



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Saana Heikki

Kestävien tapahtumien Lappi

Kestävän kehityksen ilmentymät Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Digitaalisen median pro gradu -tutkielma
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2025

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Saana Heikki		
Tutkielman nimi:	Kestävien tapahtumien Lappi : Kestävän kehityksen ilmentymät Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä		
Tutkinto:	Filosofian maisteri		
Oppiaine:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma Digitaalinen media		
Työn ohjaaja:	Heidi Hirsto		
Valmistumisvuosi:	2025	Sivumäärä:	84

TIIVISTELMÄ:

Sosiaalinen media on noussut keskeiseksi viestintäkanavaksi, jossa yritykset ja tapahtumajärjestäjät voivat tavoittaa yleisönsä, rakentaa brändiään ja ylläpitää vuorovaikutusta kuluttajien kanssa. Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan kestävän kehityksen ilmentymiä Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-sisällöissä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisia kestävän kehityksen ilmentymiä Instagram-julkaisuissa on havaittavissa erittelemällä niistä löytyviä ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyden elementtejä kestävän kehityksen tavoitteiden (SDG) avulla. Tutkielmassa tarkastellaan näitä ilmeneviä teemoja ja niiden syvempiä merkityksiä neljän eri Lapin matkailualueella järjestettävien kulttuuritapahtumien Instagram-tileiltä. Näitä kulttuuritapahtumia ovat Bättre Folk i Fjällen, Solstice, Kino Ylläs – Elokuvia Taivasalla sekä Midnight Sun Film Festival.

Tutkimusmenetelmänä käytetään laadullista teoriaohjaavaa sisällönanalyysia, joka auttaa tunnistamaan aineistosta näitä kestävän kehityksen teemoja. Aineistona käytettiin neljän eri kulttuuritapahtuman Instagram-julkaisuja kahden vuoden ajalta. Analyysimenetelmänä hyödynnettiin laadullista teoriaohjaavaa sisällönanalyysia, jonka avulla aineistosta tunnistettiin kestävän kehityksen ulottuvuuksia. Analyysi pohjautui kestävän kehityksen ulottuvuuksien neljän pilarin mallin mukaan ekologiseen, taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen kestävyteen.

Tuloksista ilmeni, että tapahtumat lähestyivät kestävästä kehitystä Instagram-viestinnässään eri tavoin. Erityisesti luontokuvat sekä yhteisöllisyyttä korostavat julkaisut nousivat keskeisiksi kestävän kehityksen ilmentymiksi. Tapahtumat ilmaisivat arvostusta ympäröivää luontoa ja kävijäyhteisöä kohtaan sosiaalisesti ja kulttuurisesti. Kulttuurinen kestävyys korostui analyysissä yhteisöä kokoavana ja vahvistavana voimana.

Tutkielma osoittaa, että sosiaalinen media voi toimia vaikuttavana alustana kestävän kehityksen edistämiseksi tapahtumakontekstissa. Tutkimus tuo esiin sosiaalisen median merkityksen musiikki- ja elokuvatapahtumien viestinnässä ja tarjoaa näkökulmia siihen, kuinka tapahtumajärjestäjät voivat edistää kestävästä kehitystä tapahtumaviestinnällään.

AVAINSANAT: kestävä kehitys, neljän pilarin malli, SDG, Lapin matkailualue, tapahtumaviestintä, sisällönanalyysi, Instagram

Sisällys

1	Johdanto	7
1.1	Tavoite	8
1.2	Aineisto	9
1.3	Tutkimusmenetelmät	12
2	Kestävä kehitys Lapin matkailualalla	14
2.1	Kestävä turismi Lapin matkailualalla	14
2.2	Kestävän kehityksen tavoitteet ja ulottuvuudet	16
2.2.1	Ekologinen kestävyys	20
2.2.2	Taloudellinen kestävyys	21
2.2.3	Sosiaalinen kestävyys	22
2.2.4	Uusi ulottuvuus – Kulttuurinen kestävyys	23
2.3	Kestävän kehityksen kohtaama kritiikki	24
3	Tapahtumaviestintä sosiaalisessa mediassa	26
3.1	Sosiaalinen media promotionaalisena välineenä	26
3.2	Kuluttajan huomioiminen tapahtumaviestinnässä	27
3.3	Sitouttaminen sosiaalisessa mediassa	28
4	Kestävä kehitys Lapin matkailualan musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram- viestinnässä	30
4.1	Ekologiset teemat	30
4.1.1	Luontokuvat	31
4.1.2	Ympäristöteot	38
4.1.3	Luontoyhteyksien merkitys	43
4.2	Taloudelliset teemat	47
4.2.1	Mainostaminen ja myynti	47
4.2.2	Yhteistyökumppanit	50
4.2.3	Korona-ajasta elpyminen	53
4.3	Sosiaaliset teemat	54
4.3.1	Yhteisöllisyys	54

4.3.2	Odottamattomat käänneet	57
4.3.3	Tasa-arvo	59
4.4	Kulttuuriset teemat	61
4.4.1	Lokaalisuus	61
4.4.2	Työntekijöiden arvostus	63
4.4.3	Tapahtumaperinteet	65
4.5	Yhteenveto	67
5	Päätäntö	69
	Lähteet	71
	Liitteet	78
	Liite 1. Aineistoluettelo	78

Kuvat

Kuva 1. Julkaisu Rukatunturista ja Solsticen tapahtumapaikasta	32
Kuva 2. Julkaisu kesäisestä Rukatunturista	32
Kuva 3. Sodankylän elokuvajuhlien Instagram-julkaisu keskiyön auringosta	33
Kuva 4. Talvisesta Pyhätunturista kuvakaruselli	34
Kuva 5. Elokuvailta Kino Ylläksellä revontulien valaisemana	35
Kuva 6. Kino Ylläksen Instagram-julkaisu elokuvaillan revontulista	35
Kuva 7. Instagram Reels -video Rukatunturin porotokasta	36
Kuva 8. Instagram-julkaisu tienlaidalla olevasta porosta	37
Kuva 9. Instagram-julkaisu Bättre Folkista graafisella kuvalla	38
Kuva 10. Solsticen vastuullisuussuunnitelmasta Instagram-julkaisu	39
Kuva 11. Solsticen kierrätysoppaasta Instagram-julkaisu	40
Kuva 12. Kino Ylläs -erityiskahvimuki	41
Kuva 13. Instagram-julkaisu Ruka-Kuusamon aktiviteeteista	44
Kuva 14. Instagram-julkaisu esitettävän elokuvan kansikuvasta	48
Kuva 15. Instagram-julkaisu yhteistyöstä Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan kanssa	50
Kuva 16. Instagram-julkaisu edesmenneen Kaija Saariahon kunniaksi	55
Kuva 17. Solsticen Children of The Eternal Sun Instagram-julkaisu	57
Kuva 18. Instagram-julkaisu turvallisen tilan periaatteista	60
Kuva 19. Instagram-julkaisu tarinasta Solsticen perustamisesta	63
Kuva 20. Instagram-julkaisu vastuullisuudesta työntekijöillä Solsticessa	64

Kuviot

Kuvio 1. Kestävän kehityksen tapahtuma-alueet	19
Kuvio 2. Kestävän kehityksen nelipilari-malli	19

Taulukot

Taulukko 1. Tutkimusaineisto	10
Taulukko 2. Yhdistyneiden kansakuntien kestävän kehityksen tavoitteet	17

Taulukko 3. Aineistossa ilmenneet kestävän kehityksen teemat

67

1 Johdanto

Sosiaalisesta mediasta on rakentunut vahva viestintäalusta, jossa alustan käyttäjällä on olennainen rooli myös tuotteiden ja palveluiden kuluttajana. Yritykset vahvistavat läsnäoloaan sosiaalisessa mediassa ylläpitämällä yritystylejä eri sosiaalisen median kanavilla luoden verkko- ja mediapersoonallisuutta brändilleen, pysymällä vuorovaikutuksessa kuluttajien kanssa sekä stimuloimalla myyntiä (Pan ja muut, 2019, s. 74–75). Erilaiset tapahtumat, kuten festivaalit, ovat myös vallanneet sosiaalisen median alustat informoidakseen kävijöitään nopeasti ja tehokkaasti, mutta myös mainostaakseen tapahtumaansa. Instagramista on tullut tehokas viestintäalusta, jossa tapahtumanjärjestäjät voivat orgaanisesti eli maksutta viestiä kuluttajille.

Tapahtumista on tullut samalla keskeinen osa matkailualaa, millä halutaan parantaa vaihtoehtoistuotteita ja laajentaa matkailualan tarjontaa (Connell ja muut, 2015). Tapahtumat vetävät kävijöitä puoleensa omalla ainutlaatuisuudellaan. Tapahtuman sosiaalisen median viestinnässä yhdistyy monta eri osa-aluetta ja sosiaalinen media onkin loistava viestinnällinen alusta tapahtumalle. Lappi on suosittu matkailu- ja lomakohde sekä suomalaisille että ulkomaalaisille. Lappi ei ole vain ulkoilmaparatiisi vaellus- ja hiihtomahdollisuuksillaan, vaan matkailualue tarjoaa myös perinteisiä sekä moderneja musiikki- ja elokuvatapahtumia vuoden ympäri. Näissä tapahtumissa vain tapahtumasisältö ei ole olennainen osa tapahtumaa, vaan ainutlaatuisella Lapin ympäristöllä on oma vetovoimansa tapahtumaan saapuville.

Sään epävarmuus ja lumitilanteen heikkeneminen ovat kasvattaneet huolta erityisesti niissä Lapin matkailukohteissa, joissa talvi on vauhdikkain matkailusezonki. Lapin vetovoimaisuus perustuu vahvasti sen ainutlaatuiseseen kulttuuriin ja luonnonympäristöön, jonne ihmiset haluavat mennä kokemaan ainutlaatuista ja lähes koskematonta luontoa. Turismilla on kuitenkin myös haittapuolensa, sillä se kiihdyttää myös ilmastonmuutosta. Tämä asettaa Lapin matkailualan ristiriitaan, sillä turismi on yksi sen isoimmista elinkeinoista.

1.1 Tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten Lapin musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä hyödynnetään kestävän turismin teemoja ja merkityksiä tapahtumaviestinnän näkökulmasta.

Tutkimuksessani etsitään vastauksia seuraavaan tutkimuskysymykseen:

1. Millaisia kestävän kehityksen teemoja on havaittavissa Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-sisällöissä?

Kysymyksellä tavoitellaan kattavaa ymmärrystä Lapin matkailualueen kestävän kehityksen huomioimisesta musiikki- ja elokuvatapahtumien sosiaalisen median viestinnässä. Vastaus tutkimuskysymykseen saadaan, kun aineistosta tarkastellaan Instagram-julkaisuja kokonaisvaltaisesti ja erotellaan niistä kuvat, videot ja tekstisisällöt.

Tutkimalla Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä ilmeneviä kestävän kehityksen teemoja saadaan syvempi ymmärrys siitä, miten tapahtuman tekijä tai tekijät varmistavat tapahtuman kestävyden markkinointiviestinnässään ja toteuttavatko ne kestävän kehityksen periaatteita. Garcia-Rosell ja Mäkinen (2013) ovat tutkineet Lapin matkailualueen kestävää kehitystä matkailuorganisaatioiden tuotekehityksen näkökulmasta, jossa tutkittiin sidosryhmien osallistumista matkailun tuotekehitykseen kestävän kehityksen ja matkailuympäristön säästeliäisyyden näkökulmasta. Tutkimuksen tuloksista ilmeni, että tietoisuus erilaisista tavoista esittää kestävää kehitystä sekä matkailukäytäntöjen alkuperää ja seurauksia auttaa kehittämään matkailun kestävyttä (2013, s. 412–413).

Go ja Kang (2023, s. 383) ovat tutkineet digitaalisen matkailijasukupolven tulevaisuuden matkailun tukemiseksi metaversiaalista matkailua eli virtuaalitodellisuudessa tapahtunutta kestävää matkailua. Kestävässä matkailututkimuksessa on puutteita metaversiaalisesta matkailututkimuksesta ja lähestymistapa on innovatiivinen kestävän kehityksen tavoitteiden parantamiseksi. Härkönen ja muut (2018) ovat taas tutkineet

Lapin käsityöperinteiden näkökulmia nykyaiteeseen ja arvioineet niiden roolia kulttuurin kestävyuden edistäjänä Lapissa. Heidän tutkimuksensa tuloksista ilmeni, että kulttuurinen kestävyys on käsitteenä paikkakohtainen, ja jokaisen sijainnin on itse selvitettävä omat tarpeensa, oikeutensa ja velvollisuutensa huolehtiakseen kestävämmän elämän ja kulttuurin säilyttämisestä (2018, s. 11). Tutkielmani aihe tukee näitä edeltäviä tutkimuksia, mutta keskittyy tarkastelemaan aihetta promotionaalisen markkinointiviestinnän näkökulmasta.

Instagram mahdollistaa suoran vuorovaikutuksen tapahtumien ja yleisön välillä. Hoodin ja muiden (2024) tutkimusten tulosten mukaan Instagramin on osoitettu vaikuttavan kuluttajakäyttäytymiseen, mikä tekee siitä merkityksellisen alustan markkinointiviestinnässä. Instagram-julkaisuissa kuvan ja tekstin suhde on tässä tutkielmassa olennainen, sillä teksti syventää julkaisun kuvan tai videon merkitystä ja vaikuttaa siten siihen, miten yleisö tulkitsee julkaisun viestin.

1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto koostuu neljän Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-julkaisuista. Tarkasteltavia tapahtumia tutkielmassa ovat kaksi musiikkitapahtumaa ja kaksi elokuvatapahtumaa, jotka järjestetään Lapin matkailualueella. Analyysissä tarkastelen näistä tapahtumista yhteensä 51 Instagram-julkaisua, joista voidaan havaita kestävä kehityksen teemoja.

Tutkimusaineistoani ovat musiikkitapahtumat Bättre Folk i Fjällen Pyhällä ja Solstice Rukalla sekä elokuvatapahtumat Kino Ylläs – Elokuvia taivasalla Kolarissa ja Midnight Sun Film Festival Sodankylässä. Aineisto on kerätty 8.10.2021–27.1.2024 aikaväliltä, jolla saadaan jokaisesta tapahtumasta kahden vuoden kokonainen aineisto kuvaamaan mahdollisimman ajankohtainen kuva tapahtumista, jotka on järjestetty vuosina 2022 ja 2023. Nämä tapahtumat ovat valikoituneet edustamaan Lapin musiikkitapahtumia ja elokuvatapahtumia niiden suosion perusteella ja siksi, että kaikki tapahtumat

järjestetään merkittävässä Lapin matkailukohteissa. Kaikki kyseiset tapahtumat päivittävät aktiivisesti Instagram-kanavaansa, jonka takia aineisto on juuri tästä kanavasta kerätty. Julkaisuista tulkitaan kuvia, videoita sekä tekstejä. Elementit voivat olla visuaalisia, kuvitettuja tai tekstimuodossa. Aineiston julkaisut on kerätty taulukon (1) mukaisesti.

Taulukko 1. Tutkimusaineisto

Musiikki- tai elokuvatapahtuma	Aineiston aikaväli	Julkaisujen määrä	Kanava	Aineiston keruupäivä
Solstice	1.1.2022-31.12.2023	328	@solstice.festival	27.10.2024
Bättre Folk i Fjällen	8.10.2021-27.1.2024	27	@battrefolkfestival	27.10.2024
Kino Ylläs – Elokuvia taivasalla	1.1.2022-31.12.2023	111	@kino_yllas	27.10.2024
Midnight Sun Film Festival	1.1.2022-31.12.2023	122	@midnightsunfilmfestival	27.10.2024
Yhteensä		588		

Rajasin laajasta aineistosta edustavan otoksen 51 julkaisusta, jotka sisältävät aiheen kannalta keskeisiä kestäväen kehityksen teemoja. Taulukko (1) osoittaa, kuinka Bättre Folk i Fjällenin julkaisujen määrä on huomattavasti pienin muihin tapahtumiin verraten. Tämä johtuu siitä, että Bättre Folk i Fjällen on Oulun Hailuodossa kesällä järjestettävän Bättre Folk -musiikkifestivaalin sisarfestivaali, joka on samojen järjestäjien järjestämä musiikkitapahtuma Pyhätunturilla (Pyhä, n.d.). Tapahtuma järjestetään joka vuosi tammikuun loppupuolella. Tutkielmaan on valittu Bättre Folk festivaalin Instagram-kanavan ne julkaisut, jotka koskevat Bättre Folk i Fjällen -tapahtumaa, eivätkä Oulussa järjestettävää Bättre Folk -tapahtumaa.

Solstice on yksi tuoreimmista musiikkitapahtumalisäyksistä Lapin matkailualueella ja hyvin erityinen sellainen, sillä tapahtuman on lanseerannut ja tehnyt Helsingin POSTBAR-baarin omistajat, jotka halusivat avata uudenlaisen elektronisen musiikin musiikkitapahtuman luonnon keskuuteen (Acernese, 2023). Solstice järjestetään Rukatunturin huipulla ja tapahtuma järjestetään vuosittain juhannuksen aikoihin

päivänseisauksen aikaan (Solstice, n.d.). Ruka ei sijainniltaan virallisesti kuulu Lapin maakuntaan vaan Pohjois-Pohjanmaahan, mutta matkailualalla Ruka mielletään Lapiksi kulttuuriltaan, sillä Ruka-Kuusamo identifioituu omilla nettisivuillaan Lapiksi kutsumalla itseään Lapin matkailukohteena (Ruka-Kuusamo, n.d.). Matkailumarkkinoinnissa Ruka on tärkeä kilpailija Lapin matkailukohteissa, jotka tavoittelevat viestinnällään samoja asiakasryhmiä. Lappia voidaan siis ajatella isona maakuntana tai matkailualueen kokonaisuutena, joka ei rajoitu vain Lapin maakunnan rajoihin, vaan hieman myös niiden yli.

Kino Ylläs – Elokuvia taivasalla on elokuvakulttuurin tapahtuma Ylläksellä Kolarin kunnassa ulkoilmateatterissa, joka järjestetään syksyisin kolmena peräkkäisenä viikonloppuna, jolloin hämäriä iltoja valaisee tähtien lisäksi suuri valkokangas (Kino Ylläs, n.d.). Midnight Sun Film Festival on perinteisin näistä neljästä tapahtumasta, sillä elokuvafestivaali on ensimmäistä kertaa järjestetty Sodankylässä vuonna 1986 (Midnight Sun Film Festival, n.d.). Tapahtumalla on Sodankylässä pitkät juuret, ja joka kesä elokuvafestivaali kerää katsojia sekä alan ammattilaisia Lapin syleilyyn.

Tutkimusaineisto keskittyy Suomen Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumiin. Tutkimusaineistoon ei sisälly saamelaiskulttuuritapahtumia, sillä saamelaisuudella on kulttuurillisesti hyvin eri merkitys ja identiteetti kuin generisesti Lapin matkailualueella, jossa keskitytään matkailijoiden saatavuuteen. Saamelaisten kulttuuritapahtumat edustavat omaa kulttuuriaan eivätkä ole verrattavissa sisällöltään valikoituneen tutkimusaineiston kanssa. Tässä tutkimuksessa keskitytään yleisesti Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumiin ja niiden kestäväen kehityksen ilmentymiin. Vaikka saamelaiskulttuuri ei ole tarkastelun kohteena sen oman ainutlaatuisen kulttuurimerkityksen vuoksi, tullaan nämä huomioimaan tutkielmassa, mikäli aineistosta löytyy viitteitä saamelaiseen kulttuuriin.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkin aineistoa teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla. Laadullinen sisällönanalyysi on kirjoitettuihin aineistoihin helposti sovellettava menetelmä (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 192). Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä luokat, joihin analyysia luokitellaan, nimetään aikaisempaan tietoon ja teoriaan perustuen (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 131). Tulen luokittelemaan kestävän kehityksen elementtejä aikaisempaan teoriaan perustuen, jotta elementtejä on tehokkaampaa analysoida. Sisällönanalyysin keskeinen ajatus on, että tekstissä toistuvat sanat ja teemat luokitellaan harvempiin ja isompiin sisältökategorioihin (Weber, 1990). Laadullinen tutkimus on tulkitsevaa, eli sellaista, jossa tutkimuksen data ei ole standardoitua, vaan se on aktiivista tutkijan tulkintaa (Schreier, 2012).

Sisällönanalyysi ei ole vain tekstiin käytettävä analyysimenetelmä, vaan sitä voidaan myös soveltaa kuviin. Seppänen (2005, s. 144) korostaa, että kuvat ja visuaaliset elementit voivat myös olla säännönmukaisia tekstin tavoin ja myös tutkittavissa ja koodattavissa tekstin tavoin. Tutkimusaineistooni sisältyy tekstien lisäksi myös kuvia ja videoita, joilla on merkittävä rooli koko Instagram-julkaisun viestissä. Instagram-julkaisu vaatii aina kuvan tai videon julkaisuun ja siksi analyysissäni tekstien lisäksi on merkittävää huomioida kuvissa ja videoissa ilmeneviä kestävän kehityksen teemoja. Seppänen (2005, s. 149) jatkaa, että vaikka visuaaliset ja kirjoitetut aineistot eroavat toisistaan ja kuvia havainnoidaan eri tavalla kuin tekstiä, visuaalisen ja kirjoitetun aineiston käsittelyssä määräytyvät samat periaatteet.

Laadullinen teoriaohjaava sisällönanalyysi auttaa minua teemoittelemaan aineistoani ja tunnistamaan aineistosta kestävän kehityksen ilmentymiä. Analyysissä aineisto luokitellaan teemoittain sisältöluokkiin teoriaohjaavan sisällönanalyysin avulla. Sovellan analyysini koodausrungossa kestävän kehityksen nelipilarimallia. Vuoden 2005 YK:n huippukokouksessa kestävyudet tunnustettiin kolmen pilarin mallina: ekologinen kestävyys, taloudellinen kestävyys ja sosiaalinen kestävyys (Zhang, 2013, s. 21–22). Tätä mallia on kuitenkin täydennetty. Burford ja muut (2013, s. 3038–3039) haluavat edistää

neljän pilarin mallia, jossa neljäs ja puuttuva pilari on kulttuurinen kestävyys, puolustaen eettisiä arvoja kestävän kehityksen keskusteluissa tasa-arvoisesti kolmen olemassa olevan pilarin kanssa. Aineisto luokitellaan analyysissä tämän mukaisesti ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyiden teemaluokkiin.

2 Kestävä kehitys Lapin matkailualalla

Tässä luvussa käsittelen kestävästä kehityksestä sekä sen tavoitteita ja ulottuvuuksia Lapin matkailualan kontekstissa. Esittelen ensin, mitä kestävä kehitys tarkoittaa ja syvennyn sen tavoitteisiin ja ulottuvuuksiin. Tulen tarkastelemaan kestävästä kehityksestä matkailualan, ja erityisesti Lapin matkailualan, näkökulmasta. Lopussa tarkastelen kestävästä kehityksestä kohtaamaa kritiikkiä, joka erityisesti kohdistuu kestävästä kehityksestä tavoitteisiin.

