

SM-GOSPELKILPAILU JÄRJESTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

Miia Rautkoski
Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopisto
Musiikinlaitos
Musiikkikasvatus
Kevät 2012

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

<p>Tekijä – Author Miia Rautkoski</p>
<p>Työn nimi – Title SM-gospelkilpailu järjestäjän näkökulmasta</p>
<p>Oppiaine – Subject Musiikkikasvatus</p>
<p>Työn laji – Level Pro gradu –tutkielma</p>
<p>Aika – Month and year Kevät 2012 Sivumäärä – Number of pages 56</p>
<p>Tiivistelmä – Abstract Keskityn työssäni tutkimaan vuodesta 1996 alkaen järjestettyjä SM-gospelkilpailuja ja sitä, kuinka kilpailun järjestäjät ovat tätä kyseistä tapahtumaa aikanaan järjestäneet. Tutkimukseni tehtävänä on selvittää, mitä kaikkea tapahtuman järjestäminen edellyttää tapahtuman järjestäjiltä ja mitä kaikkea järjestelyissä tulee ottaa huomioon. Teoriarunko työssäni muodostuu hyvin pitkälti ohjeille tapahtuman järjestämisestä, mutta hyödynnän myös johtajuusteorioita työssäni.</p> <p>Tutkimukseni laadullinen osio koostuu SM-gospelkilpailun järjestäjien haastatteluista. Lisäksi käsittelen kilpailun voittaneilta bändeiltä kyselylomakkeiden kautta saamiani vastauksia kehittämisehdotuksina SM-gospelkilpailun järjestäjille.</p> <p>Tapahtuman järjestäminen edellyttää päävastuulliselta järjestäjältä pitkäjänteistä työtä monella eri osa-alueella. Suunnittelu, päättäminen ja toimeenpaneminen ovat tärkeimpiä ominaisuuksia, jotka liittyvät johtajuuteen. Myös henkilökohtaisten suhteiden ja verkostoitumisen hyödyntäminen tapahtumajärjestelyissä tuovat monia mahdollisuuksia tapahtuman suunnittelu- ja toteutusvaiheisiin. Esimerkiksi SM-gospelkilpailun ensimmäinen järjestäjä Rene Hursti käytti omia verkostojaan hyväksi muun muassa tuomareiden hankkimiseen kilpailuun. Hän sai kilpailulle myös paljon näkyvyyttä mediassa verkostoitumisen tuloksena.</p> <p>Taustalla toimivan organisaation merkitys voi olla hyvin tärkeällä sijalla tapahtumaa järjestäessä, edellyttäen, että organisaation jäsenet ovat sitoutuneita yhteisiin päämääriin. Monipuolinen ammatillinen osaaminen organisaatiossa työskentelevillä ihmisillä tukee eri osa-alueiden toimivuutta kilpailujärjestelyissä. Päävastuullisen järjestäjän tehtävänä on kuitenkin huolehtia, että kaikki osa-alueet tulevat hoidetuksi ajallaan.</p>
<p>Asiasanat – Keywords: Gospelmusiikki, tapahtuman järjestäminen, johtajuus, sponsorointi</p>
<p>Säilytyspaikka – Depository Musiikinlaitos</p>
<p>Muita tietoja – Additional information</p>

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	4
2 GOSPELMUSIIKKI SUOMESSA.....	6
2.1 Määritelmiä gospelmusiikista – Suomi-gospel.....	6
2.2 Aikaisemmat tutkimukset	8
2.3 Gospelmusiikin taival Suomessa	10
2.4 Gospelmusiikki radiosoitossa	13
3 YLEISÖTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	15
3.1 Suunnittelu ja toteutus	15
3.2 Tapahtuman järjestämiseen liittyvät tahot ja johtaminen.....	16
3.3 Tapahtumaan kuuluvat luvat ja ilmoitukset.....	22
3.4 Yleisötapahtuman markkinointi	26
3.5 Tapahtuman talous	30
4 TUTKIMUSASETELMA.....	32
4.1 Tutkimuskysymykset	32
4.2 Tutkimusaineisto ja menetelmät	32
4.3 Järjestäjien haastattelut.....	33
4.4 Oma suhteeni SM-gospelkilpailuun	35
5 ”NÄKYNÄ SAADA GOSPELMUSIIKILLE SE ARVO, MIKÄ SILLE KUULUU...”	36
5.1. SM-gospelkilpailun historia	36
5.2 Järjestäjien oma musiikillinen ja hengellinen tausta.....	39
5.3 Kilpailujen järjestäminen ja organisaatio	40
5.4 Projektipäällikön haasteet tapahtumajärjestelyissä	42
5.5 Lupien hankinta.....	42
5.6 Kilpailun markkinointi ja talous.....	44
5.7 Ohjeita järjestäjiltä tuleville järjestäjille.....	47
5.8 Kyselylomakkeiden kautta tulleita kehittämissuhteita.....	48
6 PÄÄTÄNTÖ	50
LÄHTEET.....	54

1 JOHDANTO

Pro gradu -työni aihe käsittelee SM-gospelkilpailua järjestäjän näkökulmasta. Kaksi kertaa kyseisessä kilpailussa tuomarina toimineena ja kerran kisaan oman bändini kanssa osallistuneena aihe kiinnostaa minua kovasti. Lisäksi minut on alkukeväästä 2012 valittu SM-gospelkilpailun uudeksi päävastuulliseksi järjestäjäksi. Koen tärkeänä perehtyä siihen, mitä tällaisen tapahtuman järjestäminen vaatii taustatöineen, jotta tapahtuma voisi onnistua mallikkaasti. Tulevana SM-gospelkilpailun järjestäjänä haluan ymmärtää toimintamallejani paremmin ja kehittää itseäni järjestäjän roolia varten. Uskon, että tästä on hyötyä myös tulevilla opettajan urallani, koska musiikinopettaja on usein oleellisessa roolissa järjestettäessä juhlia ja tapahtumia koulussa sekä koulun ulkopuolella.

SM-gospelkilpailusta ei ole tehty aikaisempia tutkimuksia, mutta gospelmusiikista ja siihen liittyvistä festivaaleista on olemassa useita tutkimuksia. Mainitsen tässä yhteydessä Mikko Nikulan pro gradu -työn (2012) ”Oli halu soittaa heviä ja julistaa sanaa” – suomalaisen gospelmusiikon profiili, josta olen saanut arvokasta aineistoa omaa työtäni varten. Tärkeimpänä ja näkyvimpänä lähteenä pro gradu -työssäni on kuitenkin Iiskola-Kesosen ”Käsikirja tapahtumajärjestäjille” (2004), jota käytän myöhemmin työssäni pääasiallisena runkona SM-gospelkilpailun järjestäjänä toimineiden henkilöiden haastatteluille.

Tutkielmani pohjautuu laadullisten menetelmien käyttöön, koska mielestäni se tukee parhaiten aiheeni käsittelyä ja jäsentämistä. Kirjoittaminen on ollut keskeinen osa työtä tehdessäni. Myös havaintojen tekeminen ja niiden analysoiminen teoriataustaa vastaan ovat merkittävällä sijalla etenkin haastatteluaineistoa purkaessani. (ks. esim. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 246.)

Työssäni käytän puolistrukturoitua teemahaastattelua, jossa haastattelen kilpailun perustajaa Rene Hurstia sekä kilpailun jatkajaa ja nykyistä johtajaa Markku Sandbergia kilpailun järjestämiseen liittyvistä teemoista. Lisäksi lähetin SM-gospelkilpailuun osallistuneille voittajabändeille kyselylomakkeet, joiden tarkoituksena oli selvittää heidän kilpailukokemuksiaan ja ajatuksiaan kilpailujärjestelyiden toimivuudesta. Käytän kyselylomakkeista saatuja tietoja erityisesti kehittämisehdotuksina tulevia kisoja varten SM-gospelkilpailun voittajabändien näkökulmasta. Kyselyn tulokset toimivat hyvänä taustamateriaalina itselleni, kun ryhdyn kilpailun seuraavaksi järjestäjäksi.

Tavoitteenani työssäni on luoda mahdollisimman laaja kuvaus siitä, mitä kaikkea tapahtuman järjestäminen pitää sisällään, mitä SM-gospelkilpailu on ja mitkä tekijät edesauttavat mahdollisimman laadukkaiden kilpailujen järjestämistä jatkossa. Tausta-ajatuksena pidän työtä tehdessäni mielessäni myös kilpailun kehittämisen ja yhteistyön lisäämistä eri alojen toimijoiden kanssa.

2 GOSPELMUSIIKKI SUOMESSA

2.1 Määritelmiä gospelmusiikista – Suomi-gospel

Janne Könönen ja Tero Huvi (2005, 8-9) määrittelevät kirjassaan ”Kahden maan kansalaiset” gospelin musiikillisesti nimenomaan amerikkalaiseksi, negrospirituaaleista lähtöisin olevaksi musiikiksi. He esittävät, että niin sanottua puhdasta gospelia kuulee kuitenkin Suomessa harvoin. Sen sijaan käsite Suomi-gospel ymmärretään usein ainoastaan hengelliseksi nuorisomusiikiksi. Könösen ja Huvinkin tulkinta Suomi-gospelista on paljon muutakin kuin hengellistä nuorisomusiikkia, koska nykyiset hengelliset laulut koskettavat niin vauvoja kuin vaarejakin. Käsitteenä Suomi-gospel kuvaa Könösen ja Huvinkin mukaan nimenomaan monipuolisesti kotimaista hengellistä rytmimusiikkia, jossa on kristillinen sanoma. (Könönen & Huvi 2005, 8.)

Suomi-gospel on tyyllillisesti muokkautunut vuosien saatossa monien eri musiikinlajien vaikuttamana. Vaikutteita voidaan löytää afroamerikkalaisesta musiikista, virsistä, kansanlauluista, jazzista, vanhoista hengellisistä laulelmista, musikaaleista, iskelmistä, popista, rockista sekä tämän hetken suosituista musiikkisuunnista kuten raskaasta hevistä ja rap-musiikista. (Könönen ym. 2005, 8-9.) Esimerkiksi vuosittain järjestettävillä Maata näkyvissä -festivaaleilla on nähtävissä ja kuultavissa vuosittain hyvin erityylyisiä bändejä. Vuonna 2011 festivaaleilla esiintyi niin pop-, rock-, hevi-, country- sekä akustista musiikkia esittäviä kokoonpanoja.

<<http://www.maatanakyvissa.fi/ohjelma>>

Päivi Pulkkisen pro gradu -työssä ”Hengellisen musiikin merkitys rippikoulunuoren elämässä” käy hyvin ilmi se, että myös rippikoululaiset tulkitsevat

hengellisen musiikin kirjoa erilaisin käsittein. Pulkkinen analysoi 99 nuoren vastauksia hengellisestä musiikista ja sen merkityksestä omaan elämäänsä. Mukana tutkimuksessa oli kolme eri rippikouluryhmää: Ryttylän rippikoulu, Haukiputaan rippikoulu sekä Oulunjoen rippikoulu. Ryttylän rippikoulun vastaajista kuusi mielsi gospelin nuorille suunnatuksi hengelliseksi musiikiksi, neljä hengelliseksi musiikiksi yleisesti, ja viisi vastaajista kuvasi gospelia muun muassa hengelliseksi rockiksi, kevyeksi hengelliseksi musiikiksi tai kauniiksi ja iloiseksi musiikiksi. Haukiputaan ryhmästä puolestaan viisi rippikoululaista mielsi hengellisen musiikin kirkkomusiikiksi, kuusi virsiksi ja kahdeksan uskonasioita käsittäväksi musiikiksi. (Pulkkinen 2000, 35.) Oulunjoen otannasta kävi ilmi, että 17 rippikoululaista käsitti gospelin hengelliseksi musiikiksi tai reippaammaksi, kevyemmäksi tai nykyaikaisemmaksi nuorille suunnatuksi hengelliseksi musiikiksi. (Pulkkinen 2000, 36). Katson vastauksille olevan yhtenäistä sen, että vastaajat tulkitsivat hengellisen musiikin olevan osa kristillistä maailmankatsomusta. Se, mikä kuitenkin jää monelta vastaajalta pimentoon, on tietoisuus hengellisen musiikin eri tyyllilajien olemassaolosta.

Suomi-gospelissa esiintyvät laulujen sanat, kappaleen ydinsanoma, voi vaihdella eri kappaleiden sisällöissä. Könönen ja Huvi (2005, 95) kuvaavat, että Suomi-gospelia on ajan saatossa jaettu ainakin viiteen eri kategoriaan, joilla jokaisella on oma kohderyhmänsä.

1. Evankelioivat laulut, joiden tarkoituksena on kertoa sanomaa suorasti julistaen ihmisille, jotka eivät tunne kristillistä uskoa.
2. Yhteiskunnalliset laulut, joiden esittäjät keskittyvät vaikuttamaan yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseksi.
3. Seurakuntalaulut, jotka on tarkoitettu pääosin heille, jotka jo tuntevat kristillisen uskon perusteita ja elävät seurakuntayhteydessä.

4. Henkilökohtaiset laulut, joiden tarkoituksena on koskettaa yksilön kokemuksen kautta useita kuulijoita.
5. Kristilliseen maailmankatsomukseen liittyvät laulut, jotka tarkastelevat elämää ja siihen liittyviä ilmiöitä kristillisestä näkökulmasta. Harva gospelmuusikko kuitenkaan käyttää tuotannossaan vain yhtä kategoriaa yllämainituista.

2.2 Aikaisemmat tutkimukset

SM-gospelkilpailu on sarjassaan ainut, ja siitä ei ole olemassa aikaisempia tutkimuksia. Sen sijaan Olli Tuomola (1999,9) havaitsee pro gradu -tutkielmassaan, että gospelmusiikkia itsessään on tutkittu useista eri näkökulmista niin yliopistoissa kuin keskiasteen opistoissakin. Maata näkyvissä -gospelfestivaaleja on tutkinut ainakin Olli Tuomola (1999) sekä Terhi-Tuulia Keränen (2003). Tuomolan tutkimuksessa keskeisenä tekijänä on se, miksi festivaaleilla kävijä kuuntelee hengellistä musiikkia ja millaiseksi hän kyseisen musiikkigenren määrittää. (Tuomola 1999, 1). Keränen puolestaan keskittyy tutkimuksessaan kuvailemaan Maata näkyvissä -festivaalien Haparoivan polku -messua, mutta esittää myös mielenkiintoisia yksityiskohtia käytännön järjestelyiden osalta festivaaleilla (Keränen 2003, tiivistelmä).

Hengellisen musiikin merkitystä rippikoulunuoren elämässä on pro gradu -tutkielmassaan analysoinut Päivi Pulkkinen. Hän on havaintojeni perusteella koonnut tutkielmaansa hyvin mielenkiintoisia ja ajankohtaisia teemoja gospelin merkityksestä rippikouluikäisen elämässä ja muun muassa siitä, millaisissa paikoissa nuoret ovat aikaisemmin kuulleet gospelmusiikkia. Pulkkinen toteaa rippikoulun olevan niitä harvoja paikkoja, jossa nuori saa kuulla gospelmusiikkia. Myös Pulkkinen tutkimukseen osallistuvat nuoret olivat samaa mieltä. (Pulkkinen

2000, 85.) Yhdyn Pulkkisen toteamukseen siitä, että rippikoulun lisäksi nuorien voi olla vaikea löytää kytköksiä gospelmusiikkiin. Tästä syystä rippikouluaihana nuorille tulisi mielestäni antaa mahdollisuus tutustua gospelmusiikkiin mahdollisimman laajasti. Tällä tavoin nuoret voisivat huomata, että hengellisen musiikin ei tarvitse aina yksiselitteisesti tarkoittaa virsiä tai veisuja.

Yllättävää Pulkkisen tutkimuksen tuloksissa oli mielestäni se, että suurin osa tutkimukseen osallistuneista rippikoulunuorista ei ollut aikaisemmin osallistunut gospelkonsertteihin tai hengellisiin nuorten tapahtumiin (Pulkkinen 2000, tiivistelmä). Näen rippikouluajan nuorten mahdollisuutena tutustua myös tällaisiin tapahtumiin. Evankelis-luterilaisen seurakunnan pastori ja teologian maisteri Mirja Rautkoski (2011) toteaa, että rippikoulun aikana rippikoululaisen täytyy käydä kahdeksasta kymmeneen kertaa kirkollisessa tapahtumassa suorittaakseen rippikoulun. Seurakunta- tai aluekohtaisesti näistä tapahtumista tulisi olla kaksi tai kolme messua, nuorteniltoja, kaste tai häätöjuhla, nuorteniltoja tai esimerkiksi gospelkonsertteja. Seurakunta- tai aluekohtaisesti voidaan myös etukäteen määritellä tapahtumat, joista rippikoululainen saa hyväksi luettavan merkinnän. SM-gospelkilpailu Keuruulla on yksi tällaisista rippikouluun hyväksi luetuista tapahtumista, johon etenkin keuruulaisilla rippikoululaisilla on ollut mahdollisuus tutustua vuosien saatossa.

Mikko Nikulan pro gradu -tutkielma käsittelee kattavasti suomalaisen gospelmusiikon profiilia. Työssä sivutaan paljon mielenkiintoisia teemoja, kuten musiikon ajautumista gospelmusiikin esittäjäksi sekä musiikon hengellistä taustaa. Tutkimusaineiston Nikula keräsi gospelin ja kristillisen rockin parissa työskenteleviltä muusikoilta. (Nikula 2012, 12.) Maata näkyvissä -festivaaleilla vuonna 2006 tutkimukseen osallistui 29 vastaajaa. (Nikula 2012, 14). Lisäksi potentiaalisia vastaajia gospelmusiikin parissa työskentelevistä muusikoista Nikula löysi

sähköpostitse nuortenkeskuksen pitämän gospel-listan, gospelbandit.com, sekä netmission.fi kautta. Näitä kanavia pitkin Nikula tavoitti yhteensä vajaat 80 vastaajaa vuoteen 2007 mennessä. Näin olleen tutkimukseen osallistui yhteensä noin 100 suomalaisen gospelin parissa työskentelevää muusikkoa. (Nikula 2012, 15, 21.)

Nikulan analysoimista tutkimustuloksista pidän erittäin tärkeänä tekijänä sitä, että noin kaksi kolmasosaa vastaajista oli innostunut gospelmusiikkiin suuntautumista gopeltapahtumien tai konserttien kautta (Nikula 2012, 30). Vastaajista hieman alle puolet oli aloittanut gospelin soittamisen nimenomaan teini-iässä, noin 14-16 -vuotiaana (Nikula 2012, 34). Nikula selittää sosiologisen tekijän, rippikoulun jälkeisen seurakunnan nuorisotyön olevan luontainen tekijä ryhtyä musiikin tekijäksi. Nuoruusikä on myös aikaa, jolloin nuori muodostaa maailmankuvaansa. Gospelin synnyttämä sanoma haastaa nuorta pohtimaan hengellisiä asioita. (Nikula 2012, 34.)

2.3 Gospelmusiikin taival Suomessa

Teologian kandidaatti Raine Haikarainen toteaa artikkelissaan "Gospel – suomalaisen nuorisomusiikin kummajainen" (1993), että juuret eurooppalaisen muodon omaavalle hengelliselle musiikille löytyvät katolisen kirkon piiristä. Erityisesti 50- ja 60-luvuilla kansankielisten laulujen suosio lähti nousuun katolisissa kirkoissa. Ekumenian lisääntyessä vaikutteet levisivät sieltä myös muihin kirkkokuntiin, kuten protestanttisiin kirkkoihin. Toisaalta vähemmistöt, vapaat kirkot sekä herätysliikkeet olivat jo aikaisemmin käyttäneet populaarimusiikkia työssään. (Haikarainen 1993, 4.)

1960–1970-luvuille tultaessa myös suomalaiset kirkon nuorisotyönpiirissä toimivat nuoret kaipasivat keinoja toteuttaa itseään. Hengellisen musiikin suosion lisääntyminen sekä valloilla ollut nuorisokulttuuri maallisella puolella The Beatlesin siivittämänä sai nuoret kirkon piirissä kantamaan kitarat kirkkoihin. (Könönen ym. 2005, 32.) Aluksi niin sanotut ”kitaravirret” saattoivat olla ulkomailta lainattua musiikkia, tai vaihtoehtoisesti modernimpien sovitusten kehittäminen jo olemassa oleviin hengellisiin lauluihin. Vähitellen yleistyivät myös omat sävellykset ja sanoitukset, ja näin syntyi myös persoonallisia lauluntekijöitä. (Haikarainen 1993, 4). Yhdeksi merkittävämmistä 1960-luvun gospelbändiksi Suomessa voidaan lukea Pro Fide -yhtye, joka on yhä edelleen toimiva gospelbändi. (Könönen ym. 2005, 32).

1970-luvulla omakustanteiden tekeminen bändien omasta musiikista yleistyi rock-musiikin ollessa suosittua niin maallisella kuin hengelliselläkin puolella. (Haikarainen 1993, 4). 1980-luvulla Suomi-gospelin nousukiito jatkui gospelmusiikkia harrastettaessa ahkerasti ja gospelmusiikin tason noustessa. Muusikot kuten Tarvo Laakso, Juha Kela, Jukka Leppilampi ja Lasse Heikkilä saivat gospeliin aikaiseksi jämäkän rock- ja pop-soiton. Kitaravirret olivat pikkuhiljaa johtaneet modernimman populaarigospelin syntymiseen. Tämä näkyi seurakuntien nuorisotyössä sekä treenikämppeiden täyttymisenä että isoissa konserteissa kulkemisessa. (Könönen ym. 2005, 80). 1980-luvulla suomalaiseen gospelkulttuuriin levisi musiikin ohella myös muut ilmaisumuodot, kuten teatteri, tanssi ja niin sanotut multivisiot (Haikarainen 1993, 4).

1990-luvun lama heijastui myös gospeliin. Konserttien ja levyjen myynti ei sujunut enää entiseen malliinsa, ja moni gospel-artisti siirtyikin suuremmille lavoilta turvatumpien tulojen tai kunnianhimon takia. 1980-luvun julistavat ja myös monesti ympäristöstä huolta kantavat kappaleiden lyriikat vaihtuivat 1990-luvulle

tullessa yhä abstrakteimpiin kuvauksiin, kuten omien mielenliikkeiden sekä hengellisten kipujen kuvaamiseen. Aikakauteen ei enää kuulunut niin sanottu suora julistus. (Könönen ym. 2005, 128–129.)

Musiikillisesti gospel sai 1990-luvulla uusia ilmaisumuotoja nuorten ilmaistaessa hengellisiä tunteitaan ja kysymyksiään. Populaarimusiikin kenttä näkyi yhä laajemmin gospelmusiikissa. Erilaiset musiikkityylit kuten raskas rock ja metalli, konepop ja tekno tekivät kovaa vauhtia tuloaan. Bass'n Helen ja Terapia lukeutuivat vuosikymmenen suosituimpiin gospelbändeihin. (Könönen ym. 2005, 128–129.)

2000-luku on musiikillisesti tuonut tullessaan yhä hajaantuneemman gospelmusiikin kentän. Könönen ja Huvi epäilevät, että The Beatlesin kaltaista koko ikäpolven kattavaa yhteistä kokemusta ei enää tulevaisuudessa ole luvassa. Sen sijaan kansainvälistyminen on yhä merkittävämmällä sijalla gospelmusiikissa, eivätkä listasijoituksetkaan ulkomailla ole enää pelkästään ruotsalaisten hallussa. Vuosituhannen suosituimpiin gospelbändeihin lukeutuvat muun muassa HB, Daikini, sekä Ruudolf. (Könönen ym. 2005, 171–173.)

Nykyiset gospelbändit ovat ajan mukaisesti hyvinkin näyttäviä ja speaktaakkelimaisia. Tekniikan jatkuva kehitys mahdollistaa isoillakin areenoilla esiintymisen. (Könönen ym. 2005, 158–159.) Vuosittain Turussa järjestettävät Maata näkyvissä -festivaalit eivät tekniikan tai bändien näyttävyyden ja lavakarisman osalta häviä mielestäni laisinkaan niin sanotuille maallisen puolen festivaaleille. Turkuhallin päälava täydessä komeudessaan on kertakaikkisen upeaa katsottavaa. Ehkä yksi osa Maata näkyvissä -festivaalien suosioista perustuukin esiintymispaikan ulkoasun ja tunnelman upeaan olemukseen.

1960- ja 1970-luvuilta lähtöisin oleva nuorten kiinnostus uudenlaisia musiikin toteutuskeinoja kohtaan vaikutti varmasti suurelta osaltaan hengellisen nuorisomusiikin tapahtumien ja festivaalien syntyyn Suomessa (Pulkkinen 2000, 4). Tällä hetkellä erilaisia nuorten hengellisiä tapahtumia ja festivaaleja järjestetään pitkin Suomea, ympäri vuoden. Paikkakunnittainen ja seurakunnittain yleisömäärän vaihtelu erilaisissa tapahtumissa on huomattavaa. Yritin löytää Kirkon tutkimuskeskuksen kautta tietoa siitä, onko kirkon piirissä tehty kattavaa tilastointia siitä, kuinka paljon gospelfestivaaleja suomessa järjestetään ja kuinka paljon niissä käy väkeä. Kirkon tutkimuskeskuksessa ei olla Ågrenin (2011) tietojen mukaan tehty kattavaa tilastointia gospelfestivaaleilla kävijöistä ja kävijämääristä. Uskonnon pedagogiikan dosentti Kati Niemelän (2011) mukaan kirkon tapahtumakalenterista voi kuitenkin nähdä, missä yksittäisiä tapahtumia järjestetään. Väitän, että evankelis-luterilainen kirkko voisi hyötyä gospelfestivaaleihin perehtymisestä. Gospelfestivaalit ja tapahtumat, kuten SM-gospelkilpailu, voisivat parhaimmillaan olla tulevaisuuden kanava säilyttää yhteys nuorten ja kirkon välillä.

2.4 Gospelmusiikki radiosoitossa

Haikarainen toteaa gospelmusiikin olleen alusta asti marginaalimusiikkia, jolla on verraten pieni, mutta laatu- ja sisältötietoinen kuulijakunta. (Haikarainen 1993, 8). Suomessa gospelmusiikkia on edelleen vaikea saada suuremman yleisön tietoisuuteen. Kokemuksieni mukaan esimerkiksi radioasemat eivät helposti soita muuta kuin levy-yhtiöiden kautta tullutta musiikkia. Pop/jazz-opettaja sekä median ja musiikin yrittäjä Sami Sallinen (2011) esittää, että on toistaiseksi melko salaista tietoa, kuinka levy-yhtiöt ja radiokanavat sopivat siitä, mitä radiokanavilla soitetaan. Sallinen tähdentää, että kyseisistä teemoista on hyvin vaikea löytää kirjallisia lähteitä, koska ainakaan levy-yhtiöt eivät useinkaan ole halukkaita

paljastamaan toimintastrategioitaan levy-yhtiöitä suojellakseen. Sallinen tiesi kuitenkin kertoa, että ainakin jotkut radiokanavat toimivat niin, että levy-yhtiöiden edustajat käyvät radiokanavilla esittelemässä ”tallissaan” olevien bändien ja artistien tuotantoa. Toisinaan radioasemat ottavat heidän musiikkia soittaakseen, toisinaan ne eivät ole kiinnostuneita. Sallinen kuvailee joidenkin radiokanavien tekevän jopa niin, että raati päättää, mitä musiikkia kanavalla soitetaan. Raatina tässä tapauksessa voi olla esimerkiksi radiokanavan aktiivinen kuulijakunta. Otaksun, että lähes ainut radio-asema suomessa, joka soittaa nimenomaan nuorille suunnattua gospelmusiikkia, on Radio Dei. Saman toteaa Könönen ym. (2005, 161).

3 YLEISÖTAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Yleisötapahtumalla tarkoitetaan kokoontumislaisissa (530/1999) yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, näytöksiä, kilpailuja, ja muita samankaltaisia tapahtumia, joita ei pidetä yleisinä kokouksina. (Lampinen & Välikylä, 2009, 5). Yleisötapahtumat ovat useimmiten kertaluontoisia, tai vaihtoehtoisesti niitä järjestetään kerran vuodessa. (Kauhanen, J., Juurakko, Kauhanen, V. 2002, 8.) Jotta yleisötapahtuma voisi onnistua mallikkaasti, se tulisi suunnitella ja toteuttaa huolellisesti. Yhden päivän tapahtuma voi vaatia kuukausien tai jopa vuosien suunnittelua.

3.1 Suunnittelu ja toteutus

Yleisötapahtumaa järjestäessä olisi hyvä noudattaa niin sanottuja projektityöskentelyn vaiheita. (Kauhanen ym. 2002, 23). Tapahtumaprojektia voi kuvata seuraavien vaiheiden kautta: idea, tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. (Iiskola-Kesonen 2004, 8).

Projektin tavoitteiden määrittelyssä olisi hyvä miettiä seuraavia kysymyksiä: Minkä vuoksi kyseistä tapahtumaa halutaan järjestää, kenelle tapahtumaa suunnataan, ketkä vastaavat tapahtumasta, kuinka hoitaa tapahtuman taloutta sekä se, onko tapahtumasta tavoitteena tehdä vuosittainen. Mitä selkeämmät ja yksinkertaisemmat tavoitteet ovat, sitä helpompi on edetä projektissa eteenpäin. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.)

Projektin suunnittelun tarkoituksena on auttaa hahmottamaan, ovatko tavoitteet toteuttamiskelpoisia ja riittävän selkeitä. Suunnittelulla tulisi löytää keinot, joilla hahmotellut tavoitteet kyettäisiin saavuttamaan. SWOT-analyysi on hyvä keino listata vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia myös tapahtuman

suunnitteluprosessissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.) Suunnittelun jälkeen on hyvä luoda konkreettinen projektisuunnitelma, josta selviää oleellimmat tiedot tapahtumasta. Projektisuunnitelmassa määritellään tapahtuman tavoitteet sekä listatut toimintastrategiat. Siinä tulisi käydä ilmi myös se, millainen organisaatio on tapahtuman taustalla, kuinka tapahtuma tullaan toteuttamaan ja millainen budjetti tapahtumalla on. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.)

3.2 Tapahtuman järjestämiseen liittyvät tahot ja johtaminen

Tapahtuma vaatii taustalle toimivan organisaation, joka koostuu useasta tekijästä. Perusorganisaatio yhdistystoiminnassa on usein joko hallitus tai johtokunta. Johtoryhmä tulisi nimetä perusorganisaation avuksi, jolloin se tukee ja seuraa mukana tapahtuman järjestelyihin liittyvää prosessia sekä välittää informaatiota perusorganisaatiolle. Johtoryhmälle on hyvä nimetä selkeät tehtävät, joiden ei välttämättä kuitenkaan tarvitse liittyä käytännön järjestelyihin. Konkreettisesti johtoryhmä saattaa muodostua luonnollisesti, kun projektin tärkeimpien toiminta-alueiden vastaavat henkilöt kokoontuvat muita osallisia useammin. (Iiskola-Kesonen 2004, 30–33.)

Tapahtuman tärkeillä vastuuhenkilöillä tulisi olla varahenkilöt, jotta yllättävien elämäntilanteiden sattuessa tapahtuma ei kaadu jonkun vastuuhenkilön pois vetäytyessä. Toimeen tarttuminen sijaisella on helpompaa, mikäli hän on alusta asti seurannut kyseisen vastuuhenkilön tehtäviä ja niissä toimimista. (Iiskola-Kesonen 2004, 30–33.)

Projektipäällikkö on henkilö, jonka tehtävänä on johtaa järjestelyjä tapahtuman osalta sekä vastata organisaatiosta. Hänen tärkeimpiin tehtäviinsä kuuluu järjestelyjen ja suunnitelmien valvominen niin, että kaikki tapahtuu suunnitelmien

mukaisesti. Projektipäällikön tulisi olla myös johtoryhmän jäsen. Tapahtumaorganisaatiolla ei kuitenkaan välttämättä tarvitse olla erillistä projektipäällikköä, mikäli esimerkiksi järjestelytoimikunnan puheenjohtaja sekä kilpailunjohtaja yhdessä vastaavat kyseisten tehtävien toteutumisesta ajallaan. Joka tapauksessa kisan järjestäminen vaatii huolellista tehtävien jakoa ja tavoitteisiin sitoutumista. (Iiskola-Kesonen 2004, 38.)

Mikäli tapahtumalla on erillinen projektipäällikkö, hänen tulisi olla oman organisaationsa esikuva. Hän on henkilö, jonka pitäisi pitää huolta siitä, että kokonaisuus säilyy eheänä. Tapahtumasta tiedottaminen sekä ulkoisesti että sisäisesti vaatii projektipäälliköltä kokonaisuusien hallintakykyä. Myös organisointikyky on asia, joka helpottaa projektipäällikköä tehtävissään. Mikäli projektipäällikkö ei hallitse kaikkia tarvittavia osa-alueita, hänen tulisi löytää rinnalleen ammattilaisia, jotka hoitavat kyseiset asiat mahdollisimman huolellisesti. (Iiskola-Kesonen 2004, 38.)

Tehtävien delegoiminen helpottaa projektipäällikön painolastia, joka on usein hyvinkin kuormittava. Toisaalta tapahtuman johtajaksi voi kasvaa myös pikku hiljaa, ottaen vastuuta ensin pienemmistä osa-alueista. Etenkin, jos tapahtumalla ei ole varsinaista projektipäällikköä vaan tehtävät jaetaan johtamisesta vastaavien henkilöiden kesken. (Iiskola-Kesonen 2004, 38.)

Projektiryhmä eli järjestelytoimikunta koostuu useiden eri osa-alueiden vastuuhenkilöistä. Motivaatio omassa tehtävässä on tärkeää, jotta eri sektoreiden toiminta pysyy vireänä. Projektipäällikkö tai kisan vastaavat järjestävät voivat omalta osaltaan tukea projektiryhmää auttamalla heitä tehtävissään, sekä valvomalla, että työt etenevät suunnitellusti. (Iiskola-Kesonen 2004, 30–33.)

Käsitän, että johtajuuteen liittyvät ilmiöt liittyvät kiinteästi myös projektipäällikön ominaisuuksiin, tehtäviin sekä käytännön taitoihin tapahtumaa järjestäessä. Projektipäällikkö on ymmärrykseni mukaan oman organisaationsa johtaja. Tästä syystä haluan syventyä hieman lisää johtajuuteen ilmiönä.

Ulla Savolainen toteaa pro gradu –tutkielmassaan (2011, 7), että johtajuutta on tutkittu paljon. Johtajuudesta on tehty myös monia erilaisia jaotteluita eri osa-alueisiin. Yleisin näistä jaotteluista on jaottelu asia- ja henkilöstöjohtamiseen. Minua kiinnostaa johtamisessa erityisesti se, mitä tekijöitä johtajuus pitää sisällään organisaatiossa työskennellessä. Jokinen, Huhtala, Hynynen, Jäntti, Kostamo ja Sonninen (2006, 50) kuvaavat johtajuuteen liittyviä toimintamalleja organisaatiossa neljän päätekijän kautta, jotka pitävät sisällään myös useita alakäsitteitä:

1. Toiminnan ohjaaminen johtajan näkökulmasta pitää sisällään kolme tärkeää prosessia, joka on kaiken johtamisen ydin: suunnittelu, päättäminen ja toimeenpano. (ks. myös Iiskola-Kesonen 2004, 8).

Toiminnan laatu liittyy myös vahvasti toiminnan ohjaamiseen. Tärkeintä toiminnan ohjaamisessa on se, että päivittäin tapahtuva johtaminen ja toiminta on suunnattu ja kytketty pidemmällä tähtäimellä tapahtuvaan tavoitteelliseen toimintaan. Tavoitteellinen toiminta puolestaan edellyttää huolellista suunnittelua, jotta saavutettaisiin mahdollisimman tuloksellista toimintaa. Tulkitsen, että kerran vuodessa pidettävää tapahtumaa koskeva toiminnan ohjaaminen keskittyy erityisesti tietyille kuukausille vuodesta, jolloin tapahtuman suunnittelu, ja siihen liittyvät toimenpiteet ovat aktiivisimmillaan.

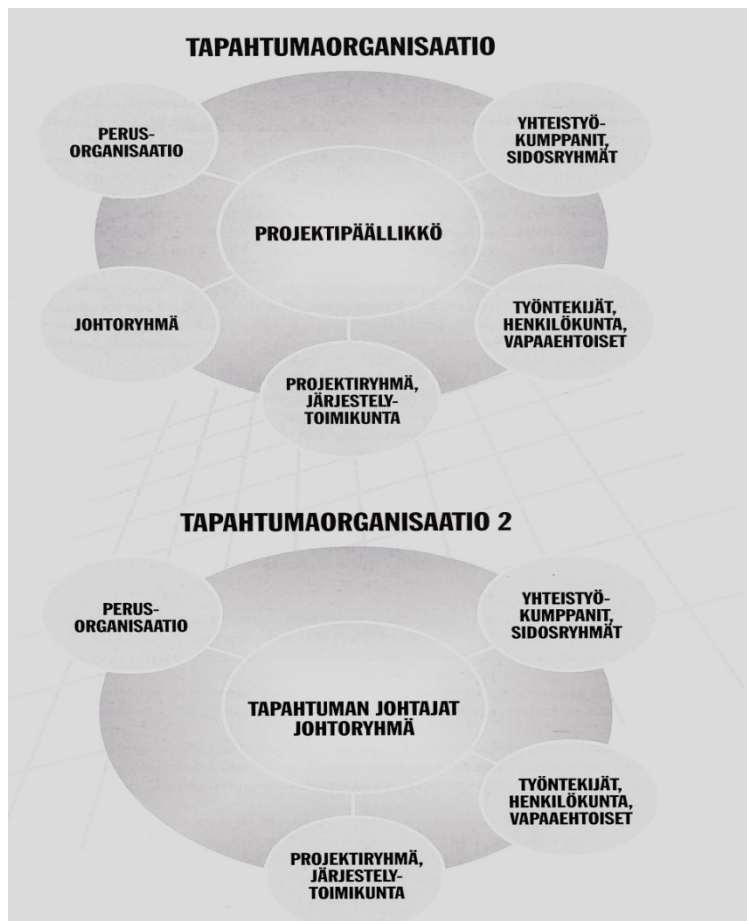
2. Suunnan näyttäminen perustuu yhteisiin arvoihin, visioihin sekä strategiaan. Johtaja näyttää omalla esimerkillään mallia yhteisten sovittujen arvojen toteuttamisessa. (ks. myös Iiskola- Kesonen 2004, 38.) Hänen tehtäviinsä kuuluu myös pitää esillä suunniteltua strategiaa, ja olla tietoinen siitä, kuinka näihin yhteisiin visioihin päästään. Oleellista on myös jakaa tieto organisaati-

ossa työskenteleville jäsenille innostaakseen ja kannustaakseen heitä omissa tehtävissään.

3. Vuorovaikutustaidot ovat hyvin tärkeitä taitoja, jotka johtajan tulisi hallita. Toimiva vuorovaikutus on keskeinen osa organisaation ja johtajan välillä. Organisaatiossa työskentelevien jäsenten kuunteleminen, ja yhteinen dialogi johtajan ja organisaatiossa olevien henkilöiden välillä helpottavat yhdessä toimimista. Otaksun, että luottamuksen rakentuminen sekä innostuneisuus syntyvät tällaisen monipuolisen kommunikoinnin tuloksena. Jokainen kohtaaminen on vuorovaikutustilanne, jossa johtaja viestittää niin sanallisesti, kuin kehollisestikin erilaisia viestejä vastaanottajalle. Vastaanottaja tulkitsee viestin, ja välittää ymmärtämänsä takaisin lähettäjälle joko suorasti tai epäsuorasti. Mielenkiintoista erilaisissa vuorovaikutustilanteissa on mielestäni se, että esimerkiksi katseen merkitys johtajan ja alaisen välillä on hyvin merkittävää. Katseella voi tehdä toisen olon joko tukalaksi, kontrolloiva katse, tai vaihtoehtoisesti tukea toista positiivisella katseella. Katse on keino kiinnittää huomio, ja se on tärkeä väline muodostaa yhteys toiseen ihmiseen. Toisaalta, johtajan katse on myös katseen alainen esimerkiksi kokoustilanteissa. Näin ollen työntekijät huomaavat helposti, jos joku saa erityishuomiota johtajan katseella. Vastaanottajan kokemus ja tulkinta katseesta voi kuitenkin olla erilainen, kuin mitä lähettäjä alun perin viestillään tarkoitti. Väistämättä katse on yksi vallankäytön välineistä. (Sauer, Salovaara, Mikkonen & Ropo 2010, 26–27.) Otaksun, että avoin keskustelu organisaation ja johtajan välillä on hyvin merkittävää mahdollisten virhetulkintojen välttämiseksi. Pelkästään se, että organisaation johtaja kunnioittaa organisaatiossa työskenteleviä ihmisiä tasa-arvoisina ja päinvastoin, vaikuttaa jo itsessään tietynlaisen kehonkielen syntymiseen, ja toimintakulttuuriin organisaation sisällä.

4. Johtamisvoiman jakaminen edellyttää johtajalta omien voimavarojen tunnistamista, oman osaamisen tiedostamista sekä kykyä jakaa vastuuta eri henkilöiden kesken. Toisaalta, organisaatiossa työskentelevien henkilöiden olisi tärkeä saavuttaa ymmärrys toiminnan perusteista, sekä oman työpanoksen merkityksestä yhteiseen missioon motivoituakseen tehtävissään. Mielenkiintoista on mielestäni se, että pitkäaikainen yhteistyö ja kanssakäyminen johtajan ja organisaatiossa työskentelevien henkilöiden välillä auttavat johtajaa näkemään parhaiten kunkin taidot ja potentiaaliset kehittämismahdollisuudet. (Jokinen ym. 2006, 66). Yhteisen toimintakulttuurin syntyminen ja sen kehittäminen organisaation sisällä voi vaatia useiden vuosien työtä. (Jokinen ym. 2006, 44, 50-51, 54-55, 60-61, 63-64.)

Päätttäminen on yksi tärkein tekijä johtamisessa. Se edellyttää ratkaisujen ja valintojen tekemistä erilaisista vaihtoehdoista, sekä eri osapuolille niistä informoimista. Haasteena päätöksien tekemisessä on johonkin ratkaisuun päätyminen aikataulujen määrittelemissä rajoissa. Ratkaisun tulisi olla myös mahdollisimman hyvä, ja toimiva kokonaisuuden kannalta. Monesti päätökset vaativat myös rohkeutta ottaa riskejä. Realistinen riskinotto kyky on yksi tärkeä hyvän johtajan ominaisuus. (Jokinen ym. 2006, 54–55.) Johtajan punnitessa erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja ja mahdollisia riskinottoja, hänen olisi tärkeä kuunnella henkilöitä, keillä on tietoa ja osaamista päätettäviin asioihin liittyen (Jokinen ym. 2006, 54–55). Ajattelen, että neuvojen kysyminen muilta vaatii johtajalta sopivassa suhteessa positiivista nöyryyttä. Kaikkea ei tarvitse johtajankaan valmiiksi osata, ja aina on mahdollisuus kehittyä erilaisissa taidoissa.



KUVIO 1. Tapahtumaorganisaatiot (Iiskola–Kesonen 2004, 32).

Kuviossa 1 esitetään kaksi perusmallia organisaatioon kuuluvista toimielimistä, jotka ovat vaihtoehtoisina toimintamalleina monen tapahtuman taustalla. Ylemmässä organisaatiomallissa projektipäällikkö toimii organisaation johdossa. Hän on yhteydessä eri osa-alueiden toimijoiden kanssa, kuten yhteistyökumppaneiden sekä organisaatiossa työskentelevien ihmisten kanssa. Projektipäällikön tehtävänä on hallita tapahtuman kokonaisuutta, jossa toimii usein eri osa-alueiden toimijoita. Alemmassa organisaatiomallissa 2, tapahtuman päävastuussa on useampi henkilö tai johtoryhmä, joka pitää ”langat käsissään” pitäen tiivistä yhteyttä eri osa-alueiden toimijoihin.

Vapaaehtoiset työntekijät, talkoolaiset, tapahtumassa ovat ehdottoman tärkeitä. (Iiskola-Kesonen 2004, 35). Rekrytoijan tulisi käyttää aikaa sopivien vastuuhenkilöiden etsimiseen, niin että mahdollisimman moni vapaaehtoinen voisi palvella tehtävässään omalla osaamis-alueellaan. Mikäli tämä ei ole resurssien puitteissa

mahdollista, on tärkeää rohkaista vapaaehtoisia tekemään erilaisia tehtäviä. (Iiskola-Kesonen 2004, 40–41.)

Huolellinen perehdyttäminen omaan tehtäväänsä motivoi vapaaehtoisia. Tavoitteiden tiedostaminen sekä oman tehtävänsä merkityksen ymmärtäminen ovat tärkeitä asioita työhön motivoitumisessa. Vapaaehtoisten arvostaminen sekä heidän innostamisensa työhönsä ovat osa projektipäällikön tehtäviä. (Iiskola-Kesonen 2004, 40–41.) Taustatiedon antaminen sekä ennakkoinfo auttavat talkoolaista selviämään mahdollisista kysymyksistä, joita tapahtumavieraat saattavat esittää tapahtuman kuluessa. Talkoolaisen olisi hyvä tietää ainakin, kuka osaa vastata kysymyksiin parhaiten, jos ei itse tiedä jotakin. Yhteyshenkilö on tällaisissa tilanteissa erityisen tärkeä. Yhteyshenkilö antaa myös ohjeita tai siirtää henkilöitä muihin tehtäviin tilanteen niin vaatiessa. (Iiskola-Kesonen 2004, 43.) Tapahtuman edetessä, tapahtuman asioiden kulkua olisi hyvä seurata. Projektipäällikkö tai tapahtumasta vastaavat ihmiset seurailevat tilanteiden etenemistä, sekä pitävät huolta työntekijöistään. (Iiskola-Kesonen 2004, 43.)

3.3 Tapahtumaan kuuluvat luvat ja ilmoitukset

Kokoontumislain mukaan yleisötilaisuus on järjestettävä rauhanomaisesti sekä osanottajien tai sivullisten turvallisuutta vaarantamatta. Järjestäjät ovat vastuussa yleisön turvallisuudesta, vaikka tilaisuuteen ei perittäisikään pääsymaksuja. (Vuoripuro, 2007, 11.) Tapahtuman järjestäjän on hyvä ottaa yhteyttä hyvissä ajoin paikkakunnan poliisiin, ympäristö-, pelastus-, terveys- sekä rakennusviranomaisiin. Näiltä tahoilta saa tietoa, mitä lupia täytyy olla kyseistä tapahtumaa varten ja kuinka aikaisin mahdolliset ilmoitukset tulisi viranomaisille jättää. (Kauhanen ym. 2002, 86.) Eri paikkakuntien menettelytavat yleisötilaisuuksien järjestäjien tapahtumailmoitusten vastaanottamisessa ja päätöksenteossa voivat poiketa hieman toisistaan. (Vuoripuro, 2007, 15). Tästäkin syystä on hyvä ottaa ajoissa yhteyttä lupia myöntäviin tahoihin. Mikäli yleisötilaisuus päätetään järjestää, on siitä tehtävä kirjallinen ilmoitus ainakin tapahtumapaikkakunnan poliisille. Poliisin hallussa ilmoituksen tulee olla viimeistään viisi vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Ilmoitus vaatii liitteeksi myös yleisellä paikalla yleisen kokouksen

järjestämistä koskevan ilmoituksen täyttämistä. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) ks. myös (Vuoripuro, 2007, 15.)

Tapahtumaa järjestettäessä poliisilla on oikeus kokoontumislaisissa säädetyin edellytyksin muun muassa kieltää, estää, tai keskeyttää tapahtuma. Poliisi voi myös ennakolta tai paikanpäällä antaa ohjeita tai määräyksiä kokoontumislain nojalla. Tarvittaessa virkavalta voi vaatia lisäselvityksiä yleisötilaisuudesta, kuten esimerkiksi pyytää yleisötilaisuuden järjestämipaikan omistajan suostumuksen tai vaatia muun lainsäädännön edellyttämiä tilaisuuden järjestämiseen liittyviä ilmoituksia sekä lupia. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Huolellinen suunnittelu tapahtumapaikan alueen eri toimipisteistä ja uloskäynneistä helpottavat luvan saamista viranomaisilta. Kartta, johon on merkitty muun muassa tapahtumapisteet nimineen, myyntipisteet, paikalle tuotavat rakenteet, yleisön kulkureitit sekä liikenteen suunnittelu helpottavat kokonaisuuden hahmottamista. (Kauhanen ym. 2002, 86–87.) Konkreettisen kartan olemassaolo tapahtumapaikasta helpottaa myös myöhemmin laadittavan pelastussuunnitelman tekemistä.

Yleisötapahtuma vaatii aina tietyn määrän järjestyksenvalvojia, joiden täytyy poikkeuksia lukuun ottamatta olla poliisin hyväksymiä. Järjestyksenvalvojaksi kelpaa henkilö, joka on täysvaltainen, ja joka on saanut sisäasiainministeriön hyväksymän koulutuksen. Järjestysvalvojan lupa voi olla voimassa korkeintaan 5 vuotta, mutta siitä päättää kotipaikkakunnan poliisilaitos. (Iiskola-Kesonen 2004, 88.)

Toiminnassaan järjestyksenvalvojan on asetettava etusijalle yleisön turvallisuus. Ensisijaisia keinoja järjestyksen ylläpitämiseen ovat pääsääntöisesti neuvot, kehotukset ja käskyt. Tarvittaessa järjestyksenvalvoja voi myös käyttää voimakeinoja, jotka ovat puolustettavissa tilanteesta johtuvien vaarojen välttämiseksi. (Iiskola-Kesonen 2004, 88.)

Yleisen turvallisuuden vuoksi yleisötapahtumassa täytyy olla selkeä kirjallinen pelastussuunnitelma, jossa täytyy käydä ilmi muun muassa se, millaisia

toimenpiteitä tehdään vaaratilanteiden ehkäisemiseksi. Pelastussuunnitelmassa täytyy olla selkeät ohjeet mahdollisia ennakoituja onnettomuus- ja vaaratilanteita varten, sekä muun muassa poistumis- ja suojautumismahdollisuudet vahinkojen sattuessa. (Iiskola-Kesonen 2004, 89.) Järjestäjän olisi hyvä käydä läpi yhdessä pelastuslaitoksen kanssa mahdolliset vaarat tapahtumapaikalla sekä tutustua huolella pelastussuunnitelmaan (Iiskola- Kesonen 2004, 89). Muun muassa tapahtuma-alueelle tulee päästä nopeasti pelastusautoilla ja ambulansseilla, vähintään viidenkymmenen metrin päähän onnettomuuspaikasta (Vuoripuro, 2007, 25). Turvallisuushenkilöstön täytyy olla koulututtunut vastuuhenkilöiden ohella pelastussuunnitelmaan (Iiskola- Kesonen 2004, 89.)

Yleisötapahtumasta, jossa myydään elintarvikkeita, kuuluu tehdä ennakkoon kirjallinen ilmoitus terveydensuojeluviranomaisille. Ilmoituksen täytyy olla viranomaisilla vähintään 15 vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. (Iiskola-Kesonen 2004, 90.) Ulko- ja tilapäismyyntimääräysten tarkoituksena on ehkäistä elintarvikkeisiin liittyviä terveysvaaroja sekä valvoa elintarvikkeisiin liittyviä terveydellisiä olosuhteita (Lampinen ym., 2009, 24). Mikäli tapahtumaan odotetaan yli 500 ihmistä, on asiasta ilmoitettava myös alueen terveystarkastajalle. Ilmoituksessa pitää löytyä tiedot toiminnanharjoittajasta, kotipaikasta, yhteystiedot, arvioitu osallistujamäärä, selvitys vedenotosta, ilmanvaihdosta, jätehuollosta sekä viemäröinnistä. Yksi ilmoituksen osa on tapahtumapaikan selvittäminen sekä siellä harjoitettavasta toiminnasta kertominen. Lisäksi ilmoituksesta tulee käydä ilmi muun muassa käymälöiden määrä pesupisteineen, tärkeimmät menettelytavat terveyshaittojen ehkäisemiseksi, myytävänä olevat tuotteet sekä niiden säilyttäminen. Helposti pilalle menevien tuotteiden käsittelijältä vaaditaan lääkärin myöntämä salmonella-todistus. (Iiskola-Kesonen 2004, 90–91.)

Mikäli tapahtumassa myydään alkoholia, täytyy siihen olla tilapäinen anniskelulupa (Iiskola-Kesonen 2004, 91). En kuitenkaan käsittele anniskelulupa-asiaa sen enempää tässä tutkimuksessa, koska SM-gospelkilpailu itsessään on päihteen tapahtuma.

Kadut, puistot, julkiset alueet sekä torit ovat usein kunnan tai kaupungin omistamia. Mikäli näitä alueita käytetään tapahtumassa, tarvitaan siihen lupa

alueiden omistajilta. Luvan lisäksi nämä tapaukset usein edellyttävät myös vuokranmaksua kyseisestä alueesta. Yllättävää on mielestäni se, että jopa julisteiden, mainoskylttien sekä banderollien pystyttämiseen täytyy saada lupa maanomistajalta. (Iiskola-Kesonen 2004, 93.)

Meluilmoitus tulee tehdä tapahtumasta, mikäli se voimakkuutensa, kestonsa, toistuvuutensa tai ajankohtansa vuoksi arvioidaan olevan häiriöksi. Jokaisella kunnalla on järjestyssäännöt, jotka itsessään asettavat rajoituksia melun tasolle sekä ajankohdalle. (Iiskola – Kesonen 2004, 93.) ks. myös (Lampinen ym., 2009, 23.) Katson kuntien järjestyssääntöjen olevan yleiseksi parhaaksi, koska olisi täysin kohtuutonta vaatia esimerkiksi tapahtumapaikan lähiasukkaita sietämään usein toistuvaa ja pitkäkestoista meteliä.

Tapahtuman sisältäessä äänitetyn musiikin esittämistä, on tapahtuman järjestäjän otettava yhteys Teostoon ja Gramexiin. Teosto vastaa säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien oikeuksista. Gramex puolestaan edustaa muusikoita ja äänitteiden tuottajia. Mikäli tapahtumassa esiintyy bändejä tai artisteja paikan päällä, täytyy yhteyttä ottaa vain Teostoon. (Iiskola-Kesonen 2004, 92.) ks. myös (Lampinen ym., 2009, 29.)

Ympäristön huomioon ottaminen vaatii tapahtuman järjestäjiltä huolellista suunnittelua. Ympäristösuunnitelman laatiminen onkin yksi tärkeä osa tapahtuman järjestelyissä. Suunnitelmaa laatiessa tulisi ottaa huomioon ainakin seuraavat kysymykset: Kuinka ehkäistä jätteiden syntymistä? Kuinka jätteitä kerätään, miten niitä lajitellaan ja kierrätetään? Paljonko yleisökäymälöitä on miehille, naisille sekä liikuntarajoitteisille? Miten liikennejärjestelyt tukevat ympäristön puhtaana pitämistä? Ympäristösuunnitelma liittyy vahvasti elintarvikemyynnin edellyttämiin toimenpiteisiin. Jokaisella kunnalla on hieman erilaiset määräykset alueen lajitteluvaatimuksista. (Iiskola-Kesonen 2004, 94.) Järjestäjä on kuitenkin tapahtumapaikalla vastuussa ainakin kerättyjen ja lajiteltujen jätteiden toimittamisesta oikeaan paikkaan. Tapahtumapaikalla tulee myös olla muun muassa riittävästi keräysvälineitä ja roska-astioita, joiden tulee olla sijoitettuna oikeille paikoille. (Lampinen ym., 2009, 21.) Kunnan tai kaupungin ympäristökeskus tai

alan ammattilaiset osaavat parhaiten vastata kysymyksiin ympäristösuunnitelmas-
ta ja siihen sisältyvistä alakohdista. (Iiskola-Kesonen 2004, 94.)

3.4 Yleisötapahtuman markkinointi

Nykyaikaisen markkinoinnin ensisijaisia tehtäviä ovat asiakassuhteiden ylläpitäminen, mielenkiinnon herättäminen tapahtumaa kohtaan, haluttujen tuotteiden luominen sekä tuotteiden tuominen asiakkaiden tietoisuuteen. (Iiskola-Kesonen 2004, 53). Tapahtuman markkinoinnin voi jakaa neljään eri osa-alueeseen: osallistujamarkkinointiin, yleisömarkkinointiin, markkinointiin yhteistyökumppaneille sekä sisäiseen markkinointiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 58). Kaikilla näillä neljällä markkinointikanavalla on vaikutusta tapahtuman synnyttämään mielenkiintoa kohtaan.

Tulkitsen, että osallistujamarkkinointia voisi käytännössä olla esimerkiksi etukäteen levitettävät julisteet ja mainokset tapahtumasta, joilla herättää mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan. Yleisömarkkinointi voi käytännössä tarkoittaa esimerkiksi sisäänpääsylippujen myynnistä saatuja tuloja, jotka menevät sittemmin kilpailun kulujen kattamiseen. Yleisömarkkinointi on myös tärkeä tapahtuman talouden kannalta. Markkinointi yhteistyökumppaneille voi käytännössä tarkoittaa esimerkiksi sponsorien hankkimista eri yrityksistä. Tällä markkinointikeinolla on myös suuri vaikutus tapahtuman talouteen. Sisäinen markkinointi puolestaan edustaa tapahtuman työntekijöille mainostamisen tapahtumasta niin hyvin, että jokainen työntekijä osaa palvella tapahtuman asiakkaita mahdollisimman ammattimaisesti. Tapahtuman työntekijöille tulisi yleiset tavoitteet ja toimintatavat olla hyvin selkeät. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Sponsorointi on ollut tärkeänä tukena musiikin, ja ylipäätään taiteiden tekemisessä ja esittämisessä jopa antiikin ajoista lähtien. Aluksi tuki kohdistui yksittäisiin taiteilijoihin, ja esimerkiksi 1700-luvulla kuuluisat säveltäjät kuten Haydn ja Beethoven saivat tukijoikseen varakkaat ruhtinasperheet. (Valkama 2003, 11.) Nykyaikainen sponsorointi suomessa yleistyi kuitenkin vasta 1980–90 lukujen vaihteessa. Ensimmäiseksi tukea sai urheilu, ja vasta myöhemmin tuki levisi laajemmin kulttuurin piiriin. (Valkama 2003, 16.)

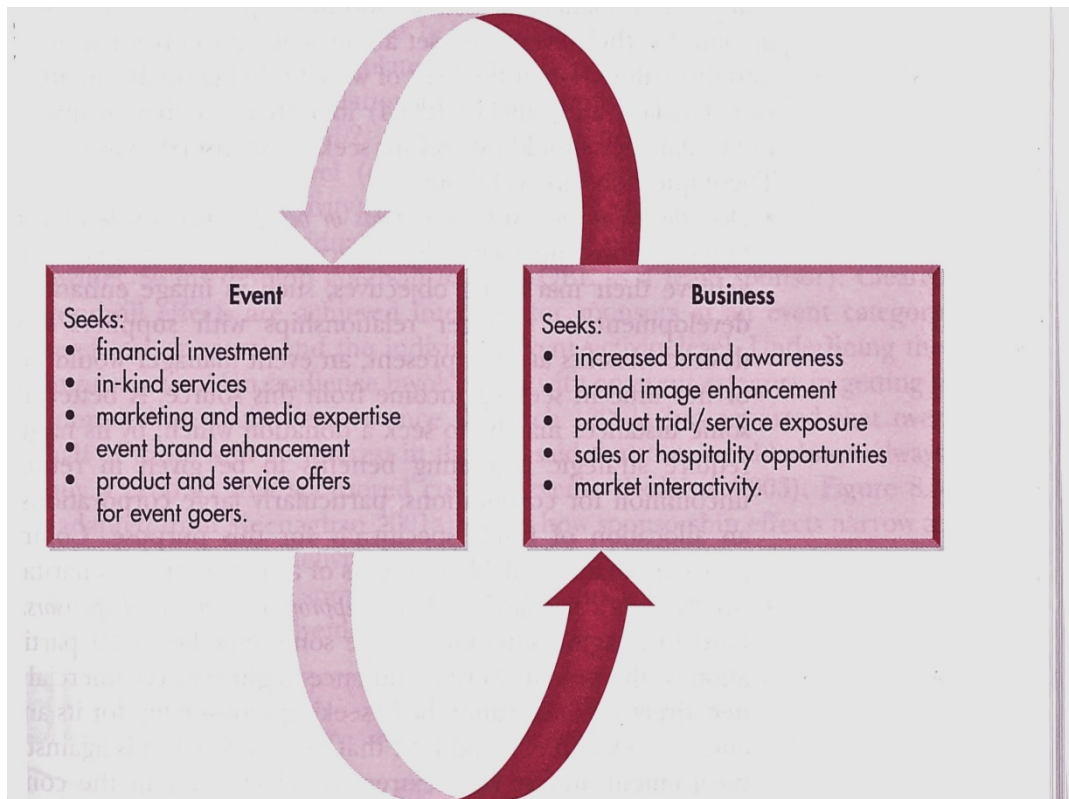
Allen, O 'Toole, Harris, McDonnell & Stokes, (2005, 234–235) esittävät, että sponsoroinnista on nykypäivänä tullut yhä merkittävämpi osa tapahtumien markkinointia. Sponsorointi käsitetään jopa tärkeimmäksi keinoksi muodostaa yhteistyösuhteita, sekä tavoittaa markkinat. Lähes jokaisessa tapahtumassa, niin pienemmissä kuin suuremmissakin, käytetään jonkin asteista sponsoriyhteistyötä hyväkseen.

Eri tahot määrittelevät sponsoroinnin hieman eri tavoin. FL Liisa Valkama toteaa sivistyssanakirjan mieltävän sponsorin takaajaksi, taloudelliseksi tukijaksi, kustantajaksi tai suosittelijaksi (Valkama 2003, 15). Valkama kertoo (2012a), että tärkeää sponsoroinnissa on se, että yritys kokee ikään kuin palkinnoksi sen, että pääsee sponsoroimaan tiettyä tapahtumaa. Hän jatkaa, että pienet yritykset eivät tee sponsorisopimuksia kuin vuosi kerrallaan, koska näiden taloudellinen toimeentulo riippuu paljolti vuodesta. Näin ollen, jos pieniä firmoja kysyy mukaan tapahtuman sponsoroimiseen, näiltä täytyy joka vuosi kysyä kiinnostusta sponsoroimiseen uudelleen.

Tärkeää sponsoreita etsiessä on myös se, keneltä asiaa yrityksessä kysyy. Monesti ajatellaan, että markkinointijohtaja on se, ketä kannattaa sponsorointiasiaassa lähestyä. Näin ei kuitenkaan ole, vaan yleensä kannattaa ottaa yhteyttä suoraan yritysjohtajaan. Tämä koskee etenkin pieniä firmoja. Haettaessa sponsoreita tapahtumalle, Valkama suosittelee lähestymistä yrityksen johtajaan henkilökohtaisen tapaamisen kautta. Ennakkotieto yritykselle siitä, mikä tapahtuma on, ja mitä sillä haetaan, auttaa sponsorien hankkimisessa. Toisaalta, myös henkilökohtaiset suhteet eri yrityksiin ovat todella tärkeällä sijalla. (Valkama Liisa 2012a.)

Investointi tapahtumaan voi olla sponsoreiden intentioiden mukaan joko taloudellisia, materiaalisia tai humanitäärisiin arvoihin perustuvaa. Yleistä kuitenkin on, että nykyaikaiset sponsorit haluavat välitöntä näkyvyyttä osallistuessaan tapahtuman sponsorointiin. Tällaista näkyvyyttä voi olla esimerkiksi myyntilukujen kasvaminen. (Allen ym. 2005, 239.) Saman toteaa Valkama. Hän lisää, että keinoja tällaiseen välittömään näkyvyyteen voi olla

esimerkiksi yrityksen logon näkyminen erilaisissa mainoksissa tapahtumaan liittyen joko Internetissä tai painetuissa paperituotteissa (Valkama Liisa 2012b).



KUVIO 2. Tapahtuman ja firman yhteistyön hyödyt toisistaan (Allen, O' Toole, Harris & McDonnell, 2005, 239).

Kuviossa 2, vasemmassa lokerossa kuvataan tapahtuman intentioita yritystä tai liikettä kohtaan. Näitä ovat: yrityksen taloudellinen sijoitus tapahtumaan (financial investment), mukana tulevat palvelut (in-kind services), asiantuntemus suhteessa markkinointiin, tiedotusvälineisiin ja mediaan (marketing and media expertise), tapahtuman brändin tunnettavuuden lisääntyminen (event brand enhancement) sekä tuote -ja palvelutarjonta tapahtumassa kävijöille (product and service offers for event goers). Oikeassa lokerossa kuvataan yrityksen tai liikkeen intentioita tapahtumaa kohtaan. Näitä ovat: yrityksen brändin tietoisuuden leviäminen (increased brand awareness), brändin imagon leviäminen (brand image enhancement), uusien tuotteiden tai palveluiden esiintuominen (product trial/service exposure), mahdollisuudet liikevaihtoon tai tapahtumakävijöiden vastaanottamiseen (sales or hospitality opportunities) sekä vuorovaikutuksellista kaupantekoa tapahtumakävijöiden kanssa (market interactivity).

Tapahtuman markkinoinnin tavoitteet tulisi olla hyvin selkeästi määriteltyjä. Tavoitteet voivat liittyä tapahtuman imagoon, laadullisiin - tai taloudellisiin lähtökohtiin. On hyvin tapahtumakohtaista, millaiset tavoitteet tapahtumalle etukäteen luodaan. Tärkeintä on miettiä huolella se, millaiselle kohderyhmälle tapahtuma on suunnattu. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.) Kauhanen ym. (2002,36) määrittää tapahtuman luonteen tuotteeksi, jota asiakkaalle myydään. Kun tapahtuman luonne on jäsennetty selkeäksi kokonaisuudeksi, on tapahtumalle helpompi luoda kohderyhmä.

Tapahtuman markkinoinnissa viestiminen on tärkeää. Erilaisia viestinnän kanavia ovat esimerkiksi henkilökohtaiset keskustelut. Kilpailun jokainen työntekijä voi mainostaa tapahtumaa omassa elinympäristössään. Sähköposti ja kirjeet ovat hyvä keino viestiä tapahtumasta sähköisesti erilaisten mobiilipalvelujen sekä Internet-sivujen ohella. Erilaiset sanoma- ja aikakauslehdet sekä tiedotuslehdet ovat keino saavuttaa uutta asiakaskuntaa, ja tiedottaa tapahtumasta laajemmin. Myös ilmoitustaulut esimerkiksi kirjastoissa ja kaupoissa ovat hyviä mainosten sijoituskohteita. Paikallisia viestinnän kanavia voivat olla banderollit ja julisteet, sekä esitteet mainospaikoilla. (Iiskola-Kesonen 2004, 64.)

Chris Kemp (2008) tähdentää väitöskirjassaan Music Event management & Promotion, että erilaiset yhteydet tiedotuskanaviin ovat markkinoinnin kannalta erittäin tärkeitä. Mikäli tapahtumaa halutaan markkinoida paikallisissa tai alueellisissa lehdissä, tulisi tietää tarkasti, koska kyseisissä lehdissä on painamispäivät pääkirjoitukselle ja mainoksille. Yleensä mainosten ja kirjoitusten pitäisi olla lehdistöllä ainakin muutamaa päivää ennen lehden painamista. Kemp katsoo hyödylliseksi myös sen, että tapahtuman aikana kysytään yleisöltä, mitä kautta he saivat tietää tapahtumasta. Tämä auttaa järjestäjiä jatkossa löytämään parhaat markkinointikanavat tapahtuman markkinoinnissa. (Kemp 2008, 4-5.)

Mainoksen sijainnilla, koolla, värillä ja puoleensavetävyydellä lehdessä on tärkeä paikkansa lukijoiden kiinnostuksen heräämisessä. Tärkeimpänä asiana mainostuksessa Kemp (2008) näkee kuitenkin vuoropuhelun mainoskontaktien kanssa. Jos suhteet ovat kunnossa kontakteihin, voidaan neuvotella esimerkiksi kustannuksista mainostamisen osalta. (Kemp 2008, 4-8.) Yhdyn Kempin ajatukseen siitä, että on

tärkeä hoitaa suhteita lehdistön kontakteihin. Positiivisen kuvan luominen tapahtumasta ja ystävällinen yhteydenottaminen voivat herättää toimittajan mielenkiinnon tapahtumaa kohtaan. Toisaalta, ajattelen myös, että on tärkeä ottaa yhteyttä mahdollisuuksien mukaan lehdistössä sellaisiin henkilöihin, joilla voi itsellä olla taustaa sellaisiin arvoihin tai musiikkiin, joita tapahtuma ajaa. Tätä voi selvittää esimerkiksi niin, että lukee kirjoittajien aikaisempia lehtijuttuja, ja selvittää heidän henkilökohtaisia kiinnostuksen kohteitaan.

Otaksun, että mahdollisimman montaa eri viestintäkanavaa käyttäen, yleisöä on helpompi saada osallistumaan tapahtumaan. Se, että laadukkaasti tuotetut tapahtuman mainokset tulevat mahdollisimman monessa paikassa vastaan, voi saada yleisössä aikaan luottamusta ja positiivista kiinnostusta tapahtumaa kohtaan. Mainostus voi välittää myös asiakkaalle myönteisen kuvan siitä, että tapahtumaan ollaan selkeästi panostettu. Sekin voi lisätä kävijöiden lukumäärää tapahtumassa.

3.5 Tapahtuman talous

Budjetointi tapahtumaan liittyvistä kuluista ja menoista tulisi pitää seurattavina koko prosessin ajan. Parhaimpaan tulokseen pääsee, kun menot eivät ylitä tuloja. Tarkkuus ja tiukka kuri rahaliikenteessä ovat tärkeitä asioita tapahtuman talouden kannalta. Huolellisella suunnittelulla voidaan ehkäistä budjetin ylittämistä. Toisaalta, vaarana suunnittelussa saattaa piillä tapahtumajärjestäjien osalta liian optimistisesti luodut taloussuunnitelmat. Mikäli budjetti ylitetään jo ennen tapahtuman alkamista, tulisi järjestäjien etsiä lisää sponsoreita tai hakea avustuksia, jotta suuremmalta taloudelliselta tappiolta vältyttäisiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 76–77.)

Esimerkki tapahtumabudjetista:

TULOT	MENOT
Yhteistyösopimukset	Palkat ja palkkiot
Muut mainostulot	Markkinointi- ja mainoskulut
Avustukset	Rakentaminen
Pääsylipputulot	Vuokratulot
Ravintolamyyni	Kokouskulut
Muu myynti	Kulut talkoolaisista (ruokailut, asusteet)
Muut tulot	Esiintyjät
	Painokulut
	Toimistokulut
	(koneet, postitus, kopiointi)
	Ravintolakulut
	Kulut muusta myynnistä
	Luvat ja ilmoitukset
	(Teosto, viranomaisilmoitukset)
	Vakuutukset
	Ostopalvelut
	Muut menot

KUVIO 3. Esimerkki tapahtumabudjetista (Iiskola–Kesonen, 2004, 77.)

Kuviossa 3 tuodaan esimerkin kautta esille sitä, mistä tapahtuman tulot ja menot saattavat muodostua. Keuruulla järjestetyissä SM-gospelkilpailuissa tuloja ovat tuoneet esimerkiksi Keuruun seurakunta ja kaupunki, bändien osallistumismaksut sekä tapahtumapaikalle järjestetty äänestyslipukkeiden ostomahdollisuus. Menoja puolestaan ovat kilpailulle tuoneet esimerkiksi äänentoiston hankinta, Teostomaksut, huvilupa sekä siivouskulut.

4 TUTKIMUSASETELMA

4.1 Tutkimuskysymykset

Tärkeimmät tutkimuskysymykseni työssäni liittyvät tapahtuman järjestämiseen liittyviin asioihin. Pyrkimykseni on selvittää, kuinka järjestäjät ovat toteuttaneet SM-gospelkilpailuja, ja mitä kaikkea tapahtumien järjestämiseen on liittynyt. Samalla punnitsen erilaisia toimintamalleja ja niiden toimivuutta tapahtuman käytännön järjestelyissä SM-gospelkilpailujen tulevaisuutta ajatellen.

4.2 Tutkimusaineisto ja menetelmät

Tutkimusaineistoni päätin kerätä haastattelemalla SM-gospelkilpailun järjestäjiä puolistrukturoidun teemahaastattelun avulla. Tavoitteenani oli sitä kautta selvittää, mitä SM-gospelkilpailun järjestäminen vaatii ja on ajan kuluessa vaatinut järjestäjien taholta. Haastattelukysymykseni myötäilevät hyvin pitkälti tärkeimmän lähteeni Iiskola-Kesosen (2004) Käsikirja Tapahtumajärjestäjille teemoja. Minua kiinnosti hyvin paljon se, ovatko kisan järjestäjille tuttuja tapahtumaprojektin työvaiheet, ja kuinka pitkälti järjestäjien omat tavat järjestää tapahtumaa kohtaavat Iiskola-Kesosen määrittelemiä käytännön ohjeita tapahtuman järjestämisessä. Myös johtajuuskysymys oli taustalla mielessäni haastatellessani järjestäjiä.

Järjestäjien haastatteluiden lisäksi lähetin kaikille SM-gospelkilpailun voittaneille bändeille kyselylomakkeet, joiden tarkoituksena oli selvittää kilpailijoiden kokemuksia kilpailun järjestelyiden toimivuudesta. Kyselylomakkeita lähetin yhteensä viidelletoista bändiläiselle, kutakin voittanutta bändiä kohden yhden kyselylomakkeen. Näistä kyselylomakkeista minulle palautettiin kymmenen. Kyselyyn vastanneista kaksi on sukupuoleltaan naisia, ja seitsemän miehiä. Käytän kyselylomakkeista saatuja tuloksia työssäni kilpailun kehittämis ehdotuksina. Vastauksia käsittelen sukupuolen ja numeroidun järjestyksen mukaisesti. Esimerkiksi vastaaja (M6) on vastaajista kuudes ja sukupuoleltaan mies. Naisista käytän lyhennettä (N).

Katson, että kyselylomakkeista saadut yksityiskohtaisemmat vastaukset ovat minulle tärkeitä ryhtyessäni kilpailun seuraavaksi järjestäjäksi. Vastauksien kautta voin peilata, kuinka hyvin tietyt asiat ovat aikaisemmin kilpailussa toimineet.

Tutkimuseettisiä ohjeita etsiessäni löysin esimerkin liikuntabiologian laitoksen sivuilta, joilla kuvataan aineiston keräämisen etiikkaa muun muassa niin, että tutkittaville täytyy kertoa mahdollisimman ymmärrettävällä tavalla se, mitkä ovat tutkimuksen tavoitteet, menetelmät ja mahdolliset riskit. <https://www.jyu.fi/hallinto/toimikunnat/eettinentoimikunta/eettiset_ohjeet/eettiset-ohjeet-liikuntabiologian-laitos-doc> Halusin tutkimuksessani noudattaa mahdollisimman hyvin näitä hyväksi havaittuja tutkimuseettisiä periaatteita.

Haastateltaville kerroin etukäteen tutkimukseni lähtökohdista ja tavoitteista. Kysyin myös molemmilta haastateltavilta lupaa aineiston julkaisemiseen, sekä lupaa nimien käyttämiseen työssäni. Kummatkin haastateltavat antoivat tähän suostumuksensa. Kerroin heille myös sen, että aineistoa on mahdollista saada luettavaksi ennen työn lopullista julkaisua.

Hyvän tieteellisen käytännön mukaan tutkimuksen tulokset, niiden esittäminen ja arviointi tulisi tuoda julki rehellisyyttä ja yleistä huolellisuutta noudattaen. <https://www.jyu.fi/hallinto/toimikunnat/eettinentoimikunta/eettiset_ohjeet/eettiset-ohjeet-liikuntabiologian-laitos-doc> Haastattelujen tuloksia kuvaan työssäni avoimesti ja vastauksia muuntelematta. Tarkoitukseni ei ole arvostella haastateltavia persoonina, vaan tutkia, mitkä toimenpiteet ja menetelmät ovat olleet hyviä SM-gospelkilpailuja järjestäessä. Toisaalta etsiä myös hyviä ja toimivia malleja kilpailun vetämiseen, jos jossakin kohdin jokin asia ei ole toiminut toivotulla tavalla.

4.3 Järjestäjien haastattelut

Ensimmäiset SM-gospelkilpailut pidettiin vuonna 1996 Helsingissä Rene Hurstin aloitteesta. Vuonna 2005 kilpailu siirtyi Keuruulle, ja samalla kilpailun vetovastuun otti Markku Sandberg. Markku Sandbergin tiesin jo vuoden 2005 SM-gospelkisoista, mutta ensimmäistä järjestäjää en ollut aiemmin kohdannut. SM-

gospelkilpailulla on yli kymmenen vuoden aikana ollut ainoastaan nämä kaksi järjestäjää. Tavoitteenani oli haastatella molempia järjestäjiä erikseen. Laatimassani haastattelurungossa oli yhteensä 29 kysymystä koskien muun muassa erilaisten lupien hankintaa, sopivien työntekijöiden löytämistä järjestäjätiimiin, kilpailun järjestämisen haasteita ja niin edelleen.

Ensimmäiseksi pyrin saamaan yhteyden kumpaankin kilpailun järjestäjään. Kilpailun jälkimmäiseen järjestäjään Markku Sandbergiin sain heti yhteyden, ja sovimme päivämäärän haastattelulle. Kilpailun ensimmäistä järjestäjää Rene Hurstia oli sen sijaan hyvin vaikea tavoittaa. Onneksi lopulta sain yhteyden myös häneen, ja saimme sovittua tapaamisen haastattelua varten.

Ensimmäiseksi haastattelin Markku Sandbergia 30.10.2011 kotonani Jyväskylässä. Ajattelin, että paikkana oma koti olisi haastattelulle rauhallinen, ja välttyttäisiin turhilta keskeytyksiltä. Näin myös oli. Taltiointilaitteena haastattelussa käytin omaa digitaalista sanelukonettani, joka on malliltaan Olympus VN-5500PC. Sanelukone osoittautui hyväksi nauhoituslaitteeksi. Haastattelua purkaessa, äänitiedostoja pystyi hidastamaan tai nopeuttamaan tarpeen mukaan, sekä haastattelun sai myös tallennettua tietokoneelle.

Tavoitteenani oli haastatella Rene Hurstia samalla viikolla, mutta sairastapauksen vuoksi jouduimme siirtämään tapaamista myöhemmäksi. Tapaaminen saatiin myöhemmin järjestymään Helsinkiin, uimahallin kahvioon 23.11.2011. Paikka valikoitui siksi, että haastateltava oli uimahallissa joka tapauksessa kuntoilemassa, ja se oli lähellä hänen työpaikkaansa. Myös tässä haastattelussa käytössäni oli sanelukone, jota käytin Markku Sandbergin kohdalla. Uimahallin kahvio haastattelutilana oli sinänsä haasteellinen paikka nauhoitukseen, koska tila oli kaikuisa. Tämä saattoi vaikuttaa siihen, että litteroidessani haastattelua jouduin kuuntelemaan useampaan kertaan joitakin kohtia kaikuisuuden vuoksi. Pääsääntöisesti sain kuitenkin kaikista vastauksista hyvin selvää.

Analysoidessani haastattelujen tuloksia käytän SM-gospelkilpailun järjestäjistä heidän omia nimiään, koska he ovat antaneet siihen suostumuksensa. Sitaattien jälkeen käytän heistä lyhenteitä (MS) Markku Sandberg, ja (RH) Rene Hursti.

4.4 Oma suhteeni SM-gospelkilpailuun

Olen itse toiminut suomalaisen gospelmusiikin piireissä nyt kuuden ja puolen vuoden ajan esiintyen, juontaen ja mukana ollen erilaisissa gopeltapahtumissa. Ensimmäisen gospelmusiikkia soittavan yhtyeeni kanssa, G-Powered, esiinnyimme ensimmäisen kerran SM-gospelkilpailuissa Keuruulla vuonna 2006. Tästä kyseisestä kilpailusta jäi minulle kokonaisuutena positiivinen kokemus, vaikka yhtyeemme ei kilpailussa menestynytäkään. Myöhemmin vuonna 2010 minua pyydettiin mukaan SM-gospelkilpailun tuomaristoon, ja lähdin mielenkiinnosta kokeilemaan tuomarina toimimista. Kokemus tästä oli hyvin mieluisa. Tähän asti olin ollut lähes aina esiintyjän roolissa erilaisissa tilaisuuksissa mukana ollessani. Tuomarina oleminen avasi silmäni näkemään gospelmusiikin esittämistä aivan toisesta näkökulmasta. Tuntui upealta olla välillä tarkkailijan roolissa.

Vuonna 2011 minua pyydettiin uudestaan mukaan kilpailun tuomaristoon, ja lähdin mielelläni toistamiseen kilpailun tuomariksi. Jälleen kokemukseni kilpailun tuomaristossa olemisesta oli hyvin positiivinen. Vuoden 2011 kilpailun jälkeen minua pyydettiin mukaan myös SM-gospel yhdistykseen. Siitä lähtien huomasinkin löytäväni itseni yhä useammasta kokouksesta ja kutsuvani mukaan myös uusia tiimin jäseniä. Pian kilpailun sen aikainen vetäjä, Markku Sandberg, alkoikin kyselemään minulta mahdollista kiinnostusta kilpailun uudeksi vetäjäksi. Lupasin miettiä asiaa ja ajattelin, että hyvä keino tähän olisi lähestyä SM-gospelkilpailua tutkijan näkökulmasta käsin. Samalla näkisin yhä realistisemmin sen, mitä uudeksi vetäjäksi lupautuminen käytännössä tarkoittaisi.

Pyrin lähestymään tutkittavaa asiaa sekä haastateltavia mahdollisimman neutraalista näkökulmasta käsin, vaikka olenkin ollut toiminnassa aktiivisesti mukana erityisesti viimeisen vuoden aikana. Joidenkin vastausten analysoinnissa käytän omaa kokemuspohjaani sekä havaintojani kilpailusta ja sen suunnittelemisesta hyödykseni, ja pyrin olemaan avoin ja rehellinen kokemuksiani kuvaillessani.

5 "NÄKYNÄ SAADA GOSPELMUSIIKILLE SE ARVO, MIKÄ SILLE KUULUU..."

5.1. SM-gospelkilpailun historia

Rene Hursti kertoo idean SM-gospelkilpailusta syntyneen omakohtaisesta kilpailukokemuksesta eräässä gospeltapahtumassa Tampereella, joka ei vastannut hänen odotuksiaan siitä, millainen kisan tulisi olla.

Minä oisin nähnyt, että se pitäis toimia, et saadaan gospelmuusikoita tunnetuks. Saadaan heitä esille, plus sitten se että saadaan media ja kaikki muu kiinnostumaan siitä, ettei se oo ainoastaan uskovien tällöinen ilottelu- tapahtuma..ja mietin sen sillä tavalla omassa mielessäni, et jos tuolla joku juoksee lenkillä, ni siihen ei kukaan kiinnitä huomiota. Mut kun sille laitetaan numero selkään, niin kaikki tulee kattoon, et hei täällä on joku kilpailu! (RH)

Hursti jakoi idean kilpailusta bändikavereilleen sekä joillekin eri piireistä tutuille ihmisille.

Kyllähän ne sano pätkähulluksi ideaks, mut kyl kaikki lähti messiin. (RH)

Rene Hursti järjesti omatoimisesti ensimmäiset kilpailut juhlavasti Helsingin Savoy-teatterissa vuonna 1996. Tällöin loppukilpailuun päässeet bändit valittiin kasetteina lähetettyjen demonauhojen perusteella. Medianäkyvyys kilpailulla oli erittäin hyvä. Kilpailua mainostettiin laajasti, sekä siitä tehtiin juttua muun muassa Iltasanomiin, Iltalehteen, Yleisradioon, Mtv3-kanavalle sekä Mtv3:n Jyrki-ohjelmaan.

Ei mun tarvinu ku soittaa tonne tota Latelle, Karhuvaaralle maikkariin ja sanoo, että mulla ois tällöinen idea, et lähen tällöistä tekeen. Niin sano, et tervetuloa tänne ja samoin Ylelle ja sitten myöskin nää Iltalehdet, ja Rita Tainolat ja muut, kun mä soittelin sinne....(RH)

Rene Hursti muistelee haastattelun jälkeen (2011), että laajan mediahuomion lisäksi ensimmäisen SM-gospelkilpailun arvokkuutta lisäsi se, että sen aikainen kulttuuriministeri Suvi Linden oli lupautunut kilpailun suojelijaksi. Valtiovallan mukana oleminen kilpailun taustalla takasi Hurstin mukaan kilpailun koskemattomuuden. Valitettavasti Suvi Linden ei kuitenkaan päässyt paikalle kilpailuhetkel-

lä, mutta lähetti terveisensä kilpailulle. Lisäksi kansainvälistä erityishuomiota kilpailuun toi se, että Yhdysvaltojen sekä Englannin suurimpien levy-yhtiöiden presidentit lähettivät onnittelukirjeet kilpailun voittajille. Kirjeet luettiin kisan lopuksi ääneen voittajien julki tultua. (Rene Hursti, 2011)

Kilpailun tuomaristoon Hursti oli saanut eri alojen toimijoita kuten Finnair-lentoyhtiöltä Rauni Järvilehdon, Radio Yleltä Esko Riihelän, muusikko Lasse Heikkilän sekä Professori Miikka Ruokasen. MTV3:n Jyrki-ohjelmasta mukana oli myös Pizza Pekkarinen.

Minä tunsin yhteyksiä muusikko- tiskijukka ajoiltani, niin otin yhteyttä tiettyihin tahoihin, ja mä järjestin semmoseen paikkoihin, jossa oli valmis äänentoisto taikka sitten ne vuokrattiin ja hommattiin miksaajat paikalle. Mää hoidin meedian, ja demonauhat lähetettiin mulle, ja sitten keräsin siihen joