humakista kaksi ja Tallinnan yliopistosta kaksi opiskelijaa. Opiskelijat tekivät viisi ryhmätöitä, joissa yhdistettiin suomalainen brändi ja bändi. Työt esiteltiin japanilaisille musiikkialan ammattilaisille.

Creative Industries Meetup 24.5.2017

- Matchmaking
- Helsinki, Allas Sea Pool
 - Verkostoitumista ja yhteistyön ideointia musiikin, muodin, designin ja muiden luovien alojen yritysten kanssa.
 - Music Finlandin ja Finpron osana Finest Sounds -hanketta järjestämässä tilaisuudessa pääsi esittelemään tuotteitaan ja tapaamaan potentiaalisia yhteistyökumppaneita.
 - Tapahtumassa kerrottiin myös, miten Finest Sounds -hanke palvelee yrityksiä Japanin viennissä.
 - Osallistujia pyydettiin esittelemään tuotteitaan lyhyillä esityksillä. Ilmoittautuneille lähetettiin ohjeet esitysten tekemiseksi tapahtumaan ilmoittautumisen jälkeen

DEMO SEASON II

Matchmaking työpaja 7.-8.9.2017

- Turku, Logomo
- Matchmaking-tapahtuma musiikki- ja luovan alan yrityksille sekä alan opiskelijoille. Tavoitteena alan yritysten sekä opiskelijoiden verkostoituminen ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen. Paikalle kutsutut yritysten edustajat sekä hankkeen parissa työskentelevät opiskelijat tapasivat ideahautomon merkeissä. Ideahautomo oli toteutettu speed dating -mallin mukaan siten, että kaikki monialaiset opiskelijaryhmät pääsivät esittelemään ideoitaan kaikille yrityksille. Ideahautomo oli opiskelijoille moniosainen prosessi. Varsinaisen ideahautomon lisäksi tapahtumakonseptiin kuului muita osioita, kuten yritysten pitchaus-malliset esittelyt opiskelijoille ja muille osallisille. (Yli-Halla 2018) (Liite 2)

Musiikki & Media 2017

- Työpaja
- Matchmaking & showcase
- Finest Sounds -työpajat ja paneelit ovat osa Musiikki & Media -ammattilaistapahtumaa. Musiikki ja Media -tapahtumassa oli vuonna 2017 mukana yhteensä reilut kolmisenkymmentä opiskelijaa. Tamkista oli noin 20, Humakista noin 15 ja Tallinnan yliopistosta muutamia opiskelijoita. Lisäksi yrityksiä oli molemmista maista, niitä tuli Musiikkiin ja Mediaan noin kaksikymmentä. Kaikkiaan hankkeeseen osallistui 50–60 yritystä, joiden joukossa Sony Music, Nokia Technologies, Kyro Distillery, Ivana Helsinki, Fullsteam, Sakara Records, Visit Tampere ja Bafe's Factory. Tavoitteena oli, että yritykset ja artistit tukevat toistensa vientityötä Japanissa, esimerkiksi teknologia- ja design-yrityksillä on paljon annettavaa musiikki- ja viihdealan tekijöille ja hyödynnettävää on molempiin suuntiin.
- Logomossa syyskuussa tavanneet yritykset ja opiskelijat, sekä muutama uusi yritys tapasivat uudelleen Musiikki & Media -tapahtumassa. Tapahtumassa oppilaat esittelivät osan jatkokehityksistä yhteistoimintaideoistaan seminaariyleisölle, sekä jatkoivat edelleen ideoiden työstämistä.

2018

DEMO SEASON III

Työpaja Tallinna 5.-7.4.2018

- Työpaja
- Mukana Tamkista kahdeksan opiskelijaa, Humakista ja Tallinnasta useita opiskelijoita.
 - Työpajassa bändi & brändi -presentaatioiden lisäksi opiskelijat loivat videokäsikirjoituksia.
 - Videot tehtiin myöhemmin valmiiksi Tampereella, toukokuussa tapahtunutta Japanin vientitapahtumaa varten.

DEMO SEASON IV

Musiikki & Media 2018

- Videotyöpaja
- Matchmaking & showcase

LIITE 3

Kyselytutkimuslomake

Kävijäkysely

Tervetuloa vastaamaan Musiikki & Median kävijäkyselyyn! Tämä kysely on suunnattu vuoden 2018 Musiikki & Media -tapahtumaan rekisteröityneille. Vastaaminen kyselyyn vie noin 10 minuuttia. Vastaukset ovat meille tärkeitä, joten toivomme, että ehdit käyttää tähän hetken päivästäsi! Kyselyn toteutuksesta vastaa Tiketti Oy.

