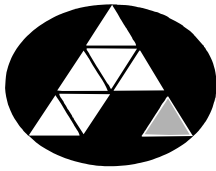


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU  
Viestinnän koulutusohjelma

Minna Pahkin

VERKKOTOIMITUKSEN OHJEISTUS POPKATU-YHDISTYS  
RY:LLE

Opinnäytetyö  
Joulukuu 2012



POHJOIS-KARJALAN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**  
**Joulukuu 2012**  
**Viestinnän koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 JOENSUU  
p. 050 311 6310

Tekijä

Minna Pahkin

Nimeke

Verkkotoimituksen ohjeistus Popkatu-yhdistys ry:lle

Toimeksiantaja

Popkatu yhdistys ry

Tiivistelmä

Verkkotoimittaminen tapahtumissa on noussut yhä keskeisempään rooliin osana tapahtumaviestintää. Tarkoituksena tässä opinnäytetyössä oli luoda ohjeistus Popkatu-tapahtuman verkkotoimitukselle, jotta verkkotoimittaminen Popkatu-tapahtumassa jatkuisi ja kehittyisi edelleen.

Työ toteutettiin toimeksiantona Popkatu-yhdistys ry:lle. Yhdistys järjestää musiikkitilaisuuksia, konsertteja, näyttelyitä ja kilpailuja. Näkyvimpänä tapahtumana on lähes viikonnittainen Popkatu-tapahtuma, joka on suunnattu kaiken ikäisille.

Opinnäytetyössä käsitellään viestintästrategiaa ja strategiaviestintää yhteisöviestinnän näkökulmasta. Ohjeistus perustuu kokemuksen kautta syntyneeseen hiljaiseen tietoon ja kirjallisuuteen.

Opinnäytetyön tuloksena on verkkotoimitusohjeistus, josta selviää henkilöstön vastuut ja roolit sekä mahdolliset ongelmakohdat Popkatu-tapahtuman aikana verkkotoimituksen osalta. Opinnäytetyö palvelee sekä Popkatu-yhdistyksen verkkotoimitusta että verkkotoimituksen esimiestä.

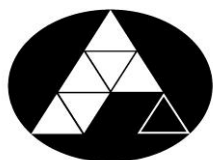
Kieli  
suomi

Sivuja 21

Liitteet 2

Asiasanat

Popkatu-yhdistys, verkkotoimittaminen, hiljainen tieto, ohjeistus



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**December 2012**  
**Degree programme in Media**  
Länsikatu 15  
FIN 80110 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. +358 50 311 6310

Author

Minna Pahkin

Title

Instructions for Web-Based Content Production for Popkatu Association

Commissioned by Popkatu Association

Abstract

Web-based content production in events has become more and more central as a part of event communication.

In my thesis the aim was to create instructions for Popkatu's web-based content production team so that the content production would continue and develop over time.

The work was commissioned by Popkatu Association. The organization organizes music events, concerts, art shows and contests. Their most prominent event is the almost week long Popkatu –event which is directed to people of all ages.

The theoretical part of my thesis deals with communication strategy and strategic communication from the point of view of community communication. The created theoretical framework will be adapted to bring into light the silent knowledge involved in web-based content production in order to create practice-based instructions for the web-based content production team. The instructions created as a part of my thesis take into consideration the staff's responsibilities and roles as well as possible trouble spots, aiming at making the silent knowledge visible.

My thesis serves both Popkatu association's web-based content production team and myself as a supervisor of this team. The results of my thesis will provide Popkatu association with concrete instructions for web-based content production.

Language  
Finnish

Pages 21

Appendices 2

Keywords

Popkatu association, web-based content production, silent knowledge, instructions

## Sisältö

Sisältö.....	4
1 Johdanto .....	5
2 Viestinnän osa-alueet yhteisöviestinnän kontekstissa.....	6
2.1 Viestintä.....	6
2.1.1 Viestintästrategia ja strategiaviestintä.....	6
2.1.2 Yhteisöviestintä ja yhteisön sisäinen viestintä .....	8
2.2 Verkkoviesticintä ja verkkotoimittaminen .....	10
2.3 Ohjeistus.....	11
3 Popkatu-yhdistys ry .....	12
3.1 Toimeksiantajan esittely.....	12
3.2 Viestintäsuunnitelma Popkadulla .....	14
4 Popkadun verkkotoimituksen ohjeistus.....	14
4.1 Toiminan suunnitelma.....	14
4.2 Verkkotoimituksen työryhmä ja sen kokoaminen.....	16
4.3 Ongelmien ja kohderyhmien kartoitus eri osatapahtuma-alueilla.....	18
Popkadulla .....	18
5 Pohdinta .....	18
Lähteet .....	21

## Liitteet

Liite 1	Osatapahtumataulukko
Liite 2	Verkkotoimituksen ohjeistus Popkatu-yhdistys Ry:lle

# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on osoittaa yhteisöviestinnän tärkeys verkkotoimittamisessa sekä hahmottaa viestintästrategiaa ja strategiaviestintää. Yhtenä keskeisenä näkökulmana on luoda viestintäkäytänteitä, jotka motivoivat Popkadun verkkotoimituksen jäseniä toimimaan viestintästrategian mukaisesti. Työn tarkoituksena on luoda myös ohjeistus verkkotoimitukselle. Työ toteutettiin toimeksiantona Popkatu-yhdistys ry:lle. Työ on toiminnallinen opinnäytetyö, joka tavoittelee käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista ja toiminnan järjestämistä, tässä tapauksessa Popkadun verkkotoimituksessa.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa esille hiljaista tietoa, jotta verkkotoimittaminen Popkatu-tapahtumassa ei loppuisi vaan jatkuisi ja kehittyisi. Työ on rajattu Popkatu-tapahtuman aikana toimivaan verkkotoimitukseen. Työssä ei puututa Popkadun verkkosivuihin muilta osin. Työssä esitellään toimeksiantajan viestintäsuunnitelma ja sen osa-alueita, koska verkkotoimituksen malli ja suunnitelma perustuvat toimeksiantajan viestintäsuunnitelmaan.

Näkökulmani työssä on antaa tietoa seuraavalle verkkotoimitusvastaavalle, jotta tarkastelen viestinnän suunnittelua ja yhteisöviestintää sekä sitä kuinka motivoida ja tukea työryhmää. Lisäksi tarkoituksena on antaa tietoa yleisesti verkkotoimituksesta ja siitä mitä tarvitaan verkkotoimituksen toteuttamiseen tapahtumassa sekä luoda ohjeistus verkkotoimitukseen.

Popkadun verkkotoimitus eroaa muista Suomen festivaalimediapisteistä ja verkkotoimituksista laajuutensa vuoksi. Popkatu-tapahtumaa järjestetään viitenä päivänä toisin kuin viikonloppufestivaaleja. Suurissa Suomen festivaaleissa järjestetään enimmäkseen mediapisteitä, joissa toimivat eri medioiden toimittajat ja valokuvaajat.

Työn viitekehys rakentuu kirjallisuuteen, joka käsittelee yhteisöviestintää ja yhteisön viestintästrategian ja strategiaviestinnän pääperiaatteita sekä viestinnän suunnittelua ja sen eri vaiheita. Opinnäytetyössä selvitetään, millaista viestintää

ja ryhmätoimintaa verkkotoimituksessa tulisi harjoittaa. Opinnäytetyö muodostuu eri osuuksista, siten että ensiksi käydään läpi keskeistä teoriaa, seuraavassa osiossa toimeksiantajaa ja viimeisessä osuudessa ohjeistusta. Lopuksi on pohdintaa ja yhteenveto.

## **2 Viestinnän osa-alueet yhteisöviestinnän kontekstissa**

### **2.1 Viestintä**

#### **2.1.1 Viestintästrategia ja strategiaviestintä**

Strategia kertoo reitin, miten tavoitteeseen eli visioon päästään, kertoo miten omat vahvuudet ja ympäristön tarjoamat mahdollisuudet yhdistetään tavoitteeseen pääsemiseksi. Strategia on yhteisön tietoinen keskeisten tavoitteiden ja toiminnan suuntaviivojen valinta muuttuvassa maailmassa. (Juholin 2004, 300.)

Viestintästrategia lausuu julki sen, millä taoin ja millaisia tuloksia saavuttamisen viestintä tukee yhteisön toimintaa ja johdattaa visioon. Strategiassa tehdään tarvittavat perusmäärittelyt ja määritellään tavoitteet ja mittarit. (Juholin 2004, 303.)

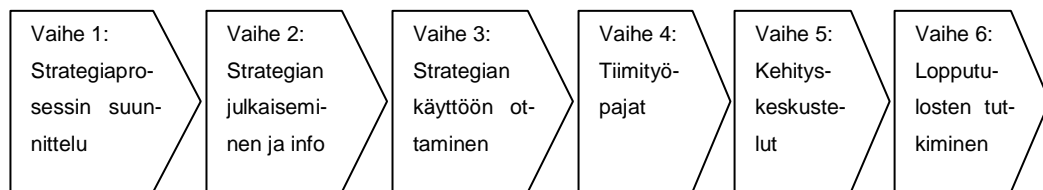
Viestintästrategia on osa organisaation strategiaa, joka koskee organisaation eri viestintätoimintoja. Viestinnän strategisessa suunnittelussa ”on kyse niiden viestinnän peruslinjojen suunnittelusta, joiden avulla viestintä saadaan tukemaan työyhteisön strategisia tavoitteita”. (Åberg 1997, 175.)

