

Mirka Mustonen

Musiikkitapahtuma Rock House Kulmaan



Restonomi
Aktiviteettimatkailu
Kevät 2019

Tiivistelmä

Tekijä: Mustonen Mirka

Työn nimi: Musiikkitapahtuma Rock House Kulmaan

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Aktiviteettimatkailu

Asiasanat: tapahtuma, elämys, elävä musiikki

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mitä musiikkitapahtuman järjestäminen vaatii. Olin toisen opintovuoteni työharjoittelussa tapahtumaravintolassa ja halusin ammentaa tietämystäni käytännön kokemuksiini lisäksi myös teoriassa. Kirjallisen työn lisäksi järjestin pienimuotoisen tapahtuman kajaanilaisessa musiikkiravintolassa. Esiintymään järjestin kaksi raskaan musiikin edustajaa, Blackhillin sekä Hautajaisryhmän. Tapahtuman tavoitteena on tuottaa yleisölle elämys live musiikin kautta.

Työn kehittämiskysymyksinä ovat kuinka järjestää elämyksellinen musiikkitapahtuma ja mitä esiintyjät haluavat, että järjestäjät ottavat huomioon ennen esiintymistä sekä esiintymispäivänä. Haastattelin muutamaa muusikkotuttavaani ja hyödynsin heidän vastauksiaan ja pohdintojaan laatiessani tapahtumajärjestäjän muistilistaa. Työ kuitenkin keskittyy siihen, kuinka järjestää elämyksellinen musiikkitapahtuma.

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartuttaa omaa ammattitaitoani tapahtumienjärjestämisen parissa. Toimeksiantajan puolesta tavoitteena oli houkutella paikalle uusia kävijöitä ja asiakkaita. Tavoitteena oli myös tuoda uutta näkökulmaa tapahtumien järjestämiselle, sekä tuoda vaihtelevuutta esiintyjäohjelmistoon. Esiintyjien näkökulmasta tavoitteena oli saada heille uutta näkyvyyttä ja uusia kuuntelijoita, sillä kumpikaan yhtyeistä ei ollut aikaisemmin esiintynyt Kainuussa. Opinnäytetyötapahtuma oli yhden kerran tilaisuus, jota ei ole tarkoituksena toistaa. Tapahtuman kävijämäärät eivät olleet sellaiset, kun olisimme halunneet, mutta muuten tavoitteet toteutuivat. Toimeksiantajan tavoitteista vaihtelevuuden tuominen ohjelmatarjontaan toteutui parhaiten, sillä arkisin on tarjolla livemusiikkia. Myöskään opiskelijoita varten ei livemusiikkia ole kovin usein tarjolla, vaan opiskelijatapahtumissa on yleensä esimerkiksi tietovisoja.

Esiintyjien näkökulmasta uusien kuuntelijoiden saaminen toteutui, sillä ainakin toinen yhtyeistä möi ainakin yhdelle katsojalle levyä.

Abstract

Author: Mustonen Mirka

Title of the Publication: Music Event to Rock House Kulma

Degree Title: Tourism, Bachelor of Hospitality Management

Keywords: event, experience, live music

This thesis is all about music events and how to organize one. Live music is one of the biggest loves in my personal life, so it felt right to write my thesis about it. I worked in an event club for two months last year and organizing events started to grow on me and I wanted to know more about it.

I started working on my thesis in spring 2019. First, I struggled with my topic, but then I finally figured out what to write about. Organizing an event was an interesting experience and I enjoyed digging all the information I could find.

I started my journey with my thesis from figuring out the location I was going to use. I started working with Rock House Kulma in Kajaani. After it, I found my performers, Hautajaisyö and Blackhill. The main purpose of my thesis was to learn what it takes to organize a music event. Development questions to my thesis were: how to organize an eventful music experience and what the performers want the event organizers to take into account, before and during the actual event. How to organize an eventful music experience was the main question of this thesis.

The principal goal of this event was to gain new visitors to the bar and get variety to program offerings. Gaining variety was a success, since they do not usually have live music during weekdays. Also, having live music dedicated to students is rare, since at student parties they usually have, for example, a quiz competition between teams. The main goal of the performers was to gain new listeners to their music, which also came true. My personal goal was to gain experience about the event industry and learn how to organize an eventful music experience.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yhteistyökumppanit	3
2.1	Rock House Kulma	3
2.2	REKka Ry	4
3	Tapahtuman järjestäminen	5
3.1	Tapahtuma	5
3.2	Tapahtuman ideointi	6
3.2.1	Tapahtuman tavoitteet	7
3.2.2	Tapahtuman kohderyhmä	8
3.2.3	Tapahtumapaikka	8
3.2.4	Tapahtuman viesti	9
4	Elämys.....	11
4.1	Mitä on elämys?	11
4.2	Elämyksen emotionaalinen perusta	12
4.3	Elämys tapahtumassa	13
4.4	Kuinka järjestää elämystapahtuma?	14
5	Opinnäytetyötapahtuman toteutus	15
5.1	Aika ja paikka	15
5.2	Tarkoitus	16
5.3	Kehitystehtävät	16
5.4	Sisältö	17
5.5	Markkinointi.....	19
5.6	Elämys.....	19

5.7	Muistilista tapahtumanjärjestäjälle.....	20
5.8	Tapahtumapäivä.....	21
5.9	Arviointi	22
6	Pohdinta	23
6.1	Tavoitteiden onnistumiset.....	23
6.1.1	Tapahtuman analysointi.....	23
6.2	Eettisyys.....	24
6.2.1	Luotettavuus.....	26
6.3	Oma oppimiseni	27
	Lähteet	29
	Liitteet	

1 Johdanto

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi toiminnallisen opinnäytetyön. Tarkoituksena on järjestää musiikkitapahtuma. Tapahtuman järjestämisaikaksi valikoitui Rock House Kulma, joka on aiemminkin tehnyt yhteistyötä Kajaanin Ammattikorkeakoulun kanssa opinnäytetöiden sekä muiden opiskelijatapahtumien kanssa. Tapahtuman ideana on järjestää musiikkielämys metallimusiikista pitävälle, kaiken ikäisille ihmisille. Tapahtumaan oli vapaapääsy, joten kynnys paikalle saapumiselle oli pieni. Tapahtuman tavoitteena oli luoda yleisölle elämys live musiikin kautta.

Omasta näkökulmastani työni tarkoituksena on kehittää omaa ammatillista osaamistani sekä tietaitoani tapahtumien järjestämisestä. Työn viralliset tutkimuskysymykset ovat kuinka järjestää elämyksellinen musiikkitapahtuma, sekä mitä esiintyjät haluavat että järjestäjä ottaa huomioon ennen esiintymistä ja esiintymispäivänä.

Toimeksiantajan näkökulmasta tämä työ mahdollistaa uuden näkökulman saamisen tapahtumien järjestämiseen. Esiintyjien näkökulmasta ajateltuna tämä työ mahdollisti yhteiden tunnettavuuden nostamisen sekä uusien kuuntelijoiden saamisen. Kumpikaan yhteistä ei ollut esiintynyt aiemmin Kajaanissa, joten tämä oli heille oiva tilaisuus nostattaa statustaan uudella alueella.

Tein yhteistyötä Rock House Kulman lisäksi myös REKka Ry:n kanssa, joka avusti minua tapahtuman markkinoinnissa. Markkinointi keskitettiin sosiaaliseen mediaan, erityisesti Facebookiin, mutta mainostimme tapahtumaa myös julistein sekä sähköpostitiedottein.

Tapahtumaillan artistikattaus koostui kahdesta metallimusiikkia esittävästä yhtyeestä. Illan avaaja yhtyeenä toimi Leppävirralta lähtöisin oleva trashiin päin kallistuva metalliyhtye nimeltä Blackhill. Yhtyeen laulaja on lapsuudenkaverini, joten he lähtivät kovin mielellään mukaan tähän projektiin.

Illan toisena esiintyjänä oli hieman enemmän nimeä itselleen kartuttanut lisälmesta Tuleva Hautajaisyo. Nimensä mukaisesti yhtye soittaa synkkää metallia, jossa yhdistyvät tarttuvat kitarariffit, raskas poljento sekä synkät sanoitukset.

Prosessin edetessä tutkin useita teorialähteitä musiikkitapahtumien järjestämisestä, mutta eniten omaan tapahtumaani sovelsin Onnistuneen tapahtuman perusteet – Näin vältät tapahtuman

konkurssin -opasta (Korhonen, 2018), sekä Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö -teosta (Borg, Kivi & Partti, 2002). Opas on kattava ja helposti saatavilla. Prosessin seurauksena tuotettiin muistilista tapahtumanjärjestäjälle.

2 Yhteistyökumppanit

Seuraavissa kappaleissa esittelen yhteistyökumppanini ja avaen heidän toimintaansa tarkemmin.