2.1 Kestävä turismi Lapin matkailualalla

Turismi on osalle sosiaalinen ilmiö ja nautinto, kun taas toisille se on liiketoimintaa (Becken & Hay, 2007, s. 84). Tämä ajattelu voidaan ymmärtää siiten, että matkaja eli turisti nauttii ja sosialisoi turismin sosiaalisesta ilmiöstä, kun taas paikallisille ja alueen palveluntarjoajille turismi on liiketoimintaa. Lappi on monelle suomalaiselle kotimainen matkailukohde, jonne mennään nauttimaan ainutlaatuisesta ympäristöstä, mutta paikalliselle Lapin arktinen ympäristö on arkea ja tapahtuva turismi liiketoimintaa.

Ilmastonmuutos on isoin uhka Suomen Lapin talvikaudelle, joka on tärkeintä aikaa Suomen Lapin matkailualalla. Falk ja Vieru (2019, s. 1321–1322) esittelevät tuloksissaan, kuinka ilmastonmuutos vähentää lumipeitteen määrää, mutta kansainvälinen matkailu ja turismi Suomen Lapissa on kiihtynyt merkittävästi ja ilmastonmuutos uhkaa tätä matkailua. Tervo-Kankare ja muut (2018, s. 203) painottavat, että matkailuala on merkittävä ympäristömuutostekijä, johon sisältyy sosiokulttuurisia sekä taloudellisia kysymyksiä. He korostavat (2018, s. 218–219), että paikalliseen vastuullisuuteen ja markkinalähtöisiin ratkaisuihin keskittyvä hallintomalli ei riitä, koska paikallisilta toimijoilta puuttuu usein kapasiteettia. He jatkavat, että apuun tarvittaisiin vahvempaa julkista tai julkisen ja yksityisen sektorin hallintoa, jotta varmistetaan arktisen matkailun kestävä tulevaisuus globaalien ympäristömuutoksen aikana.

Becken ja Hay (2007, s.7) kertovat, kuinka ilmaston ja turismin välillä on jatkuvasti vuorovaikutusta. Ilmasto on turismille ja turistikokemukselle resurssi, mutta sään vaihtelut vaikuttavat turistien kokemuksiin ja suunniteltuihin aktiviteetteihin, jos sää ei ole odotusten mukainen (Becken & Hay, 2007, s.7). Lapin talous perustui historiallisesti perinteisiin saamelaisiin elinkeinoin, kuten poronhoitoon, kalastukseen, kädentaitoihin ja metsästykseen (Lehtola, 2015, s. 24). Näitä elinkeinoja ylläpidetään edelleen, mutta toinen suuri globalisaation rantauttama talouselämän kiihdyttäjä on vallannut alueen: Lapin alueen talouselämä riippuu nykyään matkailualasta ja turismista, sillä Lapin matkailun vuosittainen kokonaiskysyntä on noin miljardi euroa ja Lapin matkailuala työllistää tuhansia ihmisiä (Lapin liitto, n.d.). Koronapandemia järkytti matkailualaa, mutta haasteet eivät kuitenkaan jää koronapandemian arpiin. Suomen hallitus leikkaa vuonna 2025 kulttuurista 17,3 miljoonaa euroa, joista 6,5 miljoonan euron leikkaukset kohdistuvat Taiteen edistämiskeskukseen ja Suomen elokuvasäätiöön (SES), joka rahoittaa kotimaisia elokuvia (Aromaa ja muut, 2024). Aromaa ja muut (2024) huolestuvat, millaiset seuraukset leikkauksilla on tulevaisuudessa kulttuurikentällä. Kulttuurileikkaukset koskevat montaa eri alaa ja toimijaa kulttuurikentällä läpi Suomen ja haastavat useiden tapahtumien toteutumisen tulevaisuudessa.

Garcia-Rosell ja Mäkinen (2013, s. 399) kertovat, kuinka turistien ja matkailuorganisaatioiden järjestämä matkailu uhkaa matkailukohteen ekologista kestävyttä. Lähtökohtaisesti matkailualan tavoite ei siis ole tuhota luontoa ja matkailukohteen ympäristöä, mutta se voi olla väistämätön sivutuote, jota se tuottaa. Kestävän kehityksen näkökulmasta globalisaatio asettaa merkittäviä haasteita. Ekologinen kestävyys on noussut keskeiseksi huolenaiheeksi, sillä se muodostaa perustan kaikelle muulle kestäväälle kehitykselle. Kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttaminen vaatii kaikkien yhteiskunnan toimijoiden, mukaan lukien valtioiden, yritysten ja kansalaisten, laajaa osallistumista.

2.2 Kestävän kehityksen tavoitteet ja ulottuvuudet

Kestävän kehityksen tavoitteet eivät ole turhia. Ghenain (2012, s. 4) sekä Lealin ja muiden (2018, s. 4) mukaan kestävä kehitys tarkoittaa hyvän elämänlaadun turvaamista nykyisille ja tuleville sukupolville ja sen tavoitteena on poistaa köyhyys, suojella planeettaa ja varmistaa vauraus kaikille. Yhdistyneet kansakunnat nimesivät kestäväälle kehitykselle 17 päätavoitetta, jotka koskevat globaalisti kaikkia (Sustainable Development Goals SDG) (kts. taulukko 2) (United Nations, n.d.). Nämä kestävä kehityksen tavoitteet (SDG) otettiin käyttöön vuonna 2015, jonka jälkeen yritykset ovat alkaneet omaksua tavoitteet puitteiksi toiminnalleen (Williams ja muut, 2019). Jokainen SDG, eli kestävä kehityksen tavoite, tulee turvata myös tuleville sukupolville.

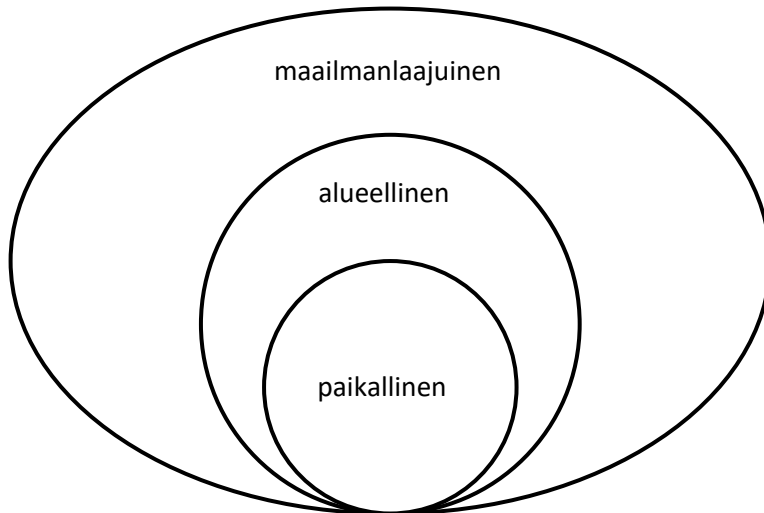
Kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää, että yhteiskunnat käsittelevät erilaisia vuorovaikutuksessa olevia biofyysisiä, sosiaalisia, taloudellisia ja hallintoon liittyviä kysymyksiä (Lim ja muut, 2018). Stockholm Resilience Centre (2016) jaottelee kestävä kehityksen tavoitteet niihin kuuluviin ulottuvuuksiin kuvion (2) mukaisesti kolmipilarimallin mukaisesti, eli sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys nähdään tässä mallissa samana. Kuitenkin Sabatini (2019) sekä Nilsson ja muut (2024) tunnustavat kulttuurin omaksi erilliseksi pilariksi ja samalla tukevat Burfordin ja muiden (2013) teoriaa kestävä kehityksen neljän pilarin mallista, jossa sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys eritellään omiksi ulottuvuuksiinsa. Ferran ja muut (2021, s. 83) ovat tunnistaneeet SDG-tavoitteiden joukosta kulttuurista kestävyyttä edustavat tavoitteet. He määrittelevät seuraavat SDG:t kulttuurin kestävyuden ulottuvuudelle; SDG4, SDG5, SDF8, SDG10, SDG11, SDG13 ja SDG16 sekä kaikkiin ulottuvuuksiin kuuluvan SDG17 (kts. taulukko 2).

Taulukko 2. Yhdistyneiden kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteet jaoteltuna Ferran ja muiden (2018) mukaan (United Nations, n.d.).

Tavoitteen numero	Tavoite (SDG)	Tavoitteen ulottuvuus
SDG1	Ei köyhyyttä	Sosiaalinen kestävyys
SDG2	Ei nälkää	Sosiaalinen kestävyys
SDG3	Terveyttä ja hyvinvointia	Sosiaalinen kestävyys
SDG4	Hyvä koulutus	Sosiaalinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG5	Sukupuolten tasa-arvo	Sosiaalinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG6	Puhdas vesi ja sanitaatio	Ekologinen kestävyys
SDG7	Edullista ja puhdasta energiaa	Sosiaalinen kestävyys
SDG8	Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua	Taloudellinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG9	Kestävää teollisuutta	Taloudellinen kestävyys
SDG10	Eriarvoisuuden vähentäminen	Taloudellinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG11	Kestävät kaupungit ja yhteisöt	Sosiaalinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG12	Vastuullista kuluttamista	Taloudellinen kestävyys
SDG13	Ilmastotekoja	Ekologinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG14	Vedenalainen elämä	Ekologinen kestävyys
SDG15	Maanpäällinen elämä	Ekologinen kestävyys
SDG16	Rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto	Sosiaalinen kestävyys, kulttuurinen kestävyys
SDG17	Yhteistyö ja kumppanuus	Kaikki ulottuvuudet

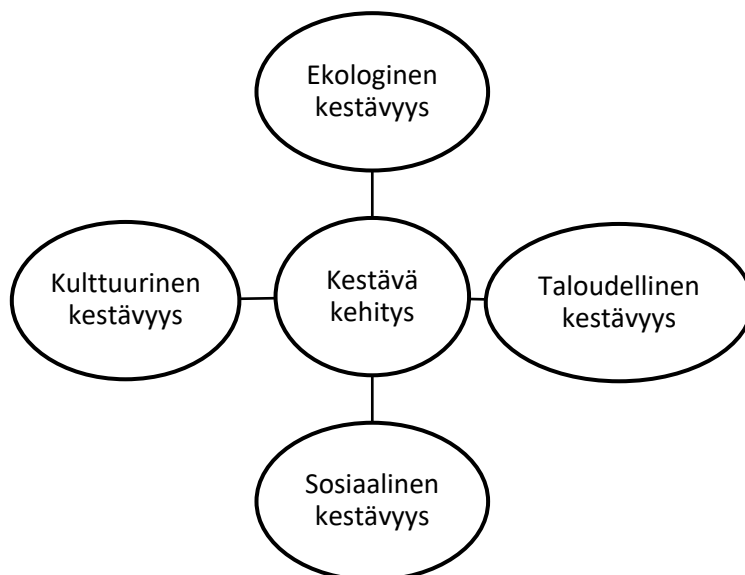
Meiresin ja Ripplin (2019, s. 4–5) mukaan kestävän kehityksen käsitteeseen liittyy se, miten vauraus ja hyvinvointi ymmärretään, mikä nähdään hyvänä elämänä, ja mitkä arvot ihminen omistaa. Hän jatkaa määrittelemällä ihmisen arvot asioihin, joilla voi määritellä niin sanotun hyvän elämän ominaisuudet, joita ovat hyvinvointi, kulttuurinen kestävyys, eettiset ja moraaliset ulottuvuudet sekä normatiiviset arvot. Arvot ovat kulttuurin kestävyuden kannalta keskeisessä roolissa ja niiden tulisi olla näkyvästi esillä, sillä nämä arvot määräävät, sen, mikä ymmärretään kestävänä (Meires & Rippl, 2019, s. 6). Siksi kulttuurista kestävyyttä ei voi sisällyttää täysin sosiaaliseen kestävyteen, koska sillä on omana ulottuvuutena merkittävä rooli kestävän kehityksen tavoitteissa.

Kestävä kehitys on kuvion (1) mukaan yhteiskunnallisesti paikallisesti, alueellisesti ja maailmanlaajuisesti tapahtuvaa toimintaa, jolla halutaan varmistaa tuleville sukupolville tasavertaisesti hyvän elämän edellytykset (Ympäristöministeriö n.d.). Leal ja muut (2018, s. 131) painottavat globaalina huolenaiheena, kuinka kestävä kehitys on otettava huomioon kansainvälisesti valtioiden ja alueiden yhteistyössä ja tutkimuksessa. Globalisaatio mahdollistaa, mutta myös haastaa kestävän kehityksen tavoitteita. Globalisaatio aiheuttaa eriarvoisuuden kasvun, ympäristöongelmat ja paikallisten kulttuurien heikkenemisen (Robertson, 2012). Globalisaation vaikutukset ovat moninaiset ja ne vaihtelevat eri maissa ja yhteisöissä, mikä tekee siitä monimutkaisen ja kiistanalaisen ilmiön. Robertson (2012, s. 191) kritisoi globalisoitumisen luovan yhteiskunnan kulttuurista homogeenisen eli yhden vallitsevan kulttuurin muiden ylle. Taloudellinen globalisaatio ilmenee esimerkiksi kansainvälisen kaupan ja investointien liikkuvuuden lisääntymisenä (Urata ja muut, 2012, s. 1–2). Kestävä kehitys ei ole vain isojen tahojen toimintaa vaan tavoitteisiin täytyy sitoutua myös pienemmillä alueilla ja paikallisesti.



Kuvio 1. Kestävän kehityksen tapahtuma-alueet (Ympäristöministeriö, n.d.).

Kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää, että yhteiskunnat käsittelevät erilaisia vuorovaikutuksessa olevia biofyysisiä, sosiaalisia, taloudellisia ja hallintoon liittyviä kysymyksiä, jotka tulee varmistaa kaikilla kestävän kehityksen tapahtuma-alueilla paikallisesta maailmanlaajuiseen asti (Lim ja muut, 2018). Tasavertainen kehitys täytyy turvata taloudellisesti, ekologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurillisesti (kuvio 2) (Burford ja muut, 2013).



Kuvio 2. Kestävän kehityksen nelipilari-malli (Burford ja muut, 2013).

Krusin ja muiden (2020, s. 633) mukaan vallitseva näkökulma konkreettisiin kestävä kehityksen representaatioihin keskittyy aineelliseen kestävyys, kuten fyysisten resurssien säästämiseen ja taloudellisiin makrohuoliin, jotka koskevat tehokkuutta, vaikuttavuutta, kasvua, suorituskykyä ja kannattavuutta. Krus ja muut (2020, s. 633) lisäävät tähän näkemykseen myös aineettoman kestävyys, joka liittyy olennaisesti sellaisiin näkökulmiin, kuten käyttäytyminen, arvot, kulttuuri ja identiteetti, jotka usein toistuvat paikallisten sosiaalisesti rakennetuissa tilanteissa toimivien yksilöiden kautta. Burfordin ja muiden (2013) kestävä kehityksen nelipilarimalli voidaan jaotella Krusin ja muiden (2020, s. 633) mukaan aineelliseen kestävyys ja aineettomaan kestävyys, jossa ekologinen ja taloudellinen kestävyys kuuluisivat aineellisiin tekoihin ja sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys aineettomiin. Näin kulttuurinen kestävyys voidaan tulkita omana ulottuvuutena, joka on erillinen sosiaalisesta kestävyysdestä.

2.2.1 Ekologinen kestävyys

Yksi isoimpia teemoja kestävässä kehityksessä ja erityisesti ekologisessa kestävyysessä on ilmastonmuutos ja sen torjuminen ja ympäristön monimuotoisuuden ylläpitäminen. Aarts (1999, s. 89) määrittelee ekologiseen kestävyys perustekijöiksi villieläinten ja luonnonvarojen suojelun sekä maan ja veden käytön tuotannon ylläpidon ilman, että ympäristö ja ilmasto heikkenisivät niiden käytöstä. Mensah (2019, s. 10) esittää ekologisen kestävyys käsitteen liittyvän luonnonympäristöön ja siihen, kuinka se pysyy tuottavana ja kestävä tukemaan ihmisten elämää. Mensahin (2019) määritelmään on tärkeää lisätä myös Aartsin (1999) villieläinten ja luonnonvarojen suojelu, sillä ihminen ei pystyisi elämään ilman ekologisesti rikasta ja hyvinvoivaa luontoa.

Jänicke (2012, s. 19–20) esittää, että korkea talouskasvu ei voi olla ekologisesti kestävä, koska sitä ei voida tehdä ympäristötehokkaasti, ja että ekologisesti kestävä kasvu on maltillisempaa. Hän jatkaa, että pelkästään ekologisella ajattelulla ei voi luoda ekologisesti kestävä kehitystä vaan rinnalle tarvitaan myös rakenteellisia muutoksia, jotka vaikuttavat markkinatalouden ja teknologiarajojen ulkopuolelle. Taulukon (2)

mukaan Yhdistyneiden kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteista SDG13 (ilmastotekojä), SDG14 (vedenalainen elämä) ja SDG15 (maanpäällinen elämä) ovat ekologisesti kestäviä tavoitteita, joiden tulee ylläpitää ympäristön ja luonnon tavoitteiden turvaaminen.

2.2.2 Taloudellinen kestävyys

Taloudellisen kestävyden tavoite kulminoituu keskeiseen kysymykseen siitä, miten vastataan nykyajan taloudellisiin tarpeisiin heikentämättä tulevaisuuden taloudellisia mahdollisuuksia (Ikerd, 2012, s. 1). Taloudellinen kestävyys takaa turvallisen taloudellisen tilanteen niin nykyhetkeen kuin tulevaisuuteen. Ikerd (2012, s. 15) tulkitsee kestävyden oleellisten kysymysten nousevan yksilön arvoista ja maailmankatsomuksista. Hän jatkaa, että useilla taloustietäjillä voi olla käsitys ja oletus, että sillä, mitä yhteiskunnassa tai luonnossa tapahtuu, ei ole taloudellista arvoa eikä merkitystä taloudelliseen kestävyteen. Ikerd on kuitenkin eri mieltä. Aidon kestävyden näkökulmasta koko yhteiskunta sisältyy luonnon piiriin, ja talouden sisältyessä yhteiskunnan piiriin, koko talous on myös luonnon piirissä. (Ikerd, 2012, s. 15).

Mensah (2019, s. 9) kertoo, että talous koostuu markkinoista, joilla liiketoimintaa tapahtuu. Jokaisella taloudellisella päätöksellä on sosiaalisia ja ekologisia vaikutuksia (Ikerd, 2012, s. 15). Retchless ja Brewer (2016) väittävät, että nykyisessä maailmantilanteessa suurin huolenaihe näyttää olevan talouskasvussa: tärkeitä kustannustekijöitä, kuten köyhtymisen ja saastumisen vaikutukset, jätetään lähes kokonaan huomioimatta, samalla tavaroiden ja palveluiden kysyntä ohjaa markkinoita ja aiheuttaa ympäristöä tuhoavia vaikutuksia. Zhai ja Chang (2019) yhtyvät Retchlessin ja Brewerin (2016) väitteeseen toteamalla, että taloudellinen kestävyys edellyttää päätöksiä, joissa otetaan huomioon kestävyden näkökulmat.

Taulukon (2) mukaan Yhdistyneiden kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteista (SDG) SDG8 (ihmisarvoista työtä ja talouskasvua), SDG9 (kestävää teollisuutta), SDG10

(eriarvoisuuden vähentäminen) ja SDG12 (vastuullista kuluttamista) ovat taloudellisesti kestäviä tavoitteita, joiden tulee taloudellisen kestävyys tavoitteen mukaisesti ylläpitää talouskasvua vaarantamatta muita kestävän kehityksen osa-alueita.

2.2.3 Sosiaalinen kestävyys

Van deer Leeuw (2020, s. 27) väittää, että yhteiskunta on ympäristökriisin sijaan yhteiskunnallisen kriisin edessä. Hän perustelee tämän sillä, että yhteiskunnat määrittelevät itse, mitä he pitävät ympäristönään ja mitkä ovat ympäristön ongelmia, eikä yhteiskunta voi paeta vastuuta ympäristöilmiöistä, jotka aiheuttavat huolta. Ei ole olemassa yhtä tarkkaa määritelmää, mitä sosiaalinen kestävyys tarkoittaa (De Fine Licht & Folland, 2019, s. 23). Eizenberg ja Jabareem (2017, s. 11) määrittelevät sosiaaliselle kestävyydelle neljä keskeistä käsitettä, jotka määrittelevät sosiaalisen kestävyys tavoitteet. Sosiaalisen kestävyys keskeiset käsitteet ovat kaupunkirakenteet, turvallisuus, oikeudenmukaisuus sekä ekologinen *prosumption* eli kuluttajan itsenäinen ekotuotanto ja -kulutus. Turvallisuuden käsitteen he perustelevat siten, että ihmisille, eläimille ja luonnolle osoitettu turvallisuus on kestävän kehityksen ja sosiaalisen kestävyys perusedellytys. Kestävien kaupunkimuotojen tavoitteena on saavuttaa kaupunkien fyysinen muoto, joka on kestävyys, turvallisuuden ja sosiaalisten tavoitteiden mukainen (Eizenberg & Jabareem, 2017, s. 12).

Mensah (2019, s. 10) lisää sosiaalisen kestävyys tavoitteen määrittelemiseen sen, kuinka sosiaalisen kestävyys tavoite on tasa-arvon kaikki muodot, jotka edistävät rauhaa ja sosiaalista vakautta. Taulukon (2) mukaan Yhdistyneiden kansakuntien kestävän kehityksen tavoitteista SDG1 (ei köyhyyttä), SDG2 (ei nälkää), SDG3 (terveyttä ja hyvinvointia), SDG4 (hyvä koulutus), SDG5 (sukupuolten tasa-arvo), SDG7 (puhdas vesi ja sanitaatio), SDG11 (kestävät kaupungit ja yhteisö) sekä SDG16 (rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto) ovat sosiaalisesti kestäviä tavoitteita, joiden tulee sosiaalisen kestävyys tavoitteen mukaisesti ylläpitää tasa-arvoa ja oikeudenmukaisuutta ehkäisemällä epäoikeudenmukaisuuksia.

2.2.4 Uusi ulottuvuus – Kulttuurinen kestävyys

Bernardi (2011, s. 75) määrittelee kulttuurin tapana, jolla ihminen määrittelee suhteensa maailmankaikkeuteen. Hall (1997, s. 1) määrittelee kulttuurissa olevan kyse yhteisistä merkityksistä, missä kieli toimii välineenä, jolla tuotetaan ja vaihdetaan merkityksiä ja kielellä on siksi keskeinen merkitys kulttuuristen arvojen ja merkitysten keskiössä. Ensimmäisessä lähestymistavassa kulttuuria kohtaan, 1700- ja 1800-luvuilta, kulttuuria on pidetty positiivisena päämääränä ja se on rinnastettu yhteiskunnalliseen edistykseen, eli kulttuurin käsitteestä tulee väistämättä yhteiskunnan arvojärjestelmän kriteeri (Bernardi, 2011, s. 103). Tieteellinen ajattelu on korvannut ja uudistanut tämän lähestymistavan sillä määritelmällä, että kulttuuri on kriteeri ihmisen ominaisten toimintojen erottamisessa täysin biologisista elämäntavoista (Bernardi, 2011, s. 104).