Viestintästrategia sisältää ohjeet siitä, kuinka yhdistyksen tai organisaation tulee viestiä niin, että viestintä tukee sen toiminta-ajatuksesta. Viestintästrategian runko voi muodostua esimerkiksi seuraavanlaisista osioista; tämänhetkisestä tilasta, miten viestintää tullaan hoitamaan, mitkä ovat viestintään käytettävät resurssit, päätavoitteet ja toiminnot sekä kuinka tuloksia seurataan ja analysoidaan. Viestintästrategian suunnitelman toiminnallisina lähtökohtina voidaan pitää kohderyhmästä, projektista, kampanjasta tai tapahtumista lähtevää suunnittelua. (Ilvonen 2007, 30–32.)

Viestintästrategia on suunniteltua viestintää, joka pitää sisällään organisaation sisäisen ja ulkoisen viestinnän. Viestintästrategialla tavoitellaan viestinnän toimivuutta loogisesti ja ajallisesti. (Mantere 2008, 41.)

Strategiaviestintää tarvitaan organisaatioissa, jotta päämäärät ja tavoitteet toteutuisivat. Strategiaviestintä vaatii yhteistä ymmärtämistä viestinnän tavoitteista, vähintään oman työskentelyn näkökulmasta. Ongelmana esiintyy usein epä-tietoisuus tai ymmärtämisen puute strategisista viestinnän suunnitelmista, silloin toiminta ei ole enää tavoitteiden mukaista. (Hämäläinen & Maula 2004, 13.)

Strategiaviestintää voidaan havainnollistaa kuvaamalla strategiaviestintäprojekti kuviolla. Kuviossa 1 esitetään vaiheet selkeästi. Projektin vaiheita on hyvä arvioida välivaiheittain, koska jokaisesta kohdasta syntyy tuloksia, joita voidaan tarkastella ja hyödyntää projektin etenemisessä. Hyödyllisintä on kerätä projektissa osallisilta näkemyksiä ja kokemuksia. Niiden avulla voidaan korjata mahdollisia väärinkäsityksiä tai tietovajeita. Projektin päättyessä kannattaa arvioida tulokset. (Hämäläinen & Maula 2004, 78.)



Kuvio 1. Esimerkki strategiaviestintäprojektin vaiheista (mukaillen kuviota Hämäläinen & Maula 2004, 78).

Strategioiden toimeenpano edellyttää tiivistä yhteistyötä. Viestintä on tuomittu epäonnistumaan, jos viestinnän ammattilaiset jäävät yksin viemään viestintästrategiaa tai strategiaviestintää lopputulokseen. Toimeenpanon onnistumiseen tarvitaan tiimityötä. Tiimin jäsenten roolit ja vastuut on hyvä kartoittaa etukäteen huolella. (Hämäläinen & Maula 2004, 61.)

Eräs tapa toteuttaa strategiaviestintää on kanavalähtöinen strategiaviestintä. Kanavalähtöisessä strategiaviestinnässä suunnittelun pohjana kannattaa käyt-

tää viestinnän välineitä, niiden vahvuuksia ja heikkouksia. Eräs tapa on aikatauluttaa strategiaviestintää taulukon avulla (taulukko 1). (Hämäläinen & Maula 2004, 82.)

Taulukko 1. Esimerkki kanavalähtöisestä suunnittelupohjasta. (mukaillen, Hämäläinen & Maula 2004, 82).

	Avainviestit	Kohderyhmät	Aikataulu	Vastuuhenkilö	Muuta
Tiimin tiedotus					
Henkilöstöinfo					
Strategiapäivä					
Sisäinen strategia					
Tiimipalaverit					

### 2.1.2 Yhteisöviestintä ja yhteisön sisäinen viestintä

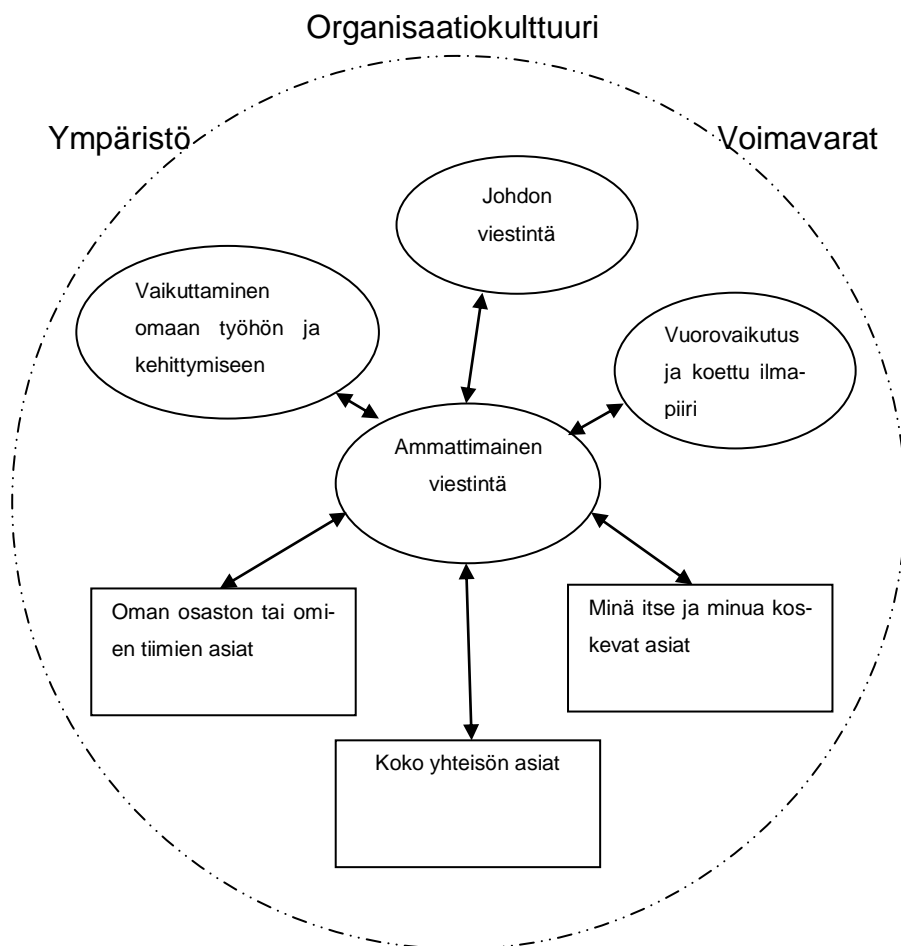
Yhteisöviestintä kattaa kaikki ne viestinnän muodot, jotka tukevat yhteisön toimintaa ja tuloksen tekemistä (Åberg 1999, 174). Yhteisöviestinnän tarkoitus on havaita ja ymmärtää olennaiset yhteisön ulkoiset ja sisäiset muutokset ja kehityssuunnat sekä ottaa ne huomioon yhteisön toiminnan suunnittelussa. Yhteisöviestinnän tarkoitus on myös tukea tavoitteiden saavuttamista ammattimaisella ja kokonaisvaltaisella viestinnän keinojen käytöllä. (Leppänen, Manninen & Toivonen 1989, 253.)

Jatkuva uusiutuminen ja oppiminen yhteisöissä nykyään tarkoittavat sitä, etteivät tieto ja viisaus ole enää ainoastaan ylemmän johdon oikeus vaan koko henkilöstön kriittinen resurssi. Viestintäosaaminen on oleellinen osa yhteisöviestintää. Tiedot, taidot ja asenteet rakentavat koko yhteisön ammattiosaamisen kokonaisuudeksi. Yhteisöllisyys, yhdessä tekeminen ja yhteistyö näkyvät entistä enemmän viestijöiden tavassa toimia. Tietoa jaetaan eri kanavissa, jotta ihmiset toimisivat oikein tai halutusti. Eräänä ongelmana yhteisöviestimisessä voidaan pitää informaatiota, jota ei voida kontrolloida: se syntyy, leviää ja jalostuu ihmis-



ten kanssakäymisessä. Jotta tämä ongelma voitaisiin välttää, tarvitaan vuorovaikutusta, ymmärrystä, dialogia ja kuuntelemista. Jokainen yhteisössä on viestijä ja viestinviejä, jolla on oma roolinsa, vastuunsa ja tehtävänsä. (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 15–17.)

Kuvio 2 ilmentää henkilöiden välistä vuorovaikutusta ja sitä, kuinka tärkeää viestiminen yhteisössä on. Jokaiselta yhteisön jäseneltä odotetaan henkilökohtaista panosta ja näkemystä, jotka vaikuttavat koko yhteisöön ja ympäristöön. Informaation täytyy kulkea sujuvasti, etenkin organisaation johdolta muille. Vuorovaikutuksen on oltava sujuvaa, jotta ilmapiiri yhteisössä säilyy hyvänä. Omasa lähiympäristössä painottuu tunne tai kokemus ympäröivästä ilmapiiristä. (Juholin 1999, 81.)



Kuvio 2. Yhteisön sisäisen viestinnän ulottuvuudet ja sisällöt (mukaillen Juholin 1999, 80.)

Yksi suurimmista ongelmista yhteisöviestinnässä on hiljaisen tiedon näkyväksi tuominen. Yhteisöissä tulisi korostaa tiedonhallinnassa ja viestimisessä käyttäjakeskeistä näkökulmaa; miten henkilöä tuetaan, jotta hän ymmärtäisi informaation halutulla tavalla? Hiljaisen tiedon jakamisessa korostuvat ihmisen henkilökohtaiset tunteet ja ne liittyvät ihmisen tiedonkäsittelyyn. Organisaatioissa tulee antaa jäsenille mahdollisuus käyttää henkisiä voimavaroja tiedon hallinnassa, jotta heidän toimintansa yksilöinä sekä yhdessä muiden kanssa olisi tehokasta. Tämä helpottaisi hiljaisen tiedon siirtymistä jäsenien kesken. (Virtanen 2006, 70.)

## **2.2 Verkkoviestintä ja verkkotoimittaminen**

Nykyisessä verkon media-ajassa viestintä on vuorovaikutteista. Media on kaikille avoin, jatkuvasti muuttuva sosiaalinen tila, jossa jokainen voi valita tiedon sieltä, mistä itse haluaa. (Aula, Martikainen & Villi 2006, 12.)

