

HUMAK[®]

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Digivirtaa! Katsaus digitaaliseen tapahtuma- tuotantoon

Paula Kostia (toim.)

DI**IVIRTAA!**

HUMAK[®]



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Digivirtaa!

Katsaus digitaaliseen tapahtumatuotantoon

Paula Kostia (toim.)

ISSN 2343-0672
ISBN 978-952-456-442-7

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja, 160.

© Humanistinen ammattikorkeakoulu, 2023, Helsinki.

Taitto: Kataja Visuals

Sisälllys

Digivirtaa! -opas	5
<i>Paula Kostia</i>	
Tuottajuus digitaalisuuden jäljillä	6
<i>Benny Majabacka</i>	
Mitä on tapahtumatuotanto?	8
<i>Benny Majabacka</i>	
Mitä tapahtumatuottaja tekee?	15
<i>Benny Majabacka</i>	
Tapahtumatuottajan ydintaidot	19
<i>Paula Kostia</i>	
Digitaalinen työskentely-ympäristö	23
<i>Paula Kostia</i>	
Digitaalisuuden mahdollisuuksia tapahtumien tuotantoympäristöissä	27
Lisätty todellisuus eli AR	28
Virtuaaliympäristöt	31
Striimaaminen	33
Striimausalueen valinta	36
Esiintyminen striimissä	38
<i>Julia Mäki</i>	
Case-esimerkki: Digitapahtuman tuottaminen: Täystyrmäys kiusaamiselle	39
Lisätietoa aiheesta	46
Kirjoittajat	48

Digivirtaa! -opas

Tervetuloa tutustumaan digitaalisuuden mahdollisuuksiin tapahtumatuotannoissa. Tähän käytännönläheiseen oppaaseen on kerätty *Nuorten virtalähde - korona-ajan digitaalisen tapahtumatuotannon koulutus nuorille* -hankkeen aikana koulutusjaksoilla käsitellyjä teemoja, jotka liittyvät tapahtumatuotannon perusteisiin, tuottajan rooliin ja tehtäviin sekä digitaalisuuden hyödyntämiseen tapahtuma-alalla. Tämän oppaan artikkelit ja videot on suunnattu kaikille, jotka haluavat tutustua aiheeseen ilman aiempaa alan osaamista.

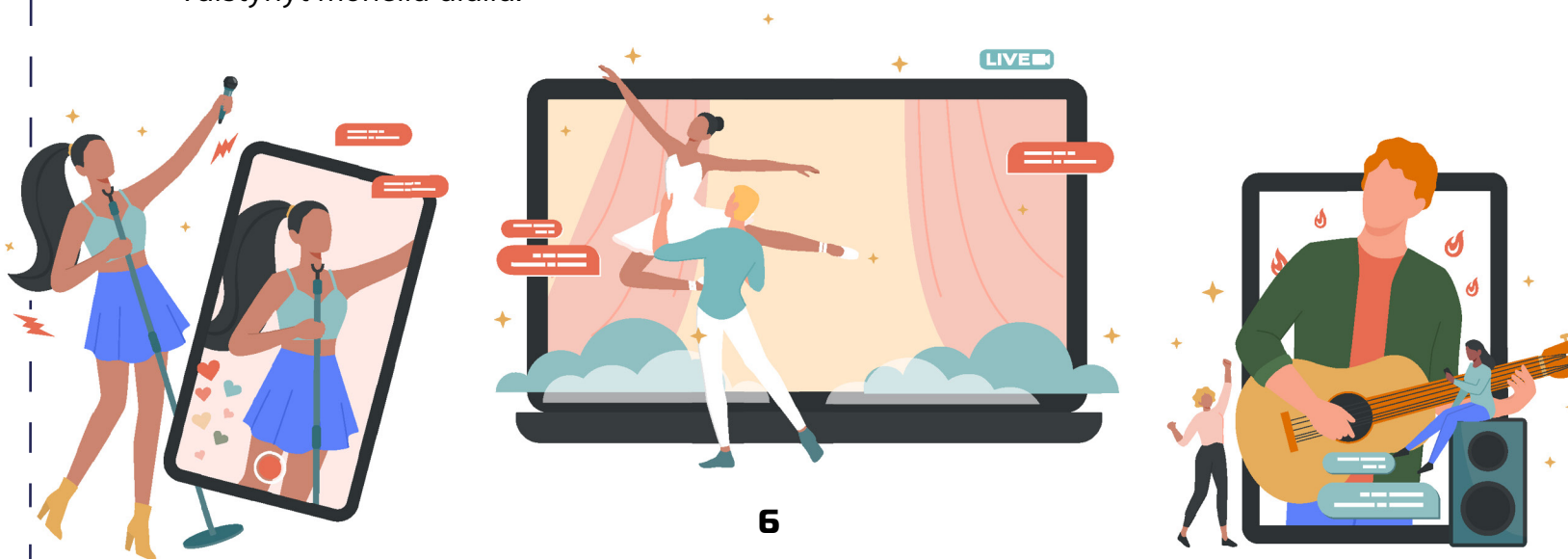
Koska tekninen kehitys on nopeaa, osa työkaluista saattaa vanhentua nopeastikin tai jäädä kokonaan pois käytöstä, mutta toisaalta tilalle tulee aina uusia. Digitaalisissa toimintaympäristöissä työskentely vaatii jatkuvaa alan seuraamista ja uuden oppimista.

Hankkeen virallisen nimen lisäksi otettiin käyttöön nimi Digivirtaa!, joka tiimimme mielestä kuvasi lyhyesti ja ytimekkäästi aiheen dynaamisuutta sekä digitaalisuuden virtaa, jossa olemme kaikki mukana. Digivirtaa! -koulutuksessa tapahtumatuotannon ja digitaalisuuden mahdollisuuksien asiantuntijoina olivat muun muassa **Benny Majabacka**, **Oona Tikkaaja**, **Joona Haarala** ja **Frans Tihveräinen**. Koulutuksessa valmentajina toimivat **Sara Rapo** ja **Paula Kostia**. Heidän koulutussisältöjään on hyödynnetty tässä oppaassa.

Tuottajuus digitaalisuuden jäljillä

Nuorten virtalähde - korona-ajan digitaalisen tapahtumatuotannon koulutus nuorille oli Euroopan sosiaalirahaston rahoittama hanke, joka käynnistyi huhtikuun 2021 puolivälissä ja kesti joulukuun 2022 loppuun. Hankkeen koulutusjaksot tarjosivat tapahtuma-alasta kiinnostuneille nuorille mahdollisuuden tutustua tapahtumatuotannon perusteisiin ja digitaalisuuden mahdollisuuksiin tapahtumien tekemisessä sekä lisätä osaamista myös työnhakutaidoissa. Hankkeen toiminta-alueeseen kuuluivat Uusimaa, Etelä-Karjala ja Kymenlaakso.

Hankkeen idean taustalla vaikutti korona-ajan sulkutila, jonka aikana tapahtumia ei järjestetty eikä nuorilla ollut näin ollen mahdollisuuksia työllistyä alalle eikä päästä tutustumaan tapahtuma-alaan työpaikkana. Tämän lisäksi korona-aikana eri alojen toimijoilla nousi esille tarve osata tuottaa ja suunnitella erilaisia tapahtumia verkossa. Hankkeen koulutuksella haluttiin vastata näihin tarpeisiin. Vaikka tällä hetkellä livetapahtumat ovat jälleen käynnissä, näyttää kuitenkin siltä, että digitapahtumat ovat tulleet jäädäkseen ja digitaalisissa toimintaympäristöissä toimiminen arkipäiväistynyt monella alalla.



Digitaalisuus oli koulutuksessa mukana kahdella kärjellä: työskentely digitaalisten työkalujen avulla verkossa sekä digitaalisuuden erilaisten mahdollisuuksien hyödyntäminen tapahtumatuotannossa. Näiden teemojen alle mahtui paljon asiaa aikataulutuksesta striimaustekniikkaan ja markkinoinnista esiintyjäsopimukseen. Digitaalisuus oli esillä myös työnhakutaidoissa oman CV-videon tekemisen myötä. Digitaalinen työskentely-ympäristö tuli tutuksi koulutuksen aikana sekä yhteisissä koulutuksen verkkotapaamisissa että omien tuotantojen tekemisessä.

Koska aihepiiri oli laaja, ja yksi koulutusjakso kesti noin kolme kuukautta, nousi oman tuotannon rakentaminen koulutuksen keskiöön. Oman projektin kautta tulleiden kysymysten avulla nuoret opettelivat, miten tuotanto rakentuu lopulta toteutusvalmiiksi. Projektia rakennettiin koulutuksen aikana pala palalta asiantuntijaluentojen ja valmennuksen avulla.

Pienimuotoisten ja erityisesti vapaamuotoisten digitaalisten tapahtumien järjestäminen onnistuu myös “kotikonstein” ja koulutuksessa haluttiinkin rohkaista osallistujia kokeilemaan erilaisia digitaalisuuden mahdollisuuksia ilmaisten työkalujen avulla. Näiden kokeiluiden avulla haluttiin myös lisätä tietoisuutta siitä, mitä kaikkia asioita tulisi ottaa huomioon digitaalisen tapahtuman tuottamisessa.

”

Koulutuksessa haluttiinkin
rohkaista osallistujia
kokeilemaan erilaisia
digitaalisuuden
mahdollisuuksia ilmaisten
työkalujen avulla.

Mitä on tapahtumatuotanto?

Benny Majabacka

Tapahtumatuotanto tarkoittaa tapahtumien ja tilaisuuksien suunnittelua, järjestämistä ja toteuttamista. Tapahtumia voi olla monenlaisia, esimerkiksi konsertteja, urheilutapahtumia, yritystapahtumia, festivaaleja, juhlia ja konferensseja. Kaikkien tapahtumien toteuttamiseen tarvitaan vastuhenkilö, jota usein kutsutaan tuottajaksi. Lähes poikkeuksetta tapahtuman muotoon katsomatta tapahtumatuotantoon liittyy joukko asioita, jotka tavalla tai toisella tulee ottaa huomioon.

Digitaalinen tapahtumatuotanto perustuu samoihin periaatteisiin kuin muukin tapahtumatuotanto. Tapahtumalla on suunnittelun kaari ja se tehdään tietyille yleisölle. Digitaaliseen tapahtumatuotantoon liittyy lisäksi vielä pohdinta siitä, millä alustalla ja tekniikalla tapahtuma toteutetaan tai miten muuten digitaalisuutta hyödynnetään tapahtumassa.

