



Aatu Mäenpää

Ilmaistapahtumien merkitys artisteille, yleisölle ja yrityksille

Case: Punk keikat

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotanto

Päivätoteutus

Opinnäytetyö

06.05.2025

Tiivistelmä

Tekijä(t):	Aatu Mäenpää
Otsikko:	Ilmaistapahtumien merkitys artisteille, yleisölle ja yrityksille
Sivumäärä:	42 sivua
Aika:	14.11.2024
Tutkinto:	Kulttuurituotanto
Tutkinto-ohjelma:	Päivätoteutus
Suuntautumisvaihtoehto:	-
Ohjaaja(t):	Lehtori Leena Björkqvist

Tässä opinnäytetyössä perehdytään ilmaistapahtuman luonteeseen ja siihen miksi on tärkeää, että helposti saavutettavia ilmaistapahtumia järjestetään. Pureudun myös punk-kulttuurin syntyyn ja sen rooliin tienraivaajana tee -se -itse -kulttuurille ja sitä kautta myös ilmaistapahtumille.

Punk-kulttuurin juuret ovat vahvasti tee -se -itse -mentaliteetissa, joka on muokannut tapahtumakulttuuria monin tavoin. Punkin perusajatuksiin kuuluu ajatus siitä, että kuka tahansa voi järjestää tapahtuman ilman suuria resursseja tai virallisia rakenteita. Tämä itsenäinen ja yhteisölähtöinen tapa toimia on luonut pohjan monille nykyajan ilmaistapahtumille, joissa korostuvat yhteisöllisyys, omavaraisuus ja luova ilmaissunvapaus.

Ihmiset ovat sosiaalisia olentoja, jotka kaipaavat vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä. Tapahtumat, erityisesti helposti saavutettavat ja maksuttomat tilaisuudet, tarjoavat mahdollisuuden yhteenkuuluvuuden tunteen vahvistamiseen sekä kulttuurisen ja sosiaalisen pääoman kartuttamiseen. Ilmaistapahtumat voivat toimia myös porttina uusiin kiinnostuksenkohteisiin ja yhteisöihin, joihin osallistuminen ei välttämättä olisi muuten mahdollista taloudellisten tai muiden esteiden vuoksi.

Tutkimusmenetelmänä on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä, johon haastateltiin kahta tapahtumajärjestäjää. Haastattelujen ja aineiston perusteella voidaan todeta, että ilmaistapahtumat eivät ainoastaan madalla osallistumiskynnystä, vaan ne myös rikastuttavat paikallista kulttuurikenttää ja mahdollistavat erilaisten alakulttuurien näkyvyyden. Erityisesti punk-kulttuurin vaikutus näkyy siinä, miten tapahtumia järjestetään omista lähtökohdista käsin ja miten niissä arvostetaan riippumattomuutta sekä kollektiivista tekemistä.

Avainsanat: Kulttuurituotanto, ilmaistapahtumat, punk-kulttuuri, tee -se -itse -mentaliteetti

Tämän opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

Abstract

Author(s):	Aatu Mäenpää
Title:	The influence of free events for artists, audience and companies
Number of Pages:	42 pages
Date:	14 November 2024
Degree:	Cultural management
Degree Programme:	Day course
Specialisation option:	-
Instructor(s):	Leena Björkqvist, (teacher)

This thesis explores the nature of a free event and why it is important to organize easily accessible free events. We will also delve into the emergence of Punk culture and its role as a pioneer of DIY culture and, through it, free events.

Punk culture is strongly rooted in the DIY (do it yourself) mentality, which has shaped event culture in many ways. The basic ideas of Punk include the idea that anyone can organize an event without large resources or official structures. This independent and community-oriented way of operating has created the foundation for many modern free events, which emphasize community, self-sufficiency and creative freedom of expression.

People are social beings who crave interaction and community. Events, especially easily accessible and free events, offer an opportunity to strengthen a sense of belonging and to accumulate cultural and social capital. Free events can also serve as a gateway to new interests and communities that might not otherwise be possible due to financial or other barriers.

Based on interviews and data, it can be observed that free events not only lower the threshold for participation but also enrich the local cultural scene and enable the visibility of different subcultures. The influence of punk culture is visible in how events are organized from their own starting points and how they value independence and collective action.

Keywords: Cultural production, free events, punk culture, DIY-mentality

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Helsinki Urban Art	7
3	Ilmaistapahtumat	9
3.1	Tapahtuman määritelmä	9
3.2	Miksi ilmaistapahtumia järjestetään?	10
3.3	Miten ilmaistapahtumia voidaan järjestää?	11
3.4	Ilmaistapahtumat Suomessa	12
3.4.1	Lepakkoluola	12
3.4.2	Suurimpia ja merkityksellisimpiä ilmaistapahtumia Suomessa	14
4	Tutkimusmenetelmät & tulokset	16
5	Punk tienraivaajana ilmaistapahtumille	17
6	Ilmaistapahtumat	20
6.1	Ilmaistapahtumien merkitys artisteille	20
6.2	Ilmaistapahtumien merkitys yleisölle	23
6.2.1	Ihmisten sosiaaliset tarpeet	23
6.2.2	Onnellisuus	25
6.2.3	Saavutettavuus	27
6.3	Ilmaistapahtumien merkitys Suomen Punk-skenelle	28
6.4	Ilmaistapahtumien merkitys yrityksille	29
7	Johtopäätökset & pohdintaa	35
	Lähteet	38

1 Johdanto

Suoritin työharjoitteluni osana opintojani Helsinki Urban Artilla 5.8.–3.12. 2024. Töitä tehdessäni mietin, mistä aiheesta olisi mielenkiintoista kirjoittaa opinnäyte-työni. Aloin pohtia, mistä Helsinki Urban Art tunnetaan ja mitä projekteistamme olen pitänyt merkityksellisimpinä. Tulin siihen lopputulokseen, että järjestämämme ilmaistapahtumat ovat olleet työharjoitteluni kohokohta. Olemme järjestäneet useita ilmaiskeikkoja muun muassa Tapiolan kulttuuriaukiolla sekä Malminkartanon aukiolla. Lisäksi olemme tehneet erilaisia työpajoja, kuten perhosien maalaamista sekä kangaskassin painatusta Malminkartanossa ja Tapuli-kaupungissa.

Kerran Tapiolassa keikkojen jälkeen kuulin, kuinka moni kävijä tuli kiittelemään esimiestämme Jaakkoa onnistuneista keikoista. Kävijät kiittelivät tapahtuman järjestämisestä ja tapahtuman tunnelmasta, kun viisi suomalaista punkbändiä soitti Espoossa ilmaiseksi. Jotkut olivat hämillään siitä, että vuoden parhaat keikat soitettiin tässä tapahtumassa. Muistan elävästi tuon hetken, kun Jaakkoa piiritti toinen toistaan positiivisempaa palautetta antavat ihmiset. Siinä hetkessä ymmärsin, kuinka merkityksellistä ilmaistapahtumien järjestäminen on niin yhteisölle kuin myös minulle henkilökohtaisesti. Edes loppusiivoukseen liittyvät vastoinkäymiset (portaikko täynnä oksennusta, vessanpönttö oli haljennut ja tulvinut pitkin alakertaa) eivät lannistaneet minua sinä päivänä vaan tunsin oloni energiseksi ja positiiviseksi 14-tuntisen työvuoroni loppuun asti.

Aloin pohtia ilmaistapahtumia ja sitä, miten niitä on ylipäätään mahdollista järjestää. Lipputulosten puuttuessa budjetin hallinnointi on luonnollisesti hankalampaa, koska jokuhan viulut joutuu aina maksamaan. Lähes jokainen meistä käy välillä maksuttomissa tapahtumissa, kuten häät, herättäjänjuhlat, ristiäiset, itenäisyyspäiväkahvit, ilmaiskonsertit tai vappuriennot. Koin ensikädessä, miten ilmaistapahtumat vaikuttavat ihmisiin, joten koen myös, että ilmaistapahtumien perusperiaatteiden ja motiivien ymmärtäminen voi auttaa monia harkitsemaan

omien tapahtumien järjestämistä. Tapahtumia voi järjestää omaan alaan ja tarpeisiin sopivin teemoin, joten se soveltuu tilanteeseen kuin tilanteeseen. Ilmais-tapahtumat ovat osallistujien näkökulmasta kevyin tapahtumamuoto, koska ne eivät vaadi osallistujilta ylimääräisiä ponnistuksia esimerkiksi kulujen pohtimiseen. Uskon, että moni ihminen ymmärrettyään ilmaistapahtumien lukuisat mahdolliset positiiviset vaikutukset, saattaisi harkita niiden järjestämistä. Siihen haluankin kaikkia innostaa.

Asun itse tällä hetkellä viiden hengen kommuunissa Malminkartanossa. Asun-tomme sijaitsee lähellä juna-asemaa kerrostalon kolmannessa kerroksessa, joka on kokonaan meidän käytössämme. Asunnossa on 200 neliometriä sisätilaa ja 160 neliometriä ulkotilaa. Kutsumme paikkaa nimellä *Penthouse*. Asun-tomme on loistava paikka järjestää erilaisia tapahtumia, kuten bileitä, kahvitte-luja, musiikintekosesioita ja työpajoja. Vuoden 2024 joulukuussa pidin siellä muutaman freestylerep-työpajan, joissa harjoittelimme freestylerep-tekniikoita yhdessä.

Kerron *Penthousesta* siksi, että koska olen mukana tämänkaltaisessa kommuunissa, kynnykseni järjestää tapahtumia on paljon matalampi, koska puitteet löytyvät omasta takaa. Yksi tärkeimmistä seikoista tapahtumanjärjestämisen houkuttavuuden kannalta onkin sen vaivattomuus ja yksinkertaisuus. Helsinki Urban Artin toteuttama Vapaakaupungin Olohuone on loistava esimerkki konseptista, jossa nämä piirteet yhdistyvät. Siellä voi järjestää erilaisia tapahtumia ilman mitään kuluja järjestäjälle. Mukaan tulevat äänimiehet ja muu tapahtuman järjestämiseen tarvittava henkilökunta. Muutkin tapahtumapaikat, kuten Tiivistämö tai Oranssi, tukevat myös samankaltaista ilmaistapahtumatoimintaa.

Ilmaistapahtumilla on monia positiivisia vaikutuksia sekä paikallisiin yhteisöihin että mukana oleviin sidosryhmiin. Siksi niiden määrän lisääminen Suomessa olisi kaikkien kannalta hyödyllistä. Jo pienelläkin panoksella voi itse parantaa yhteisön viihtyvyyttä niin työpaikalla ja harrastuksissa kuin omalla asuinalueellaan järjestämällä erilaisia tapahtumia ja aktiviteetteja. Moni saattaa mieltää tapahtumien järjestämisen vaativaksi ja aikaa vieväksi sekä alan koulutusta ja

ammattiosaamista edellyttäväksi. Kuitenkin ilmiöt, kuten punk-kulttuuri, ovat osoittaneet, että kuka tahansa pystyy järjestämään tapahtumia riippumatta taustoistaan. Kyse on ennen kaikkea asenteesta ja oikealla asenteella pääsee pitkälle. Juuri siihen haluan kulttuurituottajana kannustaa: rohkeuteen ja ennakkoluulottomuuteen järjestää ilmaistapahtumia ja erilaisia aktiviteetteja!

2 Helsinki Urban Art

Helsinki Urban Art eli HUA on yhdistys, joka keskittyy urbaaniin taiteeseen ja kaupunkikulttuuriin, tuoden taiteen osaksi ihmisten arkea. HUA etsii uusia tapoja hyödyntää kaupunkitilaa ja ratkoa yhteiskunnallisia haasteita taiteen ja osallistavan kulttuurin keinoin. HUA edistää avointa ja elävää kaupunkikulttuuria luomalla taiteen ja tapahtumien kautta tiloja, joissa ihmiset viihtyvät. Yhteistyötä tehdään vahvasti sekä kotimaisten että kansainvälisten katutaiteen huipunimien kanssa. (Helsinki Urban Art 2024.)