Kyselyn tuloksia käytetään pohjana Musiikki & Media -tapahtuman seminaarisisältöjä tutkivassa kehittämistyössä, josta vastaa opiskelija Katja Pyykkö, Humanistinen ammattikorkeakoulu HUMAK, Helsinki. Vastaajien nimiä ei paljasteta missään tutkimuksen vaiheessa.

1. Mitä toimialaa yrityksesi edustaa? *

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto.

- Artisti
- Festivaali
- Järjestö tai yhdistys
- Konserttitalo
- Koulutus
- Levy-yhtiö
- Lipunmyynti
- Manageri
- Media
- Ohjelmatoimisto
- Opiskelija
- Ravintola tai klubi
- Tekniikka
- Tapahtumatuotanto
- Musiikkikustantaja
- Muu toimiala. Mikä?

2. Mikä on tehtäväsi yrityksessä? *

Titteli / työtehtävä *

3. Oletko osallistunut Musiikki & Media -tapahtumaan aiemmin? *

- Osallistuin ensimmäistä kertaa.
- Olen osallistunut 1–5 kertaa aiemmin.
- Olen osallistunut 6–10 kertaa aiemmin.
- Olen osallistunut yli 10 kertaa.

4. Mistä kanavista sait etukäteisen tietoa tapahtumasta? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

verkkosivu

uutiskirje

Facebook

Twitter

Instagram

Jokin muu, mikä?

5. Kuinka hyvin seuraavat väittämät vastaavat mielipidettäsi? *

	täysin samaa mieltä	lähes samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	melko eri mieltä	täysin eri mieltä	en osaa sanoa
Löysin kaikki tarvitsemani tiedot Musiikki & Median verkkosivuilta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musiikki & Median verkkosivut ovat helppokäyttöiset.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutiskirjeiden sisältö oli hyödyllistä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikkiaan viestintä ennen tapahtumaa oli erittäin hyvää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikkiaan viestintä tapahtuman aikana oli erittäin hyvää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Avoin palaute tapahtuman viestinnästä.

7. Minkä arvosanan annat seuraaville tapahtuman osa-alueille? *

	erinomainen	hyvä	tydyttävä	kohtalainen	huono	en osallistunut
avajaiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
suomenkieliset seminaarit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
englanninkieliset seminaarit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Industry Awards -gaala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lost in Music -showcaset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Kuinka monessa seminaarissa vierailit tapahtuman aikana? *

- en yhdessäkään
- 1–5 seminaarissa
- 6–10 seminaarissa
- yli kymmenessä seminaarissa

9. Valitse seminaariaiheet, jotka kiinnostivat sinua ENITEN. *

Valitse kaikki kiinnostavat seminaarit riippumatta siitä, osallistuitko niihin vai et.

>> Tässä ruksitettavissa kaikki seminaarit.

10. Valitse seminaariaiheet, jotka kiinnostivat sinua VÄHITEN. *

Valitse kaikki vähiten kiinnostavat seminaarit riippumatta siitä, osallistuitko niihin vai et.

>> Tässä ruksitettavissa kaikki seminaarit.

11. Kuinka hyvin seuraavat väittämät vastaavat mielipidettäsi? *

	täysin samaa mieltä	lähes samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	melko eri mieltä	täysin eri mieltä	en osaa sanoa
Seminaariohjelma oli mielenkiintoinen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seminaariohjelma oli hyödyllinen työni kannalta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sain työni kannalta hyödyllisiä kontakteja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Mistä seminaari aiheista kaipaisit seminaarisisältöä seuraavaan tapahtumaan? *

- Kestävä kehitys
- Tasa-arvo, monimuotoisuus & osallisuus
- Markkinointi & viestintä
- Musiikkivienti
- Lakiasiat
- Poliittikka
- Tutkimus
- Live-ala
- Ääniteala
- Musiikkiteknologiat & startupit
- Kustannusala & musiikin tekeminen
- Sync
- Artistit ja muusikot
- Johtaminen & hallinto
- Trendit
- Menestystarinat ja epäonnistumiset
- Keynote-puhujat & -haastattelut

>>

- Media
- Rahoitus & sijoittaminen
- Kumppanuudet & brändit
- Muihin aloihin liittyvät aiheet
- Muu, mikä?