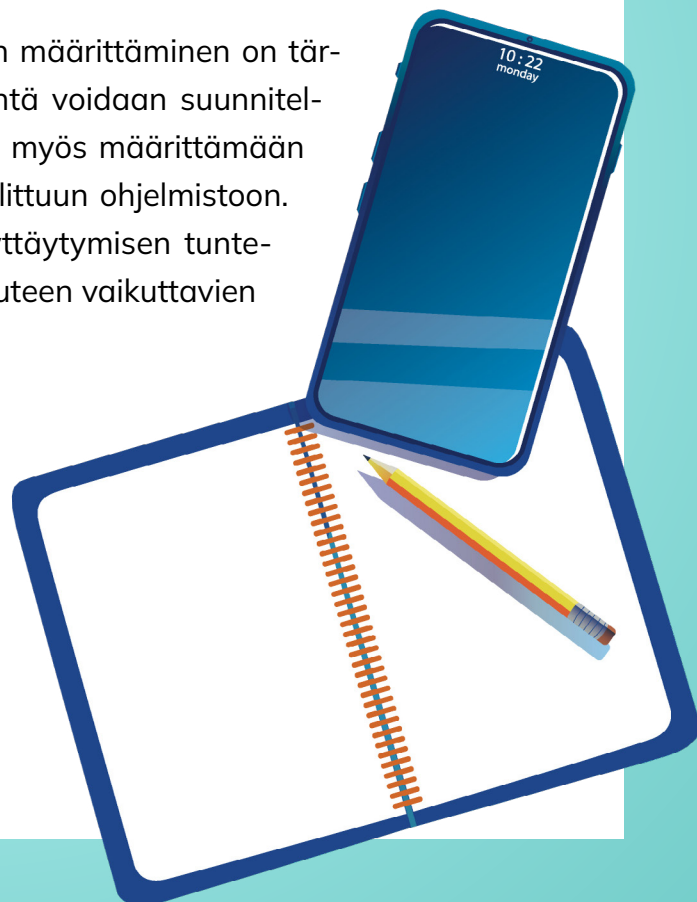
Tapahtuman tuotanto voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen: Sisällöntuotanto, taloudellinen tuotanto ja tekninen tuotanto sekä niiden kaikkien taustalla kulkeva johtaminen. Tapahtumatuotannon suunnittelun vaiheet vaihtelevat tapahtuman tyypin ja laajuuden mukaan, mutta seuraavat vaiheet ovat yleisiä tapahtumatuotannon suunnitteluprosessissa.

1. Sisällöntuotanto

Tavoitteiden asettaminen: Jokainen tapahtuma alkaa suunnittelusta. Tämä vaihe sisältää esimerkiksi tavoitteiden asettamisen, budjetin määrittämisen, aikataulun laatimisen ja kaikkien tarvittavien resurssien kartoituksen. Tapahtuman suunnittelun ensimmäinen vaihe on määrittää sen tavoitteet. Tämä voi olla esimerkiksi yrityksen brändin tunnettuuden lisääminen tai yleisön viihdyttäminen. Tavoitteiden asettaminen auttaa määrittelemään tapahtuman kohderyhmän ja budjetin.

Kohderyhmän määrittäminen: Kohderyhmän määrittäminen on tärkeää, jotta tapahtuman markkinointi ja viestintä voidaan suunnitella oikein. Kohderyhmän määrittäminen auttaa myös määrittämään tapahtuman paikan ja ajan sekä vaikuttaa valittuun ohjelmistoon. Kohderyhmän tarkka segmentointi ja sen käyttäytymisen tunteminen on tärkeää myös tapahtuman turvallisuuteen vaikuttavien tekijöiden kannalta.

Ohjelman suunnittelu: Tapahtuman ohjelman suunnitteluun kuuluu esiintyjien ja puhujien valinta, ohjelman järjestys ja kesto. Ohjelman suunnittelussa on otettava huomioon tapahtuman tavoitteet ja kohderyhmä sekä tapahtumapaikka tai käytettävä verkkoalusta..





Aikataulutus: Aikataulun laatiminen auttaa varmistamaan, että tapahtuma sujuu suunnitellusti. Aikataulussa on huomioitava kaikki tapahtuman vaiheet: tapahtumapaikan/studion ja esiintyjien varaaminen, tekniikan rakentaminen, harjoitukset ja itse tapahtuman aikataulu sekä tapahtuman purku-aikataulu. Yleisön kokemuksen kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että sovituisissa aikatauluissa pysytään.

Seuranta ja arviointi: Tapahtuman jälkeen on tärkeää arvioida sen onnistumista ja kerätä palautetta. Tapahtuman seurannassa huomioitavia asioita ovat esimerkiksi kävijämäärä, taloudellinen tulos ja asiakaspalautteet. Arvioinnissa tulee peilata onnistumisia asetettuja tavoitteita vasten. Tapahtuman arvioinnin avulla voidaan kehittää tulevia tapahtumia ja varmistaa niiden entistä parempi onnistuminen. Näiden tietojen perusteella tehdään raportti, joka auttaa parantamaan tulevia tapahtumia. Tapahtuman raportin laatiminen on tärkeää, jotta tapahtuman onnistumista ja taloudellista tulosta voidaan arvioida ja tehdä kehittäviä toimenpiteitä. Verkkotapahtumissa palautetta on helppo kerätä digitaalisesti tapahtuman aikana, kun yleisö on jo valmiiksi laitteiden ääressä. Palautekyselyn on hyvä olla lyhyt ja ytimekäs, jotta yleisö vastaa kyselyyn.

2. Taloudellinen tuotanto

Budjetointi: Budjetin laatiminen auttaa varmistamaan, että tapahtuma on taloudellisesti toteutettavissa. Budjetin suunnittelussa on otettava huomioon kaikki tapahtuman kustannukset, kuten tilavuokrat/alustat, esiintyjien palkkiot, tekniset laitteet ja henkilökunta sekä markkinointi. Budjetti voidaan jakaa tulo- ja menobudjetteihin. Tulobudjetissa tulee huomioida realistisesti lipputulot, apurahat ja avustukset, sponsorointitulot, oheistuotemyynti ja esimerkiksi joukkorahoitus. Menobudjetti voidaan jakaa myös pienempiin osiin kuten markkinointibudjetti, ohjelmabudjetti, tekniikkabudjetti ja niin edelleen.

Markkinointi ja viestintä: Tapahtuman markkinointi on tärkeää sen näkyvyyden ja vetovoiman kannalta. Markkinointi voi tapahtua esimerkiksi sosiaalisen median kautta, mainoksilla tai tiedotusvälineiden kautta (mediatiedotteet+digi-markkinointi). Kohderyhmä ja tapahtuman profiili määrittävät markkinoinnin toimenpiteet ja sopivat kanavat. Markkinointisuunnitelma auttaa varmistamaan, että tapahtuma on näkyvä ja houkutteleva kohderyhmälle. Erityisesti verkko-/virtuaalitapahtumien markkinointi on luontevaa tapahtua verkossa, jolloin tapahtuma- ja lipunostolinkkien jakaminen sujuu kätevästi.

”

Budjetin suunnittelussa on otettava huomioon kaikki tapahtuman kustannukset.



Tapahtuman markkinointiin kuuluu myös jälkimarkkinointi, joka käynnistyy sen jälkeen, kun tapahtuma on ohi. Jälkimarkkinointi pitää suunnitella hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta toiminta saadaan sujuvasti liikkeelle pian tapahtuman jälkeen. Jälkimarkkinointi sisältää muun muassa kiittämisen ja palautteen keräämisen yleisöltä (tapahtuman aikaisen palautteen lisäksi), palautteen antamisen esiintyjille, yhteistyökumppaneille ja tapahtuman henkilökunnalle. Jälkimarkkinoinnin avulla voit myös houkutella yleisöä jo seuraavaan tapahtumaan ja kutsua heitä seuraamaan somekanaviasi. Jos olet luvannut toimittaa tapahtumastasi materiaalia (tallenne, luentomateriaalit ynnä muut sellaiset), muista toimittaa ne myös mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen.

Verkostot ja yhteistyö: Tapahtumatuotanto vaatii yhteistyötä monen eri tahon kanssa. Yhteistyökumppanit voivat olla esimerkiksi tapahtumapaikkoja, teknisiä palveluita, catering-palveluita, markkinointiyrityksiä, taiteilijoita ja esiintyjä. Yhteistyön koordinointi on tärkeä osa tapahtuman tuotantoa. Jos järjestät hybriditapahtumaa, verkostojen määrä on erityisen suuri.

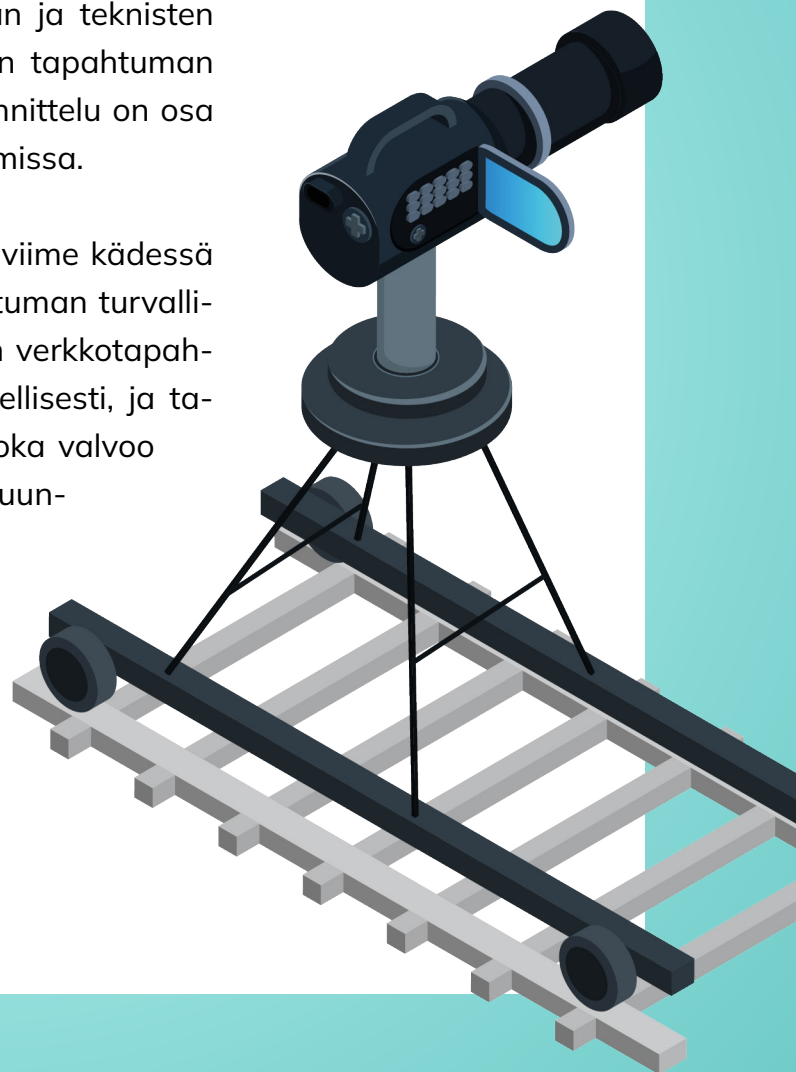
Sopimukset: Sopimusten laatiminen on ydinosa tapahtuman tuotantoa. Tapahtuman tuottajan ammattitaitoon kuuluu perusymmärrys sopimusoikeudesta ja sopimusten tekemisestä.