HUA on pääosin apurahojen varassa toimiva yhdistys. Projektit, toimitilat ja henkilökunta vaihtuvat tiuhaan tahtiin sen mukaan, mistä sopiva ratkaisu milloinkin löytyy. Esimerkkinä tästä juuri työharjoitteluni loppupuolella muutimme Pasilassa sijainneen kaupunkitaidekeskuksen Vaasanaukion edustalle, muuttamalla samalla toimipaikan konseptia. HUA on ollut mukana monissa erilaisissa projekteissa, joissa valtaosassa yhteisiä tekijöitä ovat taide, keikat sekä oluen myynti ja sen nauttiminen.

Helsinki Urban Art ry:n toiminta 2023

- **Pasilan katutaidekaupunginosa:** Alueelle luotiin kolme uutta teosta ja järjestettiin katutaidekierroksia. Karttoja ladattiin verkkosivuilta yli 440 000 kertaa, ja ilmaisia paperikarttoja jaettiin keskeisissä paikoissa.

- **Pasilan kaupunkitaidekeskus:** Keskuksessa pidettiin kahdeksan näyttelyä ja Sketch Club -piirustuskerhoa sekä myytiin taidetta. Taiteilijat valittiin avoimen haun kautta.
- **Kalasadaman Vapaakaupunki:** Redissä toiminut tila tarjosi keikkoja, näyttelyitä ja työpajoja Redin rahoituksen tukemana.
- **Kera-kollektiivi:** Kerassa järjestettiin Kerafest ja kiertotaloustapahtuma, vaikka tilat olivat purkuvaiheessa.
- **Kupla:** Tapiolassa avattiin tapahtumatila, joka vuokrataan yksityistilaisuuksiin ja jossa pidetään monipuolisia tapahtumia.
- **Taidetta Tapuliin -hanke:** Tapulikaupungin asukkaiden yhteisöllisyyttä vahvistettiin kulttuuritapahtumilla ja julkisella taiteella Helsingin mallin tuella.
- **Taidetta päiväkoteihin:** Turun päiväkoteihin tuotettiin lasten ideoihin perustuvia katutaide teoksia Taiteen edistämiskeskuksen avustuksella.
- **Concreate Urban Art Festival:** Festivaali järjestetään Oulussa vuonna 2026 osana Euroopan kulttuuripääkaupunki -hanketta.
- **Työpajat ja muut projektit:** Työhyvinvointipäivien ja tapahtumien yhteydessä järjestettiin työpajoja. Lisäksi tuotettiin projekteja, kuten Kampin työmaa-aidat, Katajanokan maamaalaukset ja Vuosaaren jättilautapeli.
- **Konepaja Festival:** Kaupunginosafestivaali keräsi yli 10 000 kävijää.

(Helsinki Urban Art toimintakertomus 2023)

3 Ilmaistapahtumat

3.1 Tapahtuman määritelmä

Tapahtumat ovat luonteeltaan hetkellisiä ilmiöitä, jotka voivat esiintyä kertaluonteisesti tai säännöllisesti tietyin väliajoin. Yleensä niiden sisältö ja aikataulu laaditaan huolellisesti etukäteen, mutta toisinaan tapahtumat voivat syntyä täysin spontaanisti, ilman tarkkaa suunnittelua. Ne voidaan järjestää rajatulla alueella tai hajauttaa useisiin eri sijainteihin samaan aikaan. Onnistuneella tapahtumalla on yleensä aina selkeä tavoite, kuten yleisön viihtyminen. ”Se on jotain, jolla on alku ja loppu.” (Huhtaniska & Tirronen 2019, s. 2.)

Tapahtumia on monenlaisia, ja ne voivat liittyä esimerkiksi kulttuuriin, urheiluun, koulutukseen, yhteisöihin, yrityksiin tai perheisiin. Konsertit, urheilutapahtumat, työpajat, paikalliset juhlat, messut ja erilaiset perhejuhlat ovat kaikki esimerkkejä tapahtumista. Onnistuneen tapahtuman toteuttaminen vaatii huolellista suunnittelua, jossa otetaan huomioon kohderyhmä, tapahtuman teema, sijainti, ajankohta ja tarvittavat luvat. Yhteistyö eri tahojen kanssa sekä etukäteisvalmistelut ovat avainasemassa. (Vanhempainliitto 2024.)

Nykyajan tapahtumille on ominaista moniaistillinen kokemus, jossa yleisö voi nähdä, kuulla, koskettaa, haistaa ja jopa maistaa ympäristöään. Jokainen tapahtuma on ainutlaatuinen, sillä sitä ei voi toistaa täysin identtisenä. Vaikka järjestelyt ja rakenne pysyisivät samoina, esiintyjät, yleisö ja heidän odotuksensa sekä tapahtuman ilmapiiri vaihtelevat aina. Jokainen tapahtuma on ainukertainen sekoitus elementtejä, minkä takia tapahtumat jäävät mieleen erityisin hetkinä elämässä. (Huhtaniska & Tirronen 2019, s. 2.)

Tapahtumat ovat yhä keskeisemmässä roolissa eri elämänalueilla. Niiden avulla voidaan tarjota viihdettä, koulutusta, markkinointia ja sitouttamista sekä luoda unohtumattomia kokemuksia. Lisäksi tapahtumat voivat tuoda lohtua vaikeina aikoina ja tarjota mahdollisuuden irrottautua arjesta. (Huhtaniska & Tirronen 2019, s. 2.)

3.2 Miksi ilmaistapahtumia järjestetään?

Ilmaistapahtumien järjestämiseen on monia syitä, ja niiden tarkoitukset vaihtelevat tapahtuman luonteen, järjestäjän tavoitteiden ja kohdeyleisön tarpeiden mukaan. Riippuen siitä, onko ilmaistapahtuman järjestäjä yksityisen sektorin yritys vai julkinen sektori, ovat tapahtuman tavoitteet yleensä hieman erilaiset. Vaikka jonkinasteinen sponsorointi ja epäsuora markkinointi ovat läsnä lähes kaikissa tapahtumissa, ovat yksityisten yritysten tavoitteet yleensä huomattavasti julkista sektoria kaupallisempia. Monet julkisen sektorin tapahtumista toteutuvatkin verorahoilla ja niiden pääsijainen tavoite voi olla mm. kulttuurin, taiteen tai liikunnan edistäminen voiton tavoittelun sijaan.

Yksi keskeisimmistä ei-kaupallisista tavoitteista on tietoisuuden lisääminen. Ilmaistapahtumat voivat nostaa esiin tärkeitä yhteiskunnallisia, ympäristöllisiä tai poliittisia teemoja sekä herättää keskustelua niiden ympärille. Esimerkiksi mielenosoitukset ja kampanjat ovat tehokkaita tapoja kiinnittää huomiota tärkeisiin teemoihin. (Ala-Nikkola & Hurme, Elina & Johanna 2024.) Samalla ne voivat vahvistaa yhteisöllisyyttä, koska tapahtumat, kuten festivaalit ja paikalliset markkinat, tarjoavat tilaisuuksia jakaa kokemuksia ja luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta. Lisäksi tapahtumat voivat edistää tietoisuutta ja ymmärrystä yhteisistä arvoista sekä yhteiskunnallisesta osallistumisesta. (Halme 2019.)

Ilmaistapahtumat ovat myös keskeisiä taiteen ja kulttuurin esittämisessä. Taiteilijat ja muut kulttuurivaikuttajat voivat käyttää niitä väylänä tehdä töitään tunnetuksi ja harjoitella esiintymistään tarjoten kulttuurielämyksiä laajalle yleisölle ilman pääsymaksuja, mikä parantaa saavutettavuutta. Ne voivat toimia merkittävänä keinona edistää tasa-arvoista osallistumista taiteeseen ja kulttuuriin. Kulttuuritapahtumat myös lisäävät seudun viihtyisyyttä ja houkuttelevat asukkaita, mikä vahvistaa yhteisöllisyyttä. (Halme 2019.)

Tapahtumilla on lisäksi tärkeä rooli tiedon ja viestinnän jakamisessa. Monet järjestöt, koulutusorganisaatiot ja viranomaiset hyödyntävät ilmaistapahtumia esimerkiksi koulutuksen tarjoamiseen, tiedon jakamiseen tai ajankohtaisten asioi-

den käsittelyyn. Tällaiset tapahtumat voivat olla myös hyödyllisiä verkostoitumisen ja uusien kontaktien luomisen näkökulmasta, esimerkiksi seminaarien tai työpajojen kautta.

Vaikka ilmaistapahtumissa ei peritä osallistujilta maksua, ne voivat tuottaa taloudellista hyötyä epäsuorasti. Esimerkiksi sponsorit, myyntituotot ja yhteistyökumppanuudet voivat kattaa tapahtuman kustannuksia ja tukea sen toteutusta, vaikka tapahtuman ensisijainen tavoite ei olisi kaupallinen.

Ilmaistapahtumilla on usein merkittävä rooli yhteiskunnallisessa, kulttuurisessa ja sosiaalisessa kontekstissa, sillä ne tarjoavat osallistujille mahdollisuuden osallistua ja kokea ilman taloudellista estettä.

3.3 Miten ilmaistapahtumia voidaan järjestää?

Ilmaistapahtumat mahdollistuvat usein monipuolisen rahoituspohjan ja yhteisön tuen avulla. Ne saavat tukea esimerkiksi sponsorointina yrityksiltä, yhteistyökumppaneiden avulla sekä julkisesta rahoituksesta, kuten kunnilta, valtiolta tai säätiöiltä. Helsinki Urban Art ry:n projekteissa rahoituslähteinä olivat muun muassa Helsingin kaupunki, kauppakeskus Redi, Taiteen edistämiskeskus sekä kansainväliset säätiöt, kuten Bloomberg Philanthropies. Näiden toimijoiden tuki kattaa tapahtumien järjestämisestä aiheutuvia kustannuksia, kuten materiaalihankintoja, taiteilijoiden palkkioita ja tilavuokria, mutta myös työntekijöiden palkkoja ja jokapäiväistä yhdistystoimintaa. (Helsinki Urban Art 2024.)

Kuten tapahtumatuotannossa muutenkin, varsinkin ilmaistapahtumissa vapaaehtoisilla on merkittävä rooli kustannusten pitämiseksi minimissä ja tapahtumien toteutumiseksi. Vapaaehtoiset voivat olla mukana millä vain tapahtuman osalla, kuten suunnittelussa, markkinoinnissa tai tapahtuman aikana tehtävissä työtehtävissä. Esimerkiksi Kallio Block Party on täysin vapaaehtoisvoimin järjestettävä tapahtuma. Myös paikallisten toimijoiden, kuten yhdistysten ja yritysten, kanssa tehty yhteistyö on myös tärkeää, jotta voidaan saavuttaa mah-

dollisimman laadukas ja laajasti yleisöä tavoittava tapahtuma. Paikallisilla toimijoilla voi olla suuria intressejä ja varoja yhteistyöprojektin tekemiseen, joten asiasta kannattaa aina ottaa selvää.

3.4 Ilmaistapahtumat Suomessa

Ilmaistapahtumat ovat jo pitkään olleet olennainen osa Suomen kulttuurielämää. Yksi vanhimmista ilmaistapahtumien muodoista on perinteiset kansanjuhlat ja talkoot, jotka ovat historiallisesti liittyneet esimerkiksi sadonkorjuuseen, kesän tuloon tai muihin luonnon kiertokulun merkittäviin vaiheisiin. Nykyään yhä useammat ilmiöt ja teemat ovat saaneet tapahtumallisen muodon, tehden kulttuuritarjonnasta monipuolisempaa kuin koskaan ennen. Yleisesti ottaen ilmaistapahtumat tukevat yhteisöllisyyttä, tasa-arvoa ja saavutettavuutta, ja ne mahdollistavat kulttuurielämykset kaikille riippumatta taloudellisesta asemasta. Ilmaistapahtumat toimivat arvokkaana näyttämönä uusille lahjakkuuksille, tarjoten heille tilaisuuden tuoda esiin osaamistaan ja kehittää taitojaan edelleen. Monet ilmaistapahtumat syntyvät vahvasta tee -se -itse -hengestä, kuten punk-skenessä, jossa ne ovat olleet olennainen osa alakulttuurien kehitystä.