13. Avoin palaute seminaareihin liittyen.

14. Avoin palaute Industry Awards -galaan liittyen.

15. Sovitko etukäteen tapaamisia yhteistyökumppaneiden kanssa Musiikki & Median yhteyteen? *

- kyllä, kuinka monta?
- en

16. Kuinka kuvailisit Musiikki & Mediaa kolmella sanalla? *

1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>

17. Miten arvioisit Musiikki & Mediaa kokonaisuutena? *

- erittäin hyvä
- hyvä
- kohtuullinen
- huono
- erittäin huono

18. Mikä on sinulle tärkein syy osallistua tapahtumaan? *

Valitse vain yksi vaihtoehto.

- Verkostoituminen
- Seminaariohjelma
- Neuvottelut yhteistyökumppaneiden kanssa / bisnes
- Lost in Music -keikat
- Siellä on kaikki ja siellä on kivaa!
- Joku muu syy, mikä?

19. Mihin muihin musiikkialan tapahtumiin yleensä osallistut?

20. Miten Musiikki & Media eroaa muista samankaltaisista musiikkialan ammattilaistapahtumista?

21. Kuinka hyvin seuraavat väittämät vastaavat mielipidettäsi? *

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	osittain samaa mieltä	melko eri mieltä	täysin eri mieltä	en osaa sanoa
Minulle oli hyödyllistä osallistua Musiikki & Mediaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musiikki & Media on hyvin järjestetty.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen inspiroitunut ja motivoitunut Musiikki & Median jälkeen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluaisin, että Musiikki & Media olisi kansainvälisempi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musiikki & Median hinta-laatusuhde on erittäin hyvä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suosittelisin Musiikki & Mediaa kollegoilleni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tervetullut Musiikki & Mediaan sellaisena kuin olen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musiikki & Median logo edustaa tapahtuman luonnetta onnistuneesti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Aiotko osallistua tapahtumaan ensi vuonna? *

- kyllä
 en
 ehkä

23. Onko sinulla palautetta, joka ei tullut ilmi aiemmissä kohdissa?

Tässä voit antaa palautetta esimerkiksi tuotantoon, tunnelmaan, ilmeeseen tai henkilökuntaan liittyen. Nyt on myös hyvä hetki lähettää terveisiä Musiikki & Media -tiimille!

24. Kommenttisi tapahtumasta markkinointikäyttöön.

Jätä kommentin yhteyteen myös nimesi, tittelisi sekä edustamasi yrityksen tai tahon nimi.

25. Kuinka monella Lost in Music -keikalla kävit tänä vuonna? *

- en yhdelläkään
- 1-5
- 6-10
- yli kymmenellä keikalla

26. Merkitse kaikki ne keikkapaikat, joissa kävit Lost in Musicin aikana. *

- Dog's Home
- Doris
- Jack the Rooster
- Klubi
- O'Connel's
- Olympia-kortteli
- Pakkahuone
- Passion
- Telakka
- en käynyt Lost in Music -keikoilla

27. Avoin palaute Lost in Music -festivaaliin liittyen.

28. Ikä *

- Alle 30 vuotta
- 30-39 vuotta
- 40-49 vuotta
- 50-59 vuotta
- Yli 60 vuotta

29. Asuinpaikka *

kotikaupunki

30. Sukupuoli *

- en halua vastata
- nainen
- mies
- muu

31. Jätä yhteystietosi, mikäli haluat osallistua arvontaan ja tilata uutiskirjeen.

Jättämällä yhteystietosi osallistut ensi vuoden delegaattipassin arvontaan ja tilaat samalla Musiikki & Median uutiskirjeen. Arvonnassa on jaossa 2 x 1 kahden päivän delegaattipassi vuoden 2019 Musiikki & Mediaan (ei sis. Industry Awards -gaalaa). Passia ei voi luovuttaa eteenpäin. Arvontaan osallistuvat kaikki 19.10.2018 mennessä yhteystietonsa jättäneet vastaajat. Voittajiin otetaan yhteyttä sähköpostitse 31.12.2018 mennessä.