3. Tekninen tuotanto

Paikan ja teknisten laitteiden valinta: Tapahtuman paikan ja teknisten laitteiden ja henkilökunnan valinta riippuu tapahtuman tyylistä ja laajuudesta sekä verkkotapahtumissa käytettävästä alustasta. Paikan ja teknisten laitteiden valinnassa on otettava huomioon tapahtuman kohderyhmä, budjetti ja aikataulu. Aluesuunnittelu on osa tapahtuman teknistä tuotantoa livetapahtumissa.

Turvallisuus: Tapahtuman tuottaja vastaa viime kädessä siitä, että tapahtuma on turvallinen. Tapahtuman turvallisuus on ensiarvoisen tärkeää niin live- kuin verkkotapahtumissakin. Turvallisuus suunnitellaan huolellisesti, ja tapahtumassa pitää olla läsnä henkilöstöä, joka valvoo tapahtuman turvallisuutta. Turvallisuuden suunnitteluun livetapahtumissa kuuluu esimerkiksi turvallisuussuunnitelman laatiminen, ensiapupisteiden sijoittelu ja turvallisuushenkilöstön rekrytointi. Verkkotapahtumissa on huolehdittava mm. turvallisesta verkkoyhteystiestä ja tapahtumalinkkien ohjautumisesta oikeille henkilöille. Tapahtumaturvallisuuden alle



mahtuu paljon monenlaisia asioita tekniikan turvallisuudesta häirintätilanteiden hallintaan, ja nämä ovat oleellinen osa suunnittelua myös verkkotapahtumissa. Tapahtuman riskikartoituksessa tulisi tehdä arvio mahdollisista turvallisuuteen vaikuttavista tekijöistä. Turvallisuus luo tunteen sujuvuudesta ja viihtyisyydestä.

Logistiikan suunnittelu: Tapahtuman järjestämiseen liittyy paljon käytännön järjestelyjä, kuten tilojen varaamista, teknisten laitteiden hankkimista, ruoan ja juoman tarjoilua sekä kuljetusten järjestämistä esiintyjille, osallistujille ja työntekijöille. Logistiikan sujuvuus on tärkeää onnistuneen tapahtuman kannalta.

Nämä ovat perusvaiheita tapahtumatuotannon suunnittelussa, mutta suunnittelun yksityiskohdat ja painotukset vaihtelevat tapahtuman tyylin ja laajuuden mukaan. On tärkeää suunnitella tapahtuma huolellisesti ja käyttää aikaa jokaisen vaiheen suunnitteluun, jotta varmistetaan tapahtuman onnistuminen.

”

Tapahtuman
riskikartoituksessa
tulisi tehdä arvio
mahdollisista
turvallisuuteen
vaikuttavista tekijöistä.

Mitä tapahtumatuottaja tekee?

Benny Majabacka

Tuottajuus on laaja käsite, jota voidaan soveltaa moniin eri aloihin. Tapahtumatuotannossa tuottaja vastaa koko tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta, kun taas tuottaja esimerkiksi elokuva- ja musiikkialalla vastaa yleensä projektin rahoituksesta ja käytännön asioiden organisoinnista. Tuottajuus voi olla myös luovaa työtä, jossa tuottaja auttaa kehittämään ja hallinnoimaan luovia projekteja, kuten elokuvia, televisio-ohjelmia tai musiikkia. Tällöin tuottaja toimii usein linkkinä luovien ihmisten, kuten ohjaajien, näyttelijöiden ja muusikoiden, välillä. Kokonaisuudessaan tuottajan tehtävä on taata, että projekti toteutetaan onnistuneesti ja että kaikki osapuolet, kuten sijoittajat, luovat ammattilaiset ja yleisö, ovat tyytyväisiä lopputulokseen. Tuottaja on usein projektin vetäjä, joka koordinoi eri osa-alueita ja varmistaa, että kaikki työskentelevät yhteisen päämäärän eteen.

Tapahtumatuottajan työhön kuuluu monenlaisia tehtäviä, ja hänen vastuullaan on varmistaa, että tapahtuma toteutuu sujuvasti ja tavoitteiden mukaisesti. Tapahtumatuottaja toimii yleensä tiiviissä yhteistyössä eri työryhmien kanssa (esimerkiksi markkinointitiimi, tuotantotiimi ja turvallisuustiimi) ja vastaa tuotannon kokonaisuudesta. Tuottajan työssä on tärkeää hallita taloudelliset resurssit ja pitää projektin budjetti hallinnassa. Tuottajan täytyy myös olla hyvin organisoitunut ja hallita useita eri tehtäviä samanaikaisesti. Tuottajan täytyy pystyä reagoimaan nopeasti muutoksiin ja ratkaisemaan ongelmia, jotta projekti pysyy aikataulussa ja budjetissa. Tapahtumatuottajan työ on ajoittain haastavaa ja vaatii paljon aikaa ja energiaa. Tuottaja joutuu usein tekemään pitkiä päiviä projektien ehdolla ja sitoutua tiukkaan aikatauluun, ja hänen täytyy pystyä käsittelemään stressiä ja painetta. Kuitenkin, kun tapahtuma onnistuu ja kaikki sujuu suunnitelmien mukaisesti, se voi olla erittäin palkitsevaa.

Tapahtumatuottajan keskeisiä työtehtäviä ovat usein seuraavat:

1. Tapahtuman suunnittelu ja budjetin laadinta: Tapahtumatuottaja vastaa usein tapahtuman kokonaisvaltaisesta suunnittelusta, budjetin laadinnasta ja projektin aikatauluksesta. Tuottaja voidaan myös rekrytoida vastaamaan olemassa olevien sisältöjen toteutuksesta. Hänen on varmistettava, että tapahtuma toteutuu tavoitteiden mukaisesti ja budjetti ja aikataulu pysyvät hallinnassa.

2. Tapahtuman markkinointi: Pienissä tapahtumissa tapahtumatuottaja saattaa vastata markkinoinnista ja mainonnasta, keskisuurissa usein yhdessä markkinointitiimin kanssa ja suuremmissa tapahtumatuottaja voi olla esimerkiksi osa markkinointitiimiä. Tuottajan on varmistettava, että tapahtuma saa riittävästi huomiota ja houkuttelee tarpeeksi kävijöitä.

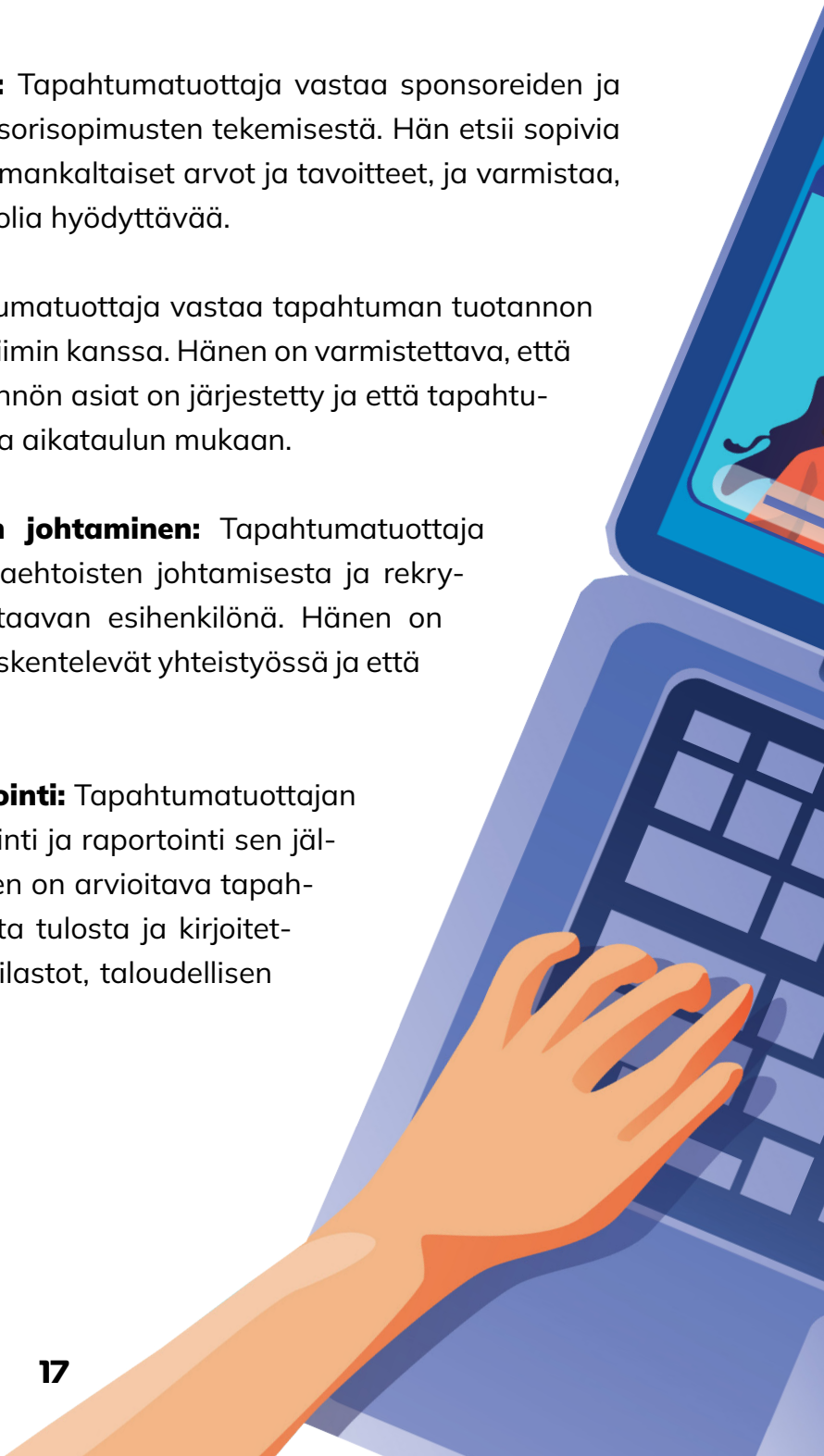


3. Yhteistyökumppanien hankinta: Tapahtumatuottaja vastaa sponsoreiden ja partnereiden hankinnasta ja sponsorisopimusten tekemisestä. Hän etsii sopivia yhteistyökumppaneita, joilla on samankaltaiset arvot ja tavoitteet, ja varmistaa, että yhteistyö on molempia osapuolia hyödyttävää.