Vuoden 2006 aikana verkkokäyttäjämäärät alkoivat kasvaa räjähdysmäisesti verkkosivuilla, joihin on mahdollista kirjoittaa omaa tekstiä ja julkaista omia kuvia ja omia videoita. Helppokäyttöiset verkko-ohjelmistot takaavat verkkoviestinnän toteutumista. (Koskela, Koskinen & Lankinen 2007, 137.)

Verkkoviestinnässä syntyy vuorovaikutussuhteita. Toimiva verkkoviestintä kasvattaa organisaation sisäistä kommunikointia ja edistää ulkoista viestintää. Näin ollen verkkoviestintä voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen viestintään, jossa verkkoviestintä suunnataan kohderyhmille, esimerkiksi medialle. Verkkoviestintä vaatii tarkat toimintamallit ja ohjeet. (Hiila & Keränen 2008, 3.)

Sosiaalisen median läpimurron ansiosta avoin tiedonkulku on lisääntynyt. Sosiaalinen teknologia mahdollistaa laajan tiedon jakamisen. Sosiaalinen media tekee verkkoviestinnästä läpinäkyvämpää. Onnistunut sosiaalisen median hyödyntäminen edellyttää verkkoviestintää, viestinnän kehitystyötä ja sen toteuttamista. (Isokangas & Kankkunen 2011, 21–27.)

Verkkoviestinnästä on tullut keskeinen osa yhdistysten tiedotussuunnitelmaa. Verkkoviestinnän etuina yhdistyksille ovat julkaisujen nopea päivittäminen, verkkopalvelujen käytettävyys ajasta riippumatta, erilaisten palvelujen tarjoaminen eri käyttäjille sekä multimediaesitysten hyödyntäminen. (Ilvonen 2007, 61.) Sosiaaliset teknologiat mahdollistavat entistä tehokkaimman viestinnän ja mahdollistavat uudenlaisen työyhteisömallin syntyminen. (Isokangas & Kankkunen 2011, 68–69.)

Verkkotoimitukset yleistyvät samalla kun lehtien siirtyminen verkkoon yleistyy. Verkkotoimittaminen ymmärretään yleensä osaksi verkkolehteä. Verkkotoimituksessa työskenteleminen on monialaista työskentelyä media-kentällä. Verkkotoimittaminen vaatii monipuolista osaamista media-alalta. Romero (2012,11) on huomannut omassa opinnäytetyössään, että uutisjuttujen multimediallisuus vaatii toimittajalta uuden teknologian opettelua. Toimittajan pitää erottaa esimerkiksi videotiedosto ääniraidasta ja liittää mahdollinen multimediatiedosto verkossa julkaistavaan juttuun.

### **2.3 Ohjeistus**

Hyvässä ohjeistuksessa viestinnän yhtenäisyys säilyy ja siinä jätetään toimintaympäristön muutoksille tilaa. Ohjeistusta varten pitää analysoida ohjeistuksen tarpeet ja nykytilanne riittävän tarkasti, jotta ohjeistukseen liittyvä tarve täyttyy. Ohjeistukseen limitetään tiedostoja ja työpohjia sekä viestintämateriaaleja. Ohjeistuksen digitaaliseksi muodoksi on monta vaihtoehtoa, kuten esimerkiksi pdf-formaatti. (Koskinen, 2003, 123–127.)

Ohjeistuksia voidaan laatia eri asioille. Esimerkiksi sosiaalisen median ohjeistuksissa tulee huomioida toimintaperiaatteet. Niiden sävyyn ja yksityiskohtiin tulee kiinnittää erityistä huomiota, muun muassa ammatti- ja yksityispersoonaan liittyvät asiat tulee huomioida. Ohjeistusten päivittämisestä tulee pitää huolta, koska teknologia ja palveluiden nopea kehitys sekä käyttötavat voivat muuttua ennakoimattomasti. (Isokangas & Kankkunen 2011, 69.)

Ohjeistamista voidaan harjoittaa kasvokkaisviestinnällä. Yleinen tapa on kokouksien järjestäminen, joissa asiat käsitellään. Suuria kokouksia ei kuitenkaan pidetä toimivina ohjeistuskanavina, koska kokousten valmisteluun ja pitämiseen kuluu aikaa kaikilta osapuolilta, niin järjestäjältä kuin osallistujalta. Suurin riski kokouksista poissaolevilla liittyy väärinymmärryksiin, koska harvoin kokouksesta jaettu tiivistelmä tai tiedote riittää oikean tiedon välittämiseen. Tällöin väärinymmärryksiä ei ehditä havaita ajoissa eikä niitä voida korjata välittömästi. (Juholin, 1999, 141–142.)

### **3 Popkatu-yhdistys ry**

#### **3.1 Toimeksiantajan esittely**

Popkatu-yhdistys ry on perustettu organisoimaan Popkatu-tapahtumaa Joensuussa vuonna 2005. Popkatu-tapahtuma on täydentänyt varsinaisten rock-tapahtumien tarjontaa ilmaisilla konserteilla, klubeilla ja erityisesti katuesiintymisillä Joensuussa. Lisäksi yhdistys järjestää näyttelyitä ja kilpailuja. Ennen vuotta 2005 yhdistys oli toiminut vapaana ryhmänä yhteistyössä mm. Joensuun Popmuusikoiden ja Grand Old Rockers -yhdistyksien kanssa. Popkatu-yhdistys ry:n tarkoituksena on tukea ja edistää esittävää katutaiteen harrastusta sekä kohottaa sen taiteellista tasoa ottaen huomioon erityisesti lapset ja nuoret. Popkatu-yhdistyksen ydin on tuottaa eri ikäryhmät huomioiva, monipuolinen ja yleisölle pääsymaksuton ohjelma Popkatu-tapahtumaan. Popkatuyhdistys toimii vapaaehtoisvoimin. (Popkatu-yhdistys ry 2011.)

Popkatu-tapahtuma järjestetään Joensuun kävelykeskustassa ja se on koko perheen kaupunkifestivaali. Popkatu-tapahtumassa esiintyy noin 100 esiintyjää tai esiintyjäryhmää. Popkatu on kehittynyt vuosien aikana moni-ilmeiseksi tapahtumaksi. Kestoltaan tapahtuma on viisipäiväinen. (Popkatu-yhdistys ry 2011.)

Popkadulla nähdään ja kuullaan musiikkia, teatteria, sirkustaidetta ja tanssia. Popkadun tapahtumat ovat yleisölle pääsymaksuttomia lukuun ottamatta llosaa-

rirockin jatkoklubina toimivaa Rytmiklubia. Maksuttomuus asettaa yhdistyksen toiminnalle haasteita. Popkadun visiolla on keskeinen tehtävä; sen on oltava riittävän houkutteleva ja palkitseva organisaation jäsenille, jotta sen saavuttamiseksi kannattaa ponnistella ilman rahallista korvausta.

Popkatu-tapahtuma koostuu useista osatapahtumista. Ohjelmistorunkoon kuuluu Lastenpop, Alanko katutähdeksi? -kilpailu, Popkatuklubit, Jaakko Teppo -ilta, Elinan Popkamu-klubit, Rytmipuisto ja Rytmiklubi. Popkadulla esiintyy myös yhteistyökuvioissa toteutettuja ohjelmistoja, kuten Diabolon ja jojon SM-kilpailut.

Popkadun tuotantorakennetta on kehitetty siirtymällä uudenlaiseen tuotantotaan, jossa Popkadun itse tuottaman ohjelman lisäksi ulkopuoliset yhteistyökumppanit vastaavat joidenkin osatapahtumien tuottamisesta (Popkatu -yhdistys ry 2011.)

Koko Popkatu-tapahtuma toteutetaan talkoo- ja vapaaehtoisvoimin. Työt jakautuvat noin 100 ihmiselle. Toimenkuviin kuuluvat rakentaminen, somistus, kuljetus, järjestysmiehet, tiedotus, verkkotoimitus, lasten toiminnan ohjaajat, katutähti-kilpailun tuomarit, kuuluttajat, äänentoisto, valokuvaajat ja osa-aluevastaavat. Tapahtumassa työskentelee yksi palkattu tuottaja. Vapaaehtoisten lisäksi Popkadun järjestämisessä ovat mukana yhteistyökumppaneina Joensuun Popmusiikki ry, G.O.R. ry, Joensuun kaupunkikeskustayhdistys, Joensuun kaupungin nuorisotoimi, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Maaseudun Sivistysliitto, Suomen Diaboloseura ja Pilfink Records sekä lukuisat muut yritykset ja yhteisöt. Yleisölle pääsymaksuttomana tapahtumana Popkadun rahoitus perustuu avustuksiin, oman toiminnan tuottoihin (myyntitoiminta, ohjelmapalveluiden myynti ja Rytmiklubin pääsylipputulot) sekä sponsori- ja yhteistyötuottoihin. Tapahtuman budjettia kasvatetaan hallitusti. Tapahtuman keskeisiä julkisia rahoittajia ovat Joensuun kaupunki ja Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. Popkadun yhteistyösuhteiden ja rahoituksen kehittäminen on keskeinen osa tuottajan tehtävänkuvaa. (Popkatu-yhdistys ry 2011.)

### **3.2 Viestintäsuunnitelma Popkadulla**

Popkatu-yhdistyksen viestintäsuunnitelmassa tiedottajan tehtävä on hoitaa ulkoinen viestintä. Siinä on määritelty ulkoisen viestinnän keinot, joihin kuuluvat sosiaalinen media, nettisivutiedottaminen, tiedotustilaisuudet ja sähköpostitse tapahtuvan tiedottaminen. Tiedottaja hoitaa tiedottamisen kokonaisvaltaisesti Popkadun tiedotettavista asioista, kuten mahdollisista onnettomuustilanteista. Puheenjohtaja hyväksyy tiedotteet ennen julkaisemista. (Popkatu-yhdistys ry 2012.)