2.1 Rock House Kulma

Rock House Kulma on avattu lokakuussa 2008 aiemmin samassa tilassa toimineen baarin paikalle. Kulma sijaitsee Kajaanin keskustassa baarikadulla. Nykyinen omistaja Marja Nuutinen kertoi aiemmin työskennelleensä Kulmaa edeltäneessä baarissa ja ostaneensa toiminnan silloiselta työnantajaltaan keväällä 2008. Nuutinen on myös ravintolan ainut omistaja sekä yrittäjä. Samalla paikka meni remonttiin ja avattiin uudelleen lokakuussa 2008. Kulma toimi aluksi nimellä Kulman Legenda vuoden 2012 kesään saakka, jonka jälkeen ravintolan ilme uusittiin ja yhtiömuodon muutoksen myötä nimi pelkistettiin Kulmaksi. Ravintolasta alettiin käyttää nimeä Rock House Kulma, sillä se on myös yhtiön nimi. (Nuutinen, 2019)

Kesällä 2012 Kulma alkoi olla avoinna myös päivisin, jolloin tarjolla oli lounasta sekä valtavirrasta poikkeavaa kahvilatarjontaa. Lounasravintolatoiminta loppui kuitenkin vuotta myöhemmin sen kannattamattomuuden vuoksi. Lounastoiminnan loputtua ravintola keskittyi iltabaaritoimintaan. (Nuutinen, 2019)

Puitteita livemusiikille Kulmassa on kehitetty kauan, jotta yhtyeiden olisi helppo tulla keikoille ja tapahtumat saataisiin toteutettua mutkattomasti. Kulma onkin monille isommille yhtyeille pienin paikka, jossa ovat soittaneet, mutta tekevät mielellään aina myös seuraavan keikan. Vaikka Kulman esiintyjien genrejä ei ole varsinaisesti rajattu, Kulma on profiloitunut rock-henkiseksi ravintolaksi, joka ohjaa tietyissä määrin myös esiintyjävalintoja sekä ohjelmatarjontaa. Kulmasta on vuosien saatossa kehittynyt Kajaanin ykköskeikkapaikka muun muassa keikkojen määrän perusteella. (Nuutinen, 2019)

2.2 REKka Ry

Kajaanin restonomiopiskelijat REKka ry on Kajaanin ammattikorkeakoulussa toimiva, nimensä mukaisesti restonomiopiskelijoista koostuva ainejärjestö. Järjestö on perustettu vuonna 2015 ja sen tarkoituksena on tukea ja edistää Kajaanin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoiden tieteellistä sekä ammatillista kehitystä. REKka ry on myös isossa osassa opiskelijatapahtumien järjestämisessä. Yhdistyksen tarkoituksena on myös ajaa ammattikysymyksiin liittyviä etuja, sekä koulun viihtyvyyttä sekä se edistää jäsenten vapaa-ajan toimintaa. Järjestö toimii Suomen Restonomit SURE ry:n alaisuudessa ja siihen kuuluu noin 50 jäsentä. REKka ry on voittoa tavoittelematon järjestö, eikä sen tarkoituksena ole tuottaa välitöntä taloudellista tuottoa eikä voittoa. (PRH 2015.)

3 Tapahtuman järjestäminen

Seuraavissa luvuissa kerron tarkemmin tapahtuman järjestämiseen liittyvää teoriaa.

3.1 Tapahtuma

Tapahtumaksi lasketaan mikä tahansa tilaisuus yksityisistä pienistä tilaisuuksista aina suuriin massatapahtumiin saakka. Tapahtumat voivat olla niin organisaation sisäisiä kuin ulkoisiakin tapahtumia. Tapahtuma -käsitteellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi messuja, markkinoita, kilpailuja, konsertteja ja monia muita yleisötilaisuuksia. Tapahtuman voi järjestää niin yksityinen henkilö kuin myös yritys tai yhdistyskin. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki, Rintala, 2015, 7.)

Tapahtumista sekä tapahtuma -käsitteestä on tehty useiden vuosien mittaan lukuisia määritelmiä. Getzin (1997, 49) mukaan tapahtuma on asiakkaalle mahdollisuus tavallisesta arjesta eroavaan vapaa-aikaan, kulttuuriseen tai jopa sosiaaliseen kokemukseen. Tapahtumat on myös määritetty tilapäisiksi, suunnitelluiksi tai suunnittelemattomiksi, kestoaltaan rajatuiksi yleisötilaisuuksiksi, jotka tarjoilevat osallistujilleen ainutkertaisia kokemuksia (Kainulainen 2004,20).

Monet pitkään eläneet tapahtumat ovat onnistuneet säilymään tapahtumakartalla jatkuvan uusiutumisen vuoksi. Se mikä ehkä toimi 1960-luvulla ei enää toiminut 1980-luvulla. Tapahtumien nimi sekä perusideat säilyvät vuodesta ja vuosikymmenestä toiseen, mutta tapahtuman muoto ja toteutustapa muuttuvat ajan muuttumisen mukana. (Vallo, Häyrinen, 2003. 80.)

Parhaassa tapauksessa tapahtumat ovat organisaatiossa osa markkinoinnin strategiaa ja niihin on luotu oma tapahtumakonsepti. Tapahtumia ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan tapahtumakonseptin mukaisesti joka vuosi. Tapahtuma on näin joka vuosi eri, mutta saman konseptin mukainen. (Vallo, Häyrinen, 2003. 81.)

Tapahtuma on suoraan ihmiseen vaikuttamista. Tapahtuman kulssit sekä idean voi kopioida, mutta ei tapahtuman henkeä, joka luodaan ihmisen välille. Jokaisessa tapahtumassa vallitsee omanlaisensa ja ainutlaatuinen tunnelma. (Vallo, Häyrinen, 2003. 267.)

Tapahtuman aikana tapahtuu paljon, niin estradilla, mutta myös kulissien takana. Äänimiehet, tekniikka, mahdollinen juontaja sekä catering-väki tekevät parhaansa saadakseen kaiken valmiiksi ennen h-hetkeä. On erityisen tärkeää, että jokainen osallistuva tietää roolinsa sekä aikataulut, jotta tapahtuma olisi mahdollisimman onnistunut. (Vallo, Häyrinen, 2003. 262.)

3.2 Tapahtuman ideointi

Kun mitä tahansa yleisötapahtumaa lähdetään ideoimaan ja valmistelemaan, voidaan soveltaa seuraavana esitettävää toimintaidea-mallia. Se muodostuu seitsemästä erillisestä asiaryhmästä. Nämä asiat voidaan esittää selkeästi myös seitsemällä kysymyksellä:

Miksi? – tapahtuman tavoite

Mitä? – tapahtuman sisältö eli tuote/palvelu

Missä? – paikka

Milloin? – ajankohta

Kenelle? – asiakas eli kohderyhmä

Miten? – järjestävän yhteisön tapa toimia (resurssit + organisaatio)

Mielikuva? – järjestävän yhteisön ja kumppaneiden imago

(Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 35.)

Ideointivaiheessa kerätään ensin paljon ideoita, joita aletaan myöhemmin karsimaan. Ideoinnissa kannattaa käyttää erilaisia ideointimenetelmiä, jotka nopeuttavat prosessia. Menetelmiä on paljon, mutta yleensä yksi tai kaksi menetelmää toimivat parhaiten, kun ne hallitaan hyvin. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 35-36.)

Tapahtumaa suunnitellessa on hyvä aloittaa kysymällä itseltään, miksi minä haluan tehdä tämän tapahtuman. Jo suunnittelun alussa on myös hyvä tehdä itselle selväksi, mitä tavoitteita minulla on tapahtuman järjestämisessä ja teenkö tapahtuman itseäni vai muita varten. On suositeltavaa myös pohtia, miksi kukaan olisi kiinnostunut tästä tapahtumasta ja olisinko itse kiinnostunut vastaavasta tapahtumasta. Myös taloudellisten riskien kantaminen epäonnistumisen kohdalla on hyvä ottaa jo huomioon. (Korhonen, 2018)

3.2.1 Tapahtuman tavoitteet

Yleisötapahtumaa järjestettäessä liikkeelle lähdetään yleensä siitä, miksi tapahtuma halutaan järjestää eli mikä on tapahtuman tavoite. Oli kyseessä asiakkaiden, jäsenten tai kuntalaisten viihdyttäminen, organisaation imagon kohottaminen ja kiillottaminen, taloudellinen tulos, liikkeelle on syytä lähteä tavoitteen kartoittamisella. Seuraavaksi on syytä pohtia, mitä järjestetään ja kenelle. Koko suunnittelu lähtee siis tuotteesta ja asiakkaasta. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 36.)

Kun organisaatio järjestää tapahtuman, on sen tavoite yleensä konkreettisempi. Organisaatio voi järjestää esimerkiksi uuden tuotteen lanseeraustilaisuuden, jolloin tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi uusien tilausten saaminen. Tällaisen konkreettisesti mitattavan tavoitteen tulos on helppo arvioida tapahtuman jälkeen. Tapahtuman tavoitteena voi olla myös esimerkiksi varojen keruu tai julkisuuden saaminen jollekin järjestäjälle tärkeälle aiheelle. Hyviä esimerkkejä tällaisista tapahtumista ovat esimerkiksi konsertit sekä urheilutapahtumat. (Vallo, Häyrynen 2008, 102-103.)