Meires ja Rippl (2019, s. 6) kertovat, kuinka yleinen ymmärrys kestävästä kehityksestä on suunnattu tulevaisuuteen. He jatkavat, että kulttuurisen kestävyuden on otettava huomioon myös menneisyys, ja siksi käsiteltävä kysymyksiä, jotka koskevat kulttuurisia muistoja ja perintöä arkistoissa, kirjastoissa ja museoissa, jotka siten auttavat välittämään kulttuuritietoa tuleville sukupolville. Kuten Sabatini (2019, s. 35) toteaa, kulttuurin tuottaminen kulttuurin avulla synnyttää yhteiskunnallisia vaikutuksia; se hyödyttää nykyisiä sukupolvia tavalla, jossa fyysinen pääoma ei vähene, mutta henkinen pääoma kasvaa ja kokonaisuudessaan sosiaalinen hyvinvointi lisääntyy.

Ferran ja muut (2021, s. 86) määrittelevät kulttuurisen kestävyuden tavoitteeksi sen, että yhteiskunnassa tulee ylläpitää kulttuurin sosiaalista roolia ja varmistaa kulttuuriperintöjen suojelu. Taulukon (2) mukaan Yhdistyneiden kansakuntien kestävä kehityksen tavoitteista SDG4 (hyvä koulutus), SDG5 (sukupuolten tasa-arvo), SDG8 (ihmisarvoista työtä ja talouskasvua), SDG10 (eriarvoisuuden vähentäminen), SDG11 (kestävät kaupungit ja yhteisöt), SDG13 (ilmastoteot) ja SDG16 (rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto) ovat kulttuurillisesti kestäviä tavoitteita, joiden

tulee kulttuurisen kestävyuden tavoitteen mukaisesti ylläpitää kulttuurin roolia, sosiaalista yhteenkuuluvuutta sekä kulttuuriperinnön suojelua.

2.3 Kestävän kehityksen kohtaama kritiikki

Kestävä kehitys ja sen tavoitteet ovat kohdanneet kritiikkiä. Kotzé ja Adelman (2023, s. 242) väittävät, että kestävä kehitys ja sen tavoitteet eivät ole kestäviä, koska ne ovat liian sidoksissa sosiaalisiin ja oikeudellisiin instituutioihin ja käytäntöihin, jotka luovat kestävämmän ja epäoikeudenmukaisen maailman. Eisenmenger ja muut (2020) pohtivat taas pehmeämmin, mutta kriittisesti sosiaaliekologisesta näkökulmasta kestävä kehityksen tavoitteiden mahdollisuuksia seurata ja saada aikaan muutos kohti kestävä kehitystä. He (2020, s. 1104) kertovat, että vahva keskittyminen talouskasvuun ei ainoastaan heikennä kestävä resurssien käyttöä, vaan myös itse asiassa vastustaa tavoitetta vähentää resurssien kokonaiskäyttöä. Eisenmengerin ja muiden (2020, s. 1108) tutkimuksen mukaan kestävä kehityksen tavoitteet (SDG:t) eivät ole riittävät ohjaamaan yhteiskuntia ja YK:n valtioita ekologisesti kestävälle tielle, koska ne painottavat talouskasvua ja tehokkuutta absoluuttisten resurssivähennysten sijaan ja todellinen muutos vaatii syvempää yhteiskunnallista rakennemuutosta. Kotzé ja Adelman (2023, s. 242–243) ovat tuloksissaan lähes samaa mieltä, että kestävä kehitys edustaa konservatiivista talousajattelua, jos voitontavoittelu asetetaan ekologisen kestävyuden edelle. Talouskasvu on tässä kontekstissa määritelty tuotannon ja kulutuksen määrällisenä lisääntymisenä, johon on vaikea sovittaa yhteen ekologinen ja kestävä ajattelu. Mutta voiko talouskasvu tarkoittaa myös hyvinvoinnin, osaamisen ja sosiaalisen pääoman kasvua, jossa talous ja sijoitukset toimisivat luonnon ja ekologisuuden rajoissa?

On tärkeää muistaa, että kestävä kehitys turvaa ja edistää myös taloudellista kestävyttä, mutta talouden täytyy toimia kestävä kehityksen tavoitteiden mukaisesti huomioiden muut ulottuvuudet kestävässä kehityksessä. Orlando ja muut (2022) tarkastelevat, miten investoinnit ja yhteiskunnallinen kulttuuri vaikuttavat vihreiden teknologioiden

innovaatioiden hallintaan julkisissa sekä yksityisissä sektoreissa. Heidän (2022, s. 2282) tutkimus osoittaa, että hallitusten investoinnit luontoystävällisiin innovaatioihin ovat tehokkaampia kuin yksityisen sektorin, ja että maan vauraus ja kulttuurinen taso voivat ennustaa ekoinnovaation korkeampaa tasoa, sillä varakkaammat sekä tyytyväisemmät yhteiskunnat ovat usein ympäristöystävällisiä. Adanma ja Ogunbiyi (2024) todistivat, että ympäristöpolitiikka voi merkittävästi parantaa ympäristön laatua sekä taloudellista tehokkuutta varsinkin, kun nämä yhdistetään teknologisten innovaatioiden kanssa ja kansainvälisessä yhteistyössä. Lisäksi he (2024) todistivat, että hyvin suunnitellut ja paikallisesti olosuhteita huomioivat politiikat voivat edistää talouskasvua ja kestävästä kehitystä.

3 Tapahtumaviestintä sosiaalisessa mediassa

Tässä luvussa syvennyn sosiaalisen median rooliin viestintä- ja promotionaalisena välineenä sekä strategiana tapahtumamarkkinoinnissa. Markkinointivälineet ja -strategiat ovat sosiaalisen median ilmentymisen jälkeen muuttuneet perusteellisesti, kun kuluttajalle viestiminen tapahtui ennen vain yhdensuuntaisesti (Mangold & Faulds, 2009, s. 364). Nyt kuluttaja on isommassa roolissa sosiaalisessa mediassa vastavuoroisella kanssakäymisellä yrityksen tai brändin kanssa. Luvussa 3.1 tarkastelen sosiaalista mediaa viestintävälineenä, jonka jälkeen syvennän tarkasteluni tapahtumaviestintään sosiaalisessa mediassa. Lopussa perehdyn, miten kuluttajia sitoutetaan sosiaalisessa mediassa.

3.1 Sosiaalinen media promotionaalisena välineenä

Sosiaalinen media ei tunne maantieteellisiä, sosiaalisia, poliittisia tai demografisia rajoja ja ylittää rajojen ulkopuolelle julkisen vuorovaikutuksen kautta (Pan ja muut, 2019, s. 74). Siksi sosiaalisesta mediasta on noussut suosittu ja yleinen markkinointi- ja viestintäkanava, jossa yleisöä voidaan saavuttaa vain sillä, että kuluttajalla on laite ja tili, jolla pääsee internetiin ja sosiaalisen median kanaviin. World Wide Webin syntyessä syntyi myös uusi ilmiö, kun kuluttajat pystyivät olemaan yhteydessä yrityksiin ja toistensa kanssa multimedia-alustalla (Berthon & muut, 2012). Teknologian kehityksen johdosta internetin ja sosiaalisen median ensimmäinen malli koki täysin uudenlaisen kehityksen, kun asiakaskeskeinen kehitys ja ajattelu nousi keskiöön sosiaalisen median kehityksessä (Berthon & muut, 2012).

Mangold ja Faulds (2009, s. 359) esittävät sosiaalisen median olevan hybridielementti promotionaalisen markkinointiviestinnän alueella, koska siinä yhdistyvät perinteisen integroidun markkinointiviestinnän työkalujen ominaisuudet, joissa yritykset puhuttelevat suoraan asiakkaitaan. Sosiaalisella medially on toinen mielenkiintoinen rooli promotionaalisena välineenä. Kuluttajat voivat käyttää sosiaalisen median kanavia

kommunikoidakseen keskenään ilman yrityksen tai brändin edustajaa (Mangold & Faulds, 2009, s. 359). Tyytyväinen tai tyytymätön asiakas voi sosiaalisen median avulla kertoa muille kuluttajille oman mielipiteensä nyt suuremmalle yleisölle yhdellä julkaisulla jollain sosiaalisen median kanavalla, kuten Instagramissa tai TikTokissa. Sen sijaan, että kuluttajat kertoisivat mielipiteensä muutamille ystäville, he voivat kertoa sen nyt sadoille tai tuhansille muille ihmisille sekunneissa (Mangold & Faulds, 2009, s. 359).

Hudson ja muut (2016, s. 38) osoittavat, että kuluttajat, jotka ovat yhteydessä suosikkibrändeihinsä sosiaalisen median avulla, omaavat vahvemmat suhteet näihin brändeihin verrattuna kuluttajiin, jotka eivät ole vuorovaikutuksessa suosikkibrändeihinsä sosiaalisen median avulla. Mangold ja Faulds (2009, s. 358) tukevat Hudsonin ja muiden tuloksia, sillä sosiaalisesta mediasta on tullut merkittävä tekijä, joka vaikuttaa kuluttajakäyttäytymisen eri ulottuvuuksiin, kuten tietoisuuteen, tiedon hankintaan, mielipiteisiin, mielikuviin, ostotapoihin sekä oston jälkeiseen viestintään ja arviointiin. Mangold ja Faulds (2009, s. 358) lisäävät, että sosiaalinen media lisää kuluttajien välisten keskustelujen vaikutusta markkinoilla. Alarcon-del-Amo ja muut (2012, s. 1463) vahvistavat tätä havaintoa, kuinka verkosta on tullut useille sen käyttäjille tärkein tuotteita ja palveluja koskevan tiedon lähde, jonka seurauksena verkkomarkkinointi vaatii yhä suuremman osan markkinoijien huomiosta ja yrityksen budjetista.

3.2 Kuluttajan huomioiminen tapahtumaviestinnässä

Sosiaalisen median käyttäjät valitsevat ja seuraavat aktiivisesti sosiaalista mediaa tyydyttääkseen tarpeensa tiedonhaun ja viihteen suhteen (Kim & muut, 2021, s. 454) Tapahtumat ovat yleisesti yksilön elämän kohokohtia (Van Der Wagen & White, 2010, s. 3). Ihmisen osallistuminen tapahtumaan vain sosiaalisen median sisältöjen kautta vaatii tapahtuman järjestäjiltä totisia toimia hyödyntääkseen sitä loistavaa alustaa, joka sosiaalinen media on. Tapahtumilla on vaikutuksia, jotka ulottuvat ympäristöllisiin,

taloudellisiin sekä sosiaalisiin ja kulttuurillisiin vaikutuksiin (Van Der Wagen & White, 2010, s. 13).

Kim ja muut (2021, s. 454) osoittavat, että sosiaalisen median julkaisujen informatiivisuus vaikuttaa merkittävästi siihen, kehittykö kuluttajien tietoluottamus, joka puolestaan vaikuttaa heidän käyttäytymisaikomuksiinsa sen suhteen, aikovatko he jakaa tapahtuman tietoa ja aikovatko he osallistua tapahtumaan. Heidän mukaansa sosiaalisen median käyttäjät luottavat todennäköisemmin tapahtumajärjestäjien antamiin tietoihin, jos tiedot ovat hyödyllisiä ja merkityksellisiä tapahtuman kannalta, eli sosiaalisen median käyttäjät kokevat mielihyvää, kun he kuluttavat tapahtumaan liittyviä julkaisuja ja ovat motivoituneita jakamaan sitä sosiaalisessa mediassa.

3.3 Sitouttaminen sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisesta mediasta on tullut tehokas sitouttamisen väline. So ja muut (2024, s. 1068) sekä Hudson ja muut (2013, s. 207) kertovat, että sitoutumisen lisäksi suositellaan toteuttamaan markkinointitoimenpiteitä, sillä ne mahdollistavat kuluttajan sitoutumisen sosiaalisen median avulla. Pino ja muut (2019, s. 197) kertovat, että sosiaalisen median viesteissä käytetty kieli voi vaikuttaa käyttäjien sitoutumiseen verkossa. He toteavat, että myös toimintakehotuksilla, lauseen muotoilulla sekä viestin eloisuuden lisäämisen kuvien, videoiden ja linkkien avulla on merkitystä positiivisesti käyttäjien sitoutumiseen verkossa ja sosiaalisessa mediassa.

Tyytyväisyydellä on vaikutusta siihen, miten asiakas kokee saamansa palvelun. Asiakkaan tyytyväisyys perustuu palvelun odotuksien ja palvelun jälkeisen tyytyväisyyden vertaamisen hänen aikaisempiin kokemuksiinsa ja niiden asettamiin standardeihin (Jamil ja muut, 2022, s. 3). Sosiaalisessa mediassa luotu sisältö ja viestiminen suoraan kuluttajille vaikuttavat siihen, millaiset odotukset kuluttajalle asetetaan. Tarjotun palvelun täytyy silloin vastata tai ylittää tämä odotus, jotta asiakas sitoutuu ja on tyytyväinen saamansa palveluun.

Sosiaalisen median sisältöä täytyy tehdä harkiten, jotta se olisi mahdollisimman tehokasta. Kim ja muut (2021, s. 455) huomauttavat, että yrityksillä ja organisaatioilla on tapana tarjota viihdyttävämpää tietoa sosiaalisessa mediassa, mutta liika keskittyminen viihdyttävään ja palkitsevaan sisällön luomiseen ottamatta huomioon itse tietoa, jota julkaisussa halutaan kertoa, sekoittaa tiedon merkitystä. Sosiaalisessa mediassa vaaditaan tehokkaita toimenpiteitä julkaisujen ajoituksen, tiheyden ja sisällön hallitsemiseksi asetettujen markkinointitavoitteiden saavuttamiseksi (Jamil & muut, 2022, s. 9). Yritykset ja organisaatiot voivat onnistuneesti luoda vahvoja suhteita kuluttajien ja brändin välille, jos he saavat käyttäjät helposti samaistumaan sisältöönsä. Sitouttamisessa on siis kyse siitä, miten kuluttaja luottaa saamaansa informaatioon sosiaalisessa mediassa sekä kuinka tehokasta luotu sisältö julkaisuissa on.

4 Kestävä kehitys Lapin matkailualan musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä

Tässä luvussa suoritan aineistoni analyysin. Tavoitteenani on selvittää, miten Lapin musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä hyödynnetään kestävän kehityksen teemoja ja merkityksiä promotionaalisen markkinointiviestinnän näkökulmasta. Esittelen analyysiani aineistostani poimittujen esimerkkien kautta.

Analyysini alkaa tarkastelemalla, millaisia kestävän kehityksen teemoja on havaittavissa Lapin musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-sisällöissä. Kestävän kehityksen elementtien merkitystä analysoidessa tukeudun laadulliseen teoriaohjaavaan sisällönanalyysiin. Erittelen, millaisia ekologisia, taloudellisia ja sosiaalisia sekä kulttuurillisia kestävyden teemoja Instagram-sisällöissä on tunnistettavissa Burfordin ja muiden (2013) nelipilarimallin mukaisesti, ja millaisia suurempia kestävän kehityksen merkityksiä ne luovat tapahtumakontekstissa. Apunani luokittelussa käytän taulukkoa 2, johon on lueteltu kaikki kestävän kehityksen tavoitteet ja niiden ulottuvuudet. Tämä auttaa löytämään ulottuvuuksien teemoja aineistosta. Sisällönanalyysi auttaa selvittämään, miten kestävän kehityksen piirteitä ja merkityksiä esitetään Instagramissa tapahtumien järjestäjien toimesta. Analyysin lopun yhteenvedossa tarkastelen löytämiäni tuloksia ja pohdin, millaisia kestävän kehityksen ilmentymiä tapahtumien Instagram-viestinnässä on havaittavissa.

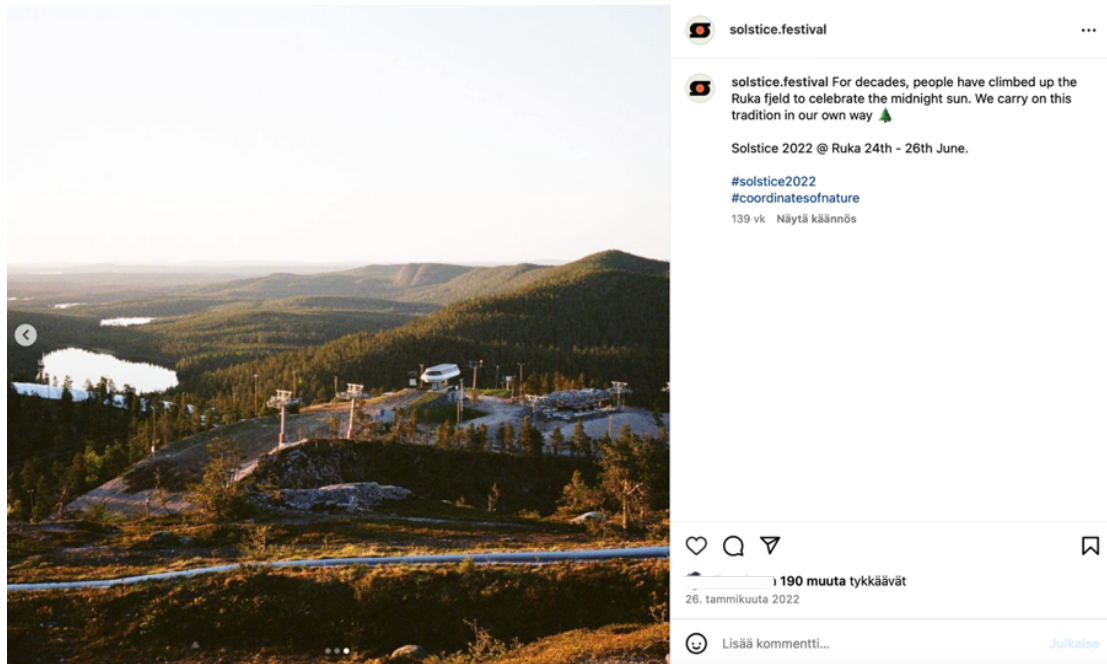
4.1 Ekologiset teemat

Ekologisuus nousee aineistossa esille kestävän kehityksen ulottuvuutena, esimerkiksi niin sanottujen vihreiden tekojen kautta. Ekologisia teemoja esitellään tapahtumien Instagram-viestinnässä ympäristöä kuvaillen. Lapin matkailualueen ympäristö, jossa tapahtumat järjestetään, tekee ekologisuudesta erityisen näkyvän elementin tapahtumien Instagram-viestinnässä. Julkaisujen välillä oli vaihtelevuutta siinä, miten

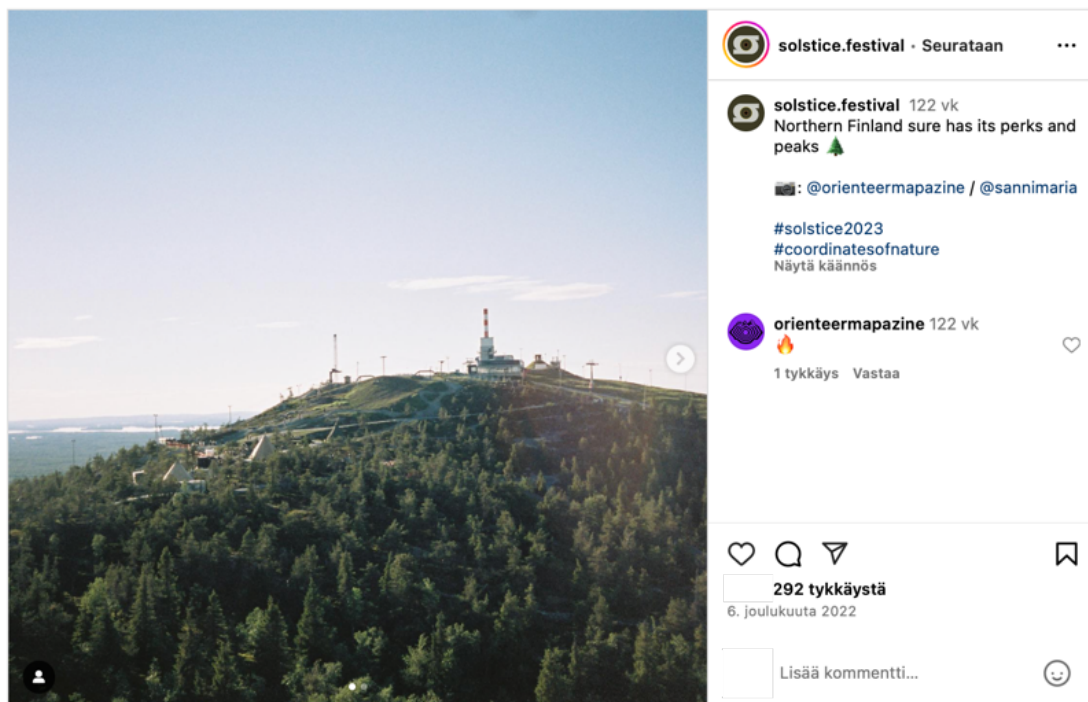
ekologista kestävyttä on havaittavissa, mutta luontokuvat nousivat selkeästi isoimpana teemana ekologisen kestävyuden teemaluokassa. Luontokuvien lisäksi ympäristö- ja ilmastotekoja myös tuodaan ilmi julkaisujen kuvateksteissä. Ekologisuuteen kannustetaan myös tapahtuma-alueen ulkoilma-aktiviteettimahdollisuuksilla, joilla pääsee kestävästi nauttimaan alueen ainutlaatuisesta luonnosta.

4.1.1 Luontokuvat

Ekologista kestävyttä ilmennetään Instagram-julkaisuissa luontokuvilla. Luontokuvat merkitsevät sen ainutlaatuisen ympäristön arvostusta, jossa tapahtumat järjestetään. Kestävän kehityksen tavoitteet SDGT 14 ja 15 ovat vedenalaisen elämän ja maanpäällisen elämän turvaaminen. Luontokuvat auttavat luomaan merkitystä ja arvostusta sille koskemattomalle luonnolle, joka on olemassa. Tapahtumia rakentaessa täytyy aina koota tapahtuma-alue ja tarvittavat tapahtumarakennukset, ja tapahtumien järjestäjät haluavat arvostaa ja luoda mahdollisimman vähän tuhoja ainutlaatuiselle luonnolle, joissa tapahtumat järjestetään. Kuvissa 1 ja 2, Rukatunturilla järjestettävä Solstice julkaisi pysäyttävän hiljaisen kuvan talvella laskettelukeskuksesta, joka julkaisuaikana kuhisi laskettelijoista. Näky tyhjistä kesäisestä Rukatunturista ei ole kaikille yleinen, sillä monelle tunturi on tuttu talvisesta näkymästään. Kuvat (1 & 2) antavat kesäkuvillaan merkitystä kauniiseen ympäristöön, jossa Solstice tapahtumansa järjestää ja siten arvostaa ympäröivää luontoa. Kuvissa näkyy rakennetun alueen lisäksi myös koskematonta luontoa, joka välittää merkityksen luonnon ainutlaatuisuudesta.



Kuva 1. Julkaisu Rukatunturista ja Solsticen tapahtumapaikasta. Kuvakaappaus @solstice.festival (@solstice.festival, 2022a).



