

Kansanmuusikot tapahtumatuottajina: Luovuuden ja yrittäjyyden voima

5.5.2025

Kansanmusiikki tarkoittaa kansanomaista musiikkia, joka on säilynyt muistin varassa. Kansanlaulujen tekijänoikeuksien haltijoita ei useinkaan tunneta. Eurooppalaisessa ja pohjoisamerikkalaisessa kulttuuriperinnössä kutsutaan kansanmusiikkia muistuttavaa nykyaikaista laulumusiikin tyylilajia folkmusiikiksi.

Kansanmusiikki on syntynyt erilaisista ihmisryhmien sävelilmaisuista, jotka sittemmin ovat siirtyneet sukupolvelta toiselle kuulomuistin varassa ilman kirjallisia esikuvia. Suomalainen kansanmusiikki sisältää esimerkiksi huhuillen, resitoiden, laulaen, rallatellen, rummuttaen ja soittaen esitettyjä sävelaihelmia. Suomalainen laulurunous vastaavasti oli tavallisesti kalevalanmittaisia muinaisrunoja, joita useimmiten esitettiin esi- ja jälkilaulajan vuorotellessa säkeittäin.

Suomalainen nykykansanmusiikki

Nykykansanmusiikin alkamisen ajankohdan voidaan Suomessa sanoa olleen jo reilu 50 vuotta sitten 1970-luvulla, jolloin muusikot alkoivat etsiä perinnemusiikkia muokatakseen sitä omiin tarkoituksiinsa. Nykyään suomalainen kansanmusiikki onkin tosi monimuotoista, elävää ja kansainvälistä. Se yhdistää perinteisiä sävelmiä ja moderneja vaikutteita, ja sen esittäjät ovat usein myös tapahtumatuottajia, kuten Leija Lautamaja ja Miia Palomäki, joita haastattelimme podcastiin. Kansanmusiikki mahdollistaa taiteellisen ilmaisun ja liiketoiminnan yhdistämisen, mikä tekee siitä hyvin monipuolisen ammatin. Kansanmusiikin genressä kannustetaan omannäköiseen tekemiseen ja luovuuteen, mikä heijastuu tapahtumien järjestämiseen. Tapahtumatuottaminen taas on mahdollisuus luoda ainutlaatuisia ja merkityksellisiä tapahtumia, jotka vahvistavat yhteisöllisyyttä ja kulttuurista identiteettiä.



Kuva 1. Muusikot Leija Lautamaja ja Miia Palomäki (kuva: Liina Lautamaja).

Kansanmuusikoiden työssä tapahtumatuottajina luovuus ja yrittäjyys ovat keskeisiä elementtejä. Musiikin maistereiden Leija Lautamajan ja Miia Palomäen kokemukset osoittavat, että tapahtumien järjestäminen vaatii paitsi taiteellista näkemystä ja vahvaa yrittäjähenkeä niin myös usein luovaa ongelmanratkaisukykyä. Leija kertoo, että tapahtumien järjestäminen on ollut osa hänen elämäänsä jo ala-asteelta lähtien, ja hän pohtii, onko tämä yrittäjähenki peräisin eteläpohjalaisesta kulttuurista vai siitä, että valmiita tapahtumapaikkoja on vähän. Miia lisää, että kansanmuusikoilla on Suomessa vain vähän kuukausipalkkaisia työpaikkoja, mikä vaatii freelancerina toimivalta muusikolta monialaista osaamista. Monille kansanmuusikoille tapahtumien tuottaminen on olennainen osa ammattia.

Taiteilijan ja tuottajan roolien yhdistäminen

Leija ja Miia ovat järjestäneet monenlaisia tapahtumia, kuten kansantanssiklubeja ja yhtyeidensä kiertueita. He ovat tottuneet hoitamaan kaiken itse, aina tapahtumapaikan löytämisestä kahvinkeittoon. Miia mainitsee, että he yhtyeenä ovat järjestäneet muun muassa Enkel-yhtyeensä levynjulkaisukeikat ja kiertueet itse kotimaassa ja ulkomailla, mikä kuvaa hyvin heidän monialaista osaamistaan.