4. Tuotannon koordinointi: Tapahtumatuottaja vastaa tapahtuman tuotannon koordinoinnista yhdessä tuotantotiimin kanssa. Hänen on varmistettava, että kaikki tarvittavat tekniset ja käytännön asiat on järjestetty ja että tapahtuman toteutus sujuu suunnitellusti ja aikataulun mukaan.

5. Henkilöstön ja vapaaehtoisten johtaminen: Tapahtumatuottaja vastaa usein henkilöstön ja vapaaehtoisten johtamisesta ja rekrytoinnista tai toimii henkilöstövastaavan esihenkilönä. Hänen on varmistettava, että kaikki tiimit työskentelevät yhteistyössä ja että kaikki tehtävät on jaettu oikein.

6. Tapahtuman arviointi ja raportointi: Tapahtumatuottajan on suoritettava tapahtuman arviointi ja raportointi sen jälkeen, kun tapahtuma on ohi. Hänen on arvioitava tapahtuman onnistumista ja taloudellista tulosta ja kirjoitettava raportti, joka sisältää kävijätilastot, taloudellisen raportin ja palautteita.



Toimintaympäristöt

Tapahtumatuottaja voi toimia monenlaisissa toimintaympäristöissä, sillä tapahtumia järjestetään eri alojen ja teemojen ympärillä. Tapahtumatuottaja voi esimerkiksi työskennellä yrityksissä, jotka järjestävät konferensseja, tuotelanseerauksia tai henkilöstötapahtumia. Tapahtumatuottajia toimii paljon kulttuurialalla, jossa järjestetään esimerkiksi konsertteja, teatteriesityksiä tai näyttelyitä. Urheilualalla tapahtumatuottaja toteuttaa kilpailuja, turnauksia tai sponsoritapahtumia. Tapahtumatuottajia tarvitaan myös hyväntekeväisyysjärjestöissä, jotka järjestävät erilaisia varainkeruutapahtumia ja kampanjoita. Tapahtumatuottajia työskentelee runsaasti erilaisilla festivaaleilla, joita järjestetään vaikkapa musiikin, elokuvien, ruoan tai juoman ympärillä sekä poliittisissa tapahtumissa, kuten vaalikampanjoissa tai poliittisissa keskusteluissa.

”

Tapahtumatuottaja voi toimia monenlaisissa toimintaympäristöissä, sillä tapahtumia järjestetään eri alojen ja teemojen ympärillä.

Tapahtumatuottajia työskentelee kaikilla sektoreilla. Julkisella puolella tapahtumatuottaja vastaa usein esimerkiksi kunnan palveluksessa erilaisten sisältöjen toteuttamisesta. Yksityisellä kentällä tapahtumatuottajia työskentelee runsaasti festivaalien ja yritystapahtumien parissa. Järjestöissä ja kolmannella sektorilla tapahtumatuottajia on paljon tekemässä erilaisia tapahtumia ja tuotantoja.

Tapahumatuottajan ydintaidot

Benny Majabacka

Tapahumatuottajan työ on monipuolista ja vaatii monia erilaisia taitoja, kuten projektinhallintaa, organisointikykyä, markkinointiosaamista ja tiimityöskentelytaitoja. Tapahumatuottaja tarvitsee myös hyviä viestintätaitoja ja kykyä ratkaista ongelmia nopeasti ja tehokkaasti. Hän on vastuussa tapahtuman onnistumisesta ja hänen täytyy olla valmis tekemään töitä joustavalla aikataululla, erityisesti tapahtuman aikana. Digitaalisten tapahtumien tuottajan pitää lisäksi seurata alan trendejä ja uusia mahdollisuuksia koko ajan, jotta hän osaa hyödyntää niitä tuotannoissa.

Tässä listattuna tapahtumatuottajan keskeisiä taitoja ja ominaisuuksia, joita työssä tarvitaan:

- 1. Projektinhallintataidot:** Tapahumatuottajan tulee osata suunnitella, organisoida ja toteuttaa tapahtuma aikataulussa ja budjetissa eli tarvitaan hyvät projektinhallintataidot. Lisäksi pitää osata käyttää erilaisia projektinhallinnan työkaluja.
- 2. Luovuus ja innovatiivisuus:** Tapahumatuottajan tulee pystyä keksimään uusia ideoita ja ratkaisuja tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa.
- 3. Tiimityöskentelytaidot:** Tapahumatuottajan tulee kyetä johtamaan tiimiä ja työskentelemään yhdessä eri alojen ammattilaisten kanssa (moniammatilliset tiimit).

4. Kommunikointitaidot: Tapahtumatuottajan tulee olla hyvä kommunikoimaan eri osapuolten kanssa, kuten asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden, esiintyjien ja tiimin jäsenten kanssa.

5. Ongelmanratkaisukyky: Tapahtumatuottajan tulee olla valmis kohtaamaan haasteita ja ratkaisemaan ongelmia nopeasti ja tehokkaasti.

6. Taloudellinen ajattelu: Tapahtumatuottajan tulee hallita taloudellisia resursseja ja pitää budjetti hallinnassa.

7. Tekninen osaaminen: Tapahtumatuottajan tulee ymmärtää teknisiä ratkaisuja ja osata hyödyntää teknologiaa tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa.

8. Stressinsietokyky: Tapahtumatuottajan tulee pystyä käsittelemään stressiä ja painetta, erityisesti tapahtuman aikana.

9. Verkostoitumistaidot: Tapahtumatuottaja on työssään tekemisissä valtavan joukon kanssa erilaisia ammattilaisia ja osaajia. On tärkeää, että tuottajalla on laajat verkostot, joiden kautta eri osa-alueiden toteutus mahdollistuu. Sujuvat vuorovaikutustaidot edistävät verkostojen rakentamista.

”

Tapahtumatuottajan tulee olla hyvä kommunikoimaan eri osapuolten kanssa.



Tapahtumatuotannon työryhmät

Tapahtumatuotannossa on useita eri työryhmiä (tiimejä), jotka voivat vaihdella tapahtuman laajuuden ja tyyppin mukaan. Tiimien työtehtävien sisältö vaihtelee myös sen mukaan, onko kyseessä livetapahtuma, verkko-/virtuaalitapahtuma vai hybridi-tapahtuma. Tapahtumatuottaja saattaa olla vastuussa kaikkien työryhmien johtamisesta, ainakin hänen tulisi olla tietoinen jokaisen työryhmän toiminnasta. Joitakin yleisiä tapahtumatuotannon työryhmiä ovat:

1. Projektitiimi: Tämä on yleensä johtoryhmä, joka vastaa tapahtuman yleisestä suunnittelusta ja toteutuksesta. Projektitiimi koostuu usein tapahtumatuotannon ammattilaisista, kuten tuottajista, projektipäälliköistä ja markkinointiasiantuntijoista.

2. Tuotantotiimi: Tämä tiimi vastaa tapahtuman käytännön toteutuksesta, kuten lavan rakentamisesta, äänentoistosta ja valaistuksesta.

3. Turvallisuustiimi: Tämä tiimi vastaa tapahtuman turvallisuudesta (erilaiset sisällöt live- ja verkkotapahtumissa).

4. Markkinointitiimi: Tämä tiimi vastaa tapahtuman markkinoinnista ja mainonnasta, mukaan lukien mainoskampanjat, somemarkkinointi ja tiedotusvälineiden huomion saaminen.

5. Lipunmyyntitiimi: Tämä tiimi vastaa lipunmyynnistä ja asiakaspalvelusta, mukaan lukien lippujen myynti, lippujen jakelu ja kävijöiden opastus.

6. Catering-tiimi: Tämä tiimi vastaa tapahtuman ruokapalveluista ja juomista, mukaan lukien ruokien ja juomien valmistus, tarjoilu ja jakelu.

7. Logistiikkatiimi: Tämä tiimi vastaa tapahtuman kuljetuksesta ja logistiikasta, mukaan lukien tarvittavien välineiden ja laitteiden kuljetus ja varastointi.

Näiden lisäksi tapahtumassa voi olla muita työryhmiä, kuten ympäristötiimi, vapaaehtoistiimi ja media- ja valokuvaustiimi, riippuen tapahtuman tyylistä ja laajuudesta. Jokainen tiimi on tärkeä osa tapahtumatuotantoa, ja niiden yhteistyöllä voidaan varmistaa tapahtuman onnistuminen.



Digitaalinen työskentely-ympäristö

Paula Kostia

Digitaalisten työskentely-ympäristöjen nopea lisääntyminen eri organisaatioissa oli yksi korona-ajan ilmiöistä. Tällä hetkellä verkkoympäristöissä toimiminen ja etätyöskentely on arkipäivää sekä monissa oppilaitoksissa että työpaikoissa. Erilaisten digitaalisten työkalujen hallinta on yksi tärkeä työelämätaito. Digitaaliseen työskentely-ympäristöön sisältyvät muun muassa erilaiset videoneuvottelualustat ja projektihallinnan työkalut pilvipalveluissa. Digitaalinen työskentely-ympäristö mahdollistaa ketterän kokoustamisen ja muun työskentelyn projektin edistämiseksi ilman maantieteellisiä rajoituksia niin Suomessa kuin kansainvälisestikin.

Digitaalinen työskentely-ympäristö voi tarkoittaa myös esimerkiksi digitaalisen kaksosen luomista tapahtumatilasta tai lavasteista, jolloin koko työryhmä voi työskennellä digitaalisessa ympäristössä yhteistä tuotantoa rakentaen.



Katso videoesimerkki: Kansallisooppera



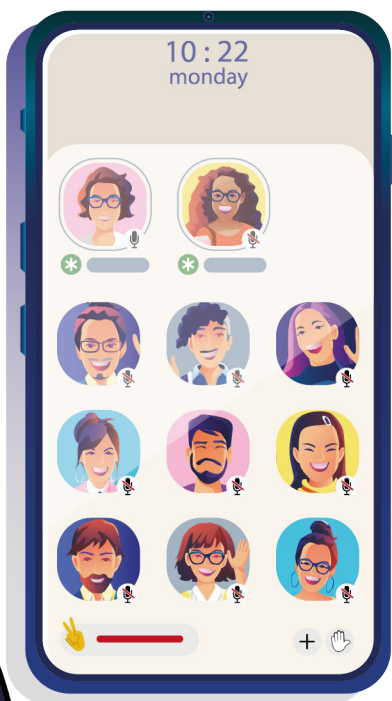
Zoom, Teams ja **Google Meet** ovat suosituimmat kokoustamiseen ja koulutukseen käytettävät alustat, mutta myös tapahtumien järjestäminen on näillä alustoilla mahdollista. Vaikka toimintalogiikka on melko samanlainen kaikilla alustoilla, löytyy niistä myös eroavaisuuksia. Digitaaliset työkalut kehittyvät koko ajan ja uusista toiminnallisuuksista ja päivityksistä on hyvä olla tietoinen kokouksia/tapahtumia järjestettäessä. Ilmaisohjelmien käyttöehdot saattavat myös vaihdella, joten nekin on hyvä tarkistaa aina, kun käyttö on ajankohtaista.