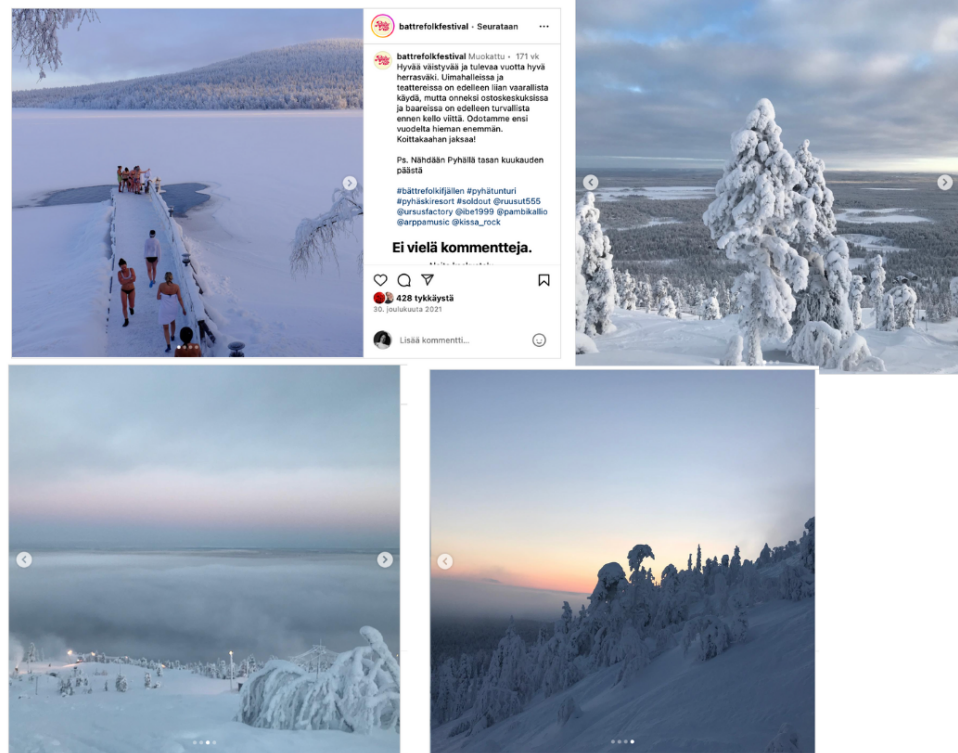
Kuva 2. Julkaisu kesäisestä Rukatunturista. Kuvakaappaus @solstice.festival (@solstice.festival, 2022i).

Sodankylän elokuvajuhlissa kävijöillä on usein silmät kohdistettuna isoon näyttöön, mutta aikaa myös luonnon arvostamiselle on. Kuvassa 3 Sodankylän elokuvajuhlat ovat julkaisseet kuvakarusellissa kuvan, jossa tapahtumakävijät ovat tyyneen järven rannalla katsomassa keskiyön aurinkoa. Keskiyön aurinko Lapissa on kirkkaampi kuin muualla Suomessa. Kuva 3 houkuttelee veden äärelle katsomaan keskikesän aurinkoa ja tapahtuman nimi Midnight Sun Film Festival nimensä mukaan on keskikesän auringon juhlaa.



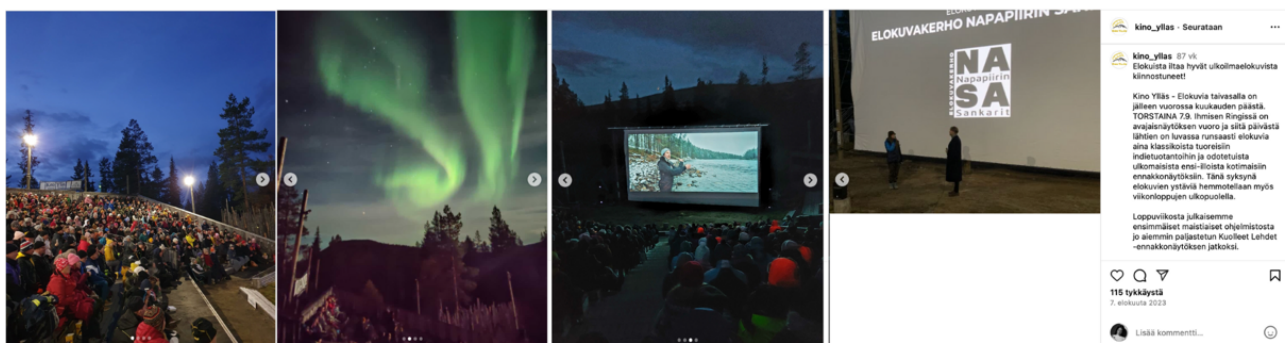
Kuva 3. Sodankylän elokuvajuhlien Instagram-julkaisu keskiyön auringosta. Kuvakaappaus @midnightsunfilmfestival (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022f).

Bättre Folk i Fjällen on ainut tapahtuma, joka järjestetään keskellä hyytävää pakkasta, jolloin tunturin peittää valkoinen lumipeite ja puut tykkylumi, jota harvemmin Etelä-Suomessa näkee. Kuvassa 4 on Bättre Folkin karusellijulkaisun kuvat kauniista Pyhätunturin maisemasta keskellä parhaita talvea, kun aurinko käy muutaman tunnin horisontissa ja valkoinen lumi valaisee maisemaa. Bättre Folk käyttää tapahtumaviestinnässään hyväksi Pyhätunturin talvista ympäristöä. Samalla julkaisun kuvat kasvattavat luonnon kunnioituksen merkitystä, kun lumitilanne on vuosi vuodelta epävarmempi. Ekologisen kestävyuden kannalta kuvan 4 kuvilla halutaan kunnioittaa talvista Lappia. Tapahtumaviestinnän näkökulmasta talvinen Pyhätunturi on tapahtumaympäristöä markkinoiva.

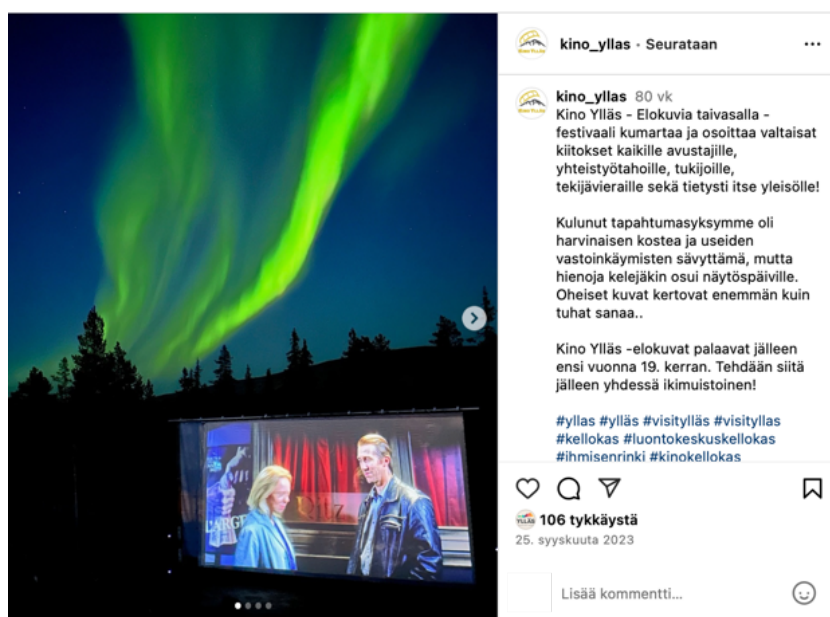


Kuva 4. Talvisesta Pyhänturista kuvakaruselli. Kuvakaappaus @battrefolkfestival (Bättre Folk, 2021).

Revontulet ovat arktisen ympäristön erikoisuus, jotka läpileikkaavat tunturimaisemat. Kino Ylläs on kuvissa 5 ja 6 taltioinut revontulet ja siten onnistunut osoittamaan ainutlaatuisen luonnon kauneuden merkityksellisyyden. Kino Ylläs osoittaa kuvillaan ulkoilmaelokuvatapahtuman todellisen ainutlaatuisuuden, kun katselijan ei tarvitse edes suuremmin nostaa katsettaan, jos onni osuu, että revontulet ovat elokuvailtana vilkkaimmillaan. Kuvat luovat kontrastia niihin ihmisiin, jotka katsovat näitä kuvia jostain muualta, missä revontulia ei näy. Kuvista voi syntyä halu päästä itsekin kyseiseen ympäristöön ja välttää tunne, että jäisi paitsi jostain erityisestä. Samalla tapahtuma luo itselleen brändiä. Kino Ylläs luo juuri kuvillaan 5 ja 6 itselleen tunnettavuutta ulkoilmaelokuvapaikkana, jossa elokuvien lisäksi katsellaan revontulia.



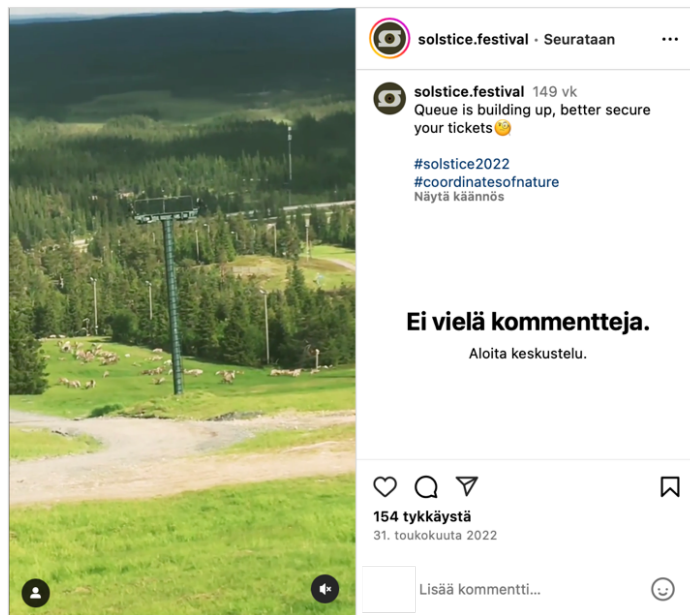
Kuva 5. Elokuvailta Kino Ylläksellä revontulien valaisemana. Kuvakaappaus @kino_yllas (Kino Ylläs, 2023b).



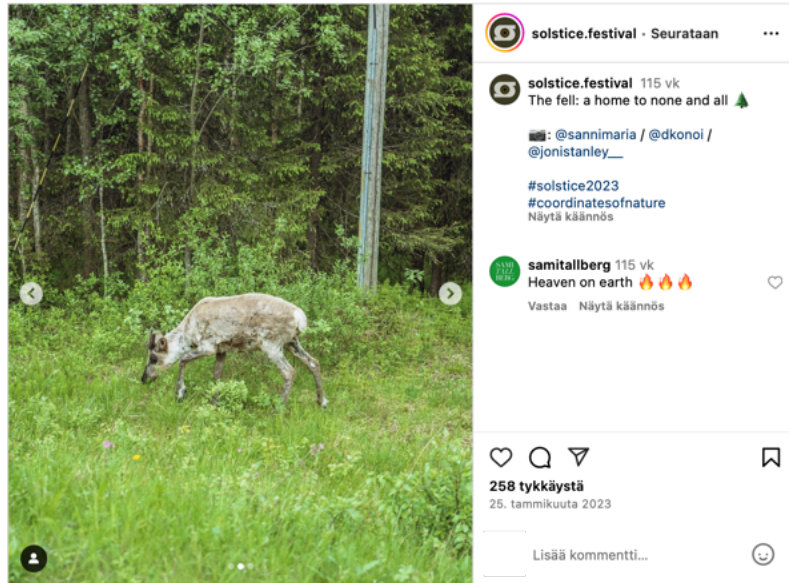
Kuva 6. Kino Ylläksen Instagram-julkaisu elokuvaillan revontulista. Kuvakaappaus @kino_yllas (Kino Ylläs, 2023i).

Lapin matkailualueen eläinkunnan lajeista useat turistit haluavat nähdä poron matkallaan Lapissa. Kuvissa 7 ja 8 porot komeilevat tunturi- ja metsämaisemassa Rukatunturilla. Kuva 7 on Instagram Reels -video, jossa näkyy Rukatunturilla protokka,

joka elää rauhassa poron arkea sille kuuluvassa ympäristössä. Ekologisen kestävyysnäkökulmasta tapahtuman järjestäjän puolelta olisi vastuullista kertoa, että tapahtumaihanakin poroihin voi törmätä. Musiikkifestivaalitapahtuma on tietoisesti täynnä ääntä ja vilskettä, eikä tapahtumajärjestäjä tuo ilmi julkaisuissaan, miten he huomioivat alueen eläinkunnan turvaamisen. Julkaisujen tarkoitus on ollut hieman humoristinen ja kuvat kuitenkin osoittavat, millaista eläinkuntaa Lapin matkailualueella voidaan havaita, mikä voi kannustaa ihmisiä ja matkailijoita osallistumaan tapahtumaan.



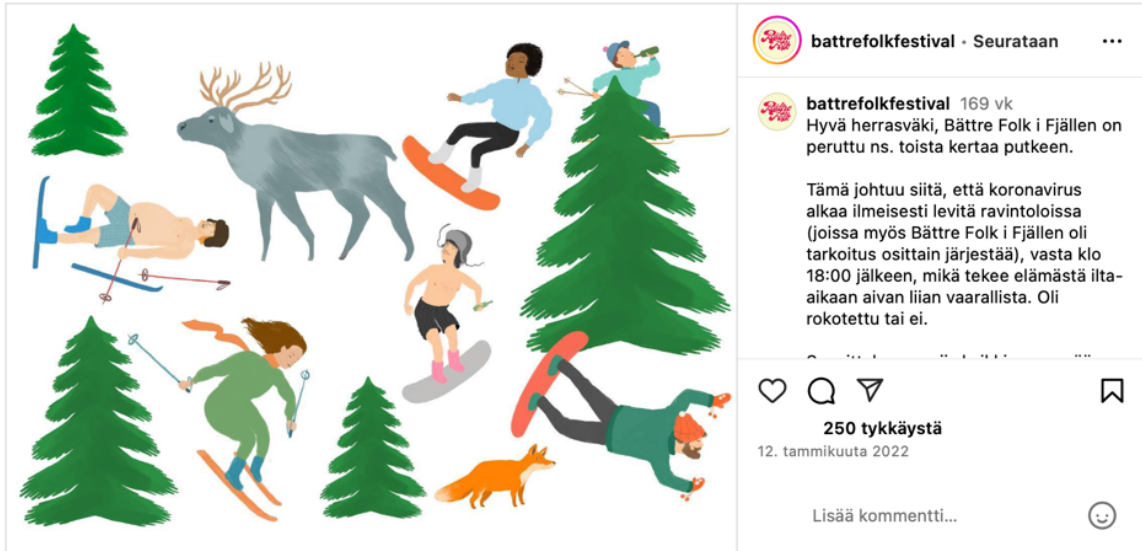
Kuva 7. Instagram Reels -video Rukatunturin porotokasta. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2022h).



Kuva 8. Instagram-julkaisu tienlaidalla olevasta porosta. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2023a).

Bättre Folk lähestyy maisemakuvausta lisäksi hieman eri tavalla kuin muut. Kuvassa 9 graafiset luontoelementit on yhdistetty yhteen kuvaan, jossa ilmenee niin tapahtuman ympäristölle ominaisia merkityksiä, mutta myös tapahtuman kannalta olennaisia piirteitä. Humoristisessa graafisessa kuvassa esitetään laskettelijoita ja juhlijoita, jotka nauttivat virvokkeista. Kuvaan mahtuu myös luontokuntaa, sillä laskettelijat kiertävät kuusia, ja poro ja kettu ovat myös eksyneet oletettavaan rinteeseen. Bättre Folk i Fjällen tapahtumassa lasketellaan yhdessä ja osallistutaan eri keikoille. Musiikkia kuvassa ei näytetä. Kuva on ristiriitainen ekologisen kestävyyskannalta, mutta myös sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyyskannalta. Pyhätunturin rinneturvallisuudessa mainitaan, että rinteessä ei saa liikkua päihtyneenä (Pyhätunturi, n.d.). Kuvassa kuitenkin näkee kaksi laskijaa, joilla on pullot kädessä. Kaksi muuta laskijaa ovat kaatuneet ja toisella kaatuneista ei ole muuta päällä kuin shortsit. Myös toisella pullo-kädessä-laskijalla ei ole muuta kuin hattu ja shortsit päällä. Vaikka kuva ei kerro, että näkyvät pullot sisältäisivät alkoholia, kuvassa tapahtuva kerronta on muuta. Kuva voi kannustaa tai normalisoimaan rinnesääntöjen vastaista toimintaa ja siten vaikuttaa juhlijoiden käsitykseen, että toiminta on hyväksyttävää. Vaikka itse julkaisu kertoo siitä pettymyksestä, että tapahtuma on jouduttu perumaan, se ei oikeuta vastuuttoman toiminnan

hyväksymiseen. Oikeana tilanteena tapahtumat ovat vaarallisia niin muille laskijoilla kuin festivaalialikansalle, mutta myös erityisesti luonnolle. Roskaaminen ja luonnon häiritseminen ovat ekologisesti vastuuttomia tekoja eivätkä edistä sen kestävyttä.



Kuva 9. Instagram-julkaisu Bättre Folkista graafisella kuvalla. Kuvakaappaus @battrefolkfestival (@Bättre Folk, 2022).

Jokaisessa tapahtumassa Solsticessa, Sodankylän elokuvajuhlissa, Bättre Folk i Fjällenissä sekä Kino Ylläksen julkaisuissa ilmenee kestävän kehityksen ekologisen ulottuvuuden tavoitteiden maanpäällisen elämän ja vedenalaisen elämän turvaamisen merkityksiä luontokuvien kautta. Luontokuvilla ilmennetään tapahtuman sijainnin luonnon ainutlaatuisuutta ja koskemattomuutta, jollaista muualla ei ole. Vaikka ristiriitoja on myös havaittavissa, kokonaisvaltaisesti luontokuvat kannustavat ekologiseen kestävyteen ohjaamalla kuluttajia luontoon ja arvostamaan tapahtuman ainutlaatuista ympäristöä.

4.1.2 Ympäristöteot

Ekologista kestävyttä ilmenee Instagram-julkaisuissa myös tapahtumien ympäristöteoista tiedottamisen kautta. Tässä analyysissä ympäristötekoja ovat sellaiset

teot, jotka tukevat ekologista kestävyyttä ja luontoa esimerkiksi kierrätyksen ja muiden toimenpiteiden avulla. Ympäristöteot ovat tekoja, joilla on suora yhteys luonnon kuormituksen vähentämiseen. Kestävän kehityksen SDG13 on tavoite ilmastoteoille. Tapahtumat aiheuttavat vaikutuksia myös ympäristöön. Ympäristön saastuminen on valitettava sivutuote tapahtumissa, kun tapahtumapaikkoja rakennetaan ja ihmisiä on paljon, joten roskaaminen on lähes väistämätöntä. Kuvassa 10 Solstice kertoo tapahtuman vastuullisuussuunnitelmista Instagram-julkaisun muodossa. Julkaisussa kerrotaan tapahtuman taistelevan ympäristövaikutuksia ja ekologisia haasteita vastaan muun muassa hyvällä ja vastuullisella roskien lajittelujärjestelmällä. Kuvassa 10 Solstice kertoo, että tapahtuman tavoitteena on käyttää uudelleen sen vuoden tapahtumasta aiheutuneita roskia ja jätteitä uudelleen ensi vuoden tapahtumassa.



Kuva 10. Solsticen vastuullisuussuunnitelmasta Instagram-julkaisu. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2022d).

Tämä ei kuitenkaan jää ainoaksi ympäristöteosta kertovaksi julkaisuksi, sillä vuosi myöhemmin samanlainen julkaisu julkaistiin Solsticen toimesta. Kuvassa 11 puhutaan jo suoraan kierrätyksestä ja siitä, miten Solstice uusiokäyttää tapahtumista aiheutuneita jätteitä. SDG13 toteutuu Solsticen julkaisuissa. Tämä ilmentää vastuullisia ympäristötekoja Instagram-seuraajille ja kuluttajille, ja kannustaa ekologisesti kestävään toimintaan.



Kuva 11. Solsticen kierrätysoppaasta Instagram-julkaisu. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2023h).

Vastuullisia ympäristötekoja huomioidaan muillakin tavoin. Kino Ylläs lanseerasi uuden termosmukia muistuttavan brändituotteen ulkoilmaelokuvilleen (kuva 12). Syysiltojen viilentyessä ei välttämättä tee mieli kylmää juotavaa. Kestävään ja uusiokäyttöiseen termosmalliseen kahvimukiin voi ottaa elokuvaa katsellessa mukaan lämmintä juomaa kahvista teehen tai vaikka mehuun. Näin vältetään paperimukien aiheuttamat

kustannukset ja roskat. Julkaisussa ei ilmene, missä muki on tehty. Onko se paikallista käsialaa tai tilattu ulkomailta, joka vähentää vastuullisuusteon merkityksellisyyttä? Tätä julkaisu ei kerro. Kuvassa 12 ei tuoda erityisesti ilmi erityismukia ekologisena tekona, vaan hieman taloudellisena, mutta muki on ympäristömyönteinen. Taloudellisesti tuotteella halutaan tehdä myyntiä, mutta ympäristötekona se on uusiokäyttöinen ja vähentää kertakäyttömukien käyttöä.



Kuva 12. Kino Ylläs -erityiskahvimuki. Kuvakaappaus @kino_yllas (Kino Ylläs, 2023e).

Lapin maakunnassa välimatkat ovat pitkiä, joten yksityisautoilu lisää yllättävän paljon kuluja niin henkilölle itselleen, mutta myös luonnolle. Esimerkissä (1) Kino Ylläs mahdollistaa Kolarin Kulttuuritoimen kanssa yhteisen bussikuljetuksen elokuvapaikalle. Jollekin kyyti voi olla ratkaiseva tekijä elokuvapaikalle pääsemiseksi, jos hänellä ei itsellään ole mahdollista järjestää kyytiä. Vaikka esimerkissä (1) ei tarkoituksella viitata yhteiskyytiin ekologisena tekona, sellaisen järjestäminen voidaan nähdä ympäristötekona, joka vähentää yksityisautoilua. Yhteiskuljetus esitetään ensisijaisesti mukavuuspalveluna, mutta samalla se merkitsee kestävämpää tapaa liikkua.

- (1) Eikä siinä vielä kaikki, sanoisi mainosmies! Nimittäin Kino Ylläs ja Kolarin Kulttuuritoimi järjestävät yhteistoimin ilmaisen meno-paluu - bussikuljetuksen Kolarista Ylläksen Ihmisen Rinkiin klo 19.00 alkaen. Ilmoittaudu mukaan kuljetukseen ja nauti perillä uutuuselokuvasta tunnelmaa täynnä olevassa ulkoilmanäyttämössämme. (Kino Ylläs, 2023f)

Solsticen ohjelma ei ole pelkästään musiikkia, vaan myös taidetta. Solstice hyödyntää ekologisesti kestäviä palveluita festivaalituotannossaan. Esimerkissä (3) Solstice esittelee vuoden 2023 festivaalitaiteilijan, joka käyttää taiteessaan erilaista jättemateriaalia ja luo kierrätettyä taidetta.