Popkatu-yhdistyksessä vaalitaan hyvää sisäistä viestintää. Yleisesti Popkatu-yhdistyksessä viestiminen tapahtuu sähköpostitse, sosiaalisessa mediassa, puhelimella, kasvokkaisviestinnällä ja kokousmuistioilla. Erityisesti puheenjohtajan ja tiedottajan täytyy tietää eri hankkeista nopeasti, jotta esimerkiksi yhteistyökuvioiden tai uusiin ohjelmistoihin ehditään reagoimaan ajoissa. (Popkatu -yhdistys ry 2010.)

Popkadun ulkoisen viestinnän keinoina ja kanavina käytetään tiedotteita ja sosiaalista mediaa. Tavoitteena on saada tapahtuma näkyväksi paikallisessa, alueellisessa sekä valtakunnan mediassa. Tiedottamisen tarkoituksena on luoda uusia mahdollisia rahoittajia ja kontakteja uusiin yhteistyökumppaneihin. (Popkatu -yhdistys 2010.)

## **4 Popkadun verkkotoimituksen ohjeistus**

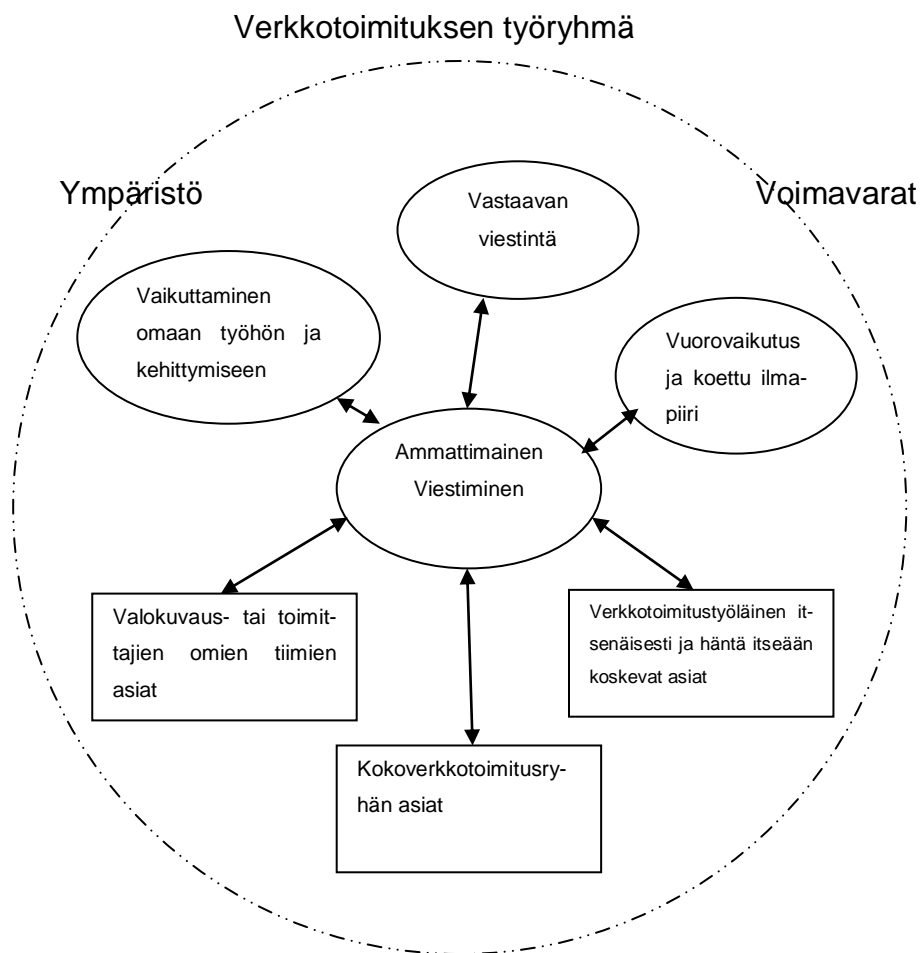
### **4.1 Toiminnan suunnitelma**

Popkadun verkkotoimittamisella tarjotaan ihmisille mahdollisuus seurata festivaalin kulkua verkkosivuilla. Ihmisillä on mahdollisuus löytää valokuvista itsensä, tutustua esiintyjiin ja nähdä tunnelmaa. Sisäisen viestinnän täytyy olla kunnossa, jotta ulkoinen viestintä onnistuu. Sisäisen viestinnän tärkeys ja tyytyväisyys yhteisöviestintään korostuu verkkotoimitustyöryhmässä. Verkkotoimituk-

sessä ydin on koko ryhmän iloisuus, pirteys, reippaus ja yhteishenki sekä tiimityöskentely. Päämääränä on tuottaa ja viestiä verkossa monialaisesti mediaa.

Hyvä strategiaviestintä ja suunnittelu ovat tärkeitä Popkadun verkkotoimitukselle, koska Popkatu-yhdistys pyrkii houkuttelemaan 10 000 – 12 000 aktiivista katselijaa, kuuntelijaa ja osallistujaa tapahtumaviikolle. Verkkotoimituksen tavoite on dokumentoida tapahtuman kattavasti. (Popkatu -yhdistys ry 2012.) Vuonna 2012 verkkotoimitus järjestetään samalla tavalla kuin edellisinäkin vuosina. Uudistuksena kootaan dokumenttipohjainen esittelyvideo vuodelle 2013. Lisäksi luodaan verkkolehden, jonka voi tulostaa tarvittaessa ja esimerkiksi käyttää sitä yleisesti Popkatua esiteltäessä. Verkkotoimitus on aiempina vuosina toiminut tiiviinä ryhmänä tapahtuman aikana.

Kuvio 3 pyrkii ilmentämään sitä, että työryhmässä tyytyväisyys viestintää kohtaan perustuu vahvimmin henkilöiden väliseen vuorovaikutukseen. Hyvällä vuorovaikutuksella saadaan informaatio kulkemaan helpommin ryhmässä. Verkkotoimitusvastaavalta odotetaan henkilökohtaista panosta ja näkymistä asioissa, jotka koskettavat koko työryhmää ja sen ympäristöä. Verkkotoimitusvastaavalla on vastuu olla tietoinen kaikesta tapahtuvasta työskentelystä työryhmässä. Omassa lähiympäristössä taas painottuu tunne tai kokemus ympäröivästä ilmapiiiristä. Henkilökohtaisen ulottuvuuden viestintä tarkoittaa omaa työtä ja kehittymistä koskevia keskusteluja lähinnä vastaavan kanssa.



Kuvio 3. Verkkotoimituksen sisäisen viestinnän ulottuvuudet ja sisällöt (mukail- len Juholin 1999,80.)

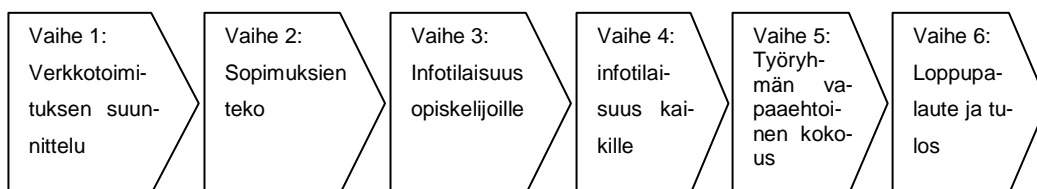
## 4.2 Verkkotoimituksen työryhmä ja sen kokoaminen

Verkkotoimituksen työryhmä hoitaa verkkoon lähes reaaliajassa valokuvia ja kir- joituksia. Verkkotoimitus on kehittynyt joka vuosi. Toiminta on selkeytynyt ja helpottunut. Työryhmä on vakiintunut suurelta osin ja yhteistyökuviot ammatti- koulutuslaitosten kanssa ovat vakiintuneet. Popkadulla verkkotoimituksen vah- vuus on antaa opiskelijoille mahdollisuus tutustua monialaisesti ja laajasti me- dia-alalla työskentelyyn. Vuoden 2012 osalta Pohjois-Karjalan ammattikorkea- koulun kanssa rakennettiin uusi tapa opiskelijoiden suorittaa opintojaan.

Verkkotoimituksen työryhmän suunnittelu alkaa keväällä (kuvio 4). Tärkeätä on tarkistaa sopimukset koulutuslaitosten kanssa ja varmistaa, millä tavoin opiske- lijoiden toiminta mahdollistetaan. Opiskelijoille järjestetään kesäkuussa infotilai-



suus, jossa tutustutaan verkkotoimituksen toimintaan Popkadulla ja selvitetään jokaisen työkuva sekä hoidetaan esim. työharjoittelusopimukset kuntoon. Viikkoa ennen tapahtumaa järjestetään toinen infotilaisuus, johon osallistuvat kaikki verkkotoimituksessa olevat henkilöt. Työvastuut jaetaan osatapahtumien osalta jokaiselle selväksi ja perehdytetään työryhmä tulevaan tapahtumaviikkoon, sekä verkkotoimituksen työryhmälle jaetaan passit ja työpaidat, joilla he todistavat itsensä tapahtuman aikana työntekijöiksi. Tapahtumaviikon ensimmäisenä päivänä järjestetään työryhmälle vapaaehtoinen tapaaminen, jossa voi vielä jakaa ideoitaan ja näkemyksiään sekä selvittää vielä mahdollisia aikatauluongelmia. Tapahtuman aikana työryhmä toimii aktiivisesti ympäri tapahtumaa, eikä varsinaisia kokouksia tarvita, mutta niitä on hyvä järjestää tarpeen mukaan. Popkatu-tapahtuman jälkeisellä viikolla verkkotoimitus kokoontuu viimeisen kerran, jolloin tarkastellaan verkkotoimituksen onnistumista sekä hoidetaan arkistointiin valokuvat.