3.4.1 Lepakkoluola

Lepakkoluola eli Lepakko oli Helsingin Ruoholahdessa sijaitseva kulttuurillisesti merkittävä keikkapaikka erityisesti 1980- ja 1990-luvuilla, jossa esiintyi lukuisia kotimaisia ja kansainvälisiä artisteja sekä bändejä. Helsinkiläinen musiikkikulttuuria ja nuorison hyvinvointia edistävä yhdistys ELMU ry yhdessä nuorisoyhdistyksen kanssa valtasi Lepakkoluolan elokuussa 1979 ja alkoivat kunnostaa paikkaa. Ennen pitkää kaupunki vuokrasi entisenä alkoholistien yömajana toimineen Lepakon Elmulle nimelliseen hintaan. (Lepakkoluola 2025.)

Lepakko oli tunnettu erityisesti ilmaiskonserteista ja edullisista tapahtumista, joissa musiikki oli ensi sijalla. Konsertit vetivät puoleensa suuria yleisömääriä, ja monet kotimaiset bändit pääsivät kukoistamaan ensikertaa soittaessaan siellä. Taloudellinen esteettömyys veti puoleensa erityisesti nuoria ja opiskelijoita,

jotka olivatkin mukana järjestämässä tapahtumia yhdessä muiden kulttuuri-ihmisten kanssa. Lepakkoluola oli tila, jossa musiikki ja taide sulautuivat vaihtoehtokulttuuriin luoden rennon, ainutlaatuisen ja ajattoman tunnelman. Siellä vallitsi vahva yhteisöllisyyden tunne ja tee -se -itse -mentaliteetti kukoisti. Se oli erinomainen paikka päästä kuuntelemaan valtavirrasta poikkeavia tyyliuuntia, löytää inspiraation tuulahduksia ja verkostoitua alan eri toimijoiden kanssa. Lepakkoluola purettiin syksyllä 1999. (Lepakkoluola 2025.)

Kaivopuiston kansanjuhla on ollut toinen merkittävä uranuurtaja ilmaistapahtumien kehitykselle Suomessa. Ilmaisia konsertteja järjestettiin vuodesta 1978 vuoteen 1999 vuosittain, ja tapahtuma keräsi enimmillään jopa 50 000 kävijää. Vuonna 2004 Helsinki-päivän konsertti järjestettiin Kaivopuistossa, ja se keräsi huonoista sääolosuhteista huolimatta 25 000 kävijää. Esiintyjinä oli tuolloin Suomen kärkinimiä, kuten Hanna Pakarinen, Antti Tuisku, Bomfunk MC's, Jonna Tervomaa, Tiktak, Kwan, Negative ja Neljä Ruusua. Jälleen vuonna 2018 Helsingin juhlaviikot järjestivät Elmu ry:n kanssa yhteistyössä Kaivarin kansanjuhlien perinnettä kunnioittavan ilmaiskonsertin Kaivopuistossa. Jälleen kerran lava oli täynnä Suomen kärkinimiä, kuten Maija Vilkkumaa, Von Hertzen Brothers & Jazz Orchestra yhdessä Paperi T:n kanssa. Vuonna 2014 Elmu suunnitteli konsertin järjestämistä, mutta taloudellisista syistä tapahtuma peruuntui. (Krenn 2014.)

Kaivopuiston kansanjuhla oli merkityksellinen tapahtuma, sillä se osoitti, että ilmaiskonserttiin voidaan saada kymmeniätuhansia kävijöitä, mikä oli tuohon aikaan epätavallisen suuri yleisömäärä. Tapahtuman voidaan ajatella lisänsen tulevien festivaalien suosiota, sillä kävijät saivat maksuttomasti kokeilla festari- maista tunnelmaa ilman pääsymaksua. Kaivopuiston kansanjuhla on toiminut inspiraation lähteenä moniin nykyisin järjestettäviin ilmaistapahtumiin kuten Helsinki-päivän konsertteihin. Muita esimerkkejä ovat mm. Ilosaarirockin ilmainen osuus torstaina ja Tammerfestin ilmaiskonsertit. Tapahtuma loi vankan perustan kaupunkifestivaalien ja ilmaistapahtumien kehitykselle, jotka ovat nykyään olennainen osa Helsingin ympärivuotista tapahtumatarjontaa.

Ilmaiskonserttien myötä ajatus festivaaleista alkoi leviämään ja nykyään suurin osa tapahtumista pitääkin sisällään paljon muuta oheistoimintaa musiikin lisäksi. Ilmaiskonsertit loivat kaiken kaikkiaan pohjan monipuoliselle kulttuuritarjonnalle, joka toteuttaa kaupallisuuden lisäksi muitakin arvoja kuten yhteisöllisyyttä ja kansanläheisyyttä. Suomessa on järjestetty lukuisia ilmaistapahtumia, jotka ovat keränneet suuria yleisömääriä ja olleet kulttuurisesti merkittäviä.

3.4.2 Suurimpia ja merkityksellisimpiä ilmaistapahtumia Suomessa

Helsingin Taiteiden yö on vuosittain kesällä järjestettävä tapahtuma, jossa kävijät pääsevät näkemään ja kokemaan taiteen ja kulttuurin monia muotoja ilman osallistumismaksua. Ohjelma koostuu erilaisista esityksistä, työpajoista, näytellyistä ja aktiviteeteista, joiden suunnittelussa kaupunkilaiset saavat olla mukana. (Taiteiden yö 2025.) Taiteiden yö nimellä olevaa tai vastaavanlaisen konseptin tapahtumaa järjestetään myös muissa kaupungeissa ympäri Suomea.

Perinteisesti Helsingin Taiteiden yö on toiminut ensimmäisenä päivänä aloittaen vuosittaiset useamman viikon mittaiset **Helsingin juhlat**. Juhlat viikkojen ohjelma on hyvin samankaltaista kuin Taiteiden yön, mutta tarjonta on laajempi. Ohjelmistoon kuuluu mm. musiikkia, tanssia, teatteria, kuvataidetta, kirjallisuutta ja elokuvia. Vaikka osa Juhlat viikkojen ohjelmasta on maksullista, voidaan se kuitenkin luokitella ilmaistapahtumaksi. Helsingin juhlat kertovat nettisivuillaan olevan Pohjoismaiden suurin kulttuurifestivaali. (Helsingin juhlat 2025.)

Vapputori on vuosittain järjestettävä kevään alkamista juhlistava tapahtuma. Vappu on perinteisesti opiskelijoiden ja työväen juhla. Vapputori on yksi Suomen perinteikkäimmistä juhlista ja se kookoaa yhteen valtavat määrät ihmisiä. Vapputori on myös esimerkki tapahtumasta, mikä järjestetään useassa kaupungissa ympäri Suomen. Helsingissä järjestettävällä Vapputorilla on omat perinteensä, joista mainittakoon Mantan lakitus, jossa Kauppatorilla tapahtuvassa

spektaakkelissa opiskelijat antavat Havis Amanda patsaalle vaahtopesun, jonka jälkeen laittavat sille lakin päähän. Muita perinteitä ovat mm. Kaivopuisto piknik tai vappubrunssi ravintolassa. Vapputori on merkittävä ilmaistapahtuma, missä yhdistyvät kulttuuri, yhteisöllisyys ja juhlatunnelma. Vapputorin ohjelman kuuluu myös usein musiikkiesityksiä, puheita ja erilaisia rientoja.

Kallio Block Party on vuosittain Alppilan ja Kallion alueella järjestettävä korttelitapahtuma, missä päivän ajaksi kadut tyhjennetään liikenteestä ja täytetään juhlakansalla. Tapahtuma on kaikille avoin ja sopivaa ohjelmaa löytyy jokaiselle. Musiikillinen pääpaino on elektronisessa musiikissa, mutta siellä kuulee paljon muitakin genrejä kuten Hip-Hoppia, rockia ja indietä. Kallio Block Party mahdollistetaan paikallisten vapaaehtoistyöntekijöiden ansioista eivätkä artistitkaan tavanomaisesti saa palkkaa esiintyessään tapahtumassa, joten kyseessä on kollektiivinen panostus boheemin kaupunkikulttuurin elävöittämiseksi.

Suviseurat on vanhoillislestadiolaisen herätysliikkeen vuosittain kesä-heinäkuun vaihteessa järjestämä kaikille avoin hengellinen tapahtuma. Vilkkaimpana päivänä paikalle saapuu lähes 90 000 kävijää eri maista, joista suurin osa on suomalaisia. Tapahtuma kestää noin 5 päivää ja tapahtumapaikka vaihtuu vuosittain.

Arabian katufestivaali on yksi Helsingin suurimmista taidetapahtumista. Se järjestetään vuosittain Arabianrannan alueella ja sen toteuttamisessa ovat mukana niin paikalliset asukkaat kuin alueella sijaitsevan Metropolian opiskelijat. Festivaali yhdistää eri taiteenaloja ainutlaatuisella tavalla ja on erittäin perheystävällinen. Festivaali on järjestetty jo 13 kertaa.

4 Tutkimusmenetelmät & tulokset

Tutkimusmenetelmänä käytän kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää, johon haastattelin kahta tapahtumajärjestäjää. Tutkimuskysymykseksi valitsin mikä on ilmaistapahtumien merkitys artisteille, yleisölle ja yrityksille.

Tein kyselyn kahden eri ilmaistapahtumia järjestävän organisaation johtajalle: Jakko Blomberille (Helsinki Urban Art) ja Steven Crooksille (Suomen Beatbotx-liitto ry). Kysyin heiltä heidän motiiveistaan järjestää ilmaistapahtumia, ja heidän vastauksensa olivat hyvin samansuuntaisia. He kertovat järjestävänsä tapahtumia ennen kaikkea siksi, että he itse arvostavat niitä ja haluavat luoda mahdollisuuksia ihmisille kokoontua yhteen viettämään laatu-aikaa ilman taloudellisia esteitä. Heidän tavoitteenaan on rikastuttaa kulttuuria ja vahvistaa yhteisöllisyyden tunnetta. Blombergin mukaan Tapulin Kyläjuhlista saatu myönteinen palaute rohkaisee häntä jatkamaan ilmaistapahtumien järjestämistä myös tulevaisuudessa. Crooksin mukaan organisaation päätavoitteena on ensisijaisesti järjestää mahdollisimman monia ja saavutettavia tapahtumia

Toinen haastatteluista toteutettiin kasvokkain ja toinen etäyhteyden välityksellä. Aineiston keruu perustui haastatteluihin, joissa kirjasin ylös vastausten keskeisimmät kohdat. Myöhemmin analysoin vastaukset kokonaisuudessaan ja etsin niistä toistuvia teemoja, joiden pohjalta muodostin kokonaisvaltaisen näkemyksen ilmaistapahtumien vaikutuksista.

Haastatteluista saatiin selville, että ilmaistapahtumien järjestämisen taustalla korostuu halu edistää tasa-arvoa ja saavutettavuutta sekä vahvistaa yhteisöllisyyttä. Tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden osallistua kulttuurielämään riippumatta taloudellisesta asemasta, ja niillä pyritään myös ehkäisemään sosiaalisia ongelmia kuten syrjäytymistä ja yksinäisyyttä. Vaikka ilmaistapahtumien vaikutuksia on vaikea mitata tarkasti, ne koetaan merkittäviksi paikallisen hyvinvoinnin ja organisaation näkyvyyden kannalta. Päätös tapahtumiin osallistumisesta perustuu rahoituksen saatavuuteen, omaan kiinnostukseen ja siihen, kuinka merkitykselliseksi tapahtuma koetaan.

Resurssien käytössä omat tekniset välineet ja verkostot auttavat, mutta tapahtumien toteutus vaatii silti lisätyövoimaa. Toistuvuus helpottaa suunnittelua, mutta yllättävät tilanteet ovat mahdollisia. Onnistumista arvioidaan kävijämäärän, palautteen ja tapahtumapäivän tunnelman perusteella. Yhteistyökumppanit ja sponsorit ovat usein ratkaisevassa roolissa etenkin isommissa tapahtumissa. Pitkällä aikavälillä ilmaistapahtumat eivät ole aina taloudellisesti kestäviä, mutta niiden kulttuurinen ja sosiaalinen merkitys tukee niiden jatkamista. Suurimmat haasteet liittyvät rahoitukseen, tilajärjestelyihin ja resurssien riittävyyteen, mutta vahva yhteisön tuki ja osallistumiskulttuuri kannattelevat toimintaa.