- (2) This year's resident Anastasiia Sviridenko's work Light Affects Your Eyes Badly is a mixed media installation that utilises different kinds of waste material. That's all we can say about that right now, you'll just have to wait and see 🌲 (Solstice, 2023e)

Ekologinen kestävyys nähdään esimerkissä (3) Solsticen julkaisun kuvatekstissä, jossa esitellään kaikki Kuusamon alueen luontoelementit vesistöistä vaaroihin ja luonnonpuistoihin asti. Julkaisun kuvateksti painottuu runollisesti luontoaiheeseen, jossa syvennyttään Kuusamon alueella kasvaviin puulajeihin, Rukatunturin keskikesän aurinkoon ja porojen elinalueeseen, jonka lopussa todetaan ilman olevan täynnä myyttistä henkeä. Esimerkin (3) teksti jatkaa luonnon tärkeyden ja ainutlaatuisuuden merkityksen luomista ekologisesta näkökulmasta. Samalla esitellään alueen muut luontopuistot.

- (3) The Kuusamo area is filled with natural beauty and it's home to three national parks: Hossa, Oulanka and Riisitunturi, each with their own unique flavor. The nearby Valtavaara nature reserve has the most famous hiking trail in the country, while in Hossa National Park you can find the largest concentration of prehistoric rock paintings in all of Finland. From the stone age to this day. Spruce and pine trees dominate the area where moss and lichen cover the ground and reindeer roam free. Glaring at the scenery from the Ruka peak you'll see why Finland has earned its title as the land of a thousand lakes. Since the mid 20th century Rukatunturi (Ruka Fjeld) has been a Midsummer getaway where people gather to celebrate the 24-hour sunlight. Due to Ruka's northern location the sun

doesn't set below the horizon at all during Midsummer week 📍 Needless to say the air is filled with a mythical sense. (Solstice, 2022b).

Erityisesti Solsticen Instagram-julkaisut ympäristöteoista nousevat erityisesti esiin muihin tapahtumiin verratessa. Kino Ylläksellä oli pienestä aineistostaan huolimatta pari huomioitua ympäristöteon elementtiä. Bättre Folk i Fjällenillä tai Sodankylän elokuvajuhlilla ei ollut Instagram-viestinnässään ympäristötekoja ilmentäviä julkaisuja.

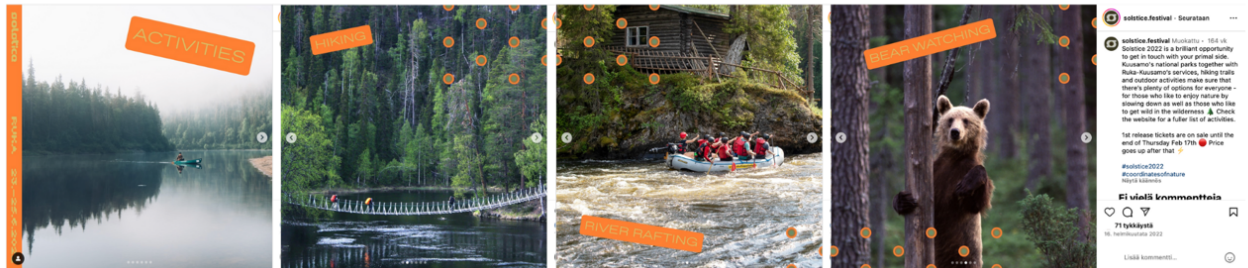
4.1.3 Luontoyhteyksien merkitys

Tapahtumien Instagram-julkaisuissa kuvattiin yleisesti myös erilaisia ulkoilma-aktiviteetteja kuten laskettelua, vaeltamista sekä yleisesti ulkoilua. Niiden voidaan katsoa liittyvän erityisesti kestäväen kehityksen tavoitteisiin SDG14 (vedenalainen elämä) ja SDG15 (maanpäällinen elämä). Luontoyhteyttä ilmennetään aineistossa ulkoilma-aktiviteettien yhteydessä, kun ihmistä kannustetaan luontoon. Ulkoilma-aktiviteeteilla ja luontoyhteydellä voidaan luoda merkitystä luonnon yhteyden saamisen kanssa. Tätä kautta arvostus luontoon voi kasvaa, kun ymmärtää, miten arvokas luonto on.

Esimerkissä (4) Solstice luettelee Ruka-Kuusamon matkailukeskuksen erilaisia luontokohteita, johon voi mennä ulkoilemaan. Esimerkissä (4) kuvaillaan myös, että luonnossa oleminen on loistava mahdollisuus kytkeytyä alkukantaisen itsensä kanssa, mikä korostaa luonnon luonnollisuuden merkitystä. Luonto on ollut täällä aikojen alusta asti. Solstice ei mainosta pelkästään omaa tapahtumaansa vaan mahdollisuutta tehdä tapahtuman yhteydessä luontoasioita.

- (4) Solstice 2022 is a brilliant opportunity to get in touch with your primal side. Kuusamo's national parks together with Ruka-Kuusamo's services, hiking trails and outdoor activities make sure that there's plenty of options for everyone - for those who like to enjoy nature by slowing down as well as those who like to get wild in the wilderness 🌲 Check the website for a fuller list of activities. (Solstice, 2022c)

Kuvassa 13, Solstice on luonut myös kuvakarusellin Rukan alueen ulkoilma-aktiviteetista, jonne on mahtunut myös karhu. Ulkoilma-aktiviteettien ilmentymät esimerkissä (4) ja kuvassa 13 esittävät, miten kaunis ja rauhallinen luonto on, jossa on kaikille jotain.



Kuva 13. Instagram-julkaisu Ruka-Kuusamon aktiviteeteista. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2022c).

Bättre Folk i Fjällen esimerkeissä (5 & 6) huomioi ja kannustaa kävijöitään luontoon tapahtuman aikana järjestämällä yhteisiä ja perinteiksi muodostuneita avantouintia ja ulkojoogaa. Lasketteluunkin kannustetaan, kun festivaalilipulla saa vuokrattua lasketteluvälineet maksutta. Tapahtuma tosiaan kannustaa ihmisiä ulkoilemaan. Samalla esimerkissä (6) huomataan taloudellisesti kestävää kehitystä, kun tapahtuman lipun ostaneille mahdollistetaan laskettelu ilman ylimääräisiä kustannuksia.

- (5) Hyvää alkanutta vuotta, hyvä herrasväki. Kohta tanssitaan taivasalla ja uidaan kylmässä järvessä. Vilukissoille myös keikkoja sisällä. (Bättre Folk, 2023a)
- (6) Tekemistä löytyy keikkojen ohella laskettelusta avantouintiin ja ulkojoogaan. (Tänään iltamäki klo 17–21. Festivaalilipun haltijoille vuokravälineet veloituksetta!) Ollaan kilttejä toisillemme! (Bättre Folk, 2023b)

Alueellisten ulkoilma-aktiviteetti mahdollisuuksien esittely luo merkitystä luonnossa olemisen tärkeydelle. Jos luonnossa oleilee, sen merkityksen myös ymmärtää. Solstice korosti julkaisuissaan sanallisesti luonnon ikuisuudesta. Luontoyhteyksien merkitykset

ulkoilma-aktiiviteettien kautta korostavat sen merkitystä, miten tärkeä luonto meille on. Ihminen luo yhteyden luonnon kanssa olemalla ulkona. On tärkeää huomioida, että aktiiviteetit luonnossa täytyy myös suorittaa kestävästi ja ekologisen kestävyden tavoitteita noudattaen. Ulkoilu ei saa vahingoittaa luontoa tai sen eläinkuntaa. Näissä Instagram-julkaisuissa aktiiviteetit ovat luontoa arvostavia, kun kuluttajia kannustetaan luontoon aktiiviteettien kautta. Solstice sekä Bättre Folk huolehtii tällä tavoin myös kävijöiden hyvinvoinnista ja kannustaa heitä ulos. Lisäaktiiviteetit luonnossa toimivat lisähoukuttimena ja -kannustimena. Kino Ylläs tai Sodankylän elokuvajuhlat eivät kerro alueen mahdollisista ulkoilumahdollisuuksista tai aktiiviteeteista, joita tapahtuma järjestäisi itse tapahtumaohjelman lisäksi.

Suomessa saamme elää kaikki neljä vuodenaikaa, johon mahtuu useita erilaisia ja äkillisestikin muuttuvia sääolosuhteita. Muuttuviin sääilmiöihin ei aina osaa varautua. Sää vaikuttaa siihen, miten ihminen liikkuu luonnossa. Luontoon mentäessä tarkistetaan usein, ovatko sääolosuhteet suotuisat sekä turvalliset. Ilmastonmuutos kiihdyttää sääolosuhteiden äärimmäisyyksiä ja yllättäviä muutoksia. Yksittäinen tapahtuma ei kuitenkaan voi omilla teoillaan ehkäistä ilmastonmuutoksen aiheuttamia sääilmiöitä. Sääolosuhteet kuitenkin vaikuttavat ulkona järjestettävien tapahtumien mahdollisuuksiin ylläpitää tapahtumaa jatkossakin. Esimerkissä (7) Bättre Folk muistuttaa Pyhän sijainnista, jossa pakkaneen puree eri tavalla ihmiseen. Kuitenkin esimerkissä (8) jo Bättre Folk ilmoittaa, että yhteen tapahtumapaikan keikka-alueista ei pääse tunturin päälle, koska kova tuuli vaikuttaa hissien aukiolomahdollisuuteen.

- (7) Muistathan pukeutua lämpimästi. Pyhä sijaitsee napapiirin pohjoispuolella. Oikeasti. (Bättre Folk, 2023e)
- (8) Kovan tuulen vuoksi isolla tuolihissillä ei uskalla ajella, joten Antti Aution levyn ennakkokuuntelu (klo 15) on uudelleen sijoitettu Yhteen maailmankaikkeuden parhaista baareista, eli Calle-Taloon, joka sijaitsee ihan hotellin vieressä rinteiden puolella. (Bättre Folk, 2023f)

Lisääntyvä tuuli ja heikkenevä lumitilanne vaikuttavat talven laskettelukeskuksien aukiolomahdollisuuksiin. Ekologisen kestävyden tavoitteiden tarkoitus onkin turvata

nämä olosuhteet myös tulevaisuudessa. Myös kesä on yleensä Lapissa hieman viileämpi kuin muualla Suomessa, mutta helteet ovat alkaneet yltää myös napapiirin yläpuolelle. Esimerkissä (9) Kino Ylläksen katse on jo kuumasta kesästä viileässä syksyssä.

- (9) Vaikka kesä on kuumimmillaan, olemme kuumeisesti suunnittelemassa hiukan viileämmän ruska-ajan Kino Ylläs -tapahtumaamme. Ensimmäinen ennakkonäytös on jo varmistunut ja kesän mittaan on luvassa lisää uutisia... (Kino Ylläs, 2023a)

Esimerkeissä (10 & 11) huomataan, että tapahtuman lähestyessä kostea keli on uhkaava tekijä aiheuttamaan ainutlaatuisesta ulkoilmateatterista siirtymisen sisätiloihin. Sääolosuhteet ovat välillä tapahtumia vastaan ja esimerkiksi (11) ilmoitetaankin kostean kelin vaikuttavan tapahtuman järjestelyihin, jolloin ulkoilmanäyttämöltä täytyy siirtyä sisätiloihin. Kostealla kelillä tarkoitetaan esimerkeissä (10 & 11) sadetta.

- (10) Ilma pitäisi olla iltaa kohti selkenemään päin, joten kostea kelikään ei toivoaksemme tuota pukeutumisongelmaa. (Kino Ylläs, 2023g)
- (11) Pitkään jatkuneen kostean kelin vuoksi, Kino Ylläs muuttaa kahden viimeisen esityksen ajaksi ulkoilmanäyttämö Ihmisen Ringistä kivenheiton päähän Kino Kellokkaalle (Luontokeskus Kellokas, Tunturintie 54). (Kino Ylläs, 2023h)

Kiihtyneiden ja muuttuneiden sääolosuhteiden tulisi kiinnittää enemmän huomiota niihin toimiin, jotka yhteiskunnassa kiihdyttävät ilmastonmuutosta. Erityisesti Lapin matkailualueella ilmastonmuutoksen ehkäiseminen on tärkeää, koska ainutlaatuisten tapahtumien ja aktiviteettien järjestäminen voi uhkaavasti olla vuosien päästä mahdotonta. Lämpimämpi kesä ja lämpimämpi talvi voivat nopeasti alkaa vaikuttamaan Lapin eliö- ja eläinkunnan muutoksiin, jotka vaikuttavat tulevaisuuden Lappiin. Huonommilla sääolosuhteilla voidaan kannustaa elämään luonnon mukaan ja auttaa ulkoilijoita varautumaan erilaisiin sääolosuhteisiin hyvin. Tapahtuma voi silti olla onnistunut, vaikka sää ei suosisi.

4.2 Taloudelliset teemat

Taloudellisia teemoja esitellään tapahtumien Instagram-viestinnässä mainosten ja myynnin sekä yhteistyökumppaneiden osalta. Kaikki aineiston tapahtumat ovat maksullisia. Kestävän kehityksen tavoitteista SDG8 ihmisarvoinen työ ja talouskasvu, SDG9 kestävä teollisuus, SDG10 eriarvoisuuden vähentäminen ja SDG12 vastuullinen kuluttaminen ovat taloudellisesti kestäviä. SDG8 ja SDG10 ovat myös kulttuurillisesti kestäviä tavoitteita ja tässä analyysissä ne ovat myös työntekijöiden hyvinvoinnin kulttuurillisen kestävyuden osiossa. Tarkastelen aineistossa, miten kestävästi tuotetaan myyntiä ja mainostamista sekä miten kestävästi toteutetaan yhteistyökumppanuuksia ja miten tämä vaikuttaa tuotteiden kuluttamiseen. Vuonna 2022 Instagram-julkaisuissa oli havaittavissa myös korona-ajan haasteita ja sen vaikutuksia tapahtuman talouteen. Tässä osiossa selvitetään, miten tapahtumia mainostetaan orgaanisesti Instagramissa kestävästi.

4.2.1 Mainostaminen ja myynti

Tapahtumaa täytyy mainostaa, jotta kävijöitä tulee paikalle ja tapahtuma voidaan toteuttaa. Tapahtuman jatkaminen on kannattavaa seuraavallekin vuodelle, jos tapahtuma saa tarpeeksi kävijöitä ja lipuista maksetaan. Kino Ylläksen aineisto on valtaosin mainostusta. Tapahtuman Instagram-tilin julkaisut koostuvat elokuvajulisteista. Kuvassa 14 on yksi esimerkkijulkaisu Kino Ylläksen Instagramista, jossa mainostetaan SUURI KUSETUS -elokuva. Kino Ylläs ei muulla tavoin mainostanut tapahtumaansa, josta ilmeni, että samaisessa tapahtumassa esiintyy myös lauluyhtye Pyrstötähdet. Tämä ei ilmene kuvasta, mutta julkaisun tekstissä tämä kerrotaan. Mainoksen tehottomuus on havaittavissa myös julkaisun vuorovaikutuksesta, kun tykkäyksiä on kahdeksan ja kommentteja ei ole lainkaan.



Kuva 14. Instagram-julkaisu esitettävän elokuvan kansikuvasta. Kuvakaappaus @kino_yllas (Kino Ylläs, 2023c).

Kuvan 14 Instagram-julkaisun kuvatekstissä kuitenkin kerrotaan, että elokuvan lisäksi tapahtumassa nähdään lauluyhtye. Julkaisu on taloudellisesti tehoton, sillä tärkeässä kuvassa ei ilmene muuta ohjelmaa kuin itse elokuva. Kuva ei myöskään tue tapahtuman taloudellista kestävyyttä, koska siinä ei ilmene tapahtumalle ominaisia piirteitä, kuten logoa tai muita brändimuotoja.

Solstice mainostaa taloudellisesti kestävästi tapahtumaansa tunteiden kautta. Esimerkissä (12) kerrotaan, että onnea ei voi ostaa, mutta Solsticeen voit ostaa lipun. Esimerkissä jatketaan, että onni ja raha eivät ole sama asia, mutta Solstice on jotain erityistä. Tämä luo merkityksen, että tapahtumasta saatu tunne on suurempaa kuin siihen käytetty raha. Esimerkissä (12) tunteelle luodaan isompi merkitys kuin rahalle ja kannustetaan käyttämään rahaa kokemuksiin ja ilon tunteisiin.

- (12) You can't buy happiness but you can buy a ticket to Solstice 2022 🌲 It's not the same but it's definitely something. (Solstice, 2022e)

Solstice on panostanut myös kestäviin brändi- ja fanituotteisiin tapahtumassaan. Tapahtumilla on usein brändi- ja fanituotteita, jotka vakiinnuttavat tapahtuman brändiä sekä kasvattavat tapahtuman taloudellista tulosta. Esimerkissä (13) Solstice on varmistanut myytävien tuotteiden vastuullisuuden, sillä tuotteet ovat suunniteltu kotimaisesti ja tämä nostetaan esiin. Tämä tieto voi vaikuttaa positiivisesti ja kannustavasti tuotteen ostamiseen, kun samalla tukee kotimaista suunnittelua ja taidetta.

- (13) The Solstice 2023 merch is designed by our beloved multi-talent Maria Korkeila aka emkay aka gem-K. Drawing inspiration from childhood doodle maps, 90s rave iconography, fell scenery and of course, the sun that never sets 🌲 Limited Solstice 2023 merch is available at Ruka Brand Village, on the street level of shopping centre Kumpare in RukaVillage. (Solstice, 2023g)

Ilmoitus tapahtuman loppuunmyynnistä on osoitus tapahtuman onnistuneesta sisällöntuotannosta. Esimerkissä (14) Bättre Folk ilmoittaa, että Bättre Folk i Fjällen on virallisesti loppuunmyyty. Loppuunmyynti merkitsee, että tapahtuman kestävyys on taattua, jos se on jo ennen ajankohtaa loppuunmyyty. Samalla esimerkissä (14) varmistetaan kaikille tapahtumaan tulijoille majoitus ohjaamalla heitä majoituksenhankintaan. Tämä lisää myös yöpaikan vuokraajatahoille taloudellista hyötyä paikallisella tasolla.

- (14) Bättre Folk i Fjällen on nyt virallisesti loppuunmyyty! Jos joltakin puuttuu vielä majoitus, niin suosittelimme lämpimästi tsekkaamaan pyha.fi/ski-inn/battrefolk
Nähdään tunturissa! (Bättre Folk, 2023d)

Instagramissa tapahtuva mainonta on tapahtumanjärjestäjälle taloudellisesti kestävä, sillä tilin ylläpitäminen ei maksa tapahtumalle mitään. Instagramin julkaisuja voi itse suunnitella ja toteuttaa haluamallaan tavalla ja mainostaa kuluttajaystävällisesti kuluttajien etusivuille. Sisällön tulee kuitenkin olla nimenomaan kuluttajaystävällistä, sillä liian mainosmainen sisältö, kuten Kino Ylläksen julkaisemat elokuvien kansikuvat,

eivät vakuuta välttämättä julkaisun katsojaa. Sisältö, joka kuvaa suoraan tapahtumaa ja sen suosiota sekä tunnelmaa, vakuuttaa myös kuluttajan.

4.2.2 Yhteistyökumppanit

Tapahtumien yhteistyökumppanit ovat yksi mahdollinen tapa pienentää kuluja tapahtuman järjestäjän puolelta. Myös esimerkiksi Instagram-arvonnat kannustavat palkinnoillaan kuluttajaa aktivoimaan oman sisällöntuotantonsa voitto mielessä ja lisäävät vuorovaikutusta tapahtuman kanssa. Sodankylän elokuvajuhlat julkaisi Laitilan juomien kanssa yhteisjulkaisun, jossa on samalla arvonta (Kuva 15). Arvonnatavoitteena on lisätä näkyvyyttä niin tapahtumalle, mutta myös Laitilan brändille. Kuluttajalle ilmenee julkaisusta, että kyseessä on yhteistyö. Samalla kuvassa 15 tuodaan yhteistyökumppanin Laitilan tuotteita esille. Arvonta aktivoi kuluttajaa luomaan sisältöä omaan sosiaalisen median kanavaansa, jolla tavoitetaan ihmisiä, jotka eivät jo seuraa Sodankylän elokuvajuhlia. Samalla yhteistyökumppani Laitila saa myös omaa brändiänsä esiin arvontaan osallistuvien kautta.



Kuva 15. Instagram-julkaisu yhteistyöstä Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan kanssa. Kuvakaappaus @midnightsunfilmfestival (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022d).

Esimerkissä (15) on Instagram-julkaisun kuvateksti, jossa kannustetaan tapahtuman osallistujia käyttämään yhteistyökumppanin nimeä kuvakilpailussa. Samalla kuvalla osallistutaan arvontaan, jossa voi voittaa esimerkiksi lahjakortteja tapahtuman ravintolaan, 12 elokuvan sarjakortin, tai 6 elokuvalippua. Yhteistyöt ovat tapahtuman kannalta kestävää taloutta, mutta kuluttajat voivat suhtautua hyvin eri tavalla yhteistöihin sosiaalisessa mediassa. Itse tapahtumasta julkaisu ei kerro mitään tai tuo lisäarvoa tapahtumalle. Jos kyseessä on henkilö, joka erityisesti pitää Laitilan tuotteista, yhteistyö voidaan kokea positiivisesti, mutta henkilölle, joka ei Laitilan tuotteista pidä, julkaisu voi olla negatiivinen. Täytyy myös huomioida, että mainoksen tekee tapahtuman ja yhteistyökumppanin sijaan kuluttaja, mikä on tehokasta mainontaa. Sosiaalisen kestävyuden kanssa tämä kyseinen yhteistyö voi kuitenkin olla ristiriitainen. Kyseisellä yrityksellä on myös alkoholituotteita ja alkoholin mainostaminen on hyvin vaikea aihe, koska kyseessä on tuote, jolla voi päihtyä.

(15) Kolmen vuoden Sodistauon jälkeen olemme valmiit tyydyttämään elokuvanälkämme lisäksi janomme Laitilan juomilla! Sodankylän elokuvajuhlien ja Laitilan Wirvoitusjuomatehtaan pitkän yhteistyön kunniaksi pystyssä on perinteinen kuvakilpailu Instagramissa ([@laitilanjuomat](https://www.instagram.com/laitilanjuomat)). Kilpailuun osallistuaksesi ikuista elokuvanautintosi ja jaa kuvasi Instagramissa 15. ja 19.6. välisenä aikana aihetunnisteella [#riemuaLaitilasta](https://www.instagram.com/riemuaLaitilasta).