Kuvio 4. Popkadun verkkotoimituksen viestintästrategia vaiheittain (mukailen kuviota Hämäläinen & Maula, 2004, 78).

Yhteistyö merkitsee paljon verkkotoimituksessa, mutta silti työryhmän jäsenten roolit ja vastuut täytyy jakaa selkeästi ennen tapahtumaa. Taulukossa 2 on esitetty verkkotoimituksen työryhmän jäsenten roolit ja vastuut.

Taulukko 2. Verkkotoimituksen työryhmän jäsenten roolit ja vastuut.

	Rooli	Vastuu
Vastaava	Aikataulut, ohjeistaminen, suunnittelu,	Vastaa koko tiimin työskentelystä, on aktiivisesti tekemisissä tiedottajan kanssa
Luottohenkilö	Toimii vastaavan ns. oikeana kätenä.	Toimia tilanteiden mukaisesti
Päätoimittaja	Sisällön tuottaminen	Kirjoittaa pääkirjoituksen, hoitaa haastattelutilanteet, kirjoittaa haastatteluista

Verkkotoimittaja	Sisällön tuottaminen	Kirjoittaa tapahtumista, keikoista
Valokuvaaja	Valokuvaa tapahtumaa	Keikat, ympäristö, yksityiskohtia,
Koostaja	Kokoaa materiaalin, hoitaa teknillistä puolta	Valvoo verkkosivuston ylläpidosta

### 4.3 Ongelmien ja kohderyhmien kartoitus eri osatapahtuma-alueilla Popkadulla

Osatapahtumissa on omia haasteita ja ongelmallisia tekijöitä, jotka on hyvä huomioida. Popkadulla on kartoitettu mahdolliset ongelmat, jotka vaikuttavat myös verkkotoimituksen toimintaan (liite 1). Yhtenä haasteena ovat sääolot, kuten vuonna 2011 vesisade pakotti Popkamu-klubit siirtymään sisätiloihin. Yleisön määrä vaikuttaa kahdella tavalla. Jos yleisöä on runsaasti, tilaa työskentelemiselle on vähän. Jos yleisöä on väljästi esimerkiksi valokuvaamisen haasteet kasvavat. Osa tapahtumista järjestetään eri paikoissa ja aikataulut ovat eri päivinä erilaiset. Liitteen 1 taulukosta nähdään myös selkeästi kuinka paljon työvoimaa verkkotoimituksesta täytyy olla paikalla.

## 5 Pohdinta

Suunnittelun tärkeys nousee esille vuosittain Popkadun verkkotoimituksessa sekä verkkotoimituksen strategiaviestinnässä että viestintästrategiassa. Kokeemuksesta tiedän, että tapahtuman aikana ei enää ehdi suunnittelemaan vaan paremminkin ainoastaan reagoimaan tilanteisiin. Mitä enemmän viestinnän suunnittelun teoria on käynyt tutuksi, sitä enemmän ohjeistuksen tekeminen helpottui. Ohjeistus on testattu vuoden 2012 tapahtumaviikolla, jolloin siitä hahmottui uusia asioita.

Verkkotoimitusvastaava on verkkotoimituksen strategiaviestinnässä merkittävässä asemassa. Yksin on turha jäädä suunnittelemaan strategiaviestintää, ja avuksi kannattaa valikoida luottohenkilö. Yhdessä tekeminen helpottaa oikean-

laisen viestin välittymistä muulle tiimille, jolloin viestintästrategian toteutuminen onnistuu helpommin.

Ohjeistuksessa asiat ovat esillä siten, että seuraava vastaava on tietoinen yhdistyksestä ja yhdistyksen toiminnasta sekä verkkotoimituksen rakentamisesta. Tässä ohjeistuksessa pyrin tuomaan esille kirjoitettuun muotoon sitä hiljaista tietoa, jota minulle on kertynyt vuosien varrella Popkatu-yhdistyksen verkkotoimitusvastaavana. Popkadulla hiljainen tieto välittyy yleensä, niin että vastaavan mukana kulkee seuraava vastaava, joka havainnoi toimintatapoja. Hiljainen tieto välittyy myös kokoustilaisuuksissa.

Popkadun verkkotoimituksen vastaavalla on hyvät edellytykset saada koko verkkotoiminta onnistumaan motivoimalla tiimin jäseniä. Yhteishengen luominen on tärkeää, jotta tyytyväisyys säilyy tiimissä koko tapahtuman ajan. Verkkotoimituksen tiimityöskentelyn onnistuminen edellyttää tiimin jäsenten tutustumista toisiinsa riittävän hyvin. Jokaisen jäsenen työpanosta on syytä kunnioittaa ja aina tarvittaessa rohkaista jäseniä ottamaan tapahtuman aikana haasteita vastaan. Palaute on yksi tiimin kehittämisen avainasioista. Se on keino vaikuttaa tiimissä tapahtuvaan tai yksilötasolla tapahtuvaan käyttäytymiseen. Palautteen on hyvä koskea sitä sellaista, mitä on tehty tai sanottu, missä on onnistuttu ja mitä asioita voitaisiin muuttaa paremmaksi.

Tulevaisuudessa Popkadun verkkotoimituksen viestintästrategiassa suosittelen käyttämään sosiaalista mediaa, esimerkiksi Facebookia, tiedon levittämiseen. Vuodesta 2009 saakka Popkadun verkkotoimitus on käyttänyt sisäiseen viestimiseen Facebookissa suljettua ryhmää. Viestintä on ollut onnistunutta ja väärinkäsityksiltä vältytään, koska vuorovaikuttaminen on helppoa.

Popkadun verkkotoimituksessa syntyy paljon digitaalista aineistoa ja informaatiota. Suosittelen jatkossa keräämään digitaalisen aineiston ja informaation turvallisesti ja systemaattisesti yhteen paikkaan. Jollei jo nyt niin ainakin tulevaisuudessa muun muassa sosiaaliset teknologiat yhdistyvät uudenlaisiin pilvipalveluihin, joten tietotyön luonne muuttuu. Popkadun verkkotoimitamisessa voisi hyödyntää jonkinlaista pilvipalvelua digitaalisen aineiston ja informaation säilyt-

tämiseksi. Tällä menetelmällä tiedosto-originaalit ja dokumentit löytyvät helposti ja ne saadaan käyttöön vaivattomasti. Samalla verkkotoimitus voisi säästää yhdistyksen kustannuksissa, kun muihin aineistopankkeihin, kuten esimerkiksi ulkoihin kiintolevyihin, ei tarvitse sijoittaa rahaa.

Ohjeistuksen testaaminen vuonna 2012 osoitti ohjeistuksen toimivuuden. Popkadun verkkotoimitus tarvitsee suunniteltua sisäistä viestintää, jotta verkkotoimituksen ulkoinen viestintä onnistuu ja tukee Popkatu-yhdistyksen viestintää.

## Lähteet

- Aula, P., Martikainen, J., & Villi, M. 2006. Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hiila, I. & Keränen, T. 2008. Verkkoviestintästrategia. Helsinki: Tiedotedeski Finland Oy.
- Heiskanen, M. & Lehikoinen, S. 2010. Muutosviestinnän voimapaperi. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Hämäläinen, V. & Maula, H. 2004. Strategiaviestintä. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Ikävalko, E. 2001. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Ilvonen, A. 2007. Miten tiedotan? Yhdistystoimijan tiedottamisopas. Vantaa: Opintotoiminnan keskusliitto.
- Isokangas, A. & Kankkunen, P. 2011. Suora yhteys – Näin sosiaalinen media muuttaa yritykset. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä, Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Juholin, E. 2004. Communicare – Viestintä strategiasta käytäntöön 3.painos. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Koskinen, J. 2003. Kokonaisviestintä muutoksessa. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.
- Koskela, L., Koskinen, J. & Lankinen, P. 2007. Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Leppänen, P., Manninen, R. & Toivonen P. 1989. Yhteisö viestii. Helsinki. WSOY.
- Mantere, S. 2008. Strategian viestintä, strategiaviestintä, viestintästrategia, strateginen viestintä? Kun organisaatioviestintä jäi strategian jalkoihin. Teoksessa Aula, P. (toim.) Kivi vai katedraali – Organisaatioviestintä teoriasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell, 39–49.
- Popkatu-yhdistys ry. 2010. Viestintäsuunnitelmastrategia pähkinänkuoressa 2010.
- Popkatu-yhdistys ry. 2011. Toimintakertomus 2011
- Popkatu-yhdistys ry. 2012. Toimintasuunnitelma 2012
- Romero, A. 2012. Työkäytäntöjen tehostaminen Verkko-Karjalaisen toiminnassa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö
- Siukosaari, A. 1999. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Virtanen, I. 2006. Hiljaisen tiedon ongelma - Kuinka hiljaista hiljainen tieto on? Tampereen yliopisto. Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Pro gradu.
- Wiio, O. A. 1989. Viestinnän perusteet. 5. uudistettu painos. Espoo: Weilin+Göös.
- Wiio, O. A. 1992. Viestinnän tutkimussuuntia. Helsinki: Yliopistopaino
- Wiio, O. A. 1994. Johdatus viestintään. 6. uudistettu laitos. Espoo: Weilin+Göös.
- Åberg, L. 1997. Viestinnän strategiat. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Åberg, L. 1999. Viestinnän strategiat. 2. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