Leija ja Miia ovat yhtä mieltä siitä, että taiteilijan ja tuottajan roolien yhdistäminen on mahdollista, mutta se voi olla haastavaa. Miia kokee, että kulttuurituotannon ammattilaiset voisivat vapauttaa taiteilijoiden kapasiteettia keskittyä taiteeseen. Leija puolestaan näkee, että omien tapahtumien järjestäminen on palkitsevaa, mutta se vaatii tasapainottelua taiteellisen työn ja hallinnollisten tehtävien välillä. Kansanmuusikoiden kokemukset osoittavat, että tapahtumatuotanto on monipuolinen ja luova prosessi. Vaikka taiteilijan ja tuottajan roolien yhdistäminen voi olla haastavaa, se tarjoaa mahdollisuuden luoda juuri omannäköisiä tapahtumia.

Verkostoitumisen merkitys tapahtumien järjestämisessä

Verkostoituminen on usein pitkäjänteistä, ja verkostot karttuvat vuosien saatossa. Miia kertoo, että verkostoituminen edellyttää avoimuutta, vilpitöntä kiinnostusta toisia kohtaan ja kunnioittavaa asennetta. Leijan mukaan hyvä asenne auttaa aina, se, että olet sitoutunut tehtäviin ja suhtaudut myönteisesti. Myös läsnäolo auttaa verkostoitumisessa ja se, että osallistuu aktiivisesti ja itse osoittaa halunsa olla osana toimintaa. Heidän mukaansa etenkin pienillä paikkakunnilla verkostoituminen perustuu usein yhteisöllisyyteen ja pitkäaikaiseen yhteistyöhön.

Leijalla ja Miialla on kokemusta tapahtumien tuottamisesta hyvin pienellä budjetilla. Heidän mielestään tapahtuman järjestäminen pienellä budjetilla ei missään nimessä tarkoita huonoa tai epäonnistunutta tapahtumaa. Toisin sanoen iso budjetti, isot puitteet ja paljon ihmisiä tapahtumassa eivät välttämättä ole yhtä kuin onnistunut tapahtuma. Tapahtumia voidaan järjestää myös tietoisesti siten, että taloudellinen onnistuminen ei ole pääasiallinen tavoite. Tällaisissa tapahtumissa tärkeitä motivaatiotekijöitä voivat olla keikkakokemusten saaminen, näkyvyyden lisääminen ja yleisön rakentaminen. Lisäksi rajalliset resurssit

usein ohjaavat tapahtumanjärjestäjiä luoviin ratkaisuihin. Sinnikkyys ja pitkäjänteisyys näkyvät pitkän aikavälin toiminnan saavutuksissa ja juuri verkostoissa ja verkostojen kasvamisessa.

Viestinnän ja markkinoinnin tavoite on varmistaa yleisön tuleminen paikalle. Tosin markkinoinnin määrä ja lukuisat viestintäkanavat eivät takaa sitä, että se tavoittaa kaikki tapahtuman mahdolliset asiakkaat. Tapahtumaan voi aina osallistua henkilö, joka sanoo, että ei tiennyt tapahtumasta. Markkinoinnissa voi tehdä vain sillä hetkellä parhaansa, mutta kuitenkaan se ei koskaan tavoita kaikkia.

Tapahtumien järjestämisessä voi olla monenlaisia haasteita, kuten taloudellisia haasteita, muita päällekkäisiä tapahtumia, esiintyjien sairastumisia, sääriskiä, mutta riskeihin varautuminen ja esimerkiksi taloudellisetkaan haasteet eivät estä onnistumista, jos järjestäjillä on vahva motivaatio, luovuutta ja kyky sopeutua resursseihin ja olosuhteisiin.

Paikallisuus tapahtumien järjestämisessä

Etelä-Pohjanmaalla pienillä paikkakunnilla yhteisöllisyys ja alueelle perinteinen talkoohenki ovat keskeisiä erityispiirteitä. Tällainen yhteisöllinen toiminta helpottaa tapahtumien käytännön järjestelyjä. Pienemmillä paikkakunnilla saattaa myös olla tarjolla edullisempia tapahtumatiloja. Lisäksi etuna voi olla tapahtumien tarjonnan vähyys ja harvinaisuus, ja siten kynnys osallistua tapahtumiin on matalampi. Myös järjestäjien verkostot vaikuttavat tapahtumien toteuttamiseen ja yleisön tavoittamiseen. Vastaavasti isommilla paikkakunnilla osallistumiseen voi vaikuttaa enemmän yleisön sitoutuneisuus tai tapahtuman markkinoinnin onnistuminen.

Yhdistysten tapahtumissa saattaa olla hyvin sitoutunutta järjestäjäväkeä ja osallistujia, ja he vaikuttavat tapahtumien onnistumiseen. Kun taas ammattimaisesti tuotetuissa tapahtumissa on yleensä isommat puitteet ja virallisemmat rakenteet. Myös genret saattavat vaikuttaa musiikkitapahtumien järjestämiseen, tyyliin ja tavoitteisiin, eri genreillä ja yhteisöillä on omia toimintatapoja. Yhteisöllisyyttä ja talkoohenkeä löytyy sekä pienistä että isommista kaupungeista, jos on sitoutunut yhteisö ja innostava toimintatapa. Paikallisuus saattaa näkyä vain käytännön järjestelyissä tai tilojen saatavuudessa.

Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista -hanke tuo yhteisöllisen kansanmusiikkitapahtuman Seinäjoen Keskustorille osaksi Ilmiöiden Yö -kaupunkitapahtumaa 5.9.2025.

Vinkit tapahtumatuotantoon

1. **Suunnittelu ja aikataulutus**: Aloita tapahtuman suunnittelu hyvissä ajoin. Laadi selkeä aikataulu, joka kattaa kaikki tapahtuman vaiheet, kuten markkinoinnin, lipunmyynnin, harjoitukset ja itse tapahtuman. Tämä auttaa pitämään asiat järjestyksessä ja varmistaa, että kaikki sujuu suunnitellusti.
2. **Budjetointi**: Laadi realistinen budjetti, joka kattaa kaikki tapahtuman kulut, kuten tilavuokrat, äänentoistolaitteet, markkinointimateriaalit ja mahdolliset palkkiot esiintyjille. Pidä budjetti ajan tasalla ja varaudu yllättäviin menoihin.
3. **Markkinointi**: Hyödynnä sosiaalista mediaa, sähköpostilistoja ja paikallisia medioita tapahtuman markkinoinnissa. Luo houkutteleva tapahtumasivu ja jaa säännöllisesti päivityksiä ja sisältöä, joka herättää kiinnostusta ja innostusta tapahtumaa kohtaan.
4. **Yhteistyö**: Tee yhteistyötä muiden muusikoiden, taiteilijoiden ja paikallisten yritysten kanssa. Tämä voi tuoda lisää näkyvyyttä tapahtumallesi ja tarjota uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen ja yhteistyöhön.

5. **Tekniikka ja logistiikka**: Varmista, että kaikki tekniset laitteet ja järjestelyt ovat kunnossa ennen tapahtumaa. Tee tarvittavat testaukset ja varmista, että kaikki toimii moitteettomasti. Huolehdi myös siitä, että tapahtumapaikka on helposti saavutettavissa ja että siellä on riittävästi tilaa kaikille osallistujille.
6. **Asiakaspalvelu**: Panosta hyvään asiakaspalveluun ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Vastaa kysymyksiin nopeasti ja ystävällisesti, ja pyri luomaan positiivinen kokemus kaikille osallistujille.
7. **Palaute ja kehitys**: Kerää palautetta osallistujilta tapahtuman jälkeen ja käytä sitä parantaaksesi tulevia tapahtumia. Palaute auttaa sinua ymmärtämään, mikä toimi hyvin ja missä on vielä parantamisen varaa.

Artikkeli on valmisteltu osana Euroopan unionin osarahoittamaa Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista hanketta. Toteutusaika on 1.2.2024 – 31.1.2026. Tutustu hankkeeseen: Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista. Hankkeen kohderyhmänä ovat Etelä-Pohjanmaalla tapahtumatoimialalla työskentelevät tai aiemmin työskennelleet henkilöt sekä henkilöt, jotka olisivat kiinnostuneita työskentelemään tapahtumatuotannon parissa.

Marja Katajavirta

Asiantuntija, Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista -hanke

SEAMK

Katja Jaskari

Projektipäällikkö, Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista -hanke

SEAMK