Voit voittaa elokuvaelämyksiä ja paljon muuta!
1. palkinto: Vieraskortti, klubikortti / ilmainen sisäänpääsy festivaaliklubille ja ruokailu sekä 100€ lahjakortti festivaalien telttaravintolaan v. 2023 tapahtuman aikana.
2. palkinto: Sarjakortti (12 elokuvaa) ja 50 € lahjakortti festivaaliravintolaan v. 2023 tapahtumaan.
3. palkinto: 6 elokuvalippua ja 25 € lahjakortti festivaaliravintolaan v. 2023 tapahtumaan.) (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022d)

Yhteistyökumppanuudet ja sponsorit auttavat tapahtumanjärjestäjiä tapahtumakuluissa. Vastineeksi heitä mainostetaan tapahtuman Instagram-julkaisuissa esimerkiksi tuotekuvilla. Esimerkissä (16) Solsticen tapahtuman yhteistyö on alkuviihin kanssa. Vaikka kyse on alkoholituotteen mainostamisesta, tuote on kuitenkin kestävästi tuotettu ja mainos on hillitysti tehty.

- (16) We love natural wine. And we probably aren't alone in that. So it's only natural (hehe) that we have our friends from @letme.fi back on the fell to serve some of that sweet nectar. Let Me Wine is a natural wine importer with a focus on the most interesting and unique wine producers around Europe. They believe in a process where nature has been left on its own and nothing is added into the wine. It's all about the soil, the grape and the area. About the culture of wine-making, the people, and about having fun. We share these notions and therefore it feels extra special to continue this journey together. For Solstice 2022 they'll curate a Midsummer lineup from their unique portfolio. We cannot wait to taste what they pack with them 🌲 (Solstice, 2022f)

Sodankylän elokuvajuhlat mainostavat tapahtumaansa myös Etelä-Suomessa järjestämällä elokuvataapahtuman Karkkilassa. Esimerkissä (17) Sodankylän elokuvajuhlat ovat osallisena myös syksyn loppupuolella Karkkilassa. Sodankylän elokuvajuhlien perinteet ovat korkealla Lapissa, jonne ihmisiä matkustaa etelästä asti nauttimaan elokuvajuhlita. Myöhemmin samana vuonna vajaan puolen vuoden sisään toisen pienen elokuvajuhlan järjestäminen Etelä-Suomessa on taloudellisesti kestävä ja taloudellista menestystä kannattavaa toimintaa elokuvajuhlalta. Kävijöiden ei tarvitse odottaa kokonaista vuotta seuraaviin juhliin ja positiivinen kokemus Karkkilassa järjestävästä elokuvajuhlsta voi kannustaa ihmisiä matkaamaan kauempaa ylös pohjoiseen elokuvajuhlien perässä. Sodankylän elokuvajuhlat tuovat juhlanga myös ihmisille asti.

- (17) Sodis karkeloi Karkkilassa tänä viikonloppuna! 🥳 Karkkilan todellisessa kulttuuripyhätössä, elokuvateatteri @kinolaika:ssa, on tarjolla todellista silmän-, korvan- ja sielunkarkkia ystävillemme tänä viikonloppuna! Perjantain ja lauantain 4.–5.11. aikana valkokankaalla esitetään yhteensä kuusi tajunnanräjättävää elokuvaa, joiden joukossa on myös kotimaisten ja kansainvälisten leffojen Suomen ennakkoensi-iltoja. Sodislaiseen tyyliin näytöksiä piristävät lukuisat tekijävieraat. 🍷 (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022g)

Yhteistyökumppanuudet ovat mainio tapa edistää tapahtuman näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Aineistosta kävi ilmi, että Solsticen yhteistyö oli kestävällä ajatuksella tehty huomioiden se, millainen tuote heillä on yhteistyössä kyseessä. Myös Sodankylän elokuvajuhlien yhteistyö Karkkilan kanssa on taloudellisesti kestävä, sillä se nostaa

vuosittaisten kävijöiden määrää elokuvajuhlissa pienemmän tapahtuman mahtuessa samaan vuoteen virallisen elokuvajuhlan kanssa. Sodankylän elokuvajuhlien yhteistyö Laitilan kanssa taas oli hyvin perinteinen yhteistyöarvonta, joka voi herättää ristiriitaisia kokemuksia kuluttajalle, koska siitä aistii lähes puhtaan kaupallisen maun.

4.2.3 Korona-ajasta elpyminen

Korona-aika koetteli tapahtuma-alaa laajalti ja turhautuminen on ollut suurta epävarmoina aikoina. Esimerkissä (3) Bättre Folkin sävy on turhautunut ja piikittelevä, josta ilmenee, että viime hetkellä Bättre Folk i Fjällen on jouduttu perumaan uusien koronarajoitusten tullessa voimaan.

- (18) Hyvä herrasväki, Bättre Folk i Fjällen on peruttu ns. toista kertaa putkeen. Tämä johtuu siitä, että koronavirus alkaa ilmeisesti levitä ravintoloissa (joissa myös Bättre Folk i Fjällen oli tarkoitus osittain järjestää), vasta klo 18:00 jälkeen, mikä tekee elämästä ilta-aikaan aivan liian vaarallista. Oli rokotettu tai ei. Suosittelemme siis kaikkia pysymään kotona klo 18:00 jälkeen ainakin tammikuun loppuun saakka. Katsotaan sitten uudestaan, jos Suomessa on yhtään kulttuuritapahtumaa tai ravintolaa jäljellä. Lippuja voi palautella osoitteessa www.tiketti.fi/palautalippuja (Huom. lippuja ei voi siirtää sellaisenaan ensi vuodelle, koska ensi vuodesta ei tiedä kukaan yhtään mitään). (Bättre Folk, 2022)

Vaikka esimerkissä (18) turhautuminen on ymmärrettävää, se näkyy kuluttajille hieman vastuuttomana. Korona-ajan rajoitukset tehtiin turvaamaan ihmisiä ja heidän terveyttään. Esimerkissä (18) kuitenkin julkaisun tekstin sävy on hyvin turhautunut ja jopa mauton, sillä tapahtuman peruminen turvaa tapahtuman kävijöitä. Kuitenkin tapahtuma-alan epätietoisuus ja taloudelliset ongelmat luovat epävarmuutta tulevaan tapahtumajärjestäjille. Kun kyse on kuitenkin turvallisuudesta, taloudelliset voitot eivät voi mennä kestävä kehityksen ja ihmisten turvallisuuden edelle. Julkaisu ei tue taloudellisen kestävyden tavoitteita, koska se keskittyy korostamaan tapahtuman omaa taloudellista tappiota sosiaalisen kestävyden kustannuksella.

4.3 Sosiaaliset teemat

Sosiaalisia teemoja esitellään tapahtumien Instagram-viestinnässä yhteisöllisyyttä kuvaillen. Tämän työn kannalta olennaisia sosiaalisen kestävyuden tavoitteita ovat SDG5 sukupuolten tasa-arvo, SDG11 kestävät kaupungit ja yhteisöt sekä SDG16 rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto. Yhteisöllisyys ja tasa-arvo on tärkeä teema, joka täytyy turvata tapahtumissa, sillä suuren ihmismäärän kokoontuessa yhdelle alueelle, konflikteja saattaa tapahtua. Instagram-julkaisut, joissa rakennetaan merkityksellistä yhteisöä, jonne kuka vain voi mennä omana itsenään, rakentaa samalla sosiaalisesti kestävää tapahtumaa.

4.3.1 Yhteisöllisyys

Sosiaalinen media nimensä mukaisesti on sosiaalinen, ja siksi kanava valintana itsessään on jo hyvinkin sosiaalisesti kestävä valinta. Instagramissa tapahtuma pystyy ylläpitämään sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä tapahtumien kävijöiden kanssa. Kestävä yhteisöä ilmennetään Instagram-julkaisuissa yleisöä ja yhteisöä kunnioittavilla julkaisuilla.

Esimerkeissä (19 & 20) Kino Ylläs korostaa yhteisöllisyyden merkitystä kiittämällä katsojia. Samalla kiitetään työryhmää sekä muita osallistujia, jotka ovat mahdollistaneet tapahtuman. Kiittäminen osoittaa kunnioitusta ja arvostusta. Tapahtuman kävijät ovat niitä, jotka ostavat liput ja tulevat paikalle mahdollistaen tapahtuman syntymisen. Kiittäminen saa heidät osaksi tapahtumaa ja kokemaan arvostuksen tunnetta tapahtumaa kohtaan ja mahdollisesti kiintymään tapahtumaan.

- (19) Kino Ylläksen työryhmä kiittää ja kumartaa. Jälleen 2022 festarit on onnistuneesti pakettissa! Olemme erityisen kiitollisia kaikille teille katsojille, jotka tulitte jakamaan elokuvaelämyksiä kanssamme taivasalle tänäkin vuonna. Teitä varten tätä festaria teemme! Yhtään vähempää unohtamatta kiitos kaikille yhteistyökumppaneille, vierailijoille, Ihmisen

Ringin kahvion pitäjille, ja tietenkin kaikille teille vapaaehtoisille, jotka pääsitte auttamaan ja toteuttamaan tätä upeaa festivaalia! Ensi vuoteen ja sillä välin käykäähän elokuvissa Kino Kellokkaalla! Kiitos ja nähdään kylillä. 😊 (Kino Ylläs, 2022a).

- (20) Olemme erityisen kiitollisia kaikille teille katsojille, jotka tulitte jakamaan elokuvaelämyksiä kanssamme taivasalle tänäkin vuonna. Teitä varten tätä festaria teemme! Yhtään vähempää unohtamatta kiitos kaikille yhteistyökumppaneille, vierailijoille, Ihmisen Ringin kahvion pitäjille, ja tietenkin kaikille teille vapaaehtoisille, jotka pääsitte auttamaan ja toteuttamaan tätä upeaa festivaalia! (Kino Ylläs, 2022)

Sodankylän elokuvajuhlien yhteisöllisyys ilmenee surullisissa merkeissä kuvassa 16. Julkaisussa muistetaan edesmennyttä ohjaajaa Kaija Saariahoa, joka on ollut itse vieraana Sodankylän elokuvajuhlissa. Julkaisulla halutaan muistaa ohjaajaa ja luoda kestävää yhteisöä, johon ohjaaja on otettu mukaan. Julkaisu merkitsee yhteisön vahvuutta ja kuinka arvokkaana se koetaan, kun yksi jäsenistä menetetään.



Kuva 16. Instagram-julkaisu edesmenneen Kaija Saariahon kunniaksi. Kuvakaappaus @midnightsunfilmfestival (Sodankylän elokuvajuhlat, 2023a).

Sodankylän elokuvajuhlat jatkavat yhteisön merkityksen luomista esimerkeissä (21 & 22). Erityisesti esimerkissä (21) elokuvien merkitystä rakennetaan maailman rauhan, rakkauden ja ihmisten välisen solidaarisuuden nimissä. Sota Venäjän ja Ukrainan välillä

järkytti Eurooppaa ja maailmaa, ja järkytys ja suru ylsi elokuvajuhliin asti. Esimerkissä (21) huomioidaan ukrainalaiset ja tukea osoitetaan keltaisen ja sinisen sydämen kautta. Taiteen ja festivaalien yhteisöllisyyden merkitystä korostetaan erityisesti koronan sekä syttyneen sodan jälkeen, joka antaa elokuvajuhlilla turvallisen ja yhteisöllisen merkityksen. Esimerkissä (22) kerrotaan Sodankylän elokuvajuhlien paluusta kahden koronavuoden jälkeen ja tekstistä paistaa onnellisuus ja helpotus. Esimerkissä (23) Sodankylän elokuvajuhlat haluavat vielä korostaa, kuinka tapahtumapäivät ovat täynnä keskusteluja ja kohtaamisia yhteisöllisyyden merkityksen korostamiseksi.

- (21) Suuren ja ahdistavan varjon iloomme tulevasta festivaalista on tuonut tämänhetkinen maailman tilanne, joka on järkyttävä, pelottava ja kaikin tavoin käsittämätön. Ajatuksemme ovat tiiviisti ukrainalaisten kanssa, ja toivomme sydämestämme rauhaa maailmaan. 🧡💙 Koemme kuitenkin, että tässäkin – ja oikeastaan juuri tässä – tilanteessa taidetta ja festivaaleja kaivataan enemmän kuin koskaan. Elokuvilla on tärkeä rooli maailmassa ihmisten välisen ymmärryksen, tiedon ja rauhan sanoman levittäjänä, ja festivaaliympäristössä jos missä ihmisten välinen solidaarisuus ja rakkaus näyttäytyy parhaimmillaan. ❤️ (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022a)
- (22) Kahden poikkeuksellisen vuoden jälkeen Sodis teki komean paluun live-tapahtumana napapiirin pohjoispuolelle. Tänään festivaalivuoden päättävät elokukasvatuksen merkitystä korostavat näytökset elokuvateatteri Lapinsuussa. ❤️ Sodankylän varhaiskasvatusryhmien sekä koulujen alaluokkien oppilaille suunnatut näytökset avaavat portin elokuvan maailmaan ja tarjoavat kollektiivisen kokemuksen pimennetyin teatterin lumossa. (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022h)
- (23) Jokainen päivä on täynnä uusia elokuvia, vanhoja klassikoita, keskusteluja ja kohtaamisia sekä keskiyön auringon taikaa. ✨ (Sodankylän elokuvajuhlat, 2023d)

Solsticen tapahtuman tapana on julkaista kuvakaruselleja Instagramiin festivaalikansasta kutsuen heitä ikuisen auringon lapsiksi. Kuvassa 17 näkyy juuri yksi kyseinen Instagram-julkaisu festivaalikansasta, jossa kaikki näyttävät nauttivan festivaalitunnelmasta. Kyseinen teema luo yhteisöllisyyden merkitystä, mutta myös tapahtuman brändiä. Joku kävijä voi toivoa olevansa joskus tällaisessa julkaisussa yksi ikuisen auringon lapsi ja muistaa aikansa festivaaleilla. Tämä on helppo ja kestävä tapa osoittaa tapahtuman

yhteisöllisyyttä Instagramissa ottamalla yksinkertaisesti kuvia kävijöistä ja heidän luvullaan julkaista niistä tapahtuman omalla Instagram-tilillä.



Kuva 17. Solsticen Children of The Eternal Sun Instagram-julkaisu. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2023k).

Tapahtumien tärkeimmät mahdollistajat ovat tapahtuman kävijät. Kuvat ja julkaisut festivaalikansasta ovat osoitus kestävästä yhteisöstä, joka edistää sosiaalisen kestävyys tavoitteita. Sosiaalisesti kestävä tapahtuma todennäköisesti jatkuu seuraavinakin vuosina, kun yhteisöllä on sosiaalisesti hyvä olla. Merkitys osoittaa Instagram-seuraajille arvostusta ja kiitosta siitä rahasta ja vaivasta, jonka he ovat käyttäneet tapahtumaan pääsemiseen.

4.3.2 Odottamattomat käänneet

Tapahtumissa sattuu asioita, joita ei aina osata ennakoita. Odottamattoman tilanteen tapahtuessa tärkeintä on viestiä siitä tapahtuman kävijöille. Riskinä on epäonnistunut viestintä ja kävijöiden negatiiviset tunteet tapahtumaa kohtaan. Riskinä on, että kävijät kertovat tästä eteenpäin ja vaikuttavat negatiivisesti tapahtuman maineeseen.

Oikeanlainen viestiminen Instagramissa voi ehkäistä negatiivisia tuntemuksia ja edistää niin kestävän yhteisön tavoitteita kuin myös rauhan ja oikeudenmukaisuuden tavoitteita. Yrityksen anteeksipyyntö ja maine ovat positiivisesti yhteydessä kuluttajan asenteeseen kriisiä kohtaan, ja hyvä maine auttaa palauttamaan asiakkaan luottamuksen yritykseen (Li ja muut, 2019). Jos tapahtuma perutaan ja siitä ei saa rahoja takaisin, ihminen kokee epäreilua. Mutta jos viestitään, että rahat saa takaisin, kuluttaja lähestyy peruuntumista rauhallisemmin.

Laitteiden tekniset viat ovat epäonnisia takaiskuja tapahtumille. Esimerkissä (24) Kino Ylläksen projektori oli mennyt elokuvan aikana epäkuntoon ja tämä on voinut aiheuttaa hämmennystä ja pettymystä elokuvan katsojille. Kino Ylläs pahoittelee tätä Instagramissaan ja ilmoittaa vian olevan nyt korjattuna. He kiittävät julkaisun lopussa vielä yleisöä ja pahoittelevat tapahtunutta. Sosiaalinen kestävyys varmistetaan tässä pahoittelun kautta. Ongelma ei todennäköisesti ole ollut kuitenkaan este elokuvan katsomiselle, koska julkaisussa ei mainita korvauksista mitään. Julkaisulla halutaan tiedottaa ja varmistaa kuluttajien ymmärrys tapahtuneeseen ja varmistaa tilanteen rauhallisuus.





- (24) Perjantai aloitetaan pahoitellen! Kino Ylläs - Elokuvia taivasalla -festivaalin työryhmä pahoittelee eilisen avajaiselokuvan projektorin viasta johtuneista kuvasuhde- ja väri-ongelmista. Pitkän säätämisen sekä yritys ja erehdys -toimien jälkeen vika on saatu korjattua ja olemme valmiita uuden päivän koitoksiin. Kiitokset TAKATALVI -yhtyeen jäsenistölle, KUIPELUTSKI -elokuvan tekijävieraille sekä tietysti paikalle saapuneelle yleisölle. Pahoitlemme vielä suuresti tapahtunutta! (Kino Ylläs, 2023c)

Esimerkissä (18) Bättre Folk ei esitä suoraa anteeksipyyntöä, vaan luo informatiivisen ja tunteiden täyteen viestin, kun tapahtuma joudutaan perumaan koronaviruksen takia toistamiseen. Viestistä paistaa turhautuminen tilanteeseen, koska festivaalit on jouduttu nyt kaksi kertaa putkeen peruuttamaan. Tämä luo taloudellisia menetyksiä tietenkin tapahtumajärjestäjille, mutta viestillä halutaan saada ymmärrystä kuluttajilta, jotka ovat varmasti myös pettyneitä peruuntumiseen. Avoin viestintä ja anteeksipyyntö lisäävät luottamusta asiakkaan ja tapahtuman välillä.

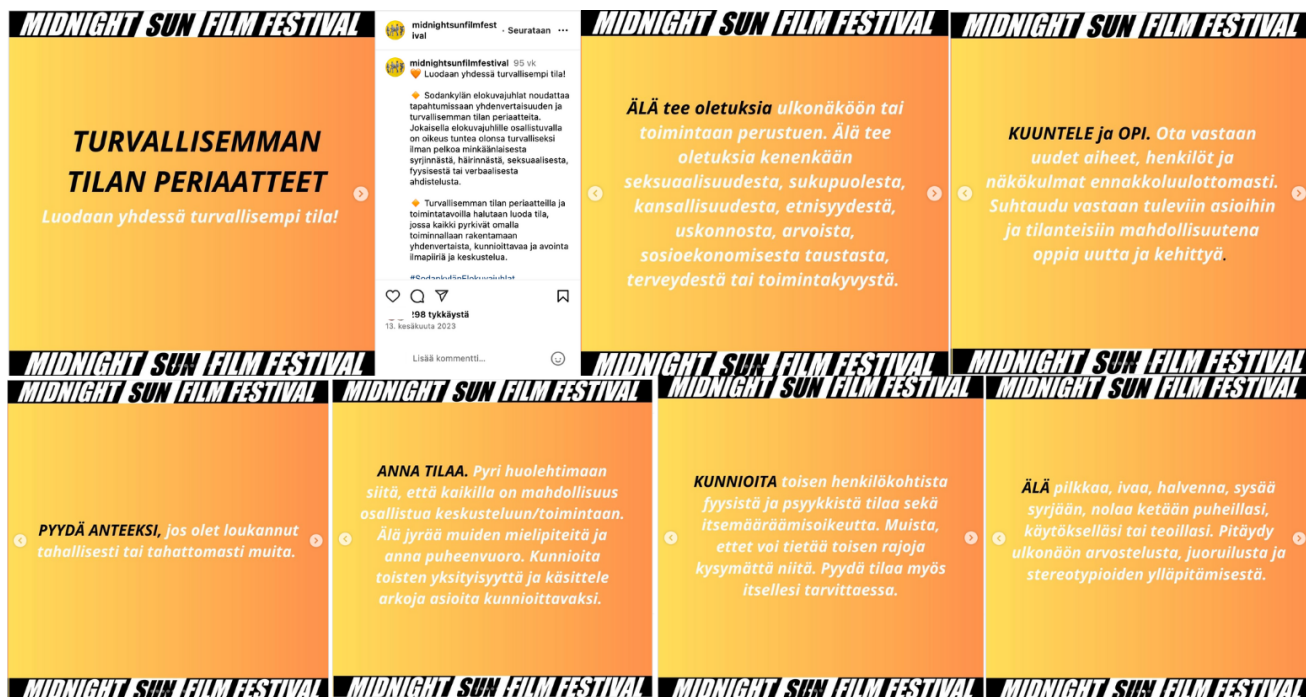
Instagram on viestintäkanavana toimiva, kun tapahtuman osallistujat voivat seurata tapahtuman Instagram-tiliä ja saada ajankohtaista tietoa tapahtumasta. Silloin viestiminen voi tapahtua suoraan kuluttajalle ilman muita mediakanavia. Sosiaalisen kestävyys tavoitteet varmistavat, että yhteisö säilyy kestäväenä ja vaikka tapahtuma perutaan tai tulee muu odottamaton käänne, oikealla viestillä täytyy varmistaa, että yhteisö ei kuitenkaan hajoa, vaan kävijät haluat tulla seuraavalla kerralla tapahtumaan, kun se on mahdollista.

4.3.3 Tasa-arvo

Yksi sosiaalisen kestävyys keskeisiä tavoitteita on varmistaa tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus. Instagram-viestinnässä täytyy siis varmistaa, että kohderyhmää puhutellaan tasa-arvoisesti ja viestintä kohdistuu oikeaan kohderyhmään. Sodankylän elokuvajuhlat painottavat esimerkissä (25) elokuvajuhlia turvallisenä ja yhdenvertaisena tilana, jonne kaikki ovat tervetulleita sellaisena kuin ovat varmistuen, että tapahtuma on turvallinen kaikille tulijoille. Esimerkissä (26) myös perheen pienimmät toivotetaan tervetulleiksi elokuvajuhlisiin, jolloin ikääkään ei syrjitä juhlinnoissa.

- (25)  Luodaan yhdessä turvallisempi tila!
 Sodankylän elokuvajuhlat noudattaa tapahtumissaan yhdenvertaisuuden ja turvallisemman tilan periaatteita. Jokaisella elokuvajuhlille osallistuvalla on oikeus tuntee olonsa turvallisiksi ilman pelkoa minkäänlaisesta syrjinnästä, häirinnästä, seksuaalisesta, fyysisestä tai verbaalisesta ahdistelusta.
 Turvallisemman tilan periaatteilla ja toimintatavoilla halutaan luoda tila, jossa kaikki pyrkivät omalla toiminnallaan rakentamaan yhdenvertaista, kunnioittavaa ja avointa ilmapiiriä ja keskustelua. (Sodankylän elokuvajuhlat, 2023a).
- (26) Myös perheen pienimmät ovat tervetulleita festivaaleille!  (Sodankylän elokuvajuhlat, 2023b).