## Liite(1)2

## Osatapahtumataulukko (mukailen toimintakertomus 2011)

Popkatu- tapahtuma	Kuvaus	Tapahtuma- paikka ja ajan- kohta	Työryhmä ja haasteet
Toritapahtumat	<p>- Diabolon ja jojon SM-kisat ja SM-kisojen lopunäytös. Yhteistyökumppaninaan Suomen Diaboloseura.</p> <p>- Keskiviikko ja torstai-päivinä myös ToriPopin musiikkiaohjelmaa: keskiviikkona Jaakko Teppo -illan kuplettiesintyjä, torstaina bändejä.</p> <p>- NuortenPop: nuorisobändejä.</p> <p>- ToriPop: kansanmusiikkia, etnoa, lauluntekijöitä, bändejä.</p> <p>-Alanko katutähdeksi? -kilpailun tuloksen julistaminen.</p> <p>- Yhteensä torilla esiintyy 35-50 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</p> <p>- Yhteistyökumppanit: Joensuun kaupungin</p>	<p>- Joensuun torilla, torinlavalla</p> <p>- Tiistaista lauantaihin</p>	<p>Vaatii useamman työntekijän verkotoimituksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Päivät ovat pitkiä, joten aikatauluttaminen on tärkeää vastuutekijälle ja varavastuutekijälle</li> </ul>

	<p>nuorisotoimi, Joensuun kaupunkikeskustayhdistys, Maaseudun Sivistysliitto, Pilfink Records ja Suomen Diaboloseura.</p>		
<p>Alanko katu- tähdeksi?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kaikille avoin valtakunnallinen katuesiintyjäkilpailu.</li> <li>- Kilpailuun osallistuu parikymmentä eri esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun popmuusikot ry, G.O.R. ry ja Joensuun kaupunkikeskustayhdistys</li> <li>- Voittaja julkaistaan torinlavalla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun kävelykadulla ja Sinisellä virralla, sekä torinlavalla</li> <li>- Perjantaisin ja lauantaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajan</li> <li>- Valokuvaajan</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tapahtuman paikat vaihtuvat, hyvä huomioida</li> </ul>
<p>Popkatuklubit</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lauluntekijöitä, etnoa, rokkia, rytmimusiikkia.</li> <li>- Noin 30 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yleisölle pääsymaksettomia</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Kuunari Elina, Joensuun Teatteriravintola, Pilfink Records, Maaseudun Sivistysliitto ja Joensuun Popmuusikot ry.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Torstaina ja perjantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta useamman tekijän</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>

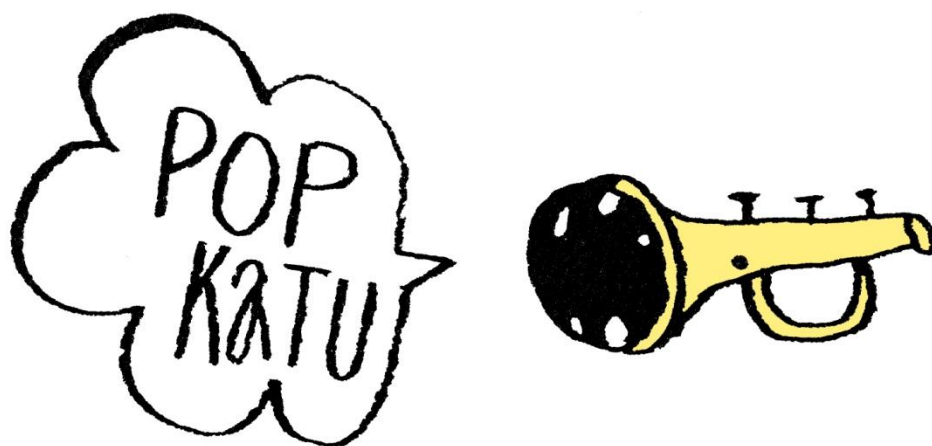
<p>Jaakko Teppo –ilta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoin kilpailu laulelman- ja kupletintekijöille.</li> <li>- Kilpailuun osallistutaan äänitteellä. Tuomaristo valitsee kolme parasta esitystä Popkadun Jaakko Teppo - illassa tiistaina pidettävään finaaliin, jossa valitaan voittaja. Voittaja palkitaan levytyssopimuksella.</li> <li>- Toteutetaan yhteistyössä Maaseudun Sivistysliiton, Pilfink Recordsin, Fun Pandemia Oy:n ja Joensuu Teatteriravintolan kanssa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Tiistai</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamia tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>
<p>Rytmiklubi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artisteja, etnoa, rytmimusiikkia.</li> <li>- Noin 20 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yleisölle pääsymaksoittainen</li> <li>- Toimii Ilosaarirockin virallisena jatkoklubina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Lauantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamia tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleensä loppuunmyyty, joten yleisön paljous aiheuttaa haastetta</li> </ul>



LastenPop	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ohjattua toimintaa ja ohjelmaa lapsille: työpajoja, maalausta, askartelua, leikkejä, puuhailua sekä musiikki-, teatteri-, nukketheateri-, sirkus- ja tanssiesityksiä.</li> <li>- Teemallinen</li> <li>- Tapahtumaan osallistuu useita satoja lapsia vanhempineen.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun kaupunkikeskustayhdistys, Joensuun taidemuseo ja Taidekeskus Ahjo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Joensuun taidemuseon pihalla.</li> <li>- Torstaina ja perjantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamia tekijäitä</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Säävaraus</li> </ul>
Rytmipuisto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tilaisuudessa tehdään ja esitellään katutaiteita</li> <li>- Musiikista vastaavat Dj:t</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Vaupudenpuistossa</li> <li>- Perjantaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajan</li> <li>- Valokuvaajan</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Säävaraus</li> </ul>
Ilosaaren suvitanssit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bänditapahtuma, jossa esiintyy maakunnan rock-yhtyeitä ja kolme valtakunnallisesti tunnettua nimeä.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun popmuusikot ry, Hitlantis-musiikkipalvelu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Kerubissa</li> <li>- Tiistaisin, keskiviikkoisin ja torstaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamia tekijäitä</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p>

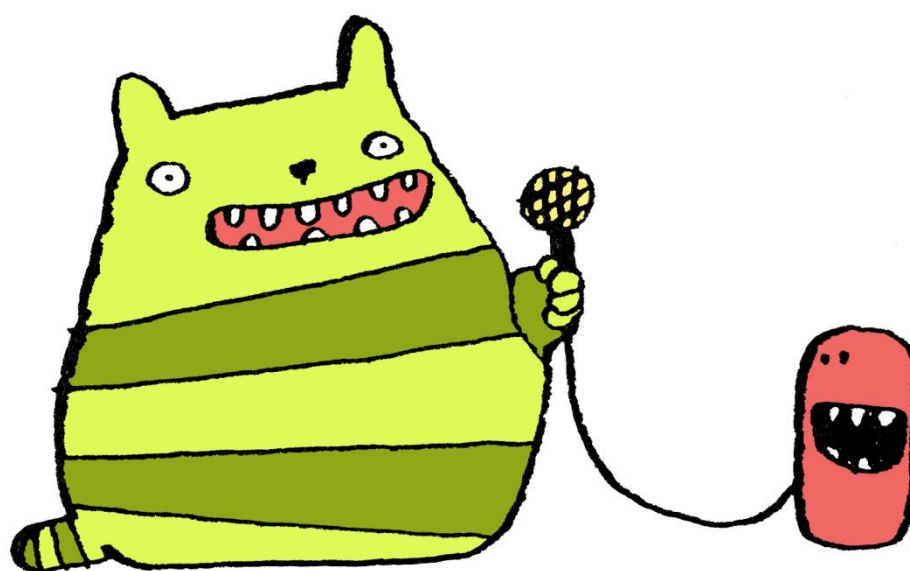
			- Yleisöstä riippu- en, onko tilaa toimia
PopKamu- klubit	- Kansanmusiikkia, tru- baduureja, kuplettia. - Noin 10 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.	- Kuunari Elinalla - Tiistaisin, keskiviik- koina ja torstaisin	Vaatii verkkotoi- mituksesta muu- tamattajat - Toimittajat - Valokuvaajat  Muuta huomioita- vaa:  - Yleisöstä riippu- en, onko tilaa toimia

## VERKKOTOIMITUKSEN OHJEISTUS POPKATU-YHDISTYS RY:LLE



## SISÄLTÖ

1	Verkkotoimituksen toiminta.....	3
2	Vastaavana Popkadun verkkotoimituksessa.....	4
3	Verkkotoimituksen työryhmä.....	5
3.1	Työryhmän kokoaminen, vastuut ja työnjako.....	5
3.2	Yhteistyöt.....	7
4	Osatapahtumat ja niiden mahdolliset ongelmat.....	8
5	Muuta muistettavaa.....	8



## 1 Verkkotoimituksen toiminta

Popkadun verkkotoimituksen työryhmä hoitaa verkkoon lähes reaaliajassa valokuvia ja kirjoituksia. Verkkotoimitus on perustettu vuonna 2009, jonka jälkeen se on kehittynyt ja kasvanut joka vuosi. Toiminta on selkeytynyt ja helpottunut ajan myötä. Työryhmä koostuu jo vakiintuneesta porukasta ja yhteistyökuviot ammattikoulutuslaitosten kanssa ovat myös vakiintuneet.

Popkatu-tapahtumaa järjestetään ympäri Joensuun keskusta-aluetta. Popkatu-yhdistyksen tavoitteena on houkutella tapahtumaan 10 000 – 12 000 aktiivista katselijaa, kuuntelijaa ja osallistujaa, jolloin verkkotoimituksen tavoitteena on dokumentoida tapahtuma mahdollisimman kattavasti Popkadun verkkosivustolla [www.popkatu.fi](http://www.popkatu.fi)

Popkadun verkkotoimitamisella tarjotaan ihmisille mahdollisuus seurata festivaalin kulkua verkkosivuilla, löytää valokuvista itsensä, tutustua esiintyjiin ja nähdä tunnelmaa. Verkkotoimituksessa ydin on koko ryhmän iloisuus, pirteys, reippaus ja yhteishenki sekä tiimityöskentely.