Tapahtumia järjestettäessä käytetään usein liian vähän aikaa tapahtuman tarkoituksen ja tavoitteiden pohtimiseen. Tapahtumia järjestetään usein vain koska niin on aina tehty. Lopputuloksena onkin monesti epämääräisiä tilaisuuksia, joiden arviointi jälkeenpäin on hankalaa. (Vallo, Häyrynen 2008, 103.)

3.2.2 Tapahtuman kohderyhmä

Tapahtuman kohderyhmän voivat muodostaa suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko, avoin kutsuvierasjoukko. (Vallo, Häyrinen 2008, 111.) Valitsemassani tapahtumatyypissä, eli musiikkitapahtumassa, yleisin kohderyhmä on suuri yleisö. Suurtapahtumat kiinnostavat nimensä mukaisesti suuria ihmisjoukkoja ja ne tuovat tapahtuma-alueelle paljon matkailutuloja. Suuret kokoukset sekä konferenssit voidaan luokitella tähän kategoriaan, kuten myös kulttuuri- sekä urheilutapahtumat. (Van der Wagen 2001, 5-6.)

Jos kyseessä on esimerkiksi kunnan vapaa-ajanlautakunnan järjestämä kesäjuhla, luonnollisin kohderyhmä on kuntalaiset. Rock-tapahtuman potentiaalisin asiakaskuntaa voi puolestaan olla alueellinen ja usein jopa valtakunnallinen 15-25-vuotias nuoriso. Urkumusiikkitapahtuman kohdeyleisö on puolestaan todennäköisesti klassisesta ja kirkkomusiikista kiinnostunut keski-ikäinen tai sitä vanhempi yleisö. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 36-37.)

Jotta tapahtumasta osataan tehdä kohdeyleisöään puhutteleva sekä miellyttävä, täytyy järjestäjän tuntea oma kohderyhmänsä (Vallo, Häyrinen 2008, 111).

3.2.3 Tapahtumapaikka

Yleisötapahtuman paikalla on keskeinen merkitys tapahtuman onnistumiselle. Paikkaan liittyy monta erilaista asiaa, kuten:

- sijainti (luo imagon)
- kulkuyhteydet ja pysäköinti (tavoitettavuus)
- sisä- vai ulkotilat
- oheispalvelut
- paikan vuokra ja/tai muut tilasta aiheutuvat kustannukset
- paikan imago (työväentalo vai Kämp)

-majoituspalvelut

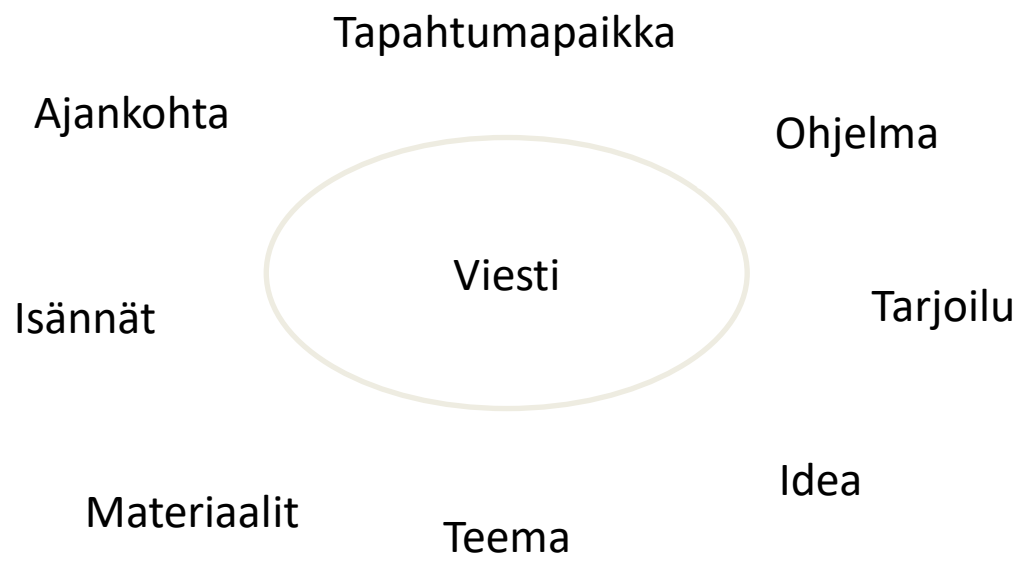
(Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 38.)

Tapahtumapaikan sijainti kohderyhmään nähden on yksi merkittävä tekijä. Etäisyys ei sinänsä ole oleellinen, mutta sen vaikutusta erimerkiksi paikkakunnan imagoon on hyvä tarkastella kohderyhmän näkökulmasta. Tapahtumapaikan tavoitettavuus on myös hyvin keskeinen tekijä. Millä kulkuneuvoilla paikalle pääsee? Onko tapahtumapaikan välittömässä läheisyydessä tarpeeksi pysäköintitilaa? (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 38.)

Tapahtumapaikan/tilan vuokralla sekä sen asianmukaisella varustamisella, kuten somistus ja ääntötoisto, on yleensä iso merkitys jo tapahtumaa ideoitaessa. Vaikka tilan vuokra olisi alun perin edullinen, voi tapahtuman vaatima varustautuminen tehdäkin siitä yhtäkkiä kalleimman tai huomattavasti kalliimman mitä alunperin oli ajateltu. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002, 38.)

3.2.4 Tapahtuman viesti

Jokainen tapahtuma on jonkinlainen viesti. Kun organisaatio pohtii, miksi se järjestää tapahtuman samaan aikaan sen olisi hyvä miettiä, mitä se haluaa tapahtumallaan viestiä (kuvio1). Jokaisella tapahtumalla on selkeä pääviesti, sekä mahdollisesti sitä tukevia sivuviestejä. Jo ennen tapahtumaa tapahtumanjärjestäjän olisi hyvä tehdä tapahtuman viesti selväksi itselleen, jotta viestin välittämistä voisi vahvistaa eri elementein. (Vallo, Häyrynen 2008, 105.)



Kuvio 1. Tapahtuman viestin vaikuttajat (Mukaillen Vallo & Häyrinen 2008, 107).

4 Elämys

Seuraavissa kappaleissa perehdytään siihen, mitä elämys käsitteenä tarkoittaa.

4.1 Mitä on elämys?

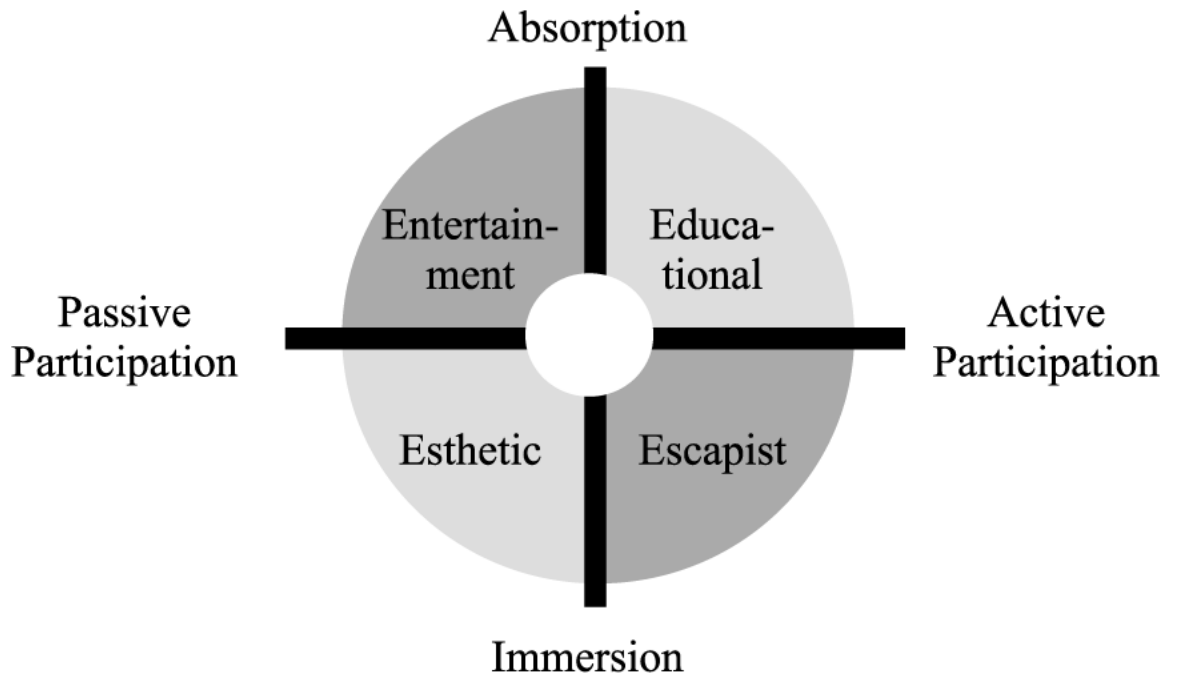
Elämys on merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus (Tarssanen & Kylänen 2007, 11). Komppula & Boxbergin (2002, 29) mukaan elämys on viime kädessä henkilökohtainen, subjektiivinen kokemus, eikä matkailuelämyksiä itse asiassa voida varmuudella taata. Elämyksen syntymiseen voidaan kuitenkin merkittävästi vaikuttaa kiinnittämällä erityistä huomiota asiakkaan kokemukseen. Elämys suhteutuu objektiin, mutta objekti ei kuitenkaan yksiselitteisesti määritä elämystä (Borg, Kivi, Partti 2002, 29).

Matkailuelämyksiä on tyypitelty kirjallisuudessa suhteellisen runsaasti (esim. Ryan 1997 ja Mossberg 2001). Englannin kielessä ongelmana on kuitenkin termin 'experience' laaja-alaiset tulkinnat kattaen sekä varsinaiset elämykset että muutkin kokemukset. Käsillä olevassa tarkastelussa selvennetään tilannetta määrittämällä olennaisia ydinsisältöjä matkailukokemuksissa ja -elämyksissä. (Aho 2001, 35).

Niitä erotetaan tässä neljä tyyppiä:

1. Kiinnostuksen herättäminen eli tiedostusprosessin käyntiin saattaminen tarjolla olevan informaation tai muun ärsykkeen pohjalta. Tämä tyyppi kattaa tiedostavat kokemukset (informative experiences). (Aho 2001, 35).
2. Harjoituksen saaminen eli jonkin taidon (esim. kielitaidon tai fyysisten suoritusten) lisääntyminen matkatapahtumaan liittyen. Tämä tyyppi kattaa harjaantumiskokemukset (practice experiences). (Aho 2001, 35).
3. Tunteisiin kohdistuvat vaikutukset eli lyhyt- tai pidempikestoisten tunnetilojen aikaansaaminen. Suomen kielen termi elämys viittaa lähinnä juuri tähän tyyppiin; sen melko tarkka vastine englannissa on emotional experience. (Aho 2001, 35).
4. Henkilökohtaiset muutokset eli vähintään melko pysyvien muutosten ilmenevien subjektiivisen henkilön mielentilassaan fyysisessä olotilassa tai elämäntavassa. Tämä tyyppi kattaa siis erilaiset muutostokemukset (transformations). (Aho 2001, 35).

Vapaa-ajan matkailua voidaan luonnehtia niiden tapahtumien kokonaisuudeksi, joissa ihmiset liikkuvat tarkoitushakuisesti paikkakuntien välillä löytääkseen tavoittelemiaan elämyksiä. Näillä voi olla hyvinkin erilaisia sisältöjä, kuten huvitukset, oppiminen, rentoutuminen, monenlaiset toiminnot ja tunnetilat. Pine ja Gilmore (1999) esittävät, että elämysten pääasialliset alueet ovat huvitukset (entertainment), oppiminen (education), eskapismi ja estetismi (Aho 2001, 34).



Kuvio 2. The Experience Realms (Pine & Gilmore, 1999)

4.2 Elämyksen emotionaalinen perusta

Käsitteenä elämys tarkoittaa emotionaalista kokemusta, jolla on positiivinen sekä kohottava vaikutus (Borg, Kivi, Partti 2002, 25). Elämys liittyy väistämättä ihmiseen ja jokaiseen yksilöön omalla tavallaan. Kyseessä on inhimillinen kokemus, jonka kaikki tuntevat yksilöinä. (Borg, Kivi, Partti 2002, 29.) Tietoisuuden avulla ihminen kykenee käsittelemään ympäristöstään saamia viestejä ja tuottaa niihin sopivaksi näkemäänsä toimintaa. Psykologit erottavat kolme eri tietoisuuden tasoa:

1. Perustasolla ollaan tietoisia ympäröivästä maailmasta, jolloin ihminen on kykenevä ottamaan vastaan havaintoja ja reagoimaan niihin (Borg, Kivi, Partti 2002, 25-26).

2. Toisella tasolla ihminen reflektoi omaa tietoisuuden tasoaan eli ymmärtää sen, mistä ollaan tietoisia. Tällöin symbolinen tietämys antaa meille mielikuvituksen vapauttamalla meidät reaalimaailman esteistä sekä tapahtumista. Näin voimme keksiä, kuvitella, havainnollistaa sekä suunnitella (Borg, Kivi, Partti 2002, 25-26).
3. Kolmas ja samalla korkein tietoisuuden taso on ihmisen tietoisuus omasta itsestään sekä siitä, että henkilökohtaisilla kokemuksilla on yksilöllinen luonne. Tietoisuus omasta itsestä antaa meille tunteen omasta identiteetistä sekä historiasta. Tällä tietoisuuden tasolla jokaisella yksilöllä on oma maailmankuvansa ja toiminta sekä tulevaisuuden ratkaisut valitaan tämän maailmankuvan mukaisesti (Borg, Kivi, Partti 2002, 25-26).

Kognitiivisen psykologian mukaan jokaisen oma käsitys todellisuudesta muodostuu yksilön ainutlaatuisena tulkintana kaikista tilanteista ja perustuu laajempaan skeemaan tai malliin, joka sisältää tietämyksen, muistot aiemmista kokemuksista, nykyiset arvot, tarpeet, uskomukset sekä tulevaisuuden tavoitteet. (Borg, Kivi, Partti 2002, 26).

Elämyksen ulottuvuudet voidaan rinnastaa tietoisuuden eri tasoihin. Ensimmäisellä tasolla tarkoitetaan sitä, että ihminen havaitsee jotakin. Havainto voi tapahtua eri aistein, esimerkiksi kuulo- havaintona. Havaintoon reagoidaan, kuitenkin sitä refleктоimatta. Tällöin ei varsinaisesti voida puhua kokemuksesta, sillä kokemuksessa havaintoon liittyy merkityksen antaminen havainnoille. Kokemus syntyy symbolisen tietouden tasolla. Elämys on henkilökohtainen asia, jossa korostuu kokijan oma tausta sekä historia. Elämys on myös kolmannen tason tietoisuuden prosessi, johon liittyy myös alitajuinen taso. (Borg, Kivi, Partti 2002, 26).

Tietoisuuden ensimmäinen taso, havaitseminen ja havainnot, fyysinen ympäristö sekä aistit ovat tärkeä ulottuvuus elämyksen synnyssä. Elämyksen prosessissa aistihavainnot ovat peruslähtökoh- tana. (Borg, Kivi, Partti 2002, 26).

4.3 Elämys tapahtumassa

Hyvin suunnitellussa tapahtumassa parasta on yllätyksellisyys. Yllätyksellisyys, josta näkee, että järjestäjä on käyttänyt viitseliäisyyttä sekä luovuutta elämyksen parantamiseen ja varmistami- seen. Olennaisesti tapahtumaan osallistujille ei kerrota aivan kaikkia pieniä yksityiskohtia, jotka voivat edistää elämyksellisyyttä. (Vallo, Häyrinen 2008, 156.)

Elävä musiikki on aina miellyttävämpää kuin mitä esimerkiksi levyltä soitettu musiikki. Tapahtumia järjestettäessä on hyvä muistaa, ettei pelkästään valovoimainen artisti tee tapahtumaa, vaikka tapahtuma koostuisikin keskeisesti musiikista. (Vallo, Häyrinen 2008, 159.)

4.4 Kuinka järjestää elämystapahtuma?

Jo ennen tapahtuman järjestämisen aloitusta on tärkeää kysyä itseltään seuraavat kysymykset: ”Miksi haluan tehdä tämän tapahtuman? Mitä tavoitteita minulla on tapahtuman suhteen? Miksi ketään kiinnostaisi? Olenko valmis kantamaan riskit taloudellisesta epäonnistumisesta?” (Korhonen, 2018)

Kun alkaa pohtia tapahtuman järjestämistä, on hyvä pohtia, onko järjestettävä tapahtuma sellainen, johon itse haluaisit mennä? Musiikkitapahtuma alalla tulee usein vastaan tapahtumanjärjestäjiä, jotka eivät itse osallistuisi tapahtumaansa kovin mielellään. Jos tekee työkseen jotain itseään kiinnostavaa, antaa se sinulle sekä tapahtumallesi paljon enemmän. (Korhonen, 2018)

Kun tapahtuma järjestetään niinkin pienessä maassa, kun Suomi, on jo alkuun hyvä muistaa, kuinka suuri merkitys on tapahtumien ainutlaatuisuudella sekä omaperäisyydellä. Suomessa järjestetään vuosittain niin paljon isoja massatapahtumia, että muiden tapahtumien kanssa kilpailu on hankalaa ilman merkittävää alkurahoitusta. (Korhonen, 2018)

Olipa kyseessä sitten messu, festivaali tai muu tapahtuma, tulee tapahtuman idea myydä ihmisille. Koska massatapahtumia on jo pilvin pimein, ihmisten huomiota on vaikeaa saada. Tämän vuoksi ideaalein tilanne on, kun ihmiset kiinnostuvat aidosti juuri sinun järjestämästä tapahtumasta esimerkiksi sen tarinan avulla. Halvin osa markkinointia on luoda omaperäinen sekä ainutlaatuinen tarina omalle tapahtumallesi. Hyvä tarina viestii kävijöille niitä ideoita, arvoja sekä tavoitteita, joita sinun tapahtumasi haluaa olla ja saavuttaa. Mitä osuvampi ja puhuttelevampi tarinan sisältö on, sitä todennäköisemmin oman kohderyhmäsi ihmiset tulevat kiinnostumaan tapahtumastasi ja parhaassa tapauksessa myös osallistumaan siihen. (Korhonen, 2018)

5 Opinnäytetyötapahtuman toteutus

Seuraavissa kappaleissa avaan tarkemmin oman työni toteutusprosessia.

5.1 Aika ja paikka

Aloitin suunnitteluprosessin tapahtumapaikan selvityksellä. Lähestyin Rock House Kulmaa sähköpostilla ja he kiinnostuivat suunnitelmastani. Sovimme tapaamisen, jossa keskusteltaisiin tapahtumasta pääpiirteittäin sekä kartoitettaisiin, millainen tapahtuma olisi kyseessä. Jo ensimmäisessä sähköpostissani mainitsin, että haluaisin järjestää tapahtuman opiskelijaystävällisesti keskiviikkoiltana. Kulman puolelta tuli ehdotukset kahdesta eri keskiviikosta, joista molemmat sijoituivat toukokuulle. Tapahtumapäiväksi valikoitui keskiviikko, 8.5.2019. Tapahtumapäivä sijoittui siis vapun jälkeiselle keskiviikolle, joka oli ajankohtana haastava. Haastavuutta lisäsi vapun aikaiset opiskelijariennot, jota korkeakoululaiset harrastavat jopa kuukauden, joten vapun jälkeen ulkona käyminen ja juhliminen saattavat jäädä hetkeksi tauolle.

Keskustelin ajankohdasta Kulman henkilökunnan kanssa ja he halusivat tapahtuman sellaiselle ajankohdalle, jolloin ihmisiä on vähän liikkeellä, jotta hiljaisiin iltoihin saataisiin mahdollisesti lisää kävijöitä (Nuutinen,2019). Kaikkien osapuolien harmiksi tapahtuma ei kuitenkaan saanut ihmisiä liikkeelle. Ihmisiä on tänä päivänä hankalaa saada innostumaan pienistä, tuntemattomista yhtyeistä. jos yhtye ei ole saanut tunnettavuutta esimerkiksi radiosoitolla, ihmisten paikalle saanti on hankalampaa. On kuitenkin tärkeää tuoda tuoretta musiikkia ihmisen kuultaviksi ja antaa näin mahdollisuuksia myös tuoreille muusikoille. (Nuutinen,2019)

5.2 Tarkoitus

Yhtenä opinnäytetyöni tavoitteena oli kehittää omaa ammattitaitoani tapahtumien järjestämisessä sekä kehittää omaa tietouttani siitä, mitä tällaisen tapahtuman järjestäminen oikeasti vaatii.

Toimeksiantajan puolelta opinnäytetyön tavoitteena oli saada paikalle uusia kävijöitä ja asiakkaita. Tarkoituksena on myös tuoda uutta näkökulmaa tapahtumien järjestämiseen sekä tuoda vaihtelevuutta esiintyjäohjelmistoon.

Esiintyjien näkökulmasta tavoitteena oli saada heille näkyvyyttä sekä uusia kuuntelijoita. Kumpikaan esiintyvistä yhtyeistä ei ollut esiintynyt Kainuun alueella ja he lähtivätkin mukaan oikein mielellään, sillä lisänäkyvyyden saanti ei ole ikinä yhtyeille huono asia. Vaikka esiintyjät eivät tapahtumasta saa rahallista palkkiota, on näkyvyyden nostattaminen nouseville yhtyeille rahaakin tärkeämpää.



Kuva 1. Blackhill Rock House Kulmassa

5.3 Kehitystehtävät

Opinnäytetyötä suunnitellessani pyörittelin mielessäni paljon eri kehitystehtäviä ja lopulta sain karsittua ne kahteen kysymyksen. Ensimmäinen kysymys on, kuinka järjestää elämyksellinen

musiikkitapahtuma. Toinen kysymys on, mitä esiintyjät haluavat, että järjestäjä ottaa huomioon ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana. Ensimmäiseen kysymykseen perehdyin hyvin pitkälti teoreettiselta ohjalta, lukien eri lähteistä elämyksestä ja musiikkitapahtumista. Teoriaan perehtymiseen tuli haasteita lähinnä materiaalin puutteellisuuden vuoksi. Toiseen kysymykseen haastattelin muusikkotuttaviani, jotka osaavat jo omasta kokemuksestaan sanoa, mitä pitävät tärkeinä huomioina ennen tapahtumaa ja sen aikana.

5.4 Sisältö

Heti ensimmäisen tapaamiseni Kulman tapahtumavastaavan kanssa aloin pohtimaan esiintyjäni. Nykykaahan luottaen laitoin omaan Facebookiini kyselyn, josko joku tuttavani omaisi tai tuntisi raskaamman musiikin yhtyeitä, jotka haluaisivat tulla esiintymään järjestämäni tapahtumaan. Jo samana päivänä sovin molemmat esiintyjäni.

Ensimmäinen sopimani esiintyjä on Leppävirralta lähtöisin oleva Blackhill (kuvat 1 ja 2). Yhtye soittaa trashiin kallistuvaa metallimusiikkia. Porukka on minulle erittäin tuttu, sillä yhtyeen laulajan kanssa olemme tunteneet esikoulusta saakka ja muut jäsenet olivat kanssani yhtä aikaa yläasteella.



Kuva 2. Blackhill Rock House Kulmassa (Kuva Mirka Mustonen)

Toisena yhtyeenä esiintymään lupautui lisälmesta tuleva Hautajaisyo (kuvat 3 ja 4). Yhtye on julkaissut jo kaksi levyä ja heidän kappalettaan Revin ihoni rikki on kuunneltu Spotifyssä jo yli 200 000 kertaa. Heidän musiikissaan yhdistyvät raskas poljento, synkät sanoitukset sekä tarttuvat kitarariffit.



Kuva 3. Hautajaisyo esiintymässä Rock House Kulmassa. (Kuva Mirka Mustonen)

Molemmat yhtyeet sopivat omaan musiikkimakuuni ja halusinkin siksi valita heidät esiintymään omaan tapahtumaani. Näin ollen tapahtumasta tuli juuri minun näköiseni ja samalla nämä yhtyeet saivat näkyvyyttä myös Kajaanin alueella.



Kuva 4. Haudajaisö Rock House Kulmassa (Kuva Mirka Mustonen)

5.5 Markkinointi

Tapahtuman markkinointi keskitettiin sosiaaliseen mediaan. Molemmat yhtyeet, sekä Rock House Kulma osallistuvat tapahtuman markkinointiin omien sosiaalisen median kanavien kautta. Kysyin markkinointi avuksi myös Kajaanin Ammattikorkeakoulun REKka Ry:tä. He suostuivat avustamaan opiskelijoihin sekä sosiaaliseen mediaan keskittyvässä markkinoinnissa.

Markkinointi aloitettiin viikolla 14. Minun tehtävänäni oli koota kaikki tapahtuman infot yhteen ja REKka ry loi tapahtumalle virallisen facebook-tapahtuman. He lupautuivat myös lähettämään koulun opiskelijoille sähköpostissa mainoksen, jossa kerroimme tapahtumasta. REKka Ry:stä keskustelin Waltteri Kanervan kanssa markkinoinnista, ja hän lupautui suunnittelemaan myös tapahtumajulisteen, jolla tapahtumaa markkinoitiin.

5.6 Elämys

Elämys ja elämyksen tuottaminen ovat iso osa tapahtumia. Musiikilla on ihmisiin suuri vaikutus. Se vaikuttaa ihmisiin jopa psykologisesti esimerkiksi parantamalla mielentilaa. Tähän tapahtumaan valikoitui raskaamman musiikin esittäjiä, joten varmasti parhaimman ja nautinnollisimman

elämyksen saavat raskaamman musiikin ystävät. Heavy metal on läpi vuosikymmenten ollut musiikki- ja nuorisokulttuurin niin sanottu avioton lapsi, ongelmanuori ja elämäntapavalinta. Kyseistä musiikkityyliä ja sen alalajeja on inhottu, pilkattu sekä syytetty milloin mistäkin tragediasta (Nikula, 2006. s.11). Metallimusiikki puhuttaa, eikä se ole niin pinnalla kuin esimerkiksi räp-musiikki. Jokainen musiikkitapahtuma on omanlaisensa elämys ja kokemus.

Suurin vaikutusvalta elämykseen on esiintyvillä artisteilla sekä yleisöllä. Järjestäjä hoitaa alkuvalmistelut sekä toimii taustalla, mutta näkyvin osuus elämyksestä on tapahtumaan osallistuvilla. Esiintyjät ovat tilaisuudessa töissä ja luovat oman osansa elämyksestä omalla lavaolemuksellaan sekä esiintymisellään. Yleisö puolestaan luo tunnelmaa. Hyvin mukana esiintymisessä oleva yleisö nostattaa tunnelmaa omalla osallistumisellaan esimerkiksi laulamalla biisien mukana tai tanssimalla. Jos yleisö vain on paikallaan, eikä välttämättä keskity esiintymiseen, saattaa tunnelmasta tulla jopa vaivaantunut ja kiusallinen.

5.7 Muistilista tapahtumanjärjestäjälle

Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu myös virallinen kirjallinen työ. Päädyin haastattelemaan ja kyselemään musiikkialalla vaikuttavilta tuttaviltani ohjeita ja huomioita tapahtumajärjestäjän muistilistaan. Listaani niistä tähän alle ja virallinen tiivistetympi lista löytyy liitteistä.

1. Informaation kulku. On tärkeää, että informaatio kulkee sujuvasti ja reaaliaikaisesti järjestäjän sekä esiintyjien välillä riittävästi. On sekä esiintyjä että järjestäjä hyödyttävää, että kaikki osapuolet tietävät yhteiset pelisäännöt. Tärkeitä informaatioita ovat esimerkiksi esiintymispalkkiot/edut sekä mitä kaikkea tekniikkaa löytyy esiintymispaikoilta valmiina. Tapahtumapäivän aikatauluista on syytä tehdä etukäteen jo suunnitelma, jota jokainen osapuoli noudattaa. Jos tapahtumapäivässä tapahtuu muutoksia, kuuluu nekin informoida mahdollisimman reaaliaikaisesti puolin ja toisin. (Puustinen, 2019)
2. Toinen tärkeä muistettava on markkinointi. On ideaali tilanne, jos kaikki osapuolet huolehtivat omasta osastaan markkinoinnissa, jotta mainonta tavoittaa mahdollisimman paljon mahdollisia tapahtumaan osallistujia. (Partanen, 2019)
3. Esiintyjät arvostavat pieniä eleitä. Tapahtumapaikasta ja henkilökunnasta antaa hyvän vaikutelman, jos he tarvittaessa tarjoavat apuaan esimerkiksi tavaroiden kasaamisessa tai purkamisessa. (Partanen, 2019)

4. Selkeä ohjeistus on myös tärkeää. Ongelmatilanteiden tai mahdollisten muutosten satuesssa, on tärkeää, että jokaisen osapuolen yhteystiedot ovat ajan tasalla. Tällaisissa tapauksissa helppo tavoitettavuus on erittäin tärkeää, jottei käy niin, että informaatiota esimerkiksi mahdollisesta myöhästymisestä ei saada nopeasti järjestäjän tietoon, jolloin koko illan aikataulu sotkeutuu. (Partanen, 2019)
5. Sovituista asioista kiinni pitäminen. Esimerkiksi aikataulut ja rideri ovat esiintyjille tärkeässä roolissa ja vaikuttavat heti tapahtumapäivän kulkuun. (Partanen, 2019)

Laitoin viestiä useammalle yhtyeelle tai yhtyeissä soittaville tuttavilleni, mutta sain vastauksen vain muutamalta. Vastauksissa oli paljon yhtäläisyyksiä. Pääpaino huomioissa oli aikataulutuksessa, informaation kulussa sekä backstageriderissa. Käsite backstagerideri kattaa siis takahuoneen varustelun, varsinkin ruuat ja juomat.

Muusikot arvostavat myös omien sanojensa mukaan pieniä eleitä. Tärkeintä on, että sovituista asioista pidetään kiinni, eikä jo sovittuja yksityiskohtia lähdet muuttelemaan omin päin ilman neuvottelua. Myös esimerkiksi roudaamisessa, lavan kasaamisessa tai purkamisessa auttaminen on iso plussa.

Yhtenä erillisenä huomiona oli myös yleisön esteetön pääsy keikoille ja sieltä pois (Teronen, 2019). On surullista katsoa, jos keikkapaikka ei ole huomioinut esimerkiksi liikuntarajoitteisten ihmisten sisälle pääsyä. Tapahtumat kuuluvat kaikille, ja siksi on tärkeää, että kaikilla on yhtä lailla pääsy paikalle.

5.8 Tapahtumapäivä

Tapahtumapäivä aikataulutettiin niin, että sekä minä että yhtyeet saavuttaisiin paikalle Kulmaan kello 16 jälkeen. Teknisten ongelmien vuoksi saapumiset venähtivät kello 17, joten soittimien roudaamien sekä soundcheckit olivat hyvin nopeita, mutta tehokkaita. Yhtyeille oli myös järjestetty ruokailu Kulman puolesta. Soundcheckit kestivät noin puoli tuntia per yhtye.

Keikkojen alkamisaika oli noin kello 21. Annoin ensimmäiselle yhtyeelle luvan viivyttää aloitusta hieman, koska paikalla oli vain muutama ihminen. Kuitenkaan viivyttely ei tuonut paikalle lisää yleisöä, joten Blackhill soitti hyvin pienelle, alle 20 hengen yleisölle. Soitto kuitenkin sujui ja keikalla oli yleisökadosta huolimatta hyvä tunnelma.

Hautajaisyo aloitti kello 22 aikaan. Yleisöä ei heidänkään keikalleen saapunut kovinkaan montaa enempää mitä Blackhillin keikalle. Molemmat yhtyeet soittivat kuitenkin täysillä ja aivan loistavat keikat. Tapahtumapäivä kului nopeasti ohi. Vähäisestä yleisömäärästä huolimatta sekä minä että artistit olimme iltaan tyytyväisiä, enkä Kulmaltakaan kuullut mitään negatiivista palautetta.

5.9 Arviointi

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat monet eri tekijät. Pääasiassa hyvillä esiintymisillä sekä paikalle saapuneilla ihmisillä on suurin vaikutus tapahtuman onnistumiselle. Hyvin toimiva tekniikka on tässä myös isossa osassa. Jos tekniikka ei toimi, harvemmalla kulkee soittokaan.

Riskejä löytyy jokaisesta tapahtumisesta. Tähänkin pätee hyvin tekniikka sekä soittokamat. Tapahtuma ei myöskään ole kovin onnistunut, jos paikalla on kaksi ihmistä esiintyvien artistien sekä baarin työntekijöiden lisäksi.

Hyvällä ja riittävällä mainostuksella, sekä ilmaisella sisäänpääsillä pyrimme saamaan paikalle paljon ihmisiä. Tapahtuman kävijäkuntaa ei rajattu muuten kuin k18 merkinnällä, sillä se sijaitsi paikallisessa anniskeluravintolassa.

6 Pohdinta

Seuraavissa kappaleissa avaan tarkemmin omia näkemyksiäni tapahtuman onnistumisista sekä epäonnistumisista. Pohdin myös tapahtuman eettisyyttä ja luotettavuutta, sekä omaa oppimistani.

6.1 Tavoitteiden onnistumiset

Toimeksiantajan puolelta tavoitteena oli saada paikalle uusia kävijöitä ja asiakkaita. Tavoitteena oli myös tuoda uutta näkökulmaa tapahtumien järjestämiseen sekä tuoda vaihtelevuutta esiintyjäohjelmistoon. Näistä tavoitteista onnistui esiintyjäohjelmistoon saadut uudet nimet. Kumpikaan yhtye ei ollut aiemmin esiintynyt Rock House Kulmassa. Tavoitteena oli myös saada vaihtelua tapahtumatarjontaan, mikä toteutui, sillä opiskelijoille suunnattua livemusiikkia ei juurikaan ole tarjottu. Opiskelijatapahtumissa ohjelmassa on yleensä tehtävärasteja tai tietovisoja, mutta livemusiikkia ei. Viikoilla muutenkin on hyvin harvoin tarjottu livemusiikkia. (Nuutinen, 2019)

Esiintyjien näkökulmasta ajateltuna tavoitteena oli saada heille lisää näkyvyyttä, sekä uusia kuuntelijoita. Tämä tavoite onnistui ainakin osittain. Mielestäni ainakin toiselta yhtyeeltä ostettiin levy, joka tarkoittaa ainakin yhden uuden kuulijan saamista. Myöskin nyt Rock House Kulma tietää yhtyeet ja on nähnyt heidän esiintymisensä. Molemmat yhtyeet tulivat myös keskenään hyvin juttuun, enkä yllättyisi, jos he tekisivät vielä tulevaisuudessa yhteisiä keikkatapahtumia.

6.1.1 Tapahtuman analysointi

Pienillä, varsinkin metallibändeillä yleisön paikalle saanti pienillä paikkakunnilla on haastavaa. Tapahtuma sijoittui keskiviikkoillalle, mutta oli pääsymaksuton, joten oletimme saavamme paikalle enemmän ihmisiä. Keskiviikkoillat ovat kuitenkin opiskelijoille yleisiä juhlintoja, mutta ilmeisesti kyseinen tapahtuma ei kuitenkaan houkutellut. Mielestäni oli suuri sääli, että yhtyeet tulivat pitkät matkat Kajaaniin soittamaan ja hankkimaan uusia kuulijoita, mutta ihmisiä ei tullut paikalle kuin vain kourallinen.

Keskustelin asiasta molempien bändien kanssa keikkojen jälkeen. Heitäkin harmitti hieman yleisöväje, mutta olivat kuitenkin kiitollisia, että pääsivät soittamaan. Metallimusiikki elää hieman

heikkoa aikaa, sillä varsinkin nuorison musiikkimaut ovat alkaneet suppeutua ja perustuvat lähinnä radiossa soitettaviin kappaleisiin sekä yhtyeisiin. Metallimusiikki elää, jos yhtye on saanut kerrytettyä itselleen nimeä jo lähemmäs vuosikymmenten ajan. Pääkaupunkiseudulla metallitapahtumia on paljon enemmän ja niihin on helpompi saada kävijöitä, kun paikalliset ihmiset haluavat tukea nousevia artisteja. Kajaani on väkiluvultaan huomattavasti pienempi kuin pääkaupunkiseutu, joten suhteessa väkilukuun mahdollisia kävijöitä oli myös vähemmän.