Sodankylän elokuvajuhlat, kuvassa 18, omistavat kokonaisen julkaisun turvallisen tilan periaatteille. Sosiaalisesti kestävä yhteisöllisyys halutaan varmistaa tapahtumassa, jotta jokaisella on nyt ja tulevaisuudessa turvallista käydä tapahtumassa. Turvallisuuden ja tasa-arvon merkitys on olennaista tapahtumaviestinnässä, sillä se lisää luottamusta kuluttajan ja tapahtuman välillä (Kim & muut, 2021, s. 454).



Kuva 18. Instagram-julkaisu turvallisen tilan periaatteista. Kuvakaappaus @midnightsunfilmfestival (Sodankylän elokuvajuhlat, 2023b).

Turvallisen tilan ajatus on noussut viime vuosina vahvasti suomalaiseen keskusteluun ja tapahtumien järjestämiseen. Käsitys turvallisuudesta on vakiintunut osaksi tapahtumien luomista ja tapahtumaviestintää. Turvallisella tilalla halutaan painottaa tapahtuman sosiaalista vastuuta ja samalla myös sosiaalista kestävyttä. Tapahtumajärjestäjillä on suurempi vastuu luoda tapahtuma, jossa kaikilla on oikeus olla oma itsensä taustoistaan huolimatta turvallisessa ympäristössä. Sodankylän elokuvajuhlat ovat ottaneet turvallisen tilan osaksi tapahtumaviestintäänsä ja -kulttuuriansa.

4.4 Kulttuuriset teemat

Kulttuurisia teemoja esitellään tapahtumien Instagram-viestinnässä eri tavoin. Kulttuurisen kestävyuden tavoitteita, jotka ovat olennaisia tässä analyysissä, ovat SDG8 (ihmisarvoinen työ), SDG11 (kestävät yhteisöt) sekä SDG16 (rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto). Lisäksi huomioidaan muita kulttuurisia seikkoja, jotka edistävät tapahtuman kulttuurista kestävyttä. Tapahtumissa ilmenee kulttuurista kestävyttä eri tavoin. Lokaalisuus, työntekijöiden arvostus, tapahtumakieli ja tapahtumaperinteet edistävät tapahtuman kulttuurista kestävyttä.

4.4.1 Lokaalisuus

Kulttuuritapahtumat järjestetään ainutlaatuisessa Lapin matkailualueen ympäristössä, jossa vallitsee myös erilaisia kulttuurellisia elementtejä. Kulttuurinen kestävyys nousee esimerkissä (27 & 28) esiin, kun julkaisun tekstissä korostetaan, kuinka vuosikymmenien ajan ihmiset, ovat kiivenneet Rukatunturin huipulle juhlimaan keskiyön aurinkoa. Solsticen tarkoitus on pitää tätä perinnettä yllä omalla tyylillään. Juhannus on Suomessa ja muissa Pohjoismaissa tärkeä juhla, jolloin juhlietaan yötöntä yötä päivänä, jona aurinko ei laske. Solstice järjestetään juhannuksen aikoihin ja itse tapahtuman nimi Solstice onkin peräisin tästä vuoden pisimmästä päivästä. Paikallisia perinteitä pidetään tapahtumassa vahvasti yllä. Sodankylän elokuvajuhlat järjestetään myös juhannuksen tienoilla ja myös heidän arvostuksensa keskikesän aurinkoon on havaittavissa heidän Instagram-julkaisussaan esimerkissä (29).

- (27) For decades, people have climbed up the Ruka fjeld to celebrate the midnight sun. We carry on this tradition in our own way 🌲 (Solstice, 2022a).
- (28) Today is summer solstice, the longest day of the year in the northern hemisphere 🌲 A time to celebrate light and life. (Solstice, 2023f)
- (29) Festivaaliviikonlopulle saatiin keskiyön aurinkoakin🌞 (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022f)

Esimerkissä (30) myös luodaan suomalaista lokaalisuuden merkitystä suomalaisesta arvopohjasta, johon kuuluu esimerkin mukaan tilan tarjoaminen aidoille yhteyksille, herkät hymyt sekä aito intohimo musiikkiin.

- (30) Time disentangles from space as human minds and bodies entangle into one. The never-setting sun frames the experience in a magical way, allowing us to temporarily forget the meaning of structures, routines and ordinary conventions. Welcome to Finland's Midsummer celebration. Minimal Collective once again returns to the Solstice Festival to take a deeper look into its origins and ties with Helsinki based Post Bar. In conversation with Joni Stanley we unpack the meaning of community and the value of human connection, in order to promote an organic and mutually respectful scene. And here lies the core value of the Finnish team: offering a space for honest connections, light-hearted smiles and genuine passion for music. (Solstice, 2023j)

Esimerkissä (31) Solstice ylläpitää Kuusamon lokaalisuutta yllä valitsemalla yhdeksi esiintyjäksi tapahtumaan kuusamolaisen artistin. Tämä on loistava tapa kunnioittaa ja ylläpitää paikallista kulttuuria tapahtuman kävijöille ja samalla tukea ja kannustaa paikallisia artisteja.

- (31) Veera Neva is a Kuusamo-born multi-instrumentalist and composer creating music with a saxophone, synths and her own voice, spicing it up with field recordings and effects. (Solstice, 2022g)

Muita paikallisia ilmentymiä on havaittavissa, sillä tapahtumat tukevat paikallisia yrityksiä, kuten esimerkiksi (32) Sodankylän elokuvajuhlat järjestävät näytöksiään paikallisessa elokuvateatterissa Lapinsuussa.

- (32) Nicholas Meyerin ohjaama, ydinsodan seurauksia kuvaava Seuraava päivä (1983) veti väkeä keskiviikon avajaisnäytökseen Lapinsuussa. (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022c)

Solstice on tapahtuma, joka on helsinkiläisten musiikkialan ihmisten järjestämä tapahtuma hyvin kaukana helsinkiläisestä kulttuurista Rukalla. Kuvassa 20 Solsticen Instagram-julkaisu kertoo, miksi ja miten tapahtuma on haluttu järjestää juuri

Rukatunturilla ja millainen merkitys tapahtumalla on helsinkiläisille perustajille. Julkaisussa ilmenee kulttuurisia merkityksiä luonnon ja äänen kytköksistä, joista löytyy yllättäviä yhtäläisyyksiä helsinkiläisen baarin kanssa. Pieni osa helsinkiläistä kulttuuria on viety pohjoisen tuntumaan.



Kuva 19. Instagram-julkaisu tarinasta Solsticen perustamisesta. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2023j).

4.4.2 Työntekijöiden arvostus

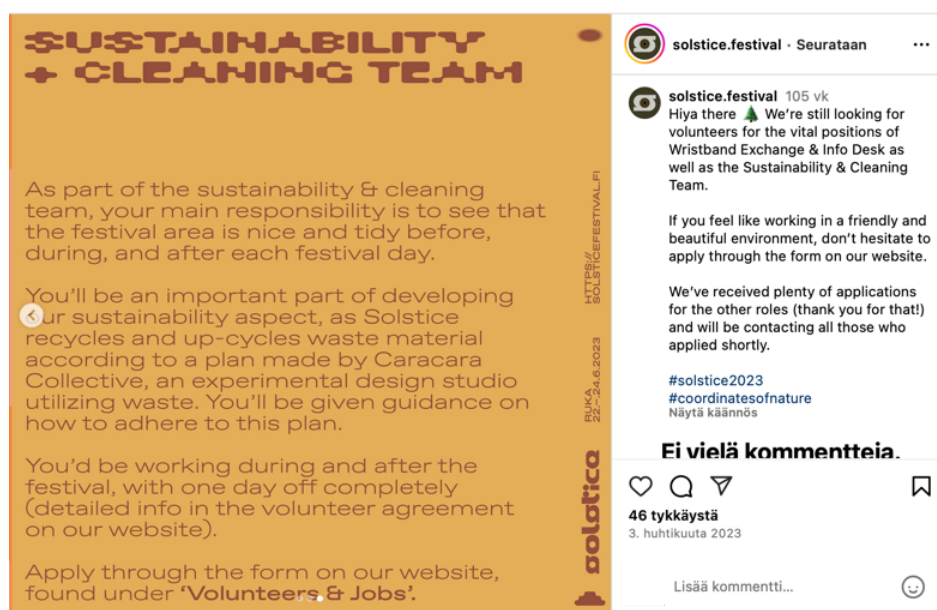
SDG8 määritellään taloudellisena ja kulttuurisena tavoitteena, jossa halutaan turvata ihmisarvoinen työ ja talouskasvu. Ihmisarvoinen työ turvataan hyvillä ja tasavertaisilla työolosuhteilla. Niiden merkitystä kuvaillaan tapahtumien Instagram-viestinnässä arvostetuilla kiitosjulkaisuilla. Esimerkissä (33) Solstice esittää kiitokset yleisöä, henkilökuntaa, artisteja ja yhteistyökumppaneita sekä Rukaa kohtaan. Esimerkissä (34) Bättre Folk kiittää myös yleisöä ja artisteja sekä talkoolaisia ja muita festivaalin tehneitä.

- (33) Damn, that was so extraordinaire. Can't thank you enough for being with us 🍀 The crowd, the volunteers, the staff, the artists, our partners, Ruka, all of us, doing it. (Solstice, 2023i)
- (34) Bättre Folk i Fjällen haluaa sydämmellisesti kiittää festivaalin poikkeuksellisen hienoa yleisöä, artisteja, talkoolaisia ja kaikkia muuten

festivaalin tekemiseen osallistuneita. Mieleen viikonloppu. Kiitos! (Bättre Folk, 2023c)

Esimerkissä (35) Sodankylä painottaa, että tapahtuman vapaaehtoisille tarjotaan yhdenvertainen ja kunnioittava työympäristö. Kuvassa 20 korostetaan työntekijän roolia kestävän tapahtumaympäristön jäsenenä. Tämä voi kannustaa ihmisiä hakemaan vapaaehtoistyöhön, kun julkaisussa ilmenee sosiaalisen kestävyuden tavoite yhdenvertaisuuden ja tasa-arvon turvaaminen.



- (35) Noudatamme tapahtumissamme yhdenvertaisuuden ja turvallisemman tilan periaatteita, ja haluamme tarjota niin vapaaehtoisille kuin yleisöllemekin yhdenvertaisen, kunnioittavan ja avoimen toimintaympäristön, johon jokaisen on helppo liittyä. Luodaan yhdessä Sodiksesta turvallinen tila! (Sodankylän elokuvajuhlat, 2022b)



Kuva 20. Instagram-julkaisu vastuullisuudesta työntekijöillä Solsticessa. Kuvakaappaus @solstice (Solstice, 2023c).

Kielellä on myös kulttuurillisesti vaikuttava asema siinä, kenelle viestitään. Muut tapahtumat viestivät ainoastaan suomeksi, mutta Solstice kokonaan englanniksi ja

Sodankylän elokuvajuhlat suomeksi ja osan julkaisusta he kääntävät myös englanniksi kuten esimerkissä (36).

- (36) Lauantain perinteinen jalkapallomatsi pelattiin aurinkoisessa säässä Sodankylän urheilukentällä  IN ENGLISH: Saturday's traditional football match took place in sunny weather at Sodankylä's sports field 
(Sodankylän elokuvajuhlat, 2022e)

Suomenkielinen viestintä voi rajata tapahtumasta kiinnostuneita vain suomenkielisiin kuluttajiin. Englanninkielinen sisällöntuotanto taas avaa viestintäänsä laajemmalle yleisölle kansainvälisesti. Suomen kieli kutsuu lokaalisti tapahtumaan tulijoita, mutta voidaan kysyä, onko tämä kulttuurisesti kestävä. Suomessakin asuu ihmisiä, jotka eivät puhu suomea ensimmäisenä äidinkielenään. Kuitenkin tapahtuman kieli vaikuttaa siihen, millaiseen kohdeyleisöön halutaan viestiä. Tapahtuma pysyy kulttuurisesti kestävä, jos tulevaisuudessakin sille on kohderyhmää, siksi englanninkielinen sisällöntuotanto voi kannustaa tapahtuman ylläpitämistä jatkossakin ja madaltaa kynnyksiä muille saapua tapahtumiin. Vaikka musiikkia tai elokuva esitettäisiin suomen kielellä, se ei poista taiteen kulttuurista ja kansainvälistä kieltä. Solstice ja Sodankylän elokuvajuhlat varmistavat myös englanninkielisellä sisällöntuotannolla kaikkien vastaanottamisen tapahtumaansa.

4.4.3 Tapahtumaperinteet

Tapahtumien perinteet ylläpitävät alueen ja itse tapahtuman kulttuuria. Tapahtumasta itsessään voi tulla perinne, jos siellä käy vaikka vuosittain. Tapahtumat ylläpitävät omia tapahtumaperinteitään eri tavoin ja nämä perinteet toimivat myös keinoina yksilöllistää tapahtumaa. Bättre Folk esimerkissään (38) kertoo avannon ja yhteislaskun kuuluvan tapahtuman perinteisiin, johon kaikki tapahtumalipun ostaneet saavat osallistua.

- (37) Bättre Folkin perinteinen aamupesä on suoritettu onnistuneesti Pyhäjärvässä ja on aika siirtyä ns. vakavampien aiheiden pariin. Kovan tuulen vuoksi isolla tuolihiisillä ei uskalla ajella, joten Antti Aution

levyn ennakkokuuntelu (klo 15) on uudelleen sijoitettu Yhteen maailmankaikkeuden parhaista baareista, eli Calle-Taloon, joka sijaitsee ihan hotellin vieressä rinteeseen puolella. Bättre Folkin perinteinen yhteislasku (vetäjänä Arppa) lähtee 3-hengen tuolihissin yläasemalta klo 14. Toivottavasti Arppa ei laske tänä vuonna ojaan.

Muuten hommat etenee mallikkaasti ja pakkasdisko suunnitellusti Tajukankaalla klo 24 eteen päin. Pakkasdiskossa tänä vuonna ykköshipsteri Arttu Seppänen ja legendaarinen Jytää ja iskelmää! (Bättre Folk, 2023f)

Solstice luo perinteiden merkitystä esimerkeissä (39 & 40) suomalaisen juhannusjuhlinnan esittelyllä sekä visuaalisen taiteen sisällyttämällä tapahtuman sosiaaliseen identiteettiin. Esimerkissä (39) Solstice yhdistää tapahtumaansa suomalaisten perinteisen kesäjuhlan juhannuksen. Tapahtuma ylläpitää Suomen perinteitä tapahtumassaan yllä ja luo juhannukselle tapahtumansa kautta oman merkityksellisyyden Rukatunturin ja luonnon kautta. Esimerkissä (49) Solstice sisällyttää visuaalisen taiteen festivaaliohjelmaansa luoden uutta ja kestäväää kulttuuria tapahtumalleen. Tapahtumakulttuurissaan he painottavat luontoa ja ekologisuuutta ja näihin teemoihin he haluavat myös taiteessaan keskittyä.

- (38) “The ancient Finnish Midsummer celebration is said to come with magical forces, and Solstice proved to be one of them. With its panoramic view of never-ending pine forests and majestic lakes, it is hard to believe that the festival site at the Rukatunturi mountain top is a real thing. Although it was, and it created memories that will last for life amongst a crowd that felt like one big group of old-time friends since day one. Induced by the elements of nature, connected through the power of music.” (Solstice, 2023d)
- (39) This year Solstice aims to consolidate the role of the visual art program into the bigger picture of its identity. Next to the nomadic temporality of the idea of a festival we are considering themes such as: how to create a playground for nature to act and to intervene as part of a vulnerable artistic process? And what does it mean to untrace traces of meanings that are dependent on each other without losing the intention of the artwork? These themes next to the location and identity of Solstice Festival set the foundation to reflect on. (Solstice, 2023b)

Perinteet ylläpitävät tapahtuman kulttuuria. Alueellisesti tapahtumat voivat alkaa olla myös osa paikallista kulttuuria, kun ihmiset yhdistävät tapahtuman tiettyyn sijaintiin, alueeseen ja tapahtuman ominaisuuksiin kulttuurisesti. Tapahtumien arvostus kulttuuria kohtaan varmistaa kulttuurisen kestävyiden turvaamisen tulevaisuudelle.

4.5 Yhteenveto

Analyysissäni erittelin kestävän kehityksen ulottuvuuksien ilmentymiä tapahtumien Instagram-julkaisuista. Tuloksista ilmeni, että aineistossa painotettiin eniten ekologisen kestävyiden luontokuvia, joita löytyi kaikista tapahtumista (kts. taulukko 3). Kaikkia kestävän kehityksen teemoja oli havaittavissa. Selkeästi laadukkainta kestävän kehityksen ilmentymiä Instagram-viestinnässään teki Solstice. Kaikki neljä tapahtumaa osoittivat myös sisällöissään kestävän kehityksen ilmentymiä.

Taulukko 3. Aineistossa ilmenneet kestävän kehityksen teemat

Kestävän kehityksen teema	Solstice	Bättre Folk i Fjällen	Midnight Sun Film Festival (Sodankylän elokuvajuhlat)	Kino Ylläs – Elokuvia Taivasalla
Luontokuvat	x	x	x	x
Ympäristöteot	x	x		x
Luontoyhteyksien merkitys	x	x		x
Mainostaminen ja myynti	x	x		x
Yhteistyökumppanit	x		x	
Korona-ajasta elpyminen		x		
Yhteisöllisyys	x		x	x
Odottamattomat käännteet		x		x
Tasa-arvo			x	
Lokaalisuus	x		x	
Työntekijöiden arvostus	x	x	x	
Tapahtumaperinteet	x	x		

Taulukon 3 jaottelua ei kuitenkaan voida tulkita näin karkeasti, sillä kaikki julkaisut ovat tapahtuman markkinointiviestintää, joilla tavoitellaan kävijöitä ostamaan lippuja tapahtumaansa. Yhdellä julkaisulla voi olla useita eri teemoja havaittavissa, joten se voi samanaikaisesti kuulua useampaan teeman alueeseen.

Ekologisuus oli isoin teema kaikissa tapahtumissa, paitsi Sodankylän elokuvajuhlien Instagramissa. Luontokuvat ja ekologisuus osoittaa luonnon tärkeyden ja elinvoimaisuuden ja merkityksen Lapin matkailualueen keskiönä. Rauha ja luonto on ainutlaatuista, jota ei muualla ole. Tämä myös osoittaa, miksi kestävästä turismista ja kestävästä kehityksen tavoitteista on pidettävä kiinni; luonnon elinvoimaisuus täytyy varmistaa jatkossakin, sillä jos sen menettää, menettää myös turismin ja Lapin matkailualueen ainutlaatuisuuden. Sodankylän elokuvajuhlien Instagramin sisällön kestävästä kehityksen ilmentymät painottuivat sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden ilmentymiin.

5 Päätäntö

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, miten Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-viestinnässä hyödynnetään kestävää kehitystä ja sen merkityksiä tapahtumaviestinnän näkökulmasta. Tutkimuksen aineisto koostui neljän eri musiikki- ja elokuvatapahtuman Instagram-julkaisuista kahden vuoden ajalta. Tutkimuksessani vastattiin tutkimuskysymykseen; Millaisia kestäväen kehityksen teemoja on havaittavissa Lapin matkailualueen musiikki- ja elokuvatapahtumien Instagram-sisällöissä. Analyysimenetelmäni laadullinen teoriaohjaava sisällönanalyysi ohjasi analyysiani löytämään vastauksen tähän tutkimuskysymykseen.

Aloitin aineiston analyysin tunnistamalla aineistostani kestäväen kehityksen ulottuvuuksia ja sen, millaisia kestäväen kehityksen teemoja on havaittavissa. Tämän jälkeen sain selville aineistoni otoksen, josta sisältöluokittelin aineiston kestäväen kehityksen ilmentymiä alaluokkiin. Hyödynsin tässä apunani Burford ja muiden (2013) neljän pilarin mallia sekä Yhdistyneiden kansakuntien kestäväen kehityksen tavoitteita, jotka jaoin Ferran ja muiden (2018) mukaan neljään eri kestävyteen; ekologiseen, taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen.

Tutkimuksen tuloksista selvisi, että tapahtumilla oli hyvin eriäviä tapoja esittää kestäväen kehityksen ilmentymiä Instagram-sisällöissään. Erityisesti luontokuvilla ja yhteisöllisyyden ilmentymillä nostettiin tapahtuman sisältöjä esiin sekä arvostusta tapahtuman ympäristöön ja tapahtuman kävijöihin. Tapahtumajärjestäjät kannustavat Instagram-viestinnässään kävijöitä myös luonnon äärelle tapahtuman ohella, jotta ympäristöstä saisi kaiken irti. Erityiseen merkitykseen analyysissä nousi kulttuurin merkitys yhteisöä rakentavana ja ylläpitävänä voimana.

Kestävää kehitystä on tutkittu paljon, ja tutkitaan edelleen eri näkökulmista. Sitä on myös kritisoitu. Tässä työssäni halusin keskittyä kestäväen kehitykseen, sen ulottuvuuksiin ja tavoitteisiin, jotka olivat olennaisessa osassa analyysia, eikä niiden luomaa merkitystä voi tässä muuttuvassa maailmassa väheksyä. Lapin matkailualueella havaitaan jo

ilmastonmuutoksen aiheuttamia seurauksia. Yllättävää onkin, että tapahtumissa oli huomattavasti vähän kestävän kehityksen ilmentymiä Instagram-julkaisuissaan kuin olisi voinut ajatella. Aineistossa ei myöskään ilmennetty suoraan Lapin kulttuuria ja kulttuuriperintöä, vaan kulttuurinen kestävyys keskittyi tapahtumien omien perinteiden ylläpitämiseen. Tutkimus havainnollistaa kestävän kehityksen ulottuvuudet ja teemat kestävän kehityksen (SDG) kautta, mutta ei syvennä sitä, miten tämä vaikuttaa kuluttajan asenteisiin tapahtumaa kohtaan.

On arvokasta tutkia, miten tapahtumat kulttuurialalla edustavat kestävästä kehitystä sosiaalisessa mediassa, koska ne saavuttavat suuria yleisöjä tapahtuma-alalla. Useilla tapahtumilla on aktiiviset Instagram-tilit, joiden avulla he ovat yhteydessä tapahtumien kävijöihin ja saavuttavat uutta yleisöä. Aihe on erityisen ajankohtainen lämpenevän ilmaston myötä. Kuten Garcia-Rosell ja Mäkinen (2013) kertoivat, turismin väistämätön sivutuote on ilmasto- ja ympäristöä saastuttavat toimet, vaikka matkailu lisää alueen taloudellista kestävyttä. Lapin matkailualue kärsii ilmaston lämpenemisestä ja siksi kestävän kehityksen ja ympäristön kunnioituksen tulee osoittautua tapahtuman Instagram-viestinnässä.

Olisi mielenkiintoista toteuttaa samanlainen tutkimus erilaisella aineistolla, jossa tutkittaisiin isoimpien laskettelu- ja ulkoilukeskusten kestävästä kehitystä vastaavasta näkökulmasta. Laskettelu- ja ulkoilukeskukset ovat riippuvaisia lumisesta talvesta Lapin matkailualueella, jonka takia kestävä kehitys on välttämättömyys heidän toiminnassaan. Tapahtumaviestinnässä olisi myös mielenkiintoista tietää, millaiset julkaisut saavat kuluttajan ostamaan lipun tapahtumaan, jos he seuraavat vain sosiaalista mediaa.

Lapin matkailualue on ympäristöltään ainutlaatuinen ja suorastaan vetonaula alueen musiikki- ja elokuvatapahtumille, jotka saavat ihmiset Etelä-Suomesta asti kesällä kesäkin matkaamaan pohjoiseen tapahtumaa varten. Tapahtumajärjestäjien vastuulla on arvostaa alueen luonnon ainutlaatuisuutta varmistamalla vastuullisesti ja kestävästi järjestetty tapahtuma.

Lähteet

- Aarts, B. G. W. (1999). Ecological sustainability and biodiversity. *International journal of sustainable development and world ecology*, 6(2), 89-102. <https://doi.org/10.1080/13504509909469998>
- Acernese, C. (2023, 12. heinäkuuta). *Fostering Finnish Scenes: The Story Behind Solstice Festival*. Minimal Collective. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.minimalcollective.digital/editorial/fostering-finnish-scenes>
- Adanma, U. M., & Ogunbiyi, E. O. (2024). A comparative review of global environmental policies for promoting sustainable development and economic growth. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 6(5), 954-977. <https://doi.org/10.51594/ijarss.v6i5.1147>
- Alarcon-del-Amo, M., Lorenzo-Romero, C., Gomez-Borja, M., & Mondejar-Jimenez, J. (2012). Web 2.0 Tools In Retailing: Benefits Of Their Use And Reasons For Not Using Them. *The international business & economics research journal*, 11(13), 1463. <https://doi.org/10.19030/iber.v11i13.7448>
- Aromaa, J., Parkkinen, P. & Veirto, T. (2024, 4. syyskuuta). *Elokuvasäätien toimitusjohtaja pitää hallituksen viestiä ikävänä: "Kulttuuri ja taide eivät ole tärkeitä"*. YLE Noudettu 23.9.2024 osoitteesta <https://yle.fi/a/74-20109398>
- Becken, S., & Hay, J. E. (2007). *Tourism and climate change: Risks and opportunities*. Buffalo Clevedon, UK: Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410681>
- Bernardi, B. (2011). *The concept and dynamics of culture*. De Gruyter.
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business horizons*, 55(3), 261-271. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>

- Burford, G., Hoover, E., Velasco, I., Janoušková, S., Jimenez, A., Piggot, G., Podger, D., Harder, M. K. (2013). Bringing the "Missing Pillar" into sustainable development goals: Towards intersubjective values-based indicators. *Sustainability*, 5(7), 3035-3059. <https://doi.org/10.3390/su5073035>
- De Fine Licht, K., & Folland, A. (2019). Defining "Social Sustainability": Towards a Sustainable Solution to the Conceptual Confusion. *Etikk i praksis*, 13(2), 21-39. <https://doi.org/10.5324/eip.v13i2.2913>
- Eisenmenger, N., Pichler, M., Krenmayr, N., Noll, D., Plank, B., Schalmann, E., . . . Gingrich, S. (2020). The Sustainable Development Goals prioritize economic growth over sustainable resource use: A critical reflection on the SDGs from a socio-ecological perspective. *Sustainability science*, 15(4), 1101-1110. <https://doi.org/10.1007/s11625-020-00813-x>
- ElAlfy, A., Darwish, K. M., & Weber, O. (2020). Corporations and sustainable development goals communication on social media: Corporate social responsibility or just another buzzword? *Sustainable development*, 28(5), 1418-1430. <https://doi.org/10.1002/sd.2095>
- Eizenberg, E., & Jabareen, Y. (2017). Social Sustainability: A New Conceptual Framework. *Sustainability*, 9(1), 68. <https://doi.org/10.3390/su9010068>
- Falk, M., & Vieru, M. (2019, 3. heinäkuuta). International tourism demand to Finnish Lapland in the early winter season. *Current issues in tourism*, 22(11), 1312-1326. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1412406>
- Ferran Vila, S., Miotto, G., & Rodríguez, J. R. (2021). Cultural Sustainability and the SDGs: Strategies and Priorities in the European Union Countries. *European journal of sustainable development*, 10(2), 73-90. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n2p73>
- Garcia-Rosell, J., & Mäkinen, J. (2013). An integrative framework for sustainability evaluation in tourism: Applying the framework to tourism product development in Finnish Lapland. *Journal of sustainable tourism*, 21(3), 396-416. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.708038>

- Gentz, N. K., Gentz, N., Kramer, S., Stefan Kramer, & Kramer, S. (2006). *Globalization, Cultural Identities, and Media Representations*. State University of New York Press.
- Ghenai, C. (2012). *Sustainable Development*. InTech. <http://dx.doi.org/10.5772/2426>
- Gibassier, D. (2025). *Accounting for Social and Environmental Sustainability*. Taylor & Francis.
- Go, H., & Kang, M. (2023). Metaverse tourism for sustainable tourism development: Tourism Agenda 2030. *Tourism*, 78(2), 381-394. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2022-0102>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications.
- Hood, S. L., Thoney-Barletta, K. A., & Rothenberg, L. (2024). Understanding the role of Instagram in young adult consumers' purchase and post-purchase evaluation behaviors. *Journal of fashion marketing and management*, 28(2), 298-315. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2022-0146>
- Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. (2016). The influence of social media interactions on consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International journal of research in marketing*, 33(1), 27-41. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.004>
- Hudson, S., Hudson, R., & Leonie Lockstone, M. R. (2013). Engaging with consumers using social media: A case study of music festivals. *International journal of event and festival management*, 4(3), 206-223. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-06-2013-0012>
- Härkönen, E., Huhmarniemi, M., & Jokela, T. (2018). Crafting Sustainability: Handcraft in Contemporary Art and Cultural Sustainability in the Finnish Lapland. *Sustainability*, 10(6), 1907. <https://doi.org/10.3390/su10061907>
- Ikerd, J. (2012). *The Essentials of Economic Sustainability*. Kumarian Press.
- Jamil, K., Dunnan, L., Gul, R. F., Shehzad, M. U., Gillani, S. H. M., & Awan, F. H. (2022). Role of Social Media Marketing Activities in Influencing Customer Intentions: A

- Perspective of a New Emerging Era. *Frontiers in psychology*, 12, 808525. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.808525>
- Jänicke, M. (2012). "Green growth": From a growing eco-industry to economic sustainability. *Energy policy*, 48, 13-21. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.04.045>
- Kino Ylläs. (n.d.) Kino Ylläs – Elokuvia Taivasalla. (n.d.). Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://kinoyllas.net/kino-yllas-2024/>
- Kim, S., Kim, H. L., & Lee, S. (2021). How event information is trusted and shared on social media: A uses and gratification perspective. *Journal of travel & tourism marketing*, 38(5), 444-460. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1943600>
- Kotzé, L. J., & Adelman, S. (2023). Environmental Law and the Unsustainability of Sustainable Development: A Tale of Disenchantment and of Hope. *Law and critique*, 34(2), 227-248. <https://doi.org/10.1007/s10978-022-09323-4>
- Kraus, P., Stokes, P., Cooper, S. C., Liu, Y., Moore, N., Britzelmaier, B., & Tarba, S. (2020). Cultural Antecedents of Sustainability and Regional Economic Development - A Study of SME 'Mittelstand' Firms in Baden-Württemberg (Germany). *Entrepreneurship and regional development*, 32(7-8), 629-653. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1713223>
- Lapin liitto. (n.d.). *Information about Lapland*. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.lapinliitto.fi/en/information/general-information-about-lapland/>
- Leal Filho, W., Azeiteiro, U., Alves, F., Pace, P., Mifsud, M., Brandli, L., . . . Disterheft, A. (2018). Reinvigorating the sustainable development research agenda: The role of the sustainable development goals (SDG). *International journal of sustainable development and world ecology*, 25(2), 131-142. <https://doi.org/10.1080/13504509.2017.1342103>
- Lehtola, V. P. (2015). Sámi histories, colonialism, and Finland. *Arctic anthropology*, 52(2), 22-36. <https://doi.org/10.3368/aa.52.2.22>
- Li, Y., Yang, K., Chen, J., Gupta, S., & Ning, F. (2019). Can an apology change after-crisis user attitude? The role of social media in online crisis management. *Information technology & people*, 32(4), 802-827. <https://doi.org/10.1108/ITP-03-2017-0103>

- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business horizons*, 52(4), 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Meires, T. & Rippl, G. (2019). A long-neglected question: the cultural dimension of sustainable development. Teoksessa T. Meireis & G. Rippl (toim.), *Cultural sustainability: Perspectives from the humanities and social sciences* (s. 1–15). Routledge. Noudettu 15.11.2024 osoitteesta <https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781351124300&type=googlepdf>
- Mensah, J. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. *Cogent social sciences*, 5(1), . <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>
- Midnight Sun Film Festival. (n.d.). *History*. Midnight Sun Film Festival. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://msfilmfestival.fi/en/history/>
- Nilsson, C., Levin, T., Colding, J., Sjöberg, S., & Barthel, S. (2024). Navigating complexity with the four pillars of social sustainability. *Sustainable Development*, 32(6), 5929-5947. <https://doi.org/10.1002/sd.2982>
- Pan, Y., Torres, I. M., & Zúñiga, M. A. (2019). Social Media Communications and Marketing Strategy: A Taxonomical Review of Potential Explanatory Approaches. *Journal of Internet commerce*, 18(1), 73-90. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1567187>
- Pino, G., Peluso, A. M., Del Vecchio, P., Ndou, V., Passiante, G., & Guido, G. (2019). A methodological framework to assess social media strategies of event and destination management organizations. *Journal of hospitality marketing & management*, 28(2), 189-216. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516590>
- Pyhä Tunturi. (n.d.) *Bättre Folk i Fjällen*. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.pyha.fi/fi/tapahtumat/battre-folk-i-fjallen>
- Pyhä Tunturi. (n.d.) *Rinneturvallisuus*. Noudettu 1.4.2024 osoitteesta <https://www.pyha.fi/fi/hiihtokeskus/rinneturvallisuus>

- Retchless, D. P., & Brewer, C. A. (2016). Guidance for representing uncertainty on global temperature change maps. *International Journal of Climatology*, 36(3), 1143–1159. <https://doi:10.1002/joc.4408>
- Robertson, R. (2012). Globalisation or glocalisation? *Journal of international communication*, 18(2), 191-208. <https://doi.org/10.1080/13216597.2012.709925>
- Ruka-Kuusamo. (n.d.). *Talviloma lapissa on jokaisen talven kohokohta!* Ruka.fi. Noudettu 4.10.2024 osoitteesta <https://www.ruka.fi/fi/tulossa-kuusamoon/milloin-matkaan/talvi>
- Sabatini, F. (2019). Culture as Fourth Pillar of Sustainable Development: Perspectives for Integration, Paradigms of Action. *European journal of sustainable development*, 8(3), 31. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n3p31>
- Shawky, S., Kubacki, K., Dietrich, T., & Weaven, S. (2019). Using social media to create engagement: A social marketing review. *Journal of social marketing*, 9(2), 204-224. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-05-2018-0046>
- Schreier. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. SAGE Publications Ltd.
- Seppänen, J. (2005). *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Vastapaino
- So, K. K. F., Li, J., King, C., & Hollebeek, L. D. (2024) Social media marketing activities, customer engagement, and customer stickiness: A longitudinal investigation. *Psychology & marketing*, 41(7), 1597-1613. <https://doi.org/10.1002/mar.21999>
- Solstice. (n.d). *Info*. Solstice Festival. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://solsticefestival.fi/info-faq>
- Stockholm Resilience Centre. (2016, 14. kesäkuuta). *The SDGs Wedding Cake*. Noudettu 20.3.2025 osoitteesta <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-the-sdgs-wedding-cake.html>
- Tervo-Kankare, K., Kaján, E., & Saarinen, J. (2018). Costs and benefits of environmental change: Tourism industry's responses in Arctic Finland. *Tourism geographies*, 20(2), 202-223. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375973>

- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos.). Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Van der Wagen, L., White, L., & Van der Wagen, M. (2010). *Events management: For tourism, cultural, business and sporting events* (4th ed.). Pearson.
- United Nations. (n.d.). *The 17 goals*. Noudettu 15.3.2025 osoitteesta <https://sdgs.un.org/goals>
- Urata, S., Hahn, C. H., & Narjoko, D. (2012). *Economic Consequences of Globalization: Evidence from East Asia*. <https://doi.org/10.4324/9780203124833>
- Van der Leeuw. (2020). *Social Sustainability, Past and Future*. Cambridge University Press. <http://doi.org/10.1017/9781108595247>
- Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. Los Angeles: SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412983488>
- Ympäristöministeriö. (n.d.). *Mitä on Kestävä kehitys?*. Ympäristöministeriö. Noudettu 30.11.2024 osoitteesta <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>
- Zhai, T. T., & Chang, Y. C. (2019). Standing of environmental public-interest litigants in China: Evolution, obstacles and solutions. *Journal of Environmental Law*, 30, 369–397. <https://doi:10.1093/jel/eqy011>
- Zhang, D. (2013). *Four Pillars of Sustainable Development: Courtyard Housing and Cultural Sustainability*. <https://doi.org/10.4324/9781315574509-3>

Liitteet

Liite 1. Aineistoluettelo

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2021, 30. joulukuuta). [Hyvää väistyvää ja tulevaa vuotta hyvä herrasväki.]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CYGoG6dNKAp/?img_index=1

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2022, 12. tammikuuta). [Hyvä herrasväki, Bättre Folk i Fjällen on peruttu ns. toista kertaa putkeen.]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CYn AUttfe-/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023a, 5. tammikuuta). [Hyvää alkanutta vuotta, hyvä herrasväki.]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CnCAUkUNE6w/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023b, 27. tammikuuta). [Tervetuloa tunturiin hyvä herrasväki!]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Cn6JUWIN8ed/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023c, 29. tammikuuta). [Bättre Folk i Fjällen haluaa sydämmellisesti kiittää festivaalin poikkeuksellisen hienoa yleisöä, artisteja, talkoolaisia ja kaikkia muuten festivaalin tekemiseen osallistuneita.]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Cn k6KtNtvH/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023d, 27. marraskuuta). [Bättre Folk i Fjällen on nyt virallisesti loppuunmyyty!]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/C0I55I2t3N2/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023e, 27. marraskuuta). [Bättre Folk i Fjällen lähestyy!]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/C2ZkS-cN12P/>

Bättre Folk [@battrefolkfestival]. (2023f, 27. tammikuuta). [Bättre Folkin perinteinen aamupesu on suoritettu onnistuneesti Pyhäjärvässä ja on aika siirtyä ns. vakavampien aiheiden pariin.]. Instagram. Noudettu 29.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/C2meU3oN1yo/>

- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2022, 26. syyskuuta). [Kino Ylläksen työryhmä kiittää ja kumartaa]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Ci9ft1tgot/>
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023a, 21. kesäkuuta). [Parhainta kesää hyvät elokuvan ystäväet!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CtveZzUov31/>
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023b, 7. elokuuta). [Elokuista iltaa hyvät ulkoilmaelokuvista kiinnostuneet!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CvpbXGgozZL/?img_index=3
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023c, 8. syyskuuta). [Perjantai aloitetaan pahoitellen!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Cw7ac5HI3Sf/>
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023d, 8. syyskuuta). [Kino Ylläksen näytökset jatkuvat tänään Ihmisen ringissä jo n. klo 20.30, kun lavalle astuu lauluyhtye Pyrstötähdet!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Cw7u338oqu_/?img_index=1
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023e, 11. syyskuuta). [Upeat, uunituoret Kino Ylläs - erityiskahvimukit ovat saapuneet ja ostettavissa jo tänään Ihmisen Ringin lippukojulta sekä kahviosta. Hinta 30€]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CxDB6QBo9IV/?img_index=2
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023f, 14. syyskuuta). [Mainioita uutisia huomiseen Kino Ylläs - Elokuvia taivasalla -festivaalinäytökseen.]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CxLTYpmo6Md/>
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023g, 23. syyskuuta). [Tervetuloa viettämään lauantai-iltaa Kino Ylläs -festivaaleille Ihmisen Rinkiin.]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CxiYJC0IJxR/?img_index=2
- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023h, 23. syyskuuta). [MUUTOS KINO YLLÄS -FESTIVAALIN ESITYSPAIKKAAN!!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Cxi390DoxNd/>



- Kino Ylläs [@kino_yllas]. (2023i, 25. syyskuuta). [Kino Ylläs - Elokuvia taivasalla -festivaali kumartaa ja osoittaa valtaiset kiitokset kaikille avustajille, yhteistyötahoille, tukijoille, tekijävieraille sekä tietysti itse yleisölle!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CxnbxRJoNd8/?img_index=2
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022a, 4. maaliskuuta). [[In English in comments] Hyvät ystävät, nyt kuulolle, meillä on uutisia!]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Car1EcbtBSX/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022b, 1. huhtikuuta). [Tämä ei ole aprillia: Sodiksen talkoolaishaku on alkanut!🔥]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Cb0BZEft1n9/?img_index=1
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022c, 16. kesäkuuta). [Nicholas Meyerin ohjaama, ydinsodan seurauksia kuvaava Seuraava päivä (1983) veti väkeä keskiviikon avajaisnäytökseen Lapinsuussa.]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Ce23I6MtqPT/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022d, 16. kesäkuuta). [Kolmen vuoden Sodistauon jälkeen olemme valmiit tyydyttämään elokuvanälkämme lisäksi janomme Laitilan juomilla!]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Ce2-EXWtQI9/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022e, 18. kesäkuuta). [Lauantain perinteinen jalkapallomatsi pelattiin aurinkoisessa säässä Sodankylän urheilukentällä ⚽]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Ce9EagkN-J0/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022f, 19. kesäkuuta). [Festivaaliviikonlopulle saatiin keskiyön aurinkoakin☀️]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Ce_78iBtGd4/?img_index=5

- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022g, 12. heinäkuuta). [Hei taas, armaat ystävät!❤️]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Ce_78iBtGd4/?img_index=5
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022h, 3. marraskuuta). [Sodis karkeloi Karkkilassa tänä viikonloppuna! 🤗]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Ckf1IbINE1r/?img_index=3
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2022h, 8. joulukuuta). [Kahden poikkeuksellisen vuoden jälkeen Sodis teki komean paluun live-tapahtumana napapiirin pohjoispuolelle.]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CI5ZGzrtvY/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2023a, 8. kesäkuuta). [Hiljan edesmennyt Kaija Saariaho vieraili viime vuonna ensi kertaa Sodankylän elokuvajuhlilla ja esitteli yleisölle suosikkielokuviaan Carte blanche -sarjassa.]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CtOwwqjNDbZ/>
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2023b, 13. kesäkuuta). [❤️ Luodaan yhdessä turvallisempi tila!]. Instagram. Noudettu 27.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Ctbcwu9Ia3k/?img_index=1
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2023c, 14. kesäkuuta). [Myös perheen pienimmät ovat tervetulleita festivaaleille!❤️]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CteZdzwovb5/?img_index=3
- Sodankylän elokuvajuhlat [@midnightsunfilmfestival]. (2023d, 15. kesäkuuta). [Festivaalit starttasivat eilen ja tunnelma on jälleen kerran pilvissä! ☁️]. Instagram. Noudettu 1.10.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CtgbwVEox_c/
- Solstice [@solstice]. (2022a, 26. tammikuuta). [For decades, people have climbed up the Ruka fjeld to celebrate the midnight sun.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CZMOlrUNcxu/?img_index=1
- Solstice [@solstice]. (2022b, 13. helmikuuta). [Valleys carved deep, gorges with steep rock walls, canyons, fast-flowing rivers and waterfalls, arctic fjelds and primeval

- forests 🌲]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CZ6e6MYLqF1/?img_index=8
- Solstice [@solstice]. (2022c, 16. helmikuuta). [Solstice 2022 is a brilliant opportunity to get in touch with your primal side.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CaCmrtcNig2/?img_index=1
- Solstice [@solstice]. (2022d, 12. toukokuuta). [A few words about how're trying to tackle the culprit of our times 🌲 Read more about it on our website 🌐]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CddRUjXNXol/?img_index=1
- Solstice [@solstice]. (2022e, 14. toukokuuta). [You can't buy happiness but you can buy a ticket to Solstice 2022 🌲 It's not the same but it's definitely something.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/CdiOtc6NxxX/?img_index=5
- Solstice [@solstice]. (2022f, 25. toukokuuta). [We love natural wine.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/Cd-81UltrVw/>
- Solstice [@solstice]. (2022g, 30. toukokuuta). [Veera Neva is a Kuusamo-born multi-instrumentalist and composer creating music with a saxophone, synths and her own voice, spicing it up with field recordings and effects.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CeLPEVsr5ir/>
- Solstice [@solstice]. (2022h, 31. toukokuuta). [Queue is building up, better secure your tickets 🤔]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta <https://www.instagram.com/p/CeOjAMmFcMg/>
- Solstice [@solstice]. (2022i, 6. joulukuuta). [Northern Finland sure has its perks and peaks 🌲]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/ClOz0LRtRXx/?img_index=2
- Solstice [@solstice]. (2023a, 25. tammikuuta). [The fell: a home to none and all 🌲]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Cn1mXnsN7Gp/?img_index=3
- Solstice [@solstice]. (2023b, 29. maaliskuuta). [This year Solstice aims to consolidate the role of the visual art program into the bigger picture of its identity.]. Instagram.

- Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CqX7sNXtrMS/?img_index=6
- Solstice [@solstice]. (2023c, 3. huhtikuuta). [Hiya there 🌲 We're still looking for volunteers for the vital positions of Wristband Exchange & Info Desk as well as the Sustainability & Cleaning Team.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/Cqk6NY-NTNw/?img_index=3
- Solstice [@solstice]. (2023d, 21. toukokuuta). ["The ancient Finnish Midsummer celebration is said to come with magical forces, and Solstice proved to be one of them"]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CsgHPJ7NRhp/?img_index=9
- Solstice [@solstice]. (2023e, 16. kesäkuuta). [The Solstice 2023 x Kuusamo ARK art residency is in progress as we speak.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CtivHYztN2Y/?img_index=3
- Solstice [@solstice]. (2023f, 21. kesäkuuta). [Today is summer solstice, the longest day of the year in the northern hemisphere 🌲 A time to celebrate light and life.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CtvxL7CNRrd/?img_index=2
- Solstice [@solstice]. (2023g, 21. kesäkuuta). [The Solstice 2023 merch is designed by our beloved multi-talent Maria Korkeila aka emkay aka gem-K.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CtwW39KtMOA/?img_index=4
- Solstice [@solstice]. (2023h, 22. kesäkuuta). [Leave no trace 💚 And help our sustainability partner Caracara Collective make the most out of your waste 🌲.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CtyrtOmNLUt/?img_index=3
- Solstice [@solstice]. (2023i, 27. kesäkuuta). [Damn, that was so extraordinaire.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta
https://www.instagram.com/p/CtNIEdNI8F/?img_index=6

Solstice [@solstice]. (2023j, 18. heinäkuuta). [Time disentangles from space as human minds and bodies entangle into one.]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/Cu1i9sIN1Q3/?img_index=1

Solstice [@solstice]. (2023k, 26. joulukuuta). [ Children of The Eternal Sun ]. Instagram. Noudettu 30.9.2024 osoitteesta https://www.instagram.com/p/C1T3kyutvnN/?img_index=5