## 2 Vastaavana Popkadun verkkotoimituksessa

Popkadun verkkotoimitusvastaavan työtehtäviin ja vastuisiin kuuluu työryhmän kokoaminen, ohjeistaminen, aikatauluttaminen, ongelmatilanteiden ratkaiseminen, työskentely Popkatuyhdistys ry:n tiedottajan ja verkkosivujen koostajan kanssa, kokousten järjestäminen sekä palutteen antaminen työryhmälle. Vastaavalla on hyvä olla paineensietokykyä ja taitoa tehdä yhteistyötä erilaisten ihmisten kanssa. Vastaavan oma aktiivisuus takaa toimituksen sujuvan toiminnan. Tässä ohjeistuksessa painotetaan suunnittelua, joka nousee jatkuvasti esille tapahtuman aikana. Tapahtuman aikana ei enää ehdi suunnittelemaan, vaan paremminkin ainoastaan reagoida tilanteisiin. Popkadun verkkotoimituksen vastaavan päätehtävänä on kokousten järjestäminen ja vastuiden jakaminen. Näistä tarkemmin kerrotaan luvussa kolme. Lisäksi vastaavan on tuettava opiskelijoita ja hoitaa heille riittävästi tehtävää. Kaikkea ei tarvitse hoitaa yksin, vaan vastaavan kannattaa jakaa omaa vastuutaan luottohenkilölle. Luottohenkilö toimii vastaavan oikeana kätenä.

Varsinaista verkkotoimituspistettä ei Popkatu-tapahtumassa vastaavan tarvitse järjestää, jo ensimmäisenä verkkotoimituksen vuotena se osoittautui turhaksi. Vastaavan ei tarvitse huolehtia laitteistoista, koska Popkatu-yhdistyksellä ei ole resursseja järjestää laitteistoa verkkotoimitukseen, joten työryhmältä vaaditaan omia välineitä/kalustoja. Opiskelijoilla on joskus mahdollisuus käyttää koulunsa laitteistoja. Ilman varsinaista verkkotoimituspistettä nousee tärkeäksi asiaksi dokumentoida työryhmän toiminta tapahtuman aikana.

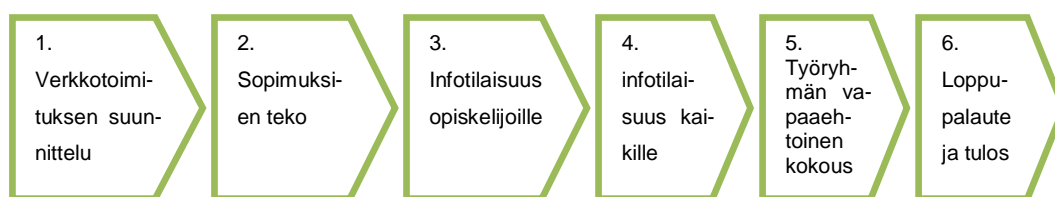
Kaikki Popkatu-tapahtuman aikana syntynyt aineisto tallennetaan Popkatu-yhdistyksen verkkosivujen koostajan antaman ohjeistuksen mukaisesti. Toimittajien kirjoittamat artikkelit tallentuvat automaattisesti verkkoon ja valokuvaajien valokuvat toimitetaan joko cd- tai dvd-levyinä tai muistitikulla Popkatu-yhdistykselle. Vastaavan kannattaa suosia Facebookissa olevaa ja jo hyväksi todettua Popkadun verkkotoimituksen suljettua ryhmää, jossa voi tiedottaa ja jakaa helposti ajankohtaisia uutisia, tiedotteita ja muuta informaatiota, kuten esimerkiksi koko työryhmän yhteystiedot.

## 3 Verkkotoimituksen työryhmä

### 3.1 Työryhmän kokoaminen, vastuut ja työnjako

Verkkotoimituksen työryhmän suunnittelu alkaa keväällä (kuvio 1). Oppilaitosten kanssa on tärkeää tarkistaa millä tavoin opiskelijoiden toiminta mahdollistetaan. Opiskelijoille järjestetään kesäkuussa infotilaisuus, jossa tutustutaan verkkotoimituksen toimintaan Popkadulla ja selvitetään jokaisen työkuva sekä hoidetaan esimerkiksi työharjoittelusopimukset kuntoon. Viikkoa ennen tapahtumaa on toinen infotilaisuus, johon osallistuvat kaikki verkkotoimituksessa olevat henkilöt. Tilaisuudessa jaetaan tapahtumien vastuut ja perehdytetään työryhmä tulevaan tapahtumaviikkoon, sekä verkkotoimituksen työryhmälle jaetaan passit ja työpaidat, joilla he todistavat itsensä tapahtuman aikana työntekijöiksi. Tapahtumaviikon ensimmäisenä päivänä järjestetään työryhmälle vapaaehtoinen tapaaminen, jossa voi vielä jakaa ideoita ja näkemyksiään sekä selvittää mahdollisia aikatauluongelmia. Tapahtuman aikana työryhmä toimii aktiivisesti ympäri tapahtumaa, eikä varsinaisia kokouksia tarvita, mutta niitä on hyvä järjestää tarpeen mukaan. Popkatu-tapahtuman jälkeisellä viikolla verkkotoimitus kokoontuu viimeisen kerran, jolloin käydään läpi verkkotoimituksen onnistuminen ja jaetaan palautteita, sekä hoidetaan arkistointiin valokuvat.

Kuvio 1. Popkadun verkkotoimituksen kokoaminen vaiheittain



Verkkotoimituksen kokouksissa on tarkoituksena vaihtaa ajatuksia ja välittää tietoa. Vastaavan on hyvä pyrkiä kokoustilanteen avoimuuteen ja huolehtia, että jokaisella on mahdollisuus osallistua keskusteluun. Jos ajankohta ei sovi jollekin työryhmäläiselle vastaavan kuuluu informoida tiiviisti kokouksessa käydyt asiat työryhmäläiselle, jotta epäselvyyksiä ei ilmaantuisi. Näissä tilanteissa paras tapa informoida olisi kasvotusten käytävä keskustelu, koska pelkkä tiivistelmä tai tiedote ei yleensä riitä etenkin tapahtuman aikana. Riskinä on tiivistelmän tai tiedotteen vanhentuminen ja siitä voi aiheutua helposti väärinymmärryksiä, joiden seurauksena ei ehditä havaita eikä korjata tilannetta ajoissa.

Yhteistyö merkitsee paljon verkkotoimituksen työryhmässä, mutta silti työryhmän roolit ja vastuut täytyy jakaa selkeästi ennen tapahtumaa. Taulukossa 1 on esitetty verkkotoimituksen työryhmän roolit ja vastuut.

Taulukko 1. Verkkotoimituksen työryhmän roolit ja vastuut

	Rooli	Vastuu
Vastaava	Aikataulut, ohjeistaminen, suunnittelu,	Vastaa koko tiimin työskentelystä, on aktiivisesti tekemisissä tiedottajan kanssa
Luottohenkilö	Toimii vastaavan ns. oikeana kätenä.	Toimia tilanteiden mukaisesti
Päätoimittaja	Sisällön tuottaminen	Kirjoittaa pääkirjoituksen, haastattelutilanteet, kirjoittaa haastatteluista
Verkkotoimittaja	Sisällön tuottaminen	Kirjoittaa tapahtumista, keikoista
Valokuvaaja	Valokuvaa tapahtumaa	Keikat, ympäristö, yksityiskohtia,
Koostaja	Kokoaa materiaalin, hoitaa teknillistä puolta	Valvoo verkkosivuston ylläpitoa

Tapahtumaviikkoa edeltävässä kokouksessa kannattaa sopia työryhmässä vastuut kuka tekee, mitä ja missä. Vastaavalla ja luottohenkilöllä kannattaa molemmilla olla vastuut paperilla, esimerkiksi kuten taulukossa 2. Vastuut kannattaa aina jakaa kahdelle henkilölle, toinen ottaa ensisijaisen vastuun ja toinen takaa ensisijaista vastuunottajaa. Näin ollen molempien täytyy olla osatapahtumassa paikalla. Tällä käytännöllä pystytään ennakoimaan monia mahdollisia ennalta arvaamattomia tilanteita; valokuvaajalta saattaa kamera rikkoontua tai toinen toimittajista sairastuu.

Taulukko 2. Esimerkki työryhmän henkilöstön työvastuista tapahtuman aikana

Osatapahtuma:	Aikataulut:	Vastuuhenkilö/ Toimittaja	Vastuuhenkilö/ Valokuvaaja	Julkaistu verkkosivuilla:
Alanko katutähdeksi? –kilpailu		1. Nimi 2. Nimi	1. Nimi 2. Nimi	1. Valokuva 2. Artikkelijuttu/haastattelu
Lastenpop		1. Nimi 2. Nimi	1. Nimi 2. Nimi	1. Nimi 2. Nimi



Vastaavan ja luottohenkilön on hyvä laatia lisäksi taulukko (taulukko 3), josta voi seurata työryhmän tekemän aineiston siirtymistä julkaistavaksi Popkadun verkkosivuille. Jokaisen artikkelin /jutun yhteydessä julkaistaan kuva ko. aiheesta.