Vastaajien henkilö- tai yhteystietoja ei käytetä muuhun kuin arvonnän suorittamiseen ja uutiskirjeen lähettämiseen. Musiikki & Median tietosuojaselosteen löydät osoitteesta www.musiikkimedia.fi/tietosuojaseloste/

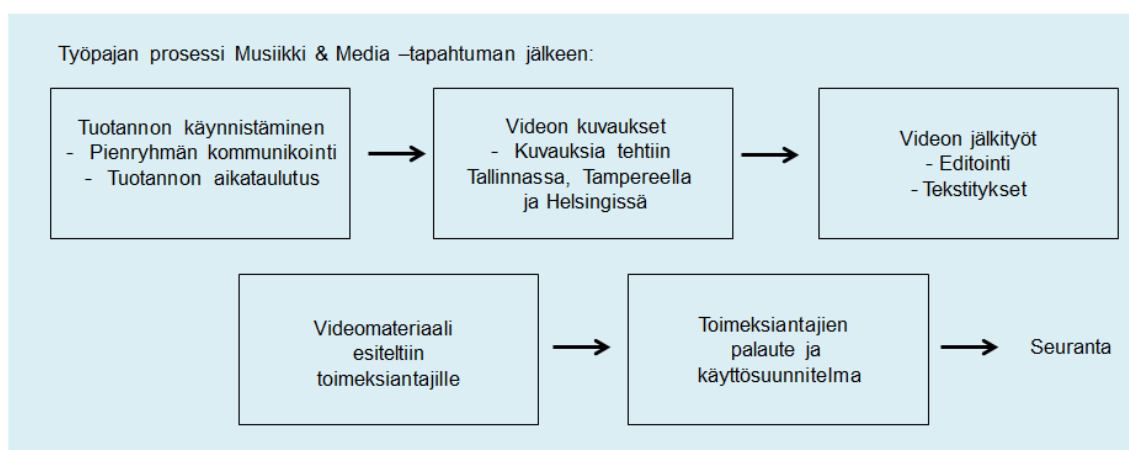
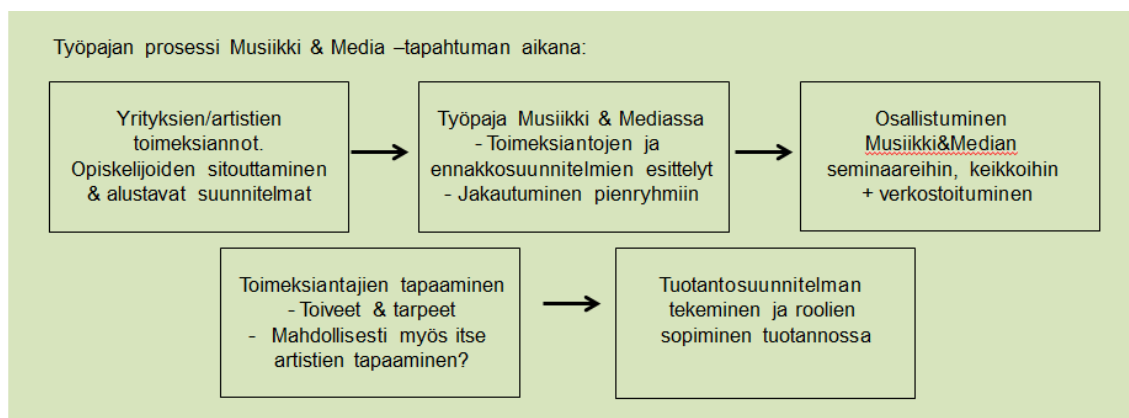
Etinimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Sähköposti	<input type="text"/>

32. Toivon, että Musiikki & Media on minuun yhteydessä palautteeseeni liittyen. Mikäli kyllä, tätä varten olen jättänyt edellisessä kohdassa yhteystietoni. *

- kyllä
- ei

LIITE 4

Videotyöpajan prosessikuvaus. Musiikki & Media 2018



LIITE 5

Haastattelukysymykset oppilaitosten edustajille

1. Mitkä olivat mielestäsi tärkeimmät opit työpajoista yleisesti?
2. Mitkä testatuista konsepteista toimivat parhaiten ja mitkä huonoiten? Miksi?

Miten mielestäsi onnistui..:

3. Opiskelijoiden osallistaminen?
4. Yritysten osallistaminen ja palaute?
5. Oppilaitosten yhteistyö?
6. Yhteistyö tapahtumien kanssa?
7. Palautteen / oppien / löydöksiä hyödyntäminen hankkeen aikana?
8. Avoimet kommentit Finest Sound työpajoista.