5 Punk tienraivaajana ilmaistapahtumille

1970-luvun puolivälissä alkunsa saanut punk on musiikkilaji, joka tunnetaan parhaiten aggressiivisesta ja nopeatempoisesta rockmusiikistaan. Punkmusiikki on usein yksinkertaista sekä rytmiltään, soinnuiltaan, kompositioltaan, että lyriikoiltaan. Kappaleiden sanoitukset kuvailevat tavallisesti teemoja kuten köyhyys, tasa-arvo, sota ja ympäristön tuhoutuminen. Kappaleet ovat lyhyitä, aggressiivisiä, ja täynnä energiaa. (Punk 2025.) Sen ydin ei ole virtuoosissa soitossa, vaan energian ja viestin välittämisessä. Punkissa keskeisenä teemana esiintyy tee - se -itse -henki ja se kuuluu myös punkmusiikissa kappaleiden yksinkertaisuutena, ja välillä amatöörien soittotaitojen puutteena. Punkmusiikki kannustaakin kaikkia luomaan musiikkia ilman erityisiä taitoja, painottaen tekemisen vapautta ja omaperäisyyttä.

Punk on musiikillisen ilmaisutapansa ohella paljon muutakin. Punk-ilmio sai alkunsa nuorison turhautuessa muun muassa lamasta, taloudellisista vaikeuksista, työttömyydestä ja ilmastonmuutoksesta. Tämä tarjosi otollisen maaperän punkin kapinalliselle sanomalle, ja kappaleiden sanoitukset ovatkin usein kantaaottavia ja käsittelevät näitä aiheita. Punk syntyi vastareaktionä yhteiskunnan normeille, ja siitä kehittyi kulttuurillinen, musiikillinen ja ideologinen ilmiö. Punk ei ole pelkästään musiikkia, vaan asenne, elämäntapa ja monille kapinan

muoto. Se on historiansa aikana kehittynyt monimuotoiseksi alakulttuuriksi, jolla on edelleen suuri vaikutus nykypäivän musiikkiin, muotiin ja yhteiskunnalliseen ajatteluun. (Punk rock 101 2022.)

Punkista opittiin asenne tekemistä kohtaan: jos jotain haluttiin tehdä, niin se voitiin tehdä. Ennen punkkia ajateltiin ehkä asioiden, kuten levy-yhtiön perustamisen, omakustanteisen albumin julkaiseminen tai keikan järjestämisen olevan asioita, jotka vaativat paljon resursseja ja ammattitaito, mutta ajatus muuttui punkin myötä. Tee -se -itse -mentaliteetti oli punkissa ja sen nousussa vahvassa asemassa ja sen myötä alettiin järjestämään tapahtumia omakustanteisesti mahdollisimman pienillä budjeteilla, hyödyntäen resursseja kuten hylättyjä tiloja, paikallisia yhteisöjä ja yrityksiä.

Yksi suurimmista punkin saamista mediahuomioista oli, kun vuoden 1976 joulukuussa Sex Pistols kutsuttiin paikkaamaan Queenia Bill Grundyn *Today*-televisio-ohjelmaan. Sex Pistolsin Steve Jonesin ja Grundyn välillä tuli kiivas sanaharkka, jossa Jones haukkui Grundyn live-tv:ssä niin, että punk ylitti uutiskynnyksen Englannin joka kolkassa, mutta myös maailmanlaajuisesti. Negatiivisävytteinen mediahuomio punkin suuntaan johti mm. siihen, että punk bändien keikkoja peruttiin tulevana viikkoina. Vuonna 1977 punk räjähti joka tapauksessa kaikkien tietoisuuteen ja muutti koko musiikkimaailman ja sen pelisäännöt. (Junttila 2017, s. 11.)

Yhdysvalloissa Black Flagin ja Dead Kennedysin kaltaisten yhtyeiden johtama hardcore punk -liike oli edelläkävijä epätavallisten tilojen (varastot, VFW-hallit, yhteisökeskukset) käyttönottamisessa kaiken tyyppisille esityksille. Tämä loi suuntaa tapahtumille, jotka toimivat lahjoitusten varassa tai ilmaiseksi ilman perinteisten kaupallisten keikkapaikkojen rajoitteita.

Sex Pistols oli keskellä kolmen päivän kiertuetta, jolloin heidän levy-yhtiönsä EMI soitti kertoakseen, että eivät kykene promotoimaan yhtyeen levyjä heidän hankkimansa negatiivisen julkisuuden vuoksi. Vastineeksi Sex Pistolsin McLaren päätti järjestää valokuvasesion, jossa yhtyeen jäsenet repivät EMI:n

Anarchy in the U.K. -julistetta. Tapahtunut kuvaa hyvin punk aikakauden henkeä: otettiin hyöty irti sieltä mistä voitiin kaunistelematta asioita liikaa. (Junttila 2017, s. 19.)

Punk-, rave- ja anarkistisista liikkeistä tunnettu Reclaim the Streets järjesti spontaaneja, ilmaisia katujuhlia protesteina. Nämä tapahtumat, joissa punkin anarkistinen henki yhdistettiin elektroniseen musiikkiin, osoittivat, kuinka tee -se -itse -organisaatio voi luoda laajamittaisia, häiritseviä ilmaisia tapahtumia. (Wikipedia 2025.)

1970-luvun lopusta 1980-luvulle Crass, anarko-punk-yhtye, toimi perinteisen musiikkiteollisuuden ulkopuolella ja puolusti ilmaisia tapahtumia ja omakustanteista mediaa. Heidän avoimesta Dial Housesta tuli tee -se -itse -kulttuurin keskus, joka vaikutti squatter-liikkeisiin ja yhteisön järjestämiin punkfestivaaleihin, jotka hylkäsivät yritysten sponsoroinnin. (Berger 2006.)

Rock Against Racism (1976–1981) oli liike, joka käynnistettiin vastauksena Eric Claptonin kaltaisten muusikoiden rassistisiin huomautuksiin. Se järjesti sarjan ilmaisia tai edullisia konsertteja, mukaan lukien massiivisen 1978 Carnival Against the Nazis -tapahtuman Lontoossa. Tämä osoitti, kuinka punk voi mobilisoida yhteiskunnallisiin tarkoituksiin, ja toimia edelläkävijänä. Tällaiset aktivistivetoiset, esteettömät tapahtumat toimivat malleina, jotka inspiroivat myöhempiä ilmaisia festivaaleja, konsertteja ja muita tapahtumia. (White 1980.)

6 Ilmaistapahtumat

Ilmaistapahtumia ja niiden vaikutuksia on tutkittu useilla eri aloilla, erityisesti kulttuurisen saavutettavuuden ja yhteisöllisyyden näkökulmista. Esimerkiksi tutkimukset kulttuurisen saavutettavuuden parantamisesta käsittelevät sitä, miten ilmaistapahtumat voivat lisätä osallistumista kulttuurisiin aktiviteetteihin erityisesti vähemmistöryhmien, vammaisten ja muiden heikommassa asemassa olevien ryhmien keskuudessa. Tämä lisää kulttuurin saavutettavuutta ja yhteiskunnallista tasa-arvoa, ja samalla rikastuttaa yhteisöjä taloudellisesti ja sosiaalisesti. (Cultural access, 2025.)

Lisäksi ilmaistapahtumia on tarkasteltu osana kulttuuristen tapahtumien monimuotoisuuden lisäämistä, erityisesti tapahtumien sukupuoli- ja sosiaalisen inklusion näkökulmasta. Esimerkiksi Montrealin elektronisen musiikin skeneen liittyvä tutkimus nosti esiin, miten ilmaistapahtumat tukevat aliedustettujen ryhmien mahdollisuuksia sekä rakentavat solidaarisuutta ja tasa-arvoisempia verkostoja. (Navigating gendered spaces 2024.)

Nämä tutkimukset viittaavat siihen, että ilmaistapahtumat eivät ainoastaan edistä kulttuurista saavutettavuutta, vaan toimivat myös alustana yhteiskunnallisten tavoitteiden, kuten osallisuuden, tasa-arvon ja yhteisöllisyyden vahvistamiselle.

6.1 Ilmaistapahtumien merkitys artisteille

Kun kappaleessa puhutaan artistista, tarkoitetaan termillä myös taiteilijoita, käsityöläisiä, käsikirjoittajia, kirjailijoita, runoilijoita, tanssijoita ja kaikkia muita luovan tekemisen ja itseilmaisun parissa työskenteleviä ammatteja. Vaikka esimerkit perustuvat musiikkia esittäviin artisteihin, voi samoja periaatteita soveltaa muillekin taiteenaloille.

Ilmaistapahtumissa uusilla artisteilla on loistava mahdollisuus päästä harjoittelemaan esiintymistä. Esityksistä saatu palaute on arvokasta artistin kehityksen

kannalta. Mm. yleisöltä saatujen reaktioiden kautta saa arvokasta reaaliaikaista palautetta esityksen onnistumisesta. Artistit voivat myös esimerkiksi pyytää ystäviään kuvaamaan videolle esityksensä, jolloin sitä voi itse katsoa jälkeenpäin ja pohtia, mikä meni hyvin ja mikä huonosti. Ilmaistapahtumat ovat loistava paikka tuleville artisteille saada inspiraatiota myös toisista artisteista. Monet ilmaistapahtumat ovat ikärajoittomia, mikä mahdollistaa nuorten osallistumisen. Levyttävälle artisteille ilmaistapahtumat tarjoavat yleensä vapaamman alustan esittää taidetta ilman levy-yhtiöiden tai tapahtumanjärjestäjän asettamia kaupallisia paineita. Kaiken kaikkiaan ilmaistapahtumat ovat loistava mahdollisuus artisteille kokeilla uusia lähestymistapoja, ottaa riskejä ja kehittää artistiuttaan. (Jurvanen 2021.)

Oman kokemukseni mukaan monissa ilmaistapahtumissa kuten avoimissa *Open mic*-tapahtumissa voi olla monenlaisia esityksiä saman tapahtuman aikana. Voi sattua esimerkiksi tilanne, jossa viimeiset viisi esiintyjää ovat olleet räppäreitä ja seuraavaksi lavalle astuva artisti puolestaan esittää kauniisti kansanmusiikkia kanteleen säestämänä. Tämänkaltaiset tilanteet pakottavat esiintyjät sopeutumaan uusiin esitysympäristöihin ja miettimään, miten heidän taiteensa toimii eri yhteyksissä. Joskus oppitunnin arvo piilee siinä, että kaikki ei yksinkertaisesti sovi yhteen, mutta toisinaan eri taidelajit voivat yhdistyä yllättävän harmonisesti ja toimia inspiraation lähteenä. Tällaisia hetkiä saattaa esiintyä erityisesti vapaamuotoisissa ja ei-niin-tarkasti suunnitelluissa tapahtumissa, verrattuna suurempiin, usein kaupallisiin festivaaleihin. Toki festivaaleillakin voidaan yhdistää eri taiteen muotoja, mutta ne ovat yleensä huolellisesti ennalta suunniteltuja.

Yleisö ja ympäristö vaikuttavat valtavasti siihen, miten joku asia otetaan vastaan. Useat artistit huomaavatkin tämän ilmiön urallaan enemmän tai myöhemmin. Esim. Jos on buukannut koko kesän täyteen festarikeikkoja ja on suunnitellut samanlaisen setin jokaiseen paikkaan, saattaa huomata, että mikä toimi juhannusfestareilla, ei välttämättä toiminutkaan rock festareilla. Kulttuurillisella

kontekstilla on myös suuri vaikutus. Varsinkin ulkomaille mennessä/sieltä tullessa tulee ottaa huomioon kulttuurilliset erot ja kunnioittaa paikallisia tapoja ja perinteitä. Eri paikoissa sama taide voidaan tulkita täysin eri tavoilla.

Ilmaiset tapahtumat tarjoavat artisteille mahdollisuuden verkostoitua alan ihmisiin, mikä voi auttaa uralla etenemistä. Parhaimmassa tapauksessa kykyjenetsijä voi bongata nuoren artistin esiintymässä ilmaistapahtumassa ja tarjota levytyssopimusta suoraa kättelyssä. Realistisempi polku kuitenkin monille on rakentaa verkostoaan ja kehittää taidettaan pala palalta. Ilmaistapahtumissa esiintymällä artistit voivat saada itselleen vannoutuneen yhteisön vannoutuneita faneja, jotka ovat lojaaleja ostamaan mm. bändin julkaisemaa *merchandise*a tai maksullisten keikkojen tullessa maksamaan rahaa pääsylipusta. Tämänlainen yhteisö voi olla hyvinkin kannatteleva voima artistien alkutaipaleella. Esim. *Arctic Monkeys* sai alkunsa soittamalla monia ilmaiskeikkoja. (Jurvanen 2021.)

Ilmaistapahtumassa esiintyminen ei tarkoita sitä, etteikö artistit voisi saada tuloja tapahtumasta myymällä tuotteitaan tai pyytämällä lahjoituksia. Vaikka tämänkaltaiset tulot ovat yleensä marginaalisia, ne saattavat olla suuri motivaattori taiteen tekemisen jatkamiseen. Vaikka tapahtuma on ilmainen yleisölle, se ei aina tarkoita sitä, etteikö artistit saisi palkkaa. On tärkeää erotella, onko ilmaistapahtuma ilmainen myös artistien palkkion puolesta. Monet tapahtumat tarjoavat artisteilleen apurahoja ja/tai matka-/ruokakorvauksia, vaikka eivät perisikään asiakkailta maksua pääsylipuista. (Jurvanen 2021.)

Korkea tasoisissa tapahtumissa kokemattomilla artisteilla voi olla suuret paineet esiintyä muiden esiintyjien tason vuoksi. *Open mic*-tapahtumissa on usein juontaja, joka on rentouttamassa ilmapiiriä ja kannustamassa vähempiosaisiakin yrittämään. Tämä on erittäin tervettä asennetta varsinkin nuorille, jotka kaipaavat hieman kannustusta päästäkseen alkuun.

Mitä enemmän artistit esiintyvät ilmaiseksi, sitä enemmän yleisö tottuu siihen, ja ilman lojaalia faniyhteisöä voi olla haastavaa saada ihmisiä maksamaan pääsy-

lipuista, jotka aiemmin olivat ilmaisia. Vaikka ihmiset ymmärtävät, ettei ilmais-keikkoja voi järjestää ikuisesti, se voi silti vaikuttaa heidän kulutuskäyttäytymiseensä. Alkuvaiheessa olisikin suositeltavaa säilyttää tasapaino maksullisten ja maksuttomien keikkojen välillä. Artistin vetovoima voi kärsiä myös alueellisesti liiallisen ilmaistarjonnan seurauksena.

Monet ilmaistapahtumat ovat toteutettu punkista kummunneella tee -se -itse -hengellä, johon tyypillistä on järjestyskustannusten minimointi ja mahdollinen epäammattimaisuus liittyen käytännössä katsoen mihin vaan. Kyse voi olla heikosta osaamisesta kaluston suhteen, mistä seuraa heikko äänenlaatu, promootion vajeesta, tai epäluotettavasta maksulogiikasta. Tapahtuma voi olla epäviihtyisä myös esim. heikon juonnon tai viihtyvyyden puolesta. Artistien esiintyessä heikkolaatuisissa tapahtumissa heidän brändinsä kärsii tapahtuman ohella. Artistin näkökulmasta on tärkeää varmistaa etukäteen oleelliset seikat kuntoon, mikäli on epävarma järjestäjästä.

6.2 Ilmaistapahtumien merkitys yleisölle

6.2.1 Ihmisten sosiaaliset tarpeet

”Mitä enemmän positiivisia kokemuksia sosiaalisista suhteista on, sitä helpompi niitä on luoda jatkossakin.” (YTHS 2023.)

Ihmisten sosiaaliset tarpeet viittaavat haluun kuulua ryhmään, kokea yhteenkuuluvuutta, hyväksyntää ja rakkautta. Nämä tarpeet ovat keskeinen osa *Maslow'n* tarvehierarkiaa, joka sijoittaa ne turvallisuuden ja fysiologisten tarpeiden yläpuolelle, mutta ennen itsensä toteuttamista. Vaikkakin *Maslow'n* tarvehierarkia on synnyttänyt kritiikkiä varsinaisten tutkimusten puutteesta sekä länsimaiskeskeisyydestä, ihmisen tarve kuulua ryhmään on huomioitu myös muissa psykologisissa ja sosiaalisissa teorioissa, kuten evoluutiopsykologiassa. (Miina & Ville 2025.)

Ilmaistapahtumat ovat loistava tilaisuus päästä näkemään kavereita ja vahvistaa nykyisiä suhteita tai tutustumaan uusiin ihmisiin samalla kun jotain mielekästä tapahtuu. Tapahtumiin osallistuminen edistää yhteisöllisyyden tunnetta ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta, mikä puolestaan auttaa ihmisiä tuntemaan itsensä vähemmän yksinäiseksi ja voimaan paremmin.

Liisa Uusitalo-Arolan mukaan ihmisellä on viisi sosiaalista perustarvetta, jotka pakottavat ihmisen reagoimaan, halusi tai ei. Nämä tarpeet ovat status, turvallisuus, hallinnan tunne, yhteyden kokeminen ja reiluuden kokeminen. (Uusitalo-Arola 2025.)

Status: Ihmiset ovat laumaeläimiä ja seuraavat jatkuvasti omaa asemaansa ryhmässä. Se, kuka saa antaa palautetta ja kuka kuuntelee, heijastaa sosiaalista hierarkiaa ja aseman vaihtelua. Palautteen vastaanottamista voi helpottaa, jos annetaan tilaa vastaanottajalle arvioida itse omaa suoriutumistaan. Tämä voi viestiä tasapuolisuudesta ja siitä, ettei toinen ole vähäarvoisempi. Tasa-arvoa voi edistää aidolla arvostuksella, kiittämisellä ja kehumisella, sillä ne lämmittävät ja tasoittavat statuseroja.

Turvallisuus on perustarve, joka kattaa sekä fyysisen että psykologisen ja sosiaalisen turvallisuuden. Henkinen turvattomuus voi syntyä, jos ei voi ennakoita tapahtumia tai joutuu käsittelemään toisten muuttuvia mielialoja. Turvattomuus voi aiheuttaa stressiä samalla tavalla kuin fyysinen uhka. Turvallisuudentunnetta voi vahvistaa keskittymällä asioihin, joihin voi vaikuttaa, sen sijaan että antautuu tilanteen uhkaavuudelle tai muiden mielten arvaamattomuudelle. Jos turvattomuus vaikuttaa pitkäaikaisesti elämään, ongelmat voivat ratketa vähitellen, ja tuen pyytäminen voi auttaa säilyttämään todellisuudentajun ja uskon parempaan tulevaisuuteen.

Hallinnan tunne liittyy turvallisuuteen ja omiin kykyihin toimia vaikeissakin tilanteissa. Esimerkiksi katastrofeissa pienimmillä henkisillä vaurioilla selviävät ne, jotka pystyvät toimimaan edes jollain tavalla omaksi ja muiden selviämisen tueksi. Hallinnan tunne kytkeytyy myös sosiaaliseen statukseen. Liiallinen ohjailu

esimerkiksi esimiehen tai puolison toimesta voi heikentää toisen kokemaa itsenäisyyttä ja statusta, mikä vähentää myös luovaa tekemistä ja itsenäistä päätöksentekoa. Sopimukset voivat kuitenkin auttaa lisäämään hallinnan tunnetta. Niiden avulla voidaan sopia avun pyytämisestä sekä siitä, miten asioista sovi- taan, mikä vahvistaa kaikkien osapuolten hallinnan tunnetta ja yhteistyötä.

Yhteyden kokeminen sisältää tunnesiteitä, tykkäämistä ja halun olla lähellä. Näihin liittyy odotuksia ja aiempia kokemuksia ihmissuhteista. Yhteyden voi myös määritellä kokemukseksi siitä, että ollaan samalla puolella tai jaetaan yhteisiä intressejä, joskus myös vastustetaan samoja asioita yhdessä. Usein pyrki- mykset hyvään yhteyteen voivat johtaa turhautumiseen, jos toimitaan vaati- malla, syyttämällä tai provosoimalla. Parempi tapa voi olla ensin rakentaa yh- teyttä itseen – keskustella omien tunteiden kanssa, kirjoittaa tai pohtia tunteiden taustaa. Kun omat asiat ovat selvillä, vuorovaikutus muiden kanssa helpottuu.

Epäreiluuden kokeminen herättää inhoa, joka saa ihmiset ottamaan etäisyyttä tai työntämään pois ne, jotka koetaan epäreiluiksi. Uupumuksen yhteydessä tämä voi auttaa lopettamaan tilanteen, joka aiemmin tuntui innostavalta ja pe- rustarpeita palvelevalta. Epäreiluuden taustalla voi olla arvostiriitoja: usein odotetaan vastavuoroista sitoutumista ja joustamista, mutta näin ei aina käy. Kuulluksi tulemisen kokemus voi jäädä vähäiseksi, ja reiluudessa pysyminen voi tuntua haastavalta. Ratkaisuna voi olla pohtia ja selvittää omat sydämen arvot ja toimia niiden mukaisesti. Vaikka vaikutus muihin on rajallinen, itsensä kanssa linjassa pysyminen selkeyttää sekä omaa ajattelua että vuorovaikutusta muiden kanssa.

6.2.2 Onnellisuus

Tapahtumiin osallistumisen ja onnellisuuden välistä yhteyttä on tutkittu useissa psykologian, sosiologian ja hyvinvointitutkimuksen tutkimuksissa. Yleisesti ot- taen tutkimukset osoittavat, että osallistuminen tapahtumiin, kuten kulttuuri- tai urheilutapahtumiin, yhteisöllisiin aktiviteetteihin ja sosiaalisiin tilaisuuksiin, voi

parantaa yksilön hyvinvointia ja onnellisuutta. Tämä perustuu useisiin tekijöihin, kuten sosiaalisiin yhteyksiin, elämyksellisyyteen ja itsensä toteuttamiseen.

Harvardin pitkäaikainen onnellisuustutkimus (Waldinger & Schulz 2023.) korostaa sosiaalisten yhteyksien tärkeyttä onnellisuudelle. Vaikka tutkimus ei keskity yksinomaan tapahtumiin, se osoittaa, että ihmisten välinen vuorovaikutus – joka on olennainen osa tapahtumiin osallistumista – on keskeinen tekijä elämänlaadun parantamisessa. Tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden luoda ja ylläpitää sosiaalisia siteitä, jotka ovat yksi tärkeimmistä onnellisuuden lähteistä.

Cornellin yliopiston tutkimus (Gilovich 2014.) havaitsi, että rahankäyttö elämyksiin, kuten tapahtumiin osallistuminen tekee ihmisistä onnellisempia kuin materiaalin ostaminen. Elämyksellisyys tuo pitkäaikaista iloa, koska muistoihin palaaminen voi tuottaa mielihyvää pitkään tapahtuman jälkeen. Tapahtumat, kuten konsertit, festivaalit ja urheilutapahtumat, tarjoavat ainutkertaisia kokemuksia, jotka lisäävät tyytyväisyyttä ja onnellisuutta.

Brittiläisessä tutkimuksessa (Fancourt & Steptoe 2019.) havaittiin, että osallistuminen kulttuuritapahtumiin, kuten teatteriesityksiin, taidenäyttelyihin ja musiikki-tapahtumiin, liittyy korkeampaan elämänlaatuun ja onnellisuuteen. Myös säännöllinen osallistuminen kulttuuritoimintaan voi vähentää stressiä ja lisätä henkistä hyvinvointia. Kulttuuritapahtumat rikastuttavat elämää tarjoamalla uusia näkökulmia ja esteettisiä elämyksiä.

The Lancet -lehdessä julkaistu tutkimus (Chekroud et al. 2018.) osoitti, että fyysinen aktiivisuus, erityisesti ryhmässä tehtynä, vähentää merkittävästi mielen-terveyden ongelmia ja lisää onnellisuutta. Urheilutapahtumiin osallistuminen, joko katsojana tai osallistujana, vahvistaa tätä vaikutusta. Ryhmätoiminnot ja fyysinen osallistuminen edistävät sosiaalista tukea ja fyysistä hyvinvointia, mikä parantaa mielialaa.