Taulukko 3. Esimerkki Valokuvien ja artikkeleiden tarkkaillusta

Tapahtuma ja artisti/bändi/haastateltava	Vastuuhenkilö/ Toimittaja	Artikkeli/juttu/ haastattelu	Vastuuhenkilö/ Valokuvaaja	Valokuva	Julkaistu verkkosivulla:
Lasten Pop Bändi	1. Nimi 2. Nimi	Tehty	1. Nimi 2. Nimi	Puuttuu	
Jaakko Teppo -klubi Voittaja	1. Nimi 2. Nimi	Tehty	1. Nimi 2. Nimi	Tehty	Julkaistu
Alanko katutähdeksi? - kilpailu Voittaja	1. Nimi 2. Nimi	Puuttuu haastattelu	1. Nimi 2. Nimi	Tehty	

## 3.2 Yhteistyö oppilaitosten kanssa

Popkadun verkkotoimituksen vahvuus on antaa opiskelijoille mahdollisuus tutustua monialaisesti ja laajasti media-alalla työskentelyyn. Vuoden 2012 osalta Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun kanssa rakennettiin uusi tapa opiskelijoiden suorittaa opintojaan.

Pohjois-Karjalan ammattiopiston audiovisuaalisen viestinnän koulutusohjelman media-assistentit suorittavat omia vapaavalinnaisia opintojaan Popkadun verkkotoimituksessa. Opiskelijat tulevat harjoittamaan omaa alaansa valokuvauksen ja kuvankäsittelyn osalta. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman opettaja Harri Mielosen kanssa suunnittelimme uuden kokonaisuuden ammattikorkeakouluopiskelijoille. Opintopisteet tulevat työharjoitteluna.

## 4 Osatapahtumat ja niiden mahdolliset ongelmat

Osatapahtumissa on omia haasteita ja ongelmallisia tekijöitä, jotka on hyvä huomioida. Popkadulla kartoitetaan mahdolliset ongelmat, jotka vaikuttavat myös verkkotoimituksen toimintaan (liite 1). Yhtenä haasteena ovat sääolot, kuten vuonna 2011 vesisade pakotti Popkamuklubit siirtymään sisätiloihin. Yleisömäärä vaikuttaa kahdella tavalla. Jos yleisöä on runsaasti, niin tilaa työskentelemiselle on vähän. Jos yleisöä on väljästi mm. valokuvaamisen haasteet kasvavat. Osatapahtumista järjestetään eri paikoissa ja aikataulut ovat eri päivinä erilaiset. Taulukosta nähdään myös selkeästi, kuinka paljon työvoimaa verkkotoimituksesta täytyy olla paikalla.

## 5 Muuta muistettavaa

Turha hätäileminen verkkoon julkaistavasta aineistosta on turhaa, etenkin jos julkaiseminen tapahtuu vasta seuraavana päivänä. Kaiken ei tarvitse olla täysin reaaliajassa. Työryhmälle on hyvä suositella Joensuun torin nettipistettä aineistojen julkaisemiseen. Siellä voi käydä kirjoittamassa tekstinsä suoraan verkkoon, mutta omistaa oman koneen voi mennä myös nettikahviloihin. Valokuvaajat ovat usein jo ennakkoon ottaneet huomioon, kuinka kuvansa hoitavat verkkoon. Verkkotoimitus on omalta osaltaan näkyvä osa koko Popkatu-tapahtumaa, verkkotoimituksen näkyvyyttä voi käyttää hyväksi Popkadun markkinoinnissa. Jokaista työryhmässä olevaa kannattaakin motivoida esittelemään Popkatua mahdollisimman positiivisena tapahtumana yleisölle.

Palaute Popkadun verkkotoimitustyöryhmältä on ollut aina pelkästään positiivista ja innostavaa jatkamaan verkkotoimituksen tekoa. Vastaavan on hyvä muistaa antaa palautetta työporukalle. Palautteen antamisessa ei pitäisi pihistellä, mutta ei se saa olla perusteetontakaan.

Palautteelle voidaan asettaa seuraavanlaisia kriteerejä:

- kerralla enemmän myönteistä kuin kielteistä palautetta
- mahdollisimman pian suorituksen tai ehdotuksen jälkeen
- mahdollisuuksien mukaan kaksisuuntaista
- johdonmukaisuus aiemman palautteenannon kanssa

- oikeudenmukaisuus
- kielteinen henkilökohtainen palaute henkilötasolla ja aina ensin asianomaiselle
- myönteinen henkilökohtainen palaute harkinnan mukaan yksilö-, ryhmä- tai yhteisötasolla

Kolme hyvää neuvoa:

1. Toimi aina parhaasi mukaan. Auta muita työryhmässä toimivia henkilöitä.
2. Ota asioista selvää. Jos et ole varma jostain, selvitä asia esimerkiksi kysymällä muilta yhdistyksessä toimivilta ihmisiltä tai etsi tietoa verkosta.
3. Pysy aktiivisena ja positiivisena. Popkadun verkkotoimituksen kuuluu olla positiivisella mielellä toimiva verkkotoimitus, joten motivoi tarpeen tullen työryhmää.

Taulukko 3. Osatapahtumataulukko

Popkatu- tapahtuma	Kuvaus	Tapahtumapaikka ja ajankohta	Työryhmä ja haasteet
Toritapahtumat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diabolon ja jojon SM-kisat ja SM-kisojen loppunäytös. Yhteistyökumppaninan Suomen Diaboloseura.</li> <li>- Keskiviiko ja torstaipäivinä myös ToriPopin musiikkiohjelmaa: keskiviikkona Jaakko Teppo -illan kuplettiesintyjä, torstaina bändejä.</li> <li>- NuortenPop: nuorisobändejä.</li> <li>- ToriPop: kansanmusiikkia, etnoa, lauluntekijöitä, bändejä.</li> <li>-Alanko katutähdeksi? -kilpailun tuloksen julistaminen.</li> <li>- Yhteensä torilla esiintyy 35-50 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun kaupungin nuorisotoimi, Joensuun kaupunkikeskustayhdistys, Maaseudun Siivestysliitto, Pilfink Records ja Suomen Diaboloseura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun torilla, torinlavalla</li> <li>- Tiistaista lauantaihin</li> </ul>	<p>Vaatii useamman työntekijän verkko- toimituksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Päivät ovat pitkiä, joten aikatauluttaminen on tärkeää vastuutekijälle ja varavastuutekijälle</li> </ul>
	- Kaikille avoin valtakunnalli-	- Joensuun kävelykadulla	Vaatii verkkotoimi-

<p>Alanko katutähdeksi?</p>	<p>nen katuesiintyjäkilpailu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kilpailuun osallistuu parikymmentä eri esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun popmuusikot ry, G.O.R. ry ja Joensuun kaupunkikeskustayhdistys</li> <li>- Voittaja julkaistaan torinlavalla</li> </ul>	<p>ja Sinisellä virralla, sekä torinlavalla</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perjantaisin ja lauantaisin</li> </ul>	<p>tuksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajan</li> <li>- Valokuvaajan</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tapahtuman paikat vaihtuvat, hyvä huomioida</li> </ul>
<p>Popkatuklubit</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lauluntekijöitä, etnoa, rockia, rytmimusiikkia.</li> <li>- Noin 30 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yleisölle pääsymaksuttomia</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Kunnari Elina, Joensuun Teatteriravintola, Pilfink Records, Maaseudun Sivistysliitto ja Joensuun Popmuusikot ry.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Torstaina ja perjantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta useamman tekijän</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>
<p>Jaakko Teppo – ilta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoin kilpailu laulelman- ja kupletintekijöille.</li> <li>- Kilpailuun osallistutaan äänitteellä. Tuomaristo valitsee kolme parasta esitystä Popkadun Jaakko Teppo -illassa tiistaina pidettävään finaaliin, jossa valitaan voittaja. Voittaja palkitaan levytysso-pimuksella.</li> <li>- Toteutetaan yhteistyössä Maaseudun Sivistysliiton, Pilfink Recordsin, Fun Pandemia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Tiistai</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamat tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>

	Oy:n ja Joensuu Teatteriravintolan kanssa.		
<b>Rytmi-klubi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artisteja, etnoa, rytmimusiikkia.</li> <li>- Noin 20 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> <li>- Yleisölle pääsymaksullinen</li> <li>- Toimii Ilosaarirockin virallisena jatkoklubina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joensuun Teatteriravintolassa</li> <li>- Lauantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamat tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleensä loppuunmyyty, joten yleisön paljous aiheuttaa haastetta</li> </ul>
<b>LastenPop</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ohjattua toimintaa ja ohjelmaa lapsille: työpajoja, maalausta, askartelua, leikkejä, puuhailua sekä musiikki-, teatteri-, nukketatteri-, sirkus- ja tanssiesityksiä.</li> <li>- Teemallinen</li> <li>- Tapahtumaan osallistuu useita satoja lapsia vanhempien.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuun kaupunkikeskustayhdistys, Joensuun taidemuseo ja Taidekeskus Ahjo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Joensuun taidemuseon pihalla.</li> <li>- Torstaina ja perjantaina</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamat tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Säävaraus</li> </ul>
<b>Rytmi-puisto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tilaisuudessa tehdään ja esitellään katutaidetta</li> <li>- Musiikista vastaavat Dj:t</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Vapaudenpuistossa</li> <li>- Perjantaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajan</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valokuvaajan</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Säävaraus</li> </ul>
Ilosaaren suvitanssit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bänditapahtuma, jossa esiintyy maakunnan rock-yhtyeitä ja kolme valtakunnallisesti tunnettua nimeä.</li> <li>- Yhteistyökumppanit: Joensuuun popmuusikot ry, Hitlantis-musiikkipalvelu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Järjestetään Kerubissa</li> <li>- Tiistaisin, keskiviikkoin ja torstaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamat tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>
PopKamu-klubit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kansanmusiikkia, trubadureja, kuplettia.</li> <li>- Noin 10 esiintyjää tai esiintyjäryhmää.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kuunari Elinalla</li> <li>- Tiistaisin, keskiviikkoin ja torstaisin</li> </ul>	<p>Vaatii verkkotoimituksesta muutamat tekijät</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toimittajat</li> <li>- Valokuvaajat</li> </ul> <p>Muuta huomioitavaa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yleisöstä riippuen, onko tilaa toimia</li> </ul>