LIITE 6

Haastattelukysymykset opiskelijoille

1. Kuinka paljon työpajaan osallistumiseesi vaikutti se, että samalla sai osallistua Musiikki & Media –ammattilaistapahtuman ohjelmistoon?
2. Mitkä seminaariaiheet kiinnostivat sinua eniten?
3. Oliko verkostoituminen tapahtumassa sinulle olennaista? Kuinka hyvin onnistuit mielestäsi verkostoitumaan opiskelijoiden / ammattilaisten kanssa?
4. Kuinka hyvin oppilasyhteistyö sujui mielestäsi tapahtuman jälkeen (videotuotanto)?
5. Kuinka hyödyllisiä työpajan oppilaskoontumiset /ammattilaistapaaminen / keikka olivat tapahtuman aikana (videotuotantoa ajatellen)?
6. Kuinka monessa Musiikki & Media –seminaarissa kävit?
7. Kuinka monella Lost In Music –keikalla kävit?
8. Aiotko vastaisuudessa osallistua Musiikki & Mediaan tai vastaavaan musiikkialan ammattilaistapahtumaan?

LIITE 7

Haastattelukysymykset musiikkialan ammattilaisille

1. Kommentteja toimeksiannon tekemiseen: oliko helppoa lähteä mukaan työpajaan / tehdä toimeksianto? Miten artisti valikoitui?
2. Oliko sinulle/teille hyötyä siitä, että videotyöpaja järjestettiin Musiikki & Median aikana?
3. Koitko, että oli hyödyllistä tavata opiskelijaryhmä Musiikki & Media – tapahtumassa (briiffaus)?
4. Koitko hyödylliseksi, että opiskelijat kävivät artistin Lost In Music -keikalla? Olisiko ollut hyödyllistä/mahdollista, että opiskelijat olisivat tavanneet artistin jo heti Musiikki & Median aikana?
5. Kuinka hyvin oppilasyhteistyö sujui mielestäsi tapahtuman jälkeen (videotuotanto)? Mitä mieltä olit lopullisesta tuotoksesta? Kommentoiko artisti miten yhteistyö sujui tai jotain itse videosta?
6. Saitko oppilaitosyhteistyöstä irti jotain uutta mitä et ollut tullut aiemmin ajatelleeksi?
7. Tuliko videosta sellainen, että sitä voi käyttää artistin promootiossa?
8. Aiotko vastaisuudessa osallistua tämän kaltaisiin oppilaitosyhteistöihin?
9. Kommentteja tai ideoita miten oppilaitosyhteistyötä voisi kehittää vastaisuudessa?

LIITE 8

Haastattelukysymykset benchmarking-kohteelle

1. Minkälaista oppilaitosyhteistyötä tapahtumassanne tehdään?
2. Onko teillä vakituisia oppilaitosyhteistyökumppaneita? Mitkä oppilaitokset?
3. Onko teillä sisällöllistä oppilaitosyhteistyötä, eli opiskelijat osallistuvat tapahtuman sisällöllisiin/ohjelmallisiin osuuksiin (esimerkiksi suunnittelu, kehittäminen)?
4. Onko tapahtumassanne sellaista oppilaitosyhteistyötä, jossa yhteistyönne sisältyy opiskelijoiden opintosuorituksiin (yhteistyöstä saa esimerkiksi opintopisteitä)?
5. Onko tapahtumassanne esimerkiksi workshopeja alan ammattilaisten kanssa joihin opiskelijat voivat osallistua?
6. Saavatko opiskelijat tapahtumassa hyödyllisiä kontakteja alan ammattilaisiin, myös tapahtumaorganisaation ulkopuolelta (osallistujat, kutsuvieraat, puhujat, panelistit..)?
7. Kuulostaako mielestänne sisällöllinen opiskelijayhteistyö kiinnostavalta esimerkiksi tapahtuman ohjelman kehittämisen kannalta?
8. Jos ajatellaan, että yhteistyö tapahtumanne kanssa sisältyisi opiskelijan opintoihin: minkälainen opintokokonaisuus kulttuuri- ja taidealan opinnoissa olisi hyödyllisin tapahtumanne kannalta (esim luovan alan tapahtumatuotanto, seminaariohjelmiston suunnittelu, workshopin tuottaminen tai joku itse alaa syvällisemmin luotava teema)?