Jos Teams/Zoom/Meet-tapahtuman on tarkoitus sisältää vuorovaikutusta osallistujien kanssa, on hyvä käydä läpi toiminnallisuudet tapahtuman aluksi ja ohjeistaa osallistujia käyttämään vuorovaikutuksen mahdollisuuksia järjestäjän toivomalla tavalla. Mikrofonin ja kameran käyttöön liittyvät ohjeet on tarpeen tuoda heti tapahtuman aluksi esille sekä yleiset toimintaohjeet esimerkiksi kommentoinnille ja chatin käytölle (sekä teknisesti että sisällöllisesti). Nämä alustat soveltuvat myös workshop-tyyliseen työskentelyyn sekä pienryhmätyöskentelyyn. Ennen ryhmätyötiloihin siirtymistä on jälleen hyvä ohjeistaa osallistujia, miten he saavat apua omiin työtiloihinsa ja miten niissä toimitaan. Kun alusta tuntuu tutulta ja turvalliselta, saadaan digitaalisesta työskentely-ympäristöstä paras mahdollinen hyöty irti. Yhteiset toimintaohjeet lisäävät tapahtuman turvallisuutta ja sujuvuutta.

Turvallisuuteen liittyen on myös tarpeen ohjeistaa, miten toimia, jos tapahtumassa ilmenee epäasiallista käytöstä. Alustasta riippumatta on hyvä varmistaa, että tilaisuuden järjestäjällä on tarpeeksi monta henkilöä linjoilla huolehtimassa keskustelun moderoinnista ja vastaamassa esimerkiksi teknisiin kysymyksiin.

Projektinhallinnan työkalut

Tapahtuma-alalla tehdään töitä useimmiten tiimissä ja yhteydenpito toisiin on tärkeää. Tapahtumien ja projektien etenemisessä on tärkeää, että tiimin jäsenet ovat ajan tasalla ja tietoisia koko ajan siitä, miten projekti etenee ja mitä tapahtuu seuraavaksi, kuka on vastuussa tietystä osa-alueesta ja millä aikataululla asiat etenevät. Näin ollen yhteydenpidon kanavien lisäksi on tärkeää tuntea jokin projektinhallinnan työkalu. Näitäkin oppii parhaiten käyttämään itse kokeillen!



Yhteiset jaetut dokumentit pilvipalvelussa ovat tärkeä osa digitaalista työskentely-ympäristöä. Digitaalisten työkalujen teknisen osaamisen lisäksi yhteiseen työskentelyyn on tarpeen sopia selkeät pelisäännöt. Pelisääntöihin kuuluvat: työnjako, aikataulutus, dokumenttien nimeäminen ja kansiorakenne, tekstien merkitseminen (kenen tekstiä) sekä kommentointi ja muokkaus.

Erilaisiin tarpeisiin käytetään erilaisia työkaluja. Digitaalisissa työkaluissa löytyy paljon ilmaisia vaihtoehtoja, joten myös yksittäisillä toimijoilla on mahdollisuus päästä hyödyntämään näitä. Lyhyisiin ryhmätyösessioihin ja ideointivaiheeseen sopivat esimerkiksi **Jamboard** ja **Padlet**, jotka toimivat yhteisinä muistitauluina digitaalisessa työskentely-ympäristössä.

Projektin koosta riippuen kannattaa valita itselleen sopiva työkalu. Erilaiset taulukko-ohjelmat (**Excel, Google sheets**) ovat selkeitä ja käytännöllisiä työkaluja projekteissa. **Trello, Asana** ja **Planner** ovat taulukko-ohjelmia visuaalisempia projektinhallinnan työkaluja, jotka mahdollistavat esimerkiksi aikataulutuksen, tehtävälisat, liitteet ja tehtävien nimeämisen tietyille henkilöille.

Digivirtaa! -koulutuksessa perehdyttiin (maksulliseen) **Opens-pilvipalveluohjelmistoon**, jonka avulla osallistujat harjoittelivat projektinhallintaa ja tuottivat omaa tapahtumaansa. Vaikka työkalu on suunnattu alun perin livetapahtumien tekemiseen, toimii se myös digitaalisten tuotantojen eri osa-alueiden projektinhallinnassa. Työkalu toimii myös hyvänä muistilistana kaikista tuotannon osa-alueista.

Täällä voit tutustua Opensin käyttöön



Projektia voi edistää myös yhteiskirjoittamisen avulla. Tämä mahdollistaa työskentelyn joustavilla aikatauluilla ja jokaisen osuus projektiin tulee näkyväksi. Kirjoittamisessa on tärkeää löytää yhtenäinen tyyli, jos on kyse esimerkiksi tiedotteista, tapahtumakuvauksesta, hankehakemuksesta ynnä muista sellaisista. Vaikka tekstiä tuotetaan yhdessä, tarvitsee jonkun olla vastuussa kirjoituksen muokkaamisesta valmiiksi. Tällöin korostuu jälleen aikataulutuksen merkitys sekä pelisäännöistä sopiminen.

Digitaalisuuden mahdollisuuksia tapahtumien tuotantoympäristöissä

Tapahtumien tuotantoympäristöissä digitaalisuuden hyödyntämismahdollisuuksia on monia: esimerkiksi striimaus, lisätyn todellisuuden käyttö ja erilaiset virtuaalimaailmat. Striimaus mahdollistaa verkkotapahtumien ja hybriditapahtumien järjestämisen, lisätyn todellisuuden avulla voi luoda esimerkiksi pelillisyyttä ja vuorovaikutusta live-tapahtumaan ja virtuaalimaailmat tarjoavat mahdollisuuksia kokea tapahtumia immersiiivisissä digimaailmoissa. Yksi suosittu tekniikka tuottaa erilaisia etäelämyksiä on 360-kuvien ja videoiden hyödyntäminen. Näiden sisältöjen avulla voidaan kävijälle tarjota mahdollisuus tutustua vaikkapa taidenäyttelyyn omalta kotisohvalta.

XR eli extended reality on kattotermi virtuaalitodellisuudelle (VR = virtual reality), lisätylle todellisuudelle (AR = augmented reality) ja yhdistetylle todellisuudelle (MR = mixed reality). Virtuaalitodellisuus on digitaalisesti luotu ympäristö, jonne “uppoudutaan” vr-lasien avulla. Virtuaalimaailman yhteydessä puhutaankin usein immersiiivisyydestä, joka viittaa elämyksen kokonaisvaltaisuuteen. Lisätty todellisuus hyödyntää digitaalisuutta reaali maailman lisänä. Tästä tunnetuin esimerkki lienee Pokemon Go -peli. Yhdistetyssä todellisuudessa sekoittuu todellinen ja virtuaalimaailma ja digitaaliset ja fyysiset asiat ovat olemassa yhtäaikaan ja ainakin jossain määrin vuorovaikutuksessa keskenään.

”

Lisätyn todellisuuden avulla voi luoda esimerkiksi pelillisyyttä ja vuorovaikutusta livetapahtumaan.

Lisätty todellisuus eli AR

Lisätty todellisuus eli Augmented reality (AR) tarkoittaa teknologiaa, jossa digitaalinen ja fyysinen maailma yhdistyvät. Lisätyn todellisuuden sisältöjä katsotaan useimmiten älypuhelimien avulla, joten lähes kaikilla kulkeekin AR:n katsomiseen sopiva laite aina mukana. AR-sisällön voi ankkuroida eri tavoin fyysiseen maailmaan ja ankkurointiin käytetty tekniikka vaikuttaa siihen, miten lisätyn todellisuuden sisältö tulee näkyviin omaan laitteeseen. AR-sisältö voi olla esimerkiksi ankkuroitu tiettyyn kuvaan, jolloin digitaalinen sisältö ilmaantuu näkyviin osoittamalla kuvaa puhelimella (kuva toimii markkerina). Eräs tapa on GPS-paikannukseen sidottu ankkurointi, jolloin AR-sisältö tulee näkyviin tietystä paikassa puhelimen paikannuksen avulla. Spatial AR hyödyntää puolestaan tilan skannausta, minkä avulla voidaan luoda lisätyn todellisuuden sisältöä tiettyyn (tapahtuma)tilaan.

AR avaa kiinnostavia mahdollisuuksia myös tapahtuma-alalla. Sitä voi hyödyntää monin tavoin esimerkiksi ennakkomarkkinoinnissa tai tapahtuma-alueella jonkin kohteen elävöittämisessä. AR:ään voi törmätä vaikkapa museossa, kulttuuriperintökohteessa tai tapahtumajulisteissa. AR-sisältö voi olla lähes mitä vaan digimediiasisältöä: videoita, 3D-sisältöä (animoitu tai staattinen), ääntä, reaaliaikaista dataa, linkkinappeja ja niin edelleen.

Lisätyn todellisuuden avulla voidaan luoda katsojan/tapahtuman osallistujan kanssa vuorovaikutusta ja muodostaa sitä kautta sisällöstä parempi muistijälki kuin staattisella sisällöllä esimerkiksi julisteissa. AR-sisällön yhdistäminen julistemainontaan mahdollistaa vaihtuvan sisällön luomisen samaan kuvaan. AR mahdollistaa myös pelillisten elementtien hyödyntämisen sekä markkinoinnissa että tapahtuma-alueella.



Erilaiset somefilterit ovat yksi lisätyn todellisuuden käyttömahdollisuuksista. Somefiltereitä voi hyödyntää tapahtumamarkkinoinnissa esimerkiksi houkuttelemalla yleisöä käyttämään tapahtumaa varten luotua filteriä ja jakamaan sisältöä kilpailun avulla eri somekanavissa.

AR mahdollistaa jo monenlaisia toteutuksia, joissa luovuudella pääsee leikittelemään. AR-toteutuksen hintataso vaihtelee käytetyn tekniikan ja sisällön mukaan muutamasta tuhannesta eurosta useisiin kymmeniin tuhansiin euroihin. Kokonaisbudjetin hintatasoon vaikuttaa myös se, miten paljon sisältöä tarvitsee tuottaa AR-toteutusta varten. On hyvä muistaa, että AR-toteutuksessakin digitaalisen sisällön laatu on kaikkein tärkein asia, eli AR-tekniologia on apuväline kiinnostavaan toteutukseen, mutta sisällössä pitää olla katsojaa houkutteleva ”koukku”. Tapahtuman kohderyhmä vaikuttaa siihen, minkälaista AR-sisältöä kannattaa toteuttaa ja millä tekniikalla. Koska AR:n käyttö ja toteutustekniikat kehittyvät koko ajan, on tärkeää seurata, mitä alalla tapahtuu.