Jälkeenpäin ajateltuna, markkinointiin olisi voinut keskittyä enemmän. Tapahtuma-alalla markkinointi on iso osa onnistuneen tapahtuman järjestämisestä, joten siihen olisi pitänyt panostaa enemmän. Pienellä paikkakunnalla yleisön paikalle houkuttelu on haastavaa, varsinkin, jos esiintyjä ei ole jo valmiiksi tunnettu. Markkinointia olisi voinut levittää Kajaanin Ammattikorkeakouluakin pidemmälle, esimerkiksi ammattikoululle, lukioille sekä varuskunnalle. Mainontaa olisi voinut hoitaa myös useammilla postereilla sekä sosiaalisen median ahkerammalla mainonnalla. Mainonta aloitettiin kuukausi ennen tapahtumaa. Jälkeenpäin ajateltuna aikataulua olisi voinut aikaistaa esimerkiksi vielä kuukaudella.

Jos saisin harkita ja suunnitella tapahtuman uudelleen, suunnittelisin tapahtuman todennäköisesti jollekin muulle paikkakunnalle, kuten Helsinkiin. Helsingissä on isommat mahdollisuudet kaikkeen, varsinkin yleisön paikalle saantiin.

Riskit osasin tunnistaa jo ennen tapahtumaa. Olin jo valmiiksi hieman huolissani siitä, saapuuko paikalle ketään. Omasta puolestani, sekä yhtyeiden puolesta oli kurjaa huomata, miten vähän ihmisiä paikalle saapui. Mainontaa olisi voinut levittää myös Kajaanin Ammattikorkeakoulun ulkopuolelle. Kyseinen musiikkityyli on varsinkin pienellä paikkakunnalla riski. Valitettavasti se riski toteutui myös omalla kohdallani.

6.2 Eettisyys

Ylen internetsivuilta lukemani artikkeli ”Musiikkitapahtumien voitot tehdään viinalla” sai minut pohtimaan musiikkitapahtumien eettisyyttä ja niihin liittyvää juomakulttuuria (Koski, Niemistö 2013.) Olen itse ahkera käymään erilaisissa musiikkitapahtumissa ja kohtaan niissä myös paljon tarjoiluvaihtoehtoja sekä päihtyneitä ihmisiä. Eettisyys käsitteenä on filosofian osa-alue, joka tutkii moraalialia sekä hyvää elämää. Myös musiikkitapahtumia voi pohtia tältä kantilta. Vaikuttaako tapahtumien kävijäkunnan alkoholin nauttiminen loppujen lopuksi muuhun kansaan? Vastaus on

mielestäni yksinkertainen. Kaikki riippuu hyvin pitkälti alkoholin nauttijasta, tai lähinnä siitä, juodaanko alkoholia pieniä vai suuria määriä.

Suomalaisten päihdekäyttäytyminen on musiikkitapahtumissa vaihtelevaa. Suurissa musiikkitapahtumissa on viime vuosina yleistyneet k18 merkinnät, jolloin tapahtuma-alueelle ei tarvita erillisiä, rajattuja anniskelualueita, vaan anniskelutuotteita on lupa nauttia alueen jokaisessa paikassa, jopa esiintymislavan edessä.

Ylen artikkelissa toimittaja Janne Flinkkilä kertoo, että festivaaleilla lipputuloilla maksetaan esiintyvät artistit, mutta varsinainen voitto tehdään alkoholilla. (Koski, Niemistö 2013.)

”-Arvion mukaan Provinssirockin tuloista 20% tulee anniskelusta. Ilosaarirockissa määrä on jopa kolmannes, muistaa Flinkkilä kuulleen. -Alkoholimyynti on ainoa riskitön tapa vetää festivaali taloudellisesti kuiville, hän lisää (Koski, Niemistö 2013).”

Omassa tapahtumassani ainut rahaliikenne koostui nimenomaan alkoholin mynnistä. Alkoholi on suomalaisissa musiikkitapahtumissa isossa roolissa, kuten Ylen artikkelissa Flinkkiläkin mainitsi. Alkoholin juontia voi siis tarkastella eettiseltäkin kantilta. Onko loppujen lopuksi olemassa oikeaa vastausta, onko alkoholin nauttiminen oikein vai väärin? Itse näen asian niin, että se on oikein niin kauan, kun siinä ei vahingoita itseään, eikä kanssa juhlijoita. Sama ajatus pätee kaikkiin muihinkin valintoihin, mitä ihminen joutuu jokapäiväisessä elämässäänkin tekemään.

Tapahtumissa ei missään nimessä ole pakko osallistua päihdyttävien aineiden nauttimiseen. Omasta mielestäni jokainen saa nauttia musiikista ja tapahtumista valitsemallaan tavalla, kunhan se on laillista, eikä aiheuta haittaa muille. Mielestäni ei myöskään ole väärin, jos asiakkaat haluavat tulla paikanpäälle myös nauttimaan alkoholitarjonnasta.

Ylen artikkelista voi päätellä myös musiikkitapahtumien heikon kannattavuuden. Niin ravintola-keikoilla kuin suurilla festivaalikeikoilla harvemmin saadaan bändikulut katettua pelkällä lipunmyynillä. Tapahtumissa on siis pakko olla myös muuta myyntiä, oli se sitten esimerkiksi ruokatai juomamyyntiä. Tapahtumat eivät ole kannattavia, jos tuloilla saadaan katettua vain esiintyjien kuittaukset.

Eettisyyden kannalta on myös tärkeää, ettei yleisöä johdeta markkinoinnissa harhaan. Kun tapahtumaa markkinoidaan, syntyy asiakkaalle odotuksia tapahtumaa kohtaan, joten on tärkeää, että

tapahtuma pystyy lunastamaan odotukset. Lupausten lunastaminen koskee niin tapahtumanjärjestäjää kuin esiintyjäkin. on myös tärkeää, että esimerkiksi suur tapahtumissa esiintymissopimukset pidetään salassa niin pitkään, kun on sovittu.

6.2.1 Luotettavuus

Toisena työn kehitystehtävistä oli selvittää, kuinka järjestää elämyksellinen musiikkitapahtuma. Omassa tapahtumassani syntyi elämyksiä lähinnä musiikin kautta. Itse nautin keikoista suuresti ja ne kaverini, jotka paikalle pääsivät, pitivät kovin keikoista. Paikalla olleista kavereistani toinen ei tämän tyylistä musiikkia yleensä kuuntele, mutta omaksi yllätyksekseen oli kuulemma nauttinut esiintymisistä. Elämyksiin kuuluu yllätyksellisyys, joten tällainenkin yllättyminen tuo lisäelämystä kokijalleen. Esiintyjille itselleen jokainen esiintyminen on jonkin asteinen elämys. Kun yhtyeiden musiikissa ja välipuheissa on jonkunlainen syvällisempi viesti, luo se yleisössä erilaisia tunnereaktioita. Kun puheissa puhutaan vakavista asioista, pistää se yleisössä olevat ihmiset pohtimaan ja näin tunteet saattavat heitellä laidasta laitaan esiintymisen aikana. kun tällaista tapahtuu, jää esiintyminen mieleen ja syntyy syvempiä elämyksiä.

Lähtökohtaisesti ajattelen, että tämä kyseinen tapahtuma oli ainut laatuaan, ainakin minun järjestämänäni. Muiden järjestäminä tällaisia tapahtumia voisi olla useammin, sillä Kajaanissa ei opiskelijoille järjestettyjä musiikkitapahtumia juurikaan ole. Muutaman kerran vuodessa näin mainoksia, jossa mainostettiin live esiintyjä, jotka esiintyivät yökerhoissa. Näin ollen musiikkitapahtumia on, mutta ne rajautuvat lähinnä pinnalla olevaan musiikkiin jättäen esimerkiksi raskaan musiikin ystävät ja yhtyeet ulkopuolisiksi. Tästä syystä minusta olisi mukavaa nähdä Kajaanissa useammin järjestettävän opiskelijaystävällisiä, raskaan musiikin tapahtumia.

Oman arviointini tapahtumasta tein paikan päällä. Tarkastelin ympäristöä, asiakkaita sekä esiintyjä mielenkiinnolla. Yleisön puolelta arvioisin, että tapahtuman markkinointi oli heikkoa ja olisi tarvinnut lisää aikaa ja vaivannäköä. Tapahtumaa alettiin markkinoida noin kuukautta ennen tapahtumapäivää. Jälkeenpäin ajateltuna, tapahtumaa olisi voitu alkaa markkinoimaan jo aikaisemmin ja laajemmalle yleisölle, kun vaan ammattikorkeakoulun opiskelijoille.

Tapahtumateorioita luin mielenkiinnolla ja lähimmäksi omaa tapaani järjestää ja ideoida tapahtumaa osuivat Liveton Onnistuneen tapahtuman perusteet – Näin vältät tapahtuman konkurssin

(Korhonen, 2018) sekä Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö (Borg, Kivi, & Partti. 2002.)

6.3 Oma oppimiseni

Kun aloin kirjoittaa tätä opinnäytetyötä, olin hyvin kiinnostunut musiikkialasta ja halusin tehdä sen parissa töitä tulevaisuudessa. Olen kuitenkin samaan aikaan ollut töissä toisaalla, ja urasuunnitelmani ovat muuttuneet. Edelleenkin musiikki ja tapahtumat ovat lähellä sydäntäni, mutta en tiedä, haluanko sittenkään lähteä rakentamaan tästä itselleni tulevaisuutta.

Kun hain kouluun vuonna 2016, olin päättänyt haluavani matkailualalle ja tapahtumapuolelle. Meidän koulutusalamme keskittyi aktiviteettimatkailuun, joka on onnekseni laaja käsite. Koulu antoi myös mahdollisuudet koulutuksen soveltamiseen ja jokaisella oli mahdollisuus tehdä koulurastaan omannäköinen, esimerkiksi harjoitteluilla ja ulkomaanvaihtoilla. Vaikken itse lähtenytkään vaihtoon, löysin mahtavia harjoittelupaikkoja ja ammensin näin näkemystäni tulevaisuutta varten. Myös moduulivalinnat antoivat meille mahdollisuuksia tehdä koulutuksesta omannäköisemme. Ainakin omalla kohdallani tämä teki kouluttautumisesta entistäkin mielenkiintoisempaa ja mielekkäämpää.

Onnekseni meidän alallamme on myös todella paljon itsenäistä opiskelua, joten itseoppiminen ja tiedon kerääminen eivät olleet uusia asioita. Näin ollen yksi tärkeimmistä oppimisani taidoista on nimenomaan itsenäinen opiskelu. Aikuistuessani olen huomannut nauttivani siitä, kun saan tehdä töitä omalla tavallani sekä omalla vauhdillani. Koulu antoi minulle valmiuksia juuri tähän.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli kehittää omaa ammattitaitoani tapahtumien järjestämisessä, sekä kehittää omaa tietouttani siitä, mitä tällaisen tapahtuman järjestäminen vaatii. Oma tietouteni on kasvanut ja olisin jälkeenpäin ajateltuna keskittynyt varsinkin markkinointiin enemmän. Kriittinen ajatteluni on ottanut askeleen eteenpäin. Aiheen tutkiminen ja siihen perehtyminen ovat olleet mielenkiintoisia prosesseja, mutta ainakin tällä hetkellä pysyttelen ennemmin lavojen etupuolella yleisön joukossa.

Ammattikorkeakoulu urani ja opinnäytetyöprosessin jälkeen koen oppineeni paljon oman työni arvioimisesta ja itseni kehittämisestä. Koulu on auttanut minua oppimaan itseni arvioimista sekä saanut minut pohtimaan, mitkä oppimistavat ovat minulle sopivimpia. Kriittisyyteni tiedonlähteitä kohtaan on ollut kovassa kasvussa ja koenkin olevani entistä kriittisempi sen kanssa, mihin

lähteisiin uskon. Henkinen kasvuni on ollut huomattavaa viime vuosina ja olen oppinut ottamaan entistäkin enemmän vastuuta omista virheistäni sekä päätöksistäni. Kun kasvaa henkisesti, oppii ymmärtämään, että loppujen lopuksi vain minä itse voin ottaa vastuuta omista teoistani. Eettinen toimintani on edelleen kasvava ja kehittyvä prosessi ja uskon että se kehittyy loppu elämäni.

Ammattikorkeakoulussa on todella paljon ryhmätöitä, joita tehdessä työyhteisöosaaminen kehittyy. Olen koulun ohella tehnyt myös töitä, jonka ansiosta yksin työskentelyn lisäksi osaan nykyään toimia paremmin myös esimerkiksi vuorovaikutustilanteissa. Kulutus ja esimiestehtävissä toimiminen ovat myös kasvattaneet innovaatio-osaamistani ja nykyään kykenen aikaisempaa rohkeammin ratkaisemaan ongelmatilanteita parhaakseni näkemälläni tavalla niin, että se hyödyttäisi kaikkia osapuolia.

Lähteet

Aho S. 2001 Matkailuelämys prosessina: Elämyksen synnyn ja kehityksen vaiheet.

Aho,S., Honkanen ,A., & Saarinen, J. (toim.) Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Rovaniemi: Lapin Yliopisto.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. WS Bookwell Oy, Juva 2002.

Christe, I. 2004. Pedon Meteli – Heavy metallin vanha ja uusi testamentti. (Sound of the beast – The Complete Headbanging History of Heavy Metal). Kääntäjän esipuhe: Jone Nikula. WS Bookwell Oy, Juva 2006 (suomennos Jone Nikula)

Getz, D. 1997. Event management & event tourism. New York: Cognizant Communication Corporation.

Kainulainen, K. 2004. Elämyksistä elinkeinoja. Kulttuuritapahtumien paikallistaloudelliset merkitykset maaseutukunnille ja kaupungeille. Seinäjoki. Helsingin yliopisto.

Kanerva, W., REKka RY. Palaveri. Viitattu 22.6.2019

Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. 2002 Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa. Dark Oy

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkailuyrittäjä -sarja. Edita. Helsinki.

Korhonen, A., 2018. Onnistuneen tapahtuman perusteet – Näin vältät tapahtuman konkurssin. Liveto. Viitattu 5.11.2019

Korhonen, Korkalainen, Pienimäki, Rintala, 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 5.11.2019

Nuutinen M. 2019. Haastattelu. Viitattu 15.7.2019

Partanen, J., Hautajaisyo. 2019. Haastattelu. Viitattu 6.11.2019

Pine II, B. & Gilmore, J. 1999. The Experience Economy: Work is theatre & every business a stage. Boston: Harvard business school press.

PRH. 2015. Kajaanin restonomiopiskelijat REKka ry, Patentti- ja rekisterihallitus. Päätös, Yhdistyksen säännöt.

Puustinen, E., BlackHill, Haastattelu. 5.11.2019

Tarssanen, S. & Kylänen M 2005. Elämys – Mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) Elämys-tuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino.

Teronen, A., Temple Balls. Haastattelu. 5.11.2019

Vallo, H., Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus – Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Hakapaino, Helsinki 2003.

Vallo, H., Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus – Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. AS Pakett, Tallinna 2008.

Van der Wagen, L. 2001. Event management: for tourism, cultural, business and sporting events.

Yle.fi Musiikkitapahtumien voitot tehdään viinalla. Viitattu 31.10.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-6486525>

Liitteet

Liite 1.

Muistilista musiikkitapahtuman järjestäjälle

1. Muista huolehtia informaation kulusta. On tärkeää, että informaatio kulkee sujuvasti ja reaaliaikaisesti järjestäjän sekä esiintyjien välillä riittävästi.
2. Ohjeista selkeästi: Mitä kuuluu keikkapalkkioihin/etuihin? Mitä tekniikkaan liittyviä osia löytyy esiintymispaikalta valmiina ja mitä esiintyjien tulee ottaa mukaan? Mikä on aikataulu? Mahdolliset muutokset?
3. Muista markkinointi. Parhaillaan mainostamiseen osallistuu kaikki osapuolet.
4. Helppo tavoitettavuus. Mahdollisten muutosten tapahtuessa järjestäjän tavoittaminen sekä esiintyjien tavoittaminen on tärkeää.
5. Pidä kiinni sovituista asioista. Aikataulujen ja raidereista kiinni pitäminen helpottavat kaikkia osapuolia.
6. Järjestä yleisölle esteetön pääsy keikoille ja sieltä pois. Kaikille on oltava samat mahdollisuudet päästä tapahtumapaikalle.

Liite 2

Tapahtuman facebook -sivu.

Tapahtumat

Tapahtumat

Kalenteri


Blackhill & Hautajaisyo at Rock House Kulma

Syntymäpäivät

Tutki

Järjestäjänä

+ Luo tapahtuma



TOUKO

8

Blackhill & Hautajaisyo at Rock House Kulma

Julkinen · Järjestäjä: Kajaanin restonomiopiskelijat REKka ry

✓ Osallistun

Jaa

...

Keskiviikkona 8. toukokuuta 2019 klo 21.00 – 0.00

Kulma - House Of Rock And Food

Kauppakatu 13, 87100 Kajaani

Näytä kartta

Järjestäjä: Kajaanin restonomiopiskelijat REKka ry Läheta viesti järjestäjälle

Tietoja

Keskustelu

Tiedot

Keskiviikkona 8.5.2019 Meille esiintyy jälleen kaksi mahtavaa bändiä Rock House Kulmassa!
Tulehan paikalle!

Esiintyjät : Blackhill & Hautajaisyo
Ensimmäinen yhtye esiintyy klo 21
Tapahtumaan on ilmainen sisäänpääsy!

Musiikki

Liite 3

Illan aikataulu

AIKATAULU

Saapuminen + roudaaminen	16:00
Soundcheck Hautajaisyo	17:00
Soundcheck Blackhill	17:30
Blackhill	21:00
Hautajaisyo	22:00