Sosiaalisen osallisuuden esteitä tarkastelevat tutkimukset, kuten WHO:n raportit, osoittavat, että mahdollisuus osallistua julkisiin ja yhteisöllisiin tapahtumiin lisää elämänlaatua erityisesti niillä, joilla on rajoituksia osallistumisessa. Yhdenvertaisuus tapahtumiin pääsyssä on tärkeä tekijä onnellisuuden edistämässä.

Tapahtumiin osallistumisen vaikutus onnellisuuteen perustuu seuraaviin mekanismeihin:

Sosiaaliset yhteydet: Tapahtumat tuovat ihmisiä yhteen ja vähentävät yksinäisyyttä.

Elämyksellisyys: Ainutlaatuiset kokemukset luovat pitkäkestoista iloa.

Itseilmaisu: Mahdollisuus olla osa jotain suurempaa tai osallistua aktiivisesti antaa merkityksellisyyden tunnetta.

Stressin vähentäminen: Tapahtumat voivat tarjota irtioton arjesta ja edistää rentoutumista

6.2.3 Saavutettavuus

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että palvelut, ympäristöt, viestintä ja tuotteet ovat kaikkien ihmisten käytettävissä mahdollisimman itsenäisesti ja yhdenvertaisesti. Se sisältää fyysisen, teknisen, sosiaalisen, taloudellisen ja digitaalisen saavutettavuuden osa-alueet, joissa huomioidaan erilaiset tarpeet, kuten liikuntarajoitteet, aistivammat, talous- ja oppimisvaikeudet, ikääntyminen ja kielitausta.

Saavutettavuus ei tarkoita vain esteettömyyttä eli fyysisten esteiden poistamista, kuten ramppien rakentamista tai hissien lisäämistä. Se kattaa myös esimerkiksi selkeän viestinnän, digitaalisten palvelujen käytettävyyden, kulttuurillisen ymmärrettävyyden ja psykologisen turvallisuuden. Tavoitteena on luoda ympäristöjä ja kokemuksia, joissa jokainen voi osallistua, kokea osallisuutta ja

hyödyntää mahdollisuuksia ilman kohtuutonta lisäapua tai ulkopuolisen henkilön tukea.

Taloudellinen saavutettavuus viittaa siihen, kuinka helposti yksilöillä tai ryhmillä on varaa hankkia palveluita, tuotteita tai osallistua toimintoihin ilman, että heidän taloudellinen tilanteensa muodostuu esteeksi. Tämä käsite on erityisen keskeinen politiikassa, koulutuksessa, terveydenhuollossa ja kulttuurisessa osallistumisessa. Taloudellinen saavutettavuus ulottuu myös harrastuksiin, kulttuuritapahtumiin ja urheiluun. Esimerkiksi ilmaiset museot, edulliset liikuntapalvelut tai kulttuuriset apurahat parantavat saavutettavuutta.

Taloudellinen saavutettavuus ilmaistapahtumissa tarkoittaa sitä, että osallistuminen on mahdollista kaikille riippumatta heidän taloudellisesta tilanteestaan. Tapahtumat ovat maksuttomia, mikä poistaa merkittävän esteen monille ihmisille, erityisesti pienituloisille, opiskelijoille, perheille ja työttömille. Maksuttomuus voi houkutella myös satunnaisia osallistujia, jotka eivät välttämättä muuten investoisi rahallisesti kulttuuri- tai yhteisötapahtumiin.

Ilmaistapahtumat järjestetään usein helposti saavutettavissa paikoissa, kuten julkisissa puistoissa, kaduilla tai muissa yleisissä tiloissa, mikä vähentää myös matkakustannuksia. Lisäksi tapahtumissa voi olla ilmaisia oheispalveluita, kuten vesipisteitä, istumapaikkoja ja yhteisiä aktiviteetteja, jotka tekevät osallistumisesta mukavaa ja esteetöntä.

6.3 Ilmaistapahtumien merkitys Suomen Punk-skenelle

Ilmaistapahtumat ovat tärkeä osa Suomen punk-skenen perinnettä ja yhteisöllisyyttä. Ne tukevat punkin tee -se -itse -henkeä, joka korostaa saavutettavuutta ja yhteisöllistä toimintaa. Esimerkiksi Hässäkkä-päivät Oulussa ja Puntala-rock Lempäälässä ovat esimerkkejä tapahtumista, joissa painopiste ei ole kaupallisuudessa vaan alakulttuurien tukemisessa ja luovan ilmaisun mahdollistamisessa.

Punk-musiikin kentällä ilmaistapahtumat tarjoavat nuorille ja marginaaliryhmille mahdollisuuden osallistua kulttuuritoimintaan ilman taloudellisia esteitä. Monet tapahtumat, kuten Love Is Punk -kiertue, yhdistävät musiikin lisäksi myös oheistoimintaa, kuten kilpailuja ja työpajoja, mikä vahvistaa yhteisöllisyyttä ja tekee punkista entistä saavutettavampaa erilaisille yleisöille.

Helsinki Urban Artin järjesti ilmaiset punk-keikat Tapiolan Kulttuuriaukiolla 10. elokuuta 2024 osana Alakulttuuriauquio-tapahtumasarjaa. Tapahtumassa esiintyivät muun muassa legendaarinen, Suomen tunnetuimpana Punk bändinä tunnettu hardcore-punk-yhtye Terveet Kädet, poliittisesti kantaaottava Aivoläivistys, melodista punkia soittava Saa Kiljua, sekä Ydinperhe ja Maria Makaaberi. Tapahtuma oli kaikille avoin ja ilmainen, ja se järjestettiin yhteistyössä tapahtumatali Kuplan kanssa, joka tarjosi paikallisten panimoiden juomia keikkayleisölle. Tällaiset tapahtumat vahvistavat alakulttuurien näkyvyyttä ja tarjoavat tilaisuuden tuoda erilaisia musiikkigenrejä helposti saavutettaviksi kaupunkitilassa. Tämä edistää myös yhteisöllisyyttä ja vaihtoehtoisen musiikkikulttuurin tunnettua laajemmalle yleisölle. (Helsinki Urban Art, luettu 20.1.2025) Varsinkin punkin kaltaisten marginaaligenrejen elinvoimaisuuden kannalta on tärkeää saada uusia kuuntelijoita, jotka tulevaisuudessa käyvät maksullisillakin keikoilla.

Punkin vaikutus ei rajoittunut pelkästään musiikkiin, vaan sen tee -se -itse -asenne rohkaisi kokonaisia sukupolvia ottamaan oman elämänsä ja luovutensa hallintaan. Ilmaistapahtumat ovat olleet historiallisesti tärkeä tapa tuoda esiin yhteiskunnallista aktivismia ja taistella elitismiä vastaan. Ilmaistapahtumat tarjoavat kaikille tasavertaisen mahdollisuuden osallistua ja kokea punk-kulttuurin ydinarvot käytännössä. (Vaarinkuullut 2024, luettu 20.1.2025)

6.4 Ilmaistapahtumien merkitys yrityksille

Teknologisen kehityksen myötä saapuneen jatkuvan informaatiovirran vaikutuksena perinteinen mainonta on menettänyt arvoaan. Ihmiset altistuvat valtavalle määrälle tietoa monista eri kanavista, joten yhtä ainoaa oikeaa tapaa markkinoida koko kohderyhmälle ei ole olemassa. Parastakaan tapaa ei välttämättä

ole helppoa selvittää, sillä tilanteet ja sitä kautta myös ihmisten kulutuskäyttäytyminen muuttuvat jatkuvasti. Joka tapauksessa olemme siirtyneet aikaan, jolloin keskustelupalstoille kirjoitetuilla asiakkaiden arvioilla tuotteesta on enemmän merkitystä kuluttajalle, kuin itse tuotteen mainostajalla. Vaikka mainonta vaikuttaa alitajuntaan huomaamattamme, ihmiset ovat oppineet tunnistamaan sen tarkoituksen ja näkemään sen läpi. Koska mainoksia on nykyään kaikkialla, on vaikea uskoa kaiken olevan merkityksellistä. (Wallo 2016, s. 19.)

Tapahtumamarkkinointi nimensä mukaan yhdistää markkinoinnin tapahtumalliseen muotoon. Kyseessä on tavoitteellista toimintaa, missä kohderyhmä ja tavoitteet ovat ennalta määriteltäviä. Tarkoituksena on välittää organisaation määrittelemä viestiä, esim. vahvistaa positiivista mielikuvaa tuotteista tai palveluista ja houkutella ihmiset osallistumaan interaktiivisesti tapahtuman teemaan liittyen. Tapahtumamarkkinointi on laaja käsite, mutta yleisesti ottaen se on strategisesti suunniteltua ja usein pitkäjänteistä toimintaa, jossa yritys viestii kohderyhmilleen tietyssä ympäristössä hyödyntäen osallistamista ja elämyksellisyyttä (Wallo 2016, s. 20.) Usein yritysten järjestämät tapahtumamarkkinoinniksi luokitellut tapahtumat ovat ilmaisia.

Laajemman määritelmän mukaan tapahtumamarkkinointi kattaa kaikenlaiset interaktiiviset keinot, joilla yritys kokoaa asiakkaitaan yhteen tapahtuman merkeissä. Tapahtumamarkkinoinniksi voidaan myös määritellä mikä tahansa yrityksen myyntiä ja näkyvyyttä edistävä toimenpide, kuten tapahtumasponsoring, lanseeraukset, promootiot, messut tai jopa *flash mobit*. Oleellista tapahtumamarkkinoinnin kannalta on, että se on osa yrityksen markkinointistrategiaa ja vahvistaa yrityksen brändiä ja arvoja. Ammattimaisessa mielessä tapahtumat eivät saisi olla irrallisia, muuhun markkinointiin kytkemättömiä tempauksia, vaan kaiken markkinoinnin tulisi olla huolellisesti suunniteltu toimimaan kokonaisuutena. (Wallo 2016, s. 20.)

Tapahtumamarkkinoinnin suosio on kasvanut viime vuosina, ja erityisesti COVID-19-pandemian myötä virtuaali- ja hybriditapahtumat ovat vakiinnuttaneet

asemansa pysyvänä osana markkinointia. Teknologian kehittyessä on mahdollista luoda entistä kohdennetumpia ja tarkemmin räätälöityjä tapahtumakonsepteja, mikä puolestaan palvelee sekä yrityksiä, että asiakkaita. Tapahtumien avulla yritys voi luoda henkilökohtaisen yhteyden asiakkaisiin ja heidän tarpeisiinsa, jotain mihin perinteinen mainonta ei tällä hetkellä täysin kykene. (Aittola 2023.)

Some-alustojen kasvun myötä vaikuttajamarkkinoinnin suosio on myös kasvanut valtavasti. Vaikuttajamarkkinointia on alettu yhdistää tapahtumamarkkinointiin, ja vaikka sen suosio kasvaa jatkuvasti, on se jo vakiintunut tärkeäksi ja oleelliseksi osaksi tapahtumamarkkinointia. Vaikuttajamarkkinointi tarjoaa tapahtumille näkyvyyttä luomalla henkilökohtaisemman tuntuista markkinointimateriaaleja seuraajilleen verrattuna perinteiseen mainontaan. Monet vaikuttajat toimivat esikuvina seuraajilleen, ja heidän käytöksellään voi olla merkittävä vaikutus heidän kulutuskäyttäytymiseensä. Perinteisen markkinoinnin tavoin kuitenkin myös vaikuttajamarkkinoinnin suosion kasvaessa monet seuraajat saattavat alkaa nähdä markkinoinnin läpi ja ymmärtää, että tarkoituksena on vain myydä.

Ihmiset valitsevat seuraamansa vaikuttajat osittain sen perusteella, että he jakavat yhteisiä arvoja. Tällöin, kun vaikuttaja markkinoi tuotetta tai palvelua, voi syntyä tunne, että sen täytyy heijastaa vaikuttajan arvomaailmaa. Tämä voi kuitenkin johtaa harhaan, sillä monet, erityisesti aloittelevat vaikuttajat, saattavat mainostaa lähes mitä tahansa tuotetta tai palvelua, koska valinnanvaraa ei juuri ole. Houkutus epäaitoon mainontaan voi olla suuri myös suuremmilla vaikuttajilla, sillä yritykset tarjoavat usein houkuttelevia yhteistyömahdollisuuksia suurten seuraajakuntien omaaville vaikuttajille. Tapahtumamarkkinoinnin ja vaikuttajamarkkinoinnin suurimpia haasteita onkin uskottavuuden ja aitouden säilyttäminen. (Saastamoinen 2019.)

Ilmaistapahtumat palvelevat yrityksille monia tarkoituksia, joilla kaikilla on yhteinen tavoite: välittää yrityksen haluamaa viestiä kohderyhmälle ja houkutellessa heitä ostamaan yrityksen tuotteita tai palveluita. Ilmaistapahtumat tarjoavat mm.

loistavan mahdollisuuden yritykselle kerätä arvokasta tietoa asiakkaistaan, mitä he voivat jälkeenpäin käyttää hyväksi markkinoinnissaan ja tuotteiden/palveluiden kehittämisessä. (Nieminen 2018.)

Asiakaslähtöistä lähestymistapaa palveluiden kehittämiseen kutsutaan palvelumuotoiluksi. Palvelumuotoilu on asiantuntija-alue, joka tukee organisaatioita uusien palveluiden innovoinnissa ja olemassa olevien kehittämisessä käyttäjälähtöisen tutkimuksen avulla. Se yhdistää perinteiset palvelukehityksen menetelmät muotoilun toimintatapoihin, tarjoten monipuolisen työkalupakin prosessien asiakaslähtöiseen optimointiin. Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda merkityksellisiä asiakaskokemuksia, syventää ymmärrystä ihmisten tarpeista ja arjesta, tunnistaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä suunnitella ja toteuttaa toimivia palvelukokonaisuuksia. (Tuulaniemi 2011, s. 24, 27 ja 111.)

Tapahtumien taloudellinen aluevaikutus leviää paljon laajemmalle kuin itse tapahtumaan. Varsinkin suuremmissa tapahtumissa voi huomata selkeitä nousuja koko alueen taloudessa. Esim. Helsingissä järjestettävät Helsinki-päivä ja Taiteiden yö tuovat kaupunkiin suuren määrän kävijöitä ja täten elinvoimaistavat koko kaupunkia ja sen taloutta merkittävästi. Maksullisten festivaalien yhteydessä järjestettävät ilmaisosiot toimivat myös samalla periaatteella. Niiden suosio on ollut vuosin mittaan kasvussa ja niitä järjestetään mm. Ruisrockissa, Ilosaarirockissa ja Pori Jazzissa. (Kuivalainen et al. 2020.)

Tapahtumien taloudellinen vaikutus alueelle muodostuu monin eri tavoin. Maksulliset tapahtumat tuottavat järjestäjille tuloja pääsylipuista, mutta myös ilmais tapahtumien kävijät käyttävät rahaa esimerkiksi ruokaan, juomaan ja muihin palveluihin. Joensuun kaupungin toteuttaman *Elinvoimaa tapahtumista* -hankkeen selvityksen mukaan Pohjois-Karjalassa järjestetyt tapahtumat toivat alueelle merkittäviä taloudellisia hyötyjä: vuonna 2018 noin 18,2 miljoonaa euroa ja vuonna 2019 noin 16,4 miljoonaa euroa. Kesän tapahtumakausi onkin monille yrityksille tärkeä myynnin vauhdittaja ja joillekin jopa liiketoiminnan elinehto. (Laasonen 2020.)

Tapahtumien mukaan kulutettavat palvelut voivat vaihdella, mutta majoitus- ja ravitsemuspalvelut ovat aina keskeisessä roolissa. Lisäksi kuljetuspalvelut sekä vaate- ja ruokakaupat saavat paljon asiakkaita tapahtumien aikana. Paikkakunnan erikoisliikkeet ja paikallisia tuotteita myyvät liikkeet ovat tärkeitä, erityisesti muualta saapuville tapahtumavieraille. Yrityksille on tärkeää tunnistaa tapahtuman kohderyhmä ja niiden tarpeet. Tämän pohjalta voidaan miettiä, mitä kävijät tarvitsevat ja kuluttavat tapahtuman aikana. Näiden vaiheiden jälkeen on helppompaa määrittää, miten yritys voi parhaiten palvella tapahtumavieraita ja millä tavoin yrityksen markkinointia kannattaa lähestyä. (Kuivalainen et al. 2020.)

Tapahtumat ja ilmaistapahtumat toimivat kaikille niihin osallistuville tahoille potentiaalisena tilaisuutena verkostoitua uusin ihmisiin ja löytää yhteistyömahdollisuuksia. Verkostoituminen on yrityksen yksi tärkeimpiä työkaluja liiketoiminnan kehittämisen kannalta. Verkostot ovat erityisen tärkeitä pienyrityksille, jotka voivat hyödyntää yhteisön tarjoamaa tukea ja vertaistukea liiketoimintansa kehittämisessä, mutta olipa kyseessä minkä kokoinen yritys tahansa, hyvien kontaktien merkitystä ei voida väheksyä. Yleisesti ottaen voidaan olettaa, että jos yritys on onnistunut kasvamaan vauraaksi, sen on jo hyödyntänyt olemassa olevia kontaktejaan. Vauraankaan yrityksen tulevaisuus ei ole varma, joten heidänkin on tärkeää pysyä mukana kehityksessä ja omaksua uudet trendit. Tällöin myös uudet kontaktit ovat välttämättömiä.

Verkostoitumisen kautta yritys voi saada selville uusia ajattelutapoja ja mahdollisuuksia, mitä he eivät koskaan olisi itse osanneet ajatella. Emme voi koskaan tietää, milloin kysyntä ja tarjonta kohtaavat täydellisesti, luoden yhteistyön, joka hyödyttää kaikkia ja edistää yritysten kasvua. Verkostot tarjoavat tukea ja mentorointia, jotka voivat olla korvaamattomia liiketoiminnan kasvuvaiheessa. Kokee neet yrittäjät ja asiantuntijat voivat antaa arvokkaita neuvoja, jotka auttavat sinua selviytymään haasteista ja hyödyntämään uusia mahdollisuuksia parhaalla mahdollisella tavalla. Kasvotusten tapaaminen on myös ihmisille autenttisin tapa ottaa kontaktia ja hyvä ensivaikutelma on tärkeää ihmisten välisissä kohtaamisissa. Yritysten osallistuessa aktiivisesti erilaisiin tapahtumiin, kasvaa heidän tunnettuutensa ja brändinsä tapahtumaan osallistuvan sidosryhmän sisällä,

mutta myös sen ulkopuolella. Esimerkiksi, jos tunnettu julkisuudenhenkilö esiintyy tapahtuman aikana tehdyssä Instagram-julkaisussa henkilön kanssa, joka ei ole julkisesti tunnettu, tai mainitsee hänet lehtiartikkelissa, voi tämä nostaa kerätehtäällä yrityksen tunnettuutta maailmanlaajuisestikin.

Tutkimuksissa todettiin, että tiiminsisäinen kommunikointi on kriittisessä roolissa tiimin toiminnan, ja sitä kautta koko yrityksen kannalta. Kommunikoinnin todettiin olevan yhtä tärkeä tekijä, kuin yksilötaito, älykkyys tai persoonallisuus. Tapahtumien suunniteluun ja niihin osallistumiseen liittyvä interaktiivisuus on erittäin tehokas tapa kehittää näitä taitoja yrityksen sisällä. Yrityksen järjestämät työpäivät ja koulutuspäivät ovatkin nykyisin oleellinen osa yritysten toimintatapoja, sillä niistä on tutkitusti hyötyä yrityksen menestymisen kannalta. Varsinkin teknologian jättyyrityksillä kuten Googella tiedetysti panostetaan työntekijöiden hyvinvointiin ja maksimaaliseen suorituskyykyyn johtaviin menetelmiin, hyödyntäen, uusimpia tutkimustuloksia aiheeseen liittyen. (Pentland 2012.)

Sosiaaliset tarpeet ulottuvat niin yrityksen työntekijöihin kuin asiakkaihin. COVID-19-pandemian myötä yleistyneet etä- ja hybriditapahtumat ovat olleet merkittävä askel eteenpäin yritysten kasvumahdollisuuksien kannalta, mutta tutkimukset korostavat silti kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen merkitystä.

Ilmaistapahtuma käsitteenä pitää sisällään moneen eri tarkoitukseen pyrkiviä tapahtumia. Oli kyse sitten yrityksen brändin vahvistamisesta, tuotteiden mainostamisesta tai työntekijöiden hyvinvoinnin parantamisesta, ilmaistapahtumat ovat monipuolinen ja tehokas keino kehittää yrityksen toimintaa ja vahvistaa sen yhteyttä asiakas- ja työntekijäverkostoihin, luoden samalla positiivista näkyvyyttä ja sitoutumista.

7 Johtopäätökset & pohdintaa

Haastattelujen ja aineiston perusteella voidaan todeta, että ilmaistapahtumat lisäävät ihmisten hyvinvointia. Yhteisöllisyys syvenee ja paikallisen alueen viihtyvyys kasvaa. Ne madaltavat osallistumiskynnystä, rikastuttavat paikallista kulttuurikenttää sekä mahdollistavat erilaisten alakulttuurien näkyvyyden. Lisäksi ilmaistapahtumat vahvistavat järjestäjätahojen yhteiskunnallista roolia ja tukevat brändin rakentumista yhteisölähtöisen toiminnan kautta. Vaikka ilmaistapahtumien järjestäminen kohtaa taloudellisia ja resurssillisia haasteita, niiden koettu sosiaalinen arvo ja positiivinen vaikutus yhteisöön oikeuttavat panostukset. Pitkällä aikavälillä ilmaistapahtumat voivat toimia merkittävänä keinona edistää osallisuutta, ehkäistä syrjäytymistä ja luoda pohjaa kestäväälle paikalliselle kulttuuritoiminnalle.

Mielestäni onnistuin tavoitteessani suhteellisen hyvin. Tutkimusaineisto olisi voinut olla laajempi, mutta toisaalta en usko muutaman extra haastattelun muuttaneen opinnäytetyön prosessia merkittävästi. Jatkotutkimusmahdollisuuksia voisi olla mm. ilmaistapahtumien alueellisesti spesifit vaikutukset, mistä voitaisiin saada kaupunkikulttuurin kehitykseen hyödynnettävää dataa. Luotettavuuden näkökulmasta opinnäytetyö sisältää paljon faktaluontoista asiaa. Erityisesti omien tulkintojeni osalta kehotan lukijaa suhtautumaan kriittisesti ja muodostamaan itsenäisesti oman arvionsa niiden paikkansapitävyydestä.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut monipuolinen ja opettavainen matka. Vaikka aikataulut ovat toisinaan venyneet ja työ on vaatinut runsaasti ponnisteluja, tunnen nyt ylpeyttä valmiista lopputuloksesta ja arvostan kaikkea oppimaani, niin käsittelemistäni aiheista kuin omasta työskentelyprosessistanikin. Monesti hankalat tilanteet ovat juuri niitä, joista jää eniten oppeja käteen. Nyt koen, että tulevaisuudessa osaisin kirjoittaa ammattimaisen opinnäytetyön tai muun vastaavan dokumentin vaivattomammin, ja ehkä jopa nauttien prosessista.

Yksi suurimmista haasteista opinnäytetyötä kirjoittaessani oli nimenomaan ilmaistapahtumiin liittyvän aineiston puute. Tapahtumista ja niiden vaikutuksista

on kirjoitettu monia kirjoja, artikkeleita ja opinnäytetöitä, mutta ilmaistapahtumista oli haasteellista löytää hyviä lähteitä. Tietenkin tapahtumia käsitteleviä lähteitäkin voi soveltaa sopivaksi ilmaistapahtumiin, mutta se oli joka tapauksessa haasteellista. Toinen haaste oli se, että en ollut etsinyt aineistoa valmiiksi ennen opinnäytetyöni aloittamista. Mikäli olisin aloittanut aineiston keräämisestä, olisin saattanut päätyä erilaiseen aiheeseen ja sitä kautta tehdä koko prosessista itselleni helpomman.

Onnistuin mielestäni saamaan näkyville sen energian, jonka takia ihmiset oikeasti tekevät ilmaistapahtumia tai tapahtumia ylipäätään. En tiedä, kuinka hyvin osaan tuoda sen ilmi opinnäytetyössäni, mutta tärkeintä on tietenkin se, että koen itse sisäistäneeni asioita, joita voin jatkossa käyttää juuri kulttuurin luomiseen ja sitä kautta levittää ideoitani laajemmalle yleisölle kuin mitä opinnäytetyöni kautta.

Kokemukseni on, että monet ilmaistapahtumia järjestävät tahot haluavat yksinkertaisesti luoda saavutettavaa kulttuuria itselleen mielenkiintoisten aiheiden ympärillä. Omaan itse saman ideologian, ja monet tulevaisuuden suunnitelmistani liittyvät siihen, että haluan tuoda kulttuurin saavutettavasti ihmisten luo.

Ilmaistapahtumat osana yritysten markkinointistrategiaa ovat oma kokonaisuutensa, josta olisin voinut kirjoittaa vaikka kokonaisen opinnäytetyön. Ilmaistapahtumat ja kaupalliset tapahtumat liittyvät monella tapaa toisiinsa. Myös eikaupallisissa tapahtumissa pyritään usein markkinoimaan omaa toimintaa, mikä voi myöhemmin tuottaa taloudellista hyötyä. Toisaalta se, että tapahtuma on kaupallinen, ei tarkoita, etteikö sen järjestäjä voisi aidosti haluta luoda ja jakaa kulttuuria ihmisille.

Olen kirjoitushetkellä (20.3.2025) mukana järjestämässä tulevaa Kallio Block Partyä, josta on mainittu aiemmin tässä työssä. Kallio Block Party on täysin vapaaehtoisvoimin järjestettävä ja kaikille avoin ilmaistapahtuma. Projekti tulee varmasti opettamaan minulle paljon ilmaistapahtumiin ja niiden järjestämiseen

liittyviä asioita. Odotan oppivani mm., kuinka paljon resursseja tuon kokoinen ilmaistapahtuma vaatii ja miltä se tuntuu itse tapahtuma-aikana, kun on ennen sitä ahertanut 5 kuukautta projektin parissa täysin vapaaehtoisena.

Ilmaistapahtumat rikastuttavat kaupunkikulttuuria merkittävästi, siitä ei ole epäilystä. Esimerkiksi Malminkartanossa, missä asun, en ole viimeisen puolen vuoden aikana nähnyt tai kokenut yhtäkään tilannetta, jota voisin kutsua ilmaistapahtumaksi. Tietenkin viime kesällä täällä oli HUA:n järjestämät keikat ja työpaikat, ja tänä vuonna ne taitavat tulle uudestaan. Talvikaudet ovat tietenkin muualakin Suomessa hiljaisia varsinkin ulkona järjestettyjen ilmaistapahtumien suhteen. Joka tapauksessa, kun tarjonta on vaatimatonta, pienelläkin panoksella voi rikastuttaa oman asuinalueensa kaupunkikulttuuria ja viihtyvyyttä merkittävästi.

Mikä tai mitä ilmaistapahtuma oikeastaan on? Se voi olla niinkin yksinkertaista kuin, että ottaa mikrofonin ja kaiuttimen mukaan ja menee puistoon räppäämään. Jakamalla tempauksesta tietoa sosiaalisessa mediassa tulee samalla hoidettua markkinointi, ja jos mukana on vielä käyntikortteja tai mainoslehtisiä, voi niitä jakamalla vahvistaa näkyvyyttä entisestään. Moni saattaa mieltää tapahtuman järjestämisen työlääksi ja kynnyksen korkeaksi, mutta oma näkemykseni on, ettei sen tarvitse olla niin. Tämä on yksi tärkeimmistä seikoista, joita toivon opinnäytetyöni lukijan saavan irti pohdinnoistani.

Nykyisen someaikakauden valtavan sisältötulvan keskellä brändin näkyvyys ja erottuminen kilpailijoista ovat tärkeämpiä asioita kuin koskaan. Ilmaistapahtumien järjestäminen voi olla juuri se keino, joka nostaa sinut esiin joukosta. Lähes kaikki ovat sosiaalisessa mediassa, mutta harva uskaltautuu näyttäytymään yleisön edessä kasvokkain. Oma arvioni on, että tavallisen somemainonnan yleistyessä entisestään, tapahtumat markkinoinninkeinona vahvistavat merkitystään entisestään.

Lähteet

1. Aittola, Jyrki 2023. Mihin tapahtumamarkkinointi on menossa vuonna 2023? https://wolttigroup.fi/rohkeasti-markkinoita-valtaamaan-mita-on-tapahtumamarkkinointi-2023/?utm_source (Luettu 20.1.2025)
2. Ala-Nikkola & Hurme, Elina & Johanna 2024. Joukkoistaisitko? Tapahtuman tekeminen yhdessä edistää osallisuutta. <https://osallistuen.metropolia.fi/materiaalit/joukkoistaisitko-tapahtuman-tekeminen-yhdessa-edistaa-osallisuutta/> (Luettu 14.1.2025)
3. Berger, George 2006. The Story of Crass. PM Press (Luettu 17.1.2025)
4. Chekroud et al., Sammi R 2018. PubMed. Association between physical exercise and mental health. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30099000/> (Luettu 18.1.2025)
5. Cultural access. WSA Delaware. <https://artsfiles.delaware.gov/accessibility-disability-cultural-access.pdf> (Luettu 17.1.2025)
6. Fancourt & Steptoe, Daisy & Andrew 2019. PubMed. Cultural engagement and mental health. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31336219/> (Luettu 18.1.2025)
7. Gilovich, Thomas 2014. A wonderful life: experiential consumption and the pursuit of happiness. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S105774081400093X> (Luettu 18.1.2025)
8. Halme, Anna-Maija 2019. Kulttuuritapahtuma on hyvä investointi. <https://kotiseutuliitto.fi/kulttuuritapahtuma-on-hyva-investointi/> (Luettu 14.1.2025)
9. Helsingin juhlaviikot. Helsingifestival.fi. <https://helsingifestival.fi/> (Luettu 14.1.2025)

10. Helsinki Urban Art. <https://www.helsinkiurbanart.com/info/> (Luettu 14.1.2025)
11. Huhtaniska & Tirronen, Tytti & Johanna 2019. Faktaa ja fiilistä tapahtumatuottajalle. Helsinki. Edita Publishing Oy. (Luettu 14.1.2025)
12. Junttila, Jukka 2017. 1977 – Punkvallankumous. Otava. (Luettu 18.1.2025)
13. Jurvanen, Susanna 2021. Kohinaa esitysareenalla: Nuorten kulttuurisen osallisuuden vahvistaminen taidekasvatuksellisin keinoin. <https://nuorisotutkimus.fi/nakokulma82/> (Luettu 18.1.2025)
14. Kuivalainen et al., 2020. Karelia.fi. Onnistunut tapahtuma on hyväksi kävijälle, tekijälle ja alueelle. <https://www.karelia.fi/2023/06/onnistunut-tapahtuma-on-hyvaksi-kavijalle-tekijalle-ja-alueelle/> (Luettu 20.1.2025)
15. Krenn, Riikka 2014. Ilmainen kansanjuhla valtaa Kaivopuiston elokuussa – mukana tähtiesiintyjä! <https://www.rantapallo.fi/matkailu/ilmainen-kansanjuhla-valtaa-kaivopuiston-elokuussa-mukana-tahtiesiintyja/> (Luettu 14.1.2025)
16. Laasonen, Teemu 2020. Saatiinko Joensuuhun elinvoimaa tapahtumista? Joensuuevents.fi <https://www.joensuuevents.fi/blogi/-/blogs/saatiinko-joensuuhun-elinvoimaa-tapahtumist-1> (Luettu 20.1.2025)
17. Lepakkoluola. Stadissa.fi. <https://www.stadissa.fi/paikat/3190/lepakkoluola> (Luettu 14.1.2025)
18. Miettinen, Kimmo 2008. HILSE: SUOMIPUNKIN ALKU JA JUURI (Luettu 17.1.2025)
19. Miettinen, Kimmo 2021. Suomi Punk 1977-1981. (Luettu 16.1.2025)

20. Miina ja Ville. Oph. <https://www.oph.fi/fi/oppimateriaali/miina-ja-ville-opettajan-oppaita/miina-ja-ville-etiikkaa-etsimassa-10> (Luettu 17.1.2025)
21. Navigating Gendered Spaces: Activists' Synergies in Montreal's Electronic Music Scene. 2024. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-83753-034-220241014/full/html> (Luettu 17.1.2025)
22. Nieminen, Vappu 2018. Asiakasprofiilien luominen markkinointiviestinnän tueksi. Opinnäytetyö. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/156655/Nieminen_Vappu.pdf;jsessionid=14EE3CD50B5BADB0861EADCBE4A385AB?sequence=1 (Luettu 20.1.2025)
23. Pentland, Alex 2012. The New Science of Building Great Teams. Harvard Business Review. <https://globalioc.com/wp-content/uploads/2019/01/The-New-Science-of-Team-Building.pdf> (Luettu 20.1.2025)
24. Punk. Fandom. <https://musiikki.fandom.com/wiki/Punk> (Luettu 15.1.2025)
25. Punk rock 101: Everything you need to know about punk rock music. Riverstreetjazzcafe.com 2022. <https://riverstreetjazzcafe.com/punk-rock-101/> (Luettu 15.1.2025)
26. Reclaim the Streets. Wikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Reclaim_the_Streets
27. Saastamoinen, Oona 2019. Vaikuttajat osana tapahtumien markkinointia. Pro gradu -tutkielma. https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/148038/Saastamoinen_Oona_progradu.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm (Luettu 20.1.2025)
28. Taiteiden yö 2025. Helsingifestival.fi. <https://helsingifestival.fi/taiteidenyo/> (Luettu 14.1.2025)

29. Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Talentum. (Luettu 20.1.2025)
30. Uusitalo-Arola, Liisa. 5 sosiaalista perustarvetta, joita ei pidä ohittaa. Mitä ihminen tarvitsee? <https://liisauusitaloarola.fi/2020/10/23/5-perustarvetta-joita-ei-pida-ohittaa/> (Luettu 10.1.2025)
- 31.
32. Vanhempainliitto 2024. Vinkkejä tapahtuman järjestämiseen. <https://vanhempainliitto.fi/vanhempainliitto/neuvoja-tapahtuman-jarjestamiseen/> (Luettu 14.1.2025)
33. Waldinger & Schulz, Robert & Marc 2023. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2023/01/harvard-happiness-study-relationships/672753/> (Luettu 18.1.2025)
34. Wallo, Helena 2016. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. (Luettu 20.1.2025)
35. White, David & Laing, Dave 1980. The First Rock Against Racism Book. Pluto Press. (Luettu 20.1.2025)
36. YTHS psykologi. YTHS 2023. <https://www.yths.fi/terveystieto/mielenterveys/sosiaaliset-suhteet/> (Luettu 18.1.2025)

Haastattelukysymykset

Miksi järjestätte ilmaistapahtumia?

Miten arvioitte ilmaistapahtumien merkitystä organisaationne tavoitteiden saavuttamisessa? (Esim. näkyvyys, brändin rakentaminen, asiakasuskollisuus)

Millä perusteella päätätte, osallistuuko organisaationne ilmaistapahtumiin tai järjestääkö se niitä?

Millaisia resursseja organisaationne käyttää ilmaistapahtumien suunnitteluun ja toteutukseen? (Esim. henkilöresurssit, budjetti)

Miten tapahtuman vuosittaisuus vaikuttaa suunnitteluun ja resurssien kohdentamiseen?

Miten mittaatte ilmaistapahtumien onnistumista ja niiden vaikutusta organisaation toimintaan?

Koetteko, että ilmaistapahtumat vahvistavat organisaation yhteiskunnallista tai paikallista roolia? Jos kyllä, miten?

Mikä rooli yhteistyökumppaneilla ja sponsoreilla on ilmaistapahtumien toteutuksessa?

Ovatko ilmaistapahtumat mielestänne kestävä ratkaisu pitkällä aikavälillä organisaationne tavoitteiden kannalta?

Mitkä ovat suurimmat haasteet, joita kohtaatte ilmaistapahtumien järjestämisessä tai niihin osallistumisessa?