Digivirtaa! -koulutuksessa vieraili lisätyn todellisuuden asiantuntijana Frans Tihveräinen, joka avasi esityksessään AR:n erilaisia käyttömahdollisuuksia ja toteutustekniikoita. Lisää Fransin ajatuksia AR:n käytöstä ja hinnoittelusta voit katsoa videolta. Frans pohtii videolla myös AR:n käytön tulevaisuudesta ja mahdollisuuksista. Katso video täältä:



Katso Frans Tihveräisen video AR:n mahdollisuuksista

Haluatko testata ilmaista AR työkalua?

Jos haluat testata lisätyn todellisuuden sisällön tuottamista ilmaisen työkalun avulla, tutustu Artiviven käyttöön <https://artivive.com/>. Artivive on suunnattu alun perin erityisesti taiteilijoille ja sivustolta löytyykin esimerkiksi taiteilijoille suunnattu digitaalisen taiteen kauppapaikka. Artivivea voi kuitenkin käyttää muutkin kuin taiteilijat, joten rohkeasti vain testaamaan!

Teknisesti työkalu on erittäin helppokäyttöinen: rekisteröidy Artiviven käyttäjäksi, tuo alustalle (Bridge) yksi kuva ja yksi video (tai muu digitaalinen sisältö, jonka haluat avautuvan kuvasta) ja työkalu yhdistää materiaalit toisiinsa. Artiven lisätty todellisuus pohjautuu triggerikuvan käyttöön eli tiettyä kuvaa skannaamalla (Artive sovelluksella) video tai muu sisältö käynnistyy.

Artiviveen tuotava sisältö editoidaan jollain muulla työkalulla ennen alustalle tuontia. Videosisällön editointiin löytyy myös ilmaisia työkaluja esimerkiksi Adobe Premiere Rush. Ilmaisella versiolla pystyy luomaan pienen kokeilun, laajempaan sisältöön tarvitaan maksullinen versio.



Katso Oona Tikkaon video ja tutustu Artiviven käyttöön

Virtuaaliympäristöt

Digivirtaa! -hankkeessa puhuttiin digitaalisesta tapahtumatuotannosta, millä viitattiin erilaisiin digitaalista teknologiaa hyödyntäviin ratkaisuihin niin tuotantoprosessissa kuin lopputuotoksessakin eli tapahtuman tuotantoympäristössä. Korona-aikana monet toimijat siirsivät toimintaansa verkkoon nopealla aikataululla ja verkkotapahtumia alettiin yleisesti kutsumaan virtuaalitapahtumiksi. Vaikka virtuaalitapahtuma viittaakin terminä virtuaaliympäristössä tapahtuvaan toimintaan, on se yleistynyt puhekielessä tarkoittamaan kaikenlaisia verkossa tuotettuja tapahtumia.

Virtuaaliympäristö tarkoittaa tässä artikkelissa täysin digitaalisesti luotua 3D-ympäristöä, joka voi jäljitellä jotain oikeaa ympäristöä/tapahtumapaikkaa tai olla täysin kuvitteellinen ympäristö. Virtuaaliympäristössä liikutaan usein avattarina ja parhaimman kokemuksen saa, jos pystyy käyttämään VR-laseja. Virtuaaliympäristöissä toteutettuihin tapahtumiin voi toki osallistua ilman lasejakin, mutta kokemus ei ole yhtä immerstiivinen kuin lasien kanssa.

Erilaiset virtuaalimaailmassa tapahtuvat simulaatiot ovat tuttuja esimerkiksi teollisuudesta ja terveydenhuollosta, mutta tapahtuma-alalla ne eivät vielä ole yleistyneet käytössä kovinkaan paljon. Jotkut artistit ovat järjestäneet keikkojaan pelimaailmoissa, joissa on jo pitkään totuttu liikkumaan virtuaalimaailmassa. Yhtenä esimerkkinä virtuaalimaailmoista voidaan mainita Zoanin luoma Virtual Helsinki, missä pääset tutustumaan Helsinkiin virtuaalisesti. Virtual Helsinki -ympäristö voi toimia myös tapahtumapaikkana.

Täällä voit tutustua Virtual Helsinkiin

Jos olet järjestämässä tapahtumaa virtuaaliympäristöön, varaa reilusti aikaa eri tekijöihin tutustumiseen (tuotantoyhtiöt), tekniseen tuotantoon perehtymiseen sekä budjetointiin. Samoin kuin livetapahtumankin paikanvalintaan, virtuaalitapahtuman alustan valintaan vaikuttavat muun muassa budjetti ja kohdeyleisö.

Vaikka ilmaiset virtuaalialustat ovat melko rajallisia käyttökokemukseltaan, tuo omakohtainen tutustuminen ja tilan rakentaminen näkökulmaa siihen, minkälaisia mahdollisuuksia virtuaaliympäristöt tarjoavat. Oona Tikkaaja opastaa videolla, miten voit toteuttaa oman kokeilusi Mozilla Hubs –alustalla. Näet videon alla olevasta linkistä.



Katso Oona Tikkaajan video ja tutustu Mozilla Hubs –alustaan

”

Samoin kuin livetapahtumankin paikanvalintaan, virtuaalitapahtuman alustan valintaan vaikuttavat muun muassa budjetti ja kohdeyleisö.



Striimaaminen

Striimaaminen oli yksi suosituimmista keinoista tuottaa tapahtumia korona-aikana. Striimaaminen eli suoratoisto tarkoittaa äänen ja videokuvan välittämistä tietoverkossa siten, että vastaanottajan ei tarvitse ladata materiaalia omalle koneelleen vaan toistaminen tapahtuu lähetyksen kanssa samanaikaisesti. Striimaaminen tapahtumissa voi olla esimerkiksi joko suoraan striimiä varten tuotettu sisältö (studioiloissa tai muuten striimiä varten rakennetussa tilassa) tai sitten livetapahtuma, joka tuotetaan myös striimiin. Jos tuotat hybriditapahtuman eli tapahtuma on sekä paikan päällä jossakin tapahtumatilassa että sisältö striimataan verkko-osallistujille, tarkoittaa se käytännössä kahden tapahtuman tuottamista. Tämä on tärkeää huomioida budjetissa, ajan käytössä ja tuotantohenkilöstön määrän mitoituksessa.

Yksinkertaisimmillaan striimaaminen tapahtuu omalla puhelimesi jollakin somekanavalla, jossa voit aloittaa live-lähetyksen joko heti tai ajastetusti. Sisällön lisäksi pitää huolehtia äänen kuuluvuudesta (tarpeeksi tehokas mikrofoni) ja näkyvyydestä (sopiva valaistus), mutta muuten tekniikka on kevyttä ja aloittaminen yksinkertaista. Isompien tapahtumien striimaamiseen tarvitaan kuitenkin jo hieman järeämpää kalustoa ja enemmän osaamista sekä pohdintaa siitä, mikä on omalle tapahtumallesi sopiva striimausalusta.

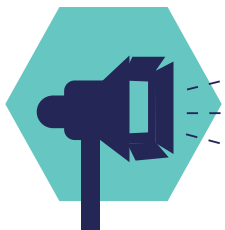


Striimatuissa tapahtumissa on hyvä muistaa sama kuin livetapahtumassakin: tarvitaan hyvä sisältö ja tapahtuman markkinointia. Vaikka osa alustoista tarjoaakin katsojille ehdotuksia käynnissä olevista livestriimeistä, kilpailu yleisöstä on kovaa. Striimattujen tapahtumien markkinoinnissa on tärkeää ottaa haltuun erilaiset digimarkkinoinnin keinot eli markkinointi tapahtuu niissä kanavissa, joissa tulevan tapahtuman yleisö viettää aikaansa.

Laadukkaan striimitapahtuman tuottamiseen tarvitaan aina aikaa, kalustoa, osaavia tekijöitä ja toimiva alusta. Budjetti riippuu siitä, miten isoa tuotantoa tehdään ja mille alustalle. Tässä oppaassa ei käydä striimauksen teknisiä yksityiskohtia läpi, mutta annetaan muutamien videoiden avulla tuottajalle vinkkejä asioista, joita on hyvä ottaa huomioon striimitapahtumassa.

Striimatun tapahtuman tuottamiseen tarvitaan hyvän sisällön, tarkan käsikirjoituksen ja sopivan tilan lisäksi:

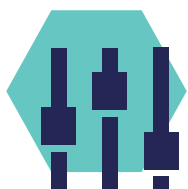
- Tarpeeksi tehokkaan tietokoneen
- Tarpeeksi tehokkaan ja stabiilin nettiyhteyden
- Kameran/kameroita
- Mikrofonit
- Valot
- Videomikserin/ohjelmiston
- Alustan, jolla striimi toteutetaan



Valaistuksessa on tarpeen huomioida paitsi valojen asettelu myös eri väristen valojen sovittaminen yhteen. Katso valaistukseen liittyvistä asioista lisätietoa Joonaa Haaralan videolta. Näet videon alla olevasta linkistä.



Katso lisätietoa valaisuksesta



Äänitekniikkaa rakennettaessa on huomioitava tapahtuman äänisisältö (musiikkia, puhetta, videoita vai kaikkia näitä) ja tarvitseeko äänen miksausessa huomioida striimin lisäksi saliääni. Äänitekniikan perusasioihin/terminologiaan voit tutustua videolla, jonka näet alla olevasta linkistä.



Äänitekniikan perusasiat ja terminologia



Jos haluat käyttää OBS studiota striimaamiseen, tutustu sen käyttöön tämän videon avulla. Näet videon alla olevasta linkistä.



OBS studion käyttö



Tässä Teoston artikkelissa käydään läpi 10 vinkkiä onnistuneen striimitapahtuman järjestämiseen, lue artikkeli alla olevasta linkistä.

Lue Teoston artikkeli tästä

Striimausalustan valinta

Erilaisia striimausalustoja on tarjolla paljon sekä maksullisina että ilmaisina. Tuottajan on ensin pohdittava, mitä ominaisuuksia alustalta vaaditaan, mikä on tapahtuman kohdeyleisö, kuinka suurta tapahtumaa olet tuottamassa, mikä on tiimin osaaminen ja minkälaista kalustoa on käytettävissä. Onko tarkoituksenmukaista tuottaa striimi itse vai pitäisikö ostaa palvelu ammattilaisilta? Paljonko rahaa on käytettävissä? Striimausalustan valintaan vaikuttavat monet samat tekijät kuin live-tapahtuman tapahtumapaikankin valintaan.



Alustan valinnassa pitää ottaa huomioon:

- Kohderyhmä eli kenelle tapahtumaa tehdään? Erilaiset yleisöt tavoitetaan eri alustoilla. Omalle yleisölle optimaalinen alusta on tarpeen selvittää siinä vaiheessa, kun striimausta suunnittelee.
- Mitä ominaisuuksia alustalta vaaditaan onnistuneen tapahtuman tuottamiseen? Halutaanko myydä lippuja, mukauttaa tapahtuman visuaalinen ilme omien toiveidesi mukaan, minkälaisia mahdollisuuksia yleisölle halutaan tarjota vuorovaikutukseen, minkälaista dataa halutaan kerätä, halutaanko paikalle yleisöä, joka löytää sinne juuri tietyn alustan kautta?

- Mikä on tapahtuman tarkoitus? Onko tarkoitus järjestää vain yksi tapahtuma vai tapahtumasarja ja mitä tapahtumalla tavoitellaan? Haetaanko omalle kanavalle näkyvyyttä vai tuotetaanko tapahtuma tiettyyn tarpeeseen esimerkiksi esiintyjän promootiotapahtuma?
- Miten oma tapahtumasi toimii kyseisellä alustalla? Jos on kyseessä musiikki-tapahtuma, on hyvä huomioida, että esimerkiksi YouTube saattaa katkaista lähetyksesi, vaikka tekijänoikeusasiat olisivatkin kunnossa. Jos taas järjestät yrityksille suunnattua tapahtumaa, on otettava huomioon, mitkä alustat ovat sallittuja käyttää eri organisaatioissa.
- Eri alustoilla on otettava huomioon myös se, että käyttöehdot ja toiminnallisuudet muuttuvat nopealla aikataululla ja näistä pitää olla koko ajan selvillä. Kanavilla on esimerkiksi erilaisia sääntöjä seuraajamääristä tai kuinka tilillä voi tuottaa livestriimiä. Tutustu siis ajoissa alustaan, jota aiot käyttää ja selvitä sen hetkiset ohjeistukset.
- Jos striimaat musiikkitapahtumaa tai käytät striimissä musiikkia, ota selvää Teostosta ja Gramexista ajankohtaisista luvista, joita tarvitset. Musiikin käyttöluja määräytyy sen mukaan, mitä alustaa käytetään, onko tapahtuma maksullinen ja jääkö siitä tallenne.

Jos haluat tutustua aiheeseen lisää, Joonaa Haarala esittelee eri alustojen hyviä ja huonoja puolia videolla, jonka näet alla olevasta linkistä.



Tutustu striimausalustoihin

Esiintyminen striimissä

Striimatuissa tapahtumissa on usein puhujia joko esiintyjinä ja/tai juontajina. Tuottajan on hyvä muista, että juontajan lisäksi linjoilla on tarpeen olla muitakin henkilöitä huolehtimassa muun muassa chatista ja teknisestä neuvonnasta, jotta juontaja saa keskittyä omaan tehtäväänsä rauhassa. Esiintymiseen striimissä pätevät monet samat lainalaisuudet kuin muuhunkin esiintymiseen. Näistä päällimmäisenä korostuu harjoittelun merkitys. Tässä koosteessa ja mukana olevalla videolla keskitytään erityisesti puhujaksi esiintymiseen.

Katsekontaktilla on iso merkitys myös verkkotapahtumissa. Varsinkaan isommissa verkkotapahtumissa esiintyjällä ei ole välttämättä mitään vuorovaikutusta yleisön kanssa, jolloin katsekontaktin merkitys saattaa unohtua. Tällöin on tärkeää kuvitella kameran paikalle yleisö, jolle on puhumassa. Pienemmissä webinaareissa on jo iso merkitys sillä, että kamera on sopivalla korkeudella puhujaan nähden ja kuvakulma katsojaan säilyy luontevana (ei liian alhaalla eikä ylhäällä). Esiintyjän on myös hyvä muistaa, että jos kuvataan vain lähikuvaa, jää kehon muu nonverbaalinen viestintä pois kuvasta.

Esiintyjän on hyvä huomioida, että tekniikkaan voi tulla kesken esityksen jotain vikaa. Kenties dioja ei saada näkyviin tai tekstityslaitte (jos sellainen on käytössä) ei toimi. Tällöin valmistautumisella ja oman asiansa tuntemuksella on erityisen iso merkitys. On hyvä miettiä etukäteen, miten tällaisesta tilanteesta selviää valmistautumalla joko omin fyysisin muistiinpanoin tai osaamalla asiansa niin hyvin, että voi esiintyä ilman muistiinpanoja.



Joona Haaralan videolla lisää vinkkejä esiintymiseen

Digitapahtuman tuottaminen: Täystyrmäys kiusaamiselle

Teksti ja kuvat: Julia Mäki

Digivirtaa! -koulutuksessa osallistujat saivat itse päättää, minkälaisen tapahtuman he järjestävät ja miten digitalisuutta hyödynnetään tapahtumassa. Hankkeen aikana järjestettiin neljä hyvin erilaista tapahtumaa: pelitapahtuma hybriditoteutuksena, digitaalinen lyhytelokuvafestivaali, eJoulupuu varainkeruutapahtuma livestriiminä sekä kiusaamisen vastainen tapahtuma YouTubessa. Tässä case-esimerkissä Julia Mäki avaa heidän ryhmänsä työskentelyä digita-



Tiimin työskentely verkossa

Verkkotapahtuman rakentaminen lähti liikkeelle siitä, että tiimimme pohti yhdessä tapahtumalle aihetta, sisältöä ja toteutustapaa. Idea järjestää kiusaamisen vastainen verkkotapahtuma syntyi, kun työryhmämme jäsenen lapsi oli joutunut kiusatuksi. Tapahtuma päätettiin järjestää YouTube-kanavalla 30.11.2021. Määrittelimme tapahtuman tavoitteet ja kohderyhmän sekä pohdimme, ketkä olisivat sopivia esiintyjä tapahtumaamme, miten tapahtuma teknisesti toteutettaisiin ja millaisia yhteistyökumppaneita haluttaisiin mukaan. Koska asuimme kaikki eri paikkakunnilla, keskustelimme tiimin kanssa tuotannon kulusta ja sopimus- sekä tapaamisasioista pääsääntöisesti Teamsia ja WhatsAppia käyttäen sekä hankekoulutuksen yhteisissä tapaamisissa zoomissa. Tutustuimme myös Opens-työkaluun projektin aikana, mutta varsinaisesti yhteisten dokumenttien työstäminen tapahtui Google driven avulla.

Tapahtuman sisältö, kohderyhmä ja esiintyjät

Tapahtuman sisältönä oli tuoda esille, kuinka kamppailulajit tehokkaana liikuntamuotona voi olla vaihtoehto purkaa kiusaajan pahaa oloa ja ahdistusta, sekä kiusatuille keino saada lisää itsevarmuutta ja yhteisöllisyyden tunnetta. Tapahtuman kohderyhmänä olivat nuoret, heidän vanhempansa, opettajat, valmentajat sekä kaikki aiheesta kiinnostuneet. Tapahtuman tähdeksi saatiin arvostettu nyrkkeilijä ja valmentaja Amin Asikainen, joka on ollut aktiivisesti mukana erilaisissa kiusaamisen vastaisissa kampanjoissa ja tapahtumissa. Amin tarjosi arvokasta tietoa ja kertoi henkilökohtaisia näkökulmiaan kiusaajana, kiusattuna olemisesta sekä miten kiusaamista tulisi torjua ja miten siihen tulisi puuttua. Tapahtuman pääesiintyjä järjestyi suhteiden kautta ja muutkin esiintyjät löytyivät sopivasti lähipiiristä.

Kuvauspaikan hankinta

Kun olimme saaneet esiintyjien kanssa alustavan sopimuksen sähköpostitse tehtyä, aloimme pohtimaan tapahtuman videotointiin sopivaa kuvauspaikkaa ja alustaa, jolla tapahtuma olisi katsottavissa. Löysimme suhteiden kautta myös sopivan kuvauspaikan, joka valikoitui tapahtuman luonteen ja esiintyjien mukaisesti, kustannuksia silmällä pitäen. Nyrkkeily sali Ringside Gym lainasi meille kuvauspaikan vastineeksi siitä, että heidän nimensä ja toimintansa näkyisivät tapahtumassamme.



Tapahtuma-alusta

Valitsimme YouTubeen tapahtumamme alustaksi useasta syystä, joista yksi oli sen helppokäyttöisyys. YouTubeen käyttöliittymä on selkeä ja monille tuttu, joten sen käyttäminen ei vaadi laajaa teknistä taitoa tai erityisosaamista. Tämä teki tapahtuman seuraamisen mahdolliseksi mahdollisimman monelle kiinnostuneelle, oli sitten kyseessä nuori tai vanhempi katsoja. Meidän tuli lisäksi ottaa huomioon pääkohderyhmämme (koululaiset kolmannelta luokalta ylöspäin) ja heidän mahdollisuutensa osallistua tapahtumaamme. Halusimme varmistaa, että mahdoli-

simman monet, jotka eivät varsinaisena tapahtuman ajankohtana pääsisi paikalle, pystyisivät kuitenkin katsomaan tallenteen jälkikäteen. Ja jotta tapahtumamme ei olisi ollut pelkkä ruudulla pyörivä tallenne, lisäsimme live -esitykseen osallistavia elementtejä, jotka tekivät esityksestä mielenkiintoisen ja interaktiivisen katsojille. Osallistavina elementteinä oli muun muassa äänestykset, jotka toteutimme visailun omaisesti ja live-komentointi.

Yhteistyökumppanin hankinta

Kun aika, paikka, esiintyjät ja alusta olivat valmiina, otimme yhteyttä tiimin jäsenen tuttuun, joka oli juuri perustanut brändin nimeltä Jabi. Jabin valikoimiin kuuluu muun muassa nyrkkeilyhanskat ja erilaiset vaatteet: ”Syö, Nuku, Nyrkkeile” painatuksella olevat t-paidat ja hupparit. Jabin tuotteet ovat hyvin suosittuja niin harrastelijoiden kuin ammattilaistenkin keskuudessa, ja niiden laadusta ja kestävydestä on saatu paljon positiivista palautetta. Jabi suostui lähtemään mukaan yhteistyöhön ja lupasi toimittaa tapahtumaa varten kaikille esiintyjille t-paidat, jossa näkyi Jabin logo ja edellä mainittu ”Syö, Nuku, Nyrkkeile” teksti. Tiimimme jäsen tapasi Jabin perustajan ja solmi hänen kanssaan yhteistyökumppanuutta varten erillisen kirjallisen sopimuksen. Sopimuksessa mainittiin sopimuksen osapuolet, tarkoitus, vastikkeet, mainonta, yhteistyön ehdot, sopimuksen irtisanominen ja lopuksi molempien osapuolien allekirjoitukset. Sopimus oli hyvin selkeä ja yksiselitteinen, jotta molemmat osapuolet ymmärsivät yhteistyön ehdot ja velvoitteet.

Kuvaaja ja tekniikka

Kuvaajan löytäminen osoittautui haastavammaksi, kun olimme aluksi osanneet ajatella. Tähän kului itseasiassa suhteessa eniten aikaa, sillä tarvitsimme nimenomaan kuvaajan, joka taitaisi monikameratuotannon. Monikameratuotannossa käytetään useampaa kuin yhtä kameraa samanaikaisesti tallentamaan tapahtumaa eri kulmista ja se vaatii erilaista osaamista kuin yhdellä kameralla videointi. Tovin etsittyämme löysimmekin kuvaajan, joka on erikoistunut monikameratuotantoon ja sopi täydellisesti videointimme tarpeisiin. Hän leikkasi ja editoi materiaalin valmiiksi latausta varten YouTube-kanallemme. Kuvaaja vuokrasi tarvitsemansa mikrofoni, piuhat ja liittimet ulkopuoliselta toimijalta. Kuvaajan kanssa teimme myös kirjallisen sopimuksen.

Ennen varsinaista kuvauspäivää tapasimme vielä esiintyjät ja teimme heidän kanssaan esiintyjasopimukset. Sopimuksissa sovittiin esiintymisestä tapahtumassa, korvauksista, matkakuiluista, sekä muista esiintymiseen liittyvistä yksityiskohdista. Sopimuksessa määriteltiin myös peruutusehdot ja se toimi sitovana dokumenttina, joka takasi molempien osapuolten oikeudet ja velvollisuudet esiintymisen suhteen.



Markkinointi

Koko tuotannon ajan ylläpidimme aktiivisesti tapahtuman omia Instagram ja Facebook sivuja. Tiimimme ja graafinen suunnittelija Tomi Hakkola tuottivat kanaville näkyvät materiaalit, mukaan lukien tapahtuman logon, joka oli Tomin suunnittelema. Lisäksi Tomi sai työlleen merkittävää näkyvyyttä sosiaalisen median kanavillemme sekä itse tapahtumassa. Hyödyntäen kuvauspäivän aikana tuotettua materiaalia, toteutimme mainoskampanjan tapahtumasta Facebook Meta Suitessa, joka ohjasi käyttäjät tapahtuman omille Facebook-sivuille. Mainoskampanja oli voimassa tapahtumapäivään asti. Somemarkkinoinnin lisäksi lähetimme sähköpostilla monille kouluille tietoa tapahtumasta ja tämän lisäksi lähetimme mediatiedotteen useaan eri lehteen.

Arviointi

Tapahtumamme onnistui mielestämme hyvin ja tapahtuma kiinnosti eri ikäisiä katsojia (tietoa saatiin muun muassa ennakkoilmoittautumisten perusteella). Olimme iloisesti yllättyneitä osallistujamäärästä julkaisuajankohtana ja lisäksi videota on katseltu myös tapahtuman jälkeen. YouTuben osallistavien elementtien avulla pystyimme innostamaan katsojia ja luomaan positiivisen ja kannustavan ilmapiirin, jossa jokainen sai äänensä kuuluvin ja tunsivat olevansa osa tapahtumaa. Tapahtuman suunnittelu ja toteutus oli huolellista. Saimme apua digitaal-

”

Koko tuotannon ajan
ylläpidimme aktiivisesti
tapahtuman omia
Instagram ja Facebook
sivuja.

listen työvälineiden ja työtapojen käyttöön osaavilta opettajilta ja asiantuntijoilta hankkeen koulutustapaamisissa ja se antoi meille hyvät valmiudet toteuttaa onnistunut tapahtuma. Olimme myös iloisia siitä, että monet alan asiantuntijat halusivat olla mukana tapahtuman toteutuksessa. Tapahtuma on herättänyt paljon kiinnostusta, ja eri kamppailulajien ja salien vetäjät/valmentajat ovat ilmaisseet kiinnostuksensa tulevien vastaavien tapahtumien järjestämiseen.

[Linkki tapahtumaan](#)

Tapahtuman somekanavat:



Instagram: @taystyrmayksiusaamiselle

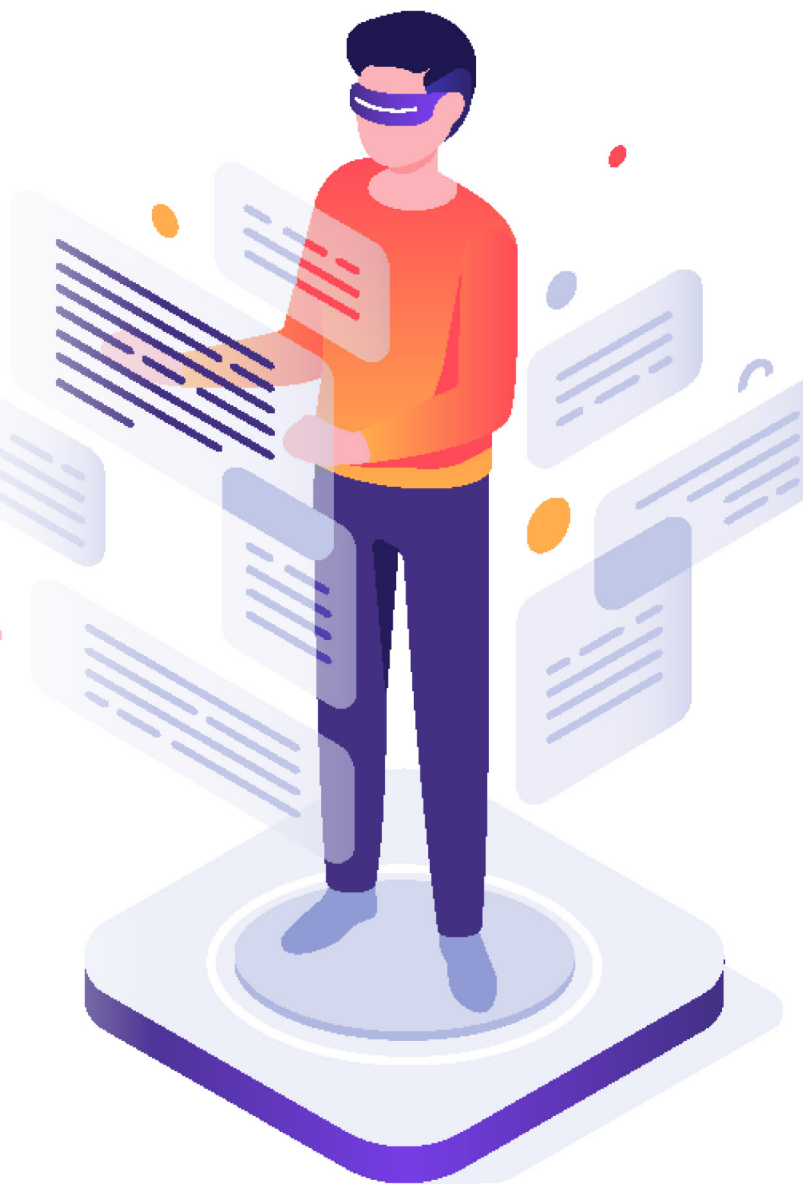


Facebook-tapahtumasivu

Lisätietoa aiheesta

Kiinnostuitko aiheesta ja haluat lisää tietoa? Ammattikorkeakouluissa on viime vuosina tehty useita hankkeita, joissa digitaalisuus on ollut jollakin kärjellä mukana. Useimmat hankkeet on tehty eri oppilaitosten tai muiden toimijoiden kanssa yhteistyönä, joka on mahdollistanut laajemmin kulttuurituotannon alan kehittymisen ja digitaalisuuden kehityksessä mukana pysymisen. Tässä kootuna muutamia hankkeita, joissa Humak on ollut mukana ja joiden materiaalien kautta löydät aiheista lisätietoja ja kiinnostavia julkaisuita.

Innostavia hetkiä digitaalisten tuotantojen äärellä!



Creathon-hankkeessa kehitettiin yhdessä muiden ammattikorkeakoulujen kanssa kulttuurialan ja teknologia-alan rajapintoja ja kohtaamisia. Hankkeen rahoitus: Euroopan sosiaalirahasto.

Creathon-hankkeen nettisivut

Vevent-hanke tarjosi kulttuurialan toimijoille osaamista digitaalisuuden hyödyntämisessä omassa toiminnassaan. Hankkeen oppaasta löydät lisätietoja digitapahtumien tuottamisesta. Hankkeen rahoitus: Euroopan sosiaalirahasto.

Vevent-hankkeen nettisivut

Struve experience -hankkeessa hyödynnettiin sekä virtuaalimaailmaa VR laseihin toteutetun sisällön kautta että lisättyä todellisuutta oman mobiilisovelluksen avulla. Hankkeen rahoitus: Opetus- ja kulttuuriministeriö.

Struve experience -hankkeen nettisivut

Digimagia-hanke keskittyi luovan alan toimijoiden ansaintamahdollisuuksien ja toimintavalmiuksien parantamiseen digitaalisuuden ja palvelumuotoilun avulla. Tutustu hankkeen virtuaaliseen oppimisympäristöön Digimagian nettisivuilla. Hankkeen rahoitus: REACT-EU:n ESR-toimenpiteet. Hanke rahoitetaan osana unionin Covid-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Digimagia-hankkeen nettisivut

Kirjoittajat

Paula Kostia työskentelee Humakissa kulttuurituotannon lehtorina. Hän toimi Nuorten virtalähde - korona-ajan digitaalisen tapahtumatuotannon koulutus nuorille -hankkeen projektipäällikkönä. Paula on ollut mukana useissa Humakin hankkeissa, joissa on kehitetty digitaalisuuden mahdollisuuksia luovilla aloilla. Hän opettaa Humakissa digitaalisuuteen keskittyvää opintojaksoa sekä ohjaa opinnäytetöitä. Paulan tuottajatausta on klassisen musiikin tuotannoissa.

Benny Majabacka työskentelee Humakissa kulttuurituotannon lehtorina. Hänellä on monipuolinen kokemus tuottajan töistä. Benny on ollut viime vuosina mukana monissa luovien alojen kehittämishankkeissa ja kulttuurialan projekteissa. Hänen vastualueenaan opetuksessa ovat mm. tuotannon perusteet, markkinointi ja lakiasiat.

Julia Mäki on ensimmäisen vuoden kulttuurituottajaopiskelija Humakissa ja hän osallistui Digivirtaa! -koulutukseen ennen opintojaan. Julia kuvailee itseään näin: ”Olen tunnettu optimistisuudestani ja seikkailijaluonteestani. Tartun uusiin haasteisiin innokkaasti ja avoimin mielin. Osaan monipuolisesti eri asioita ja olen aina valmis kehittämään taitojani. Mikäli törmään johonkin asiaan, jota en osaa, opettelen sen perinpohjaisesti.”



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

DI€IVIRTAA!

HUMAK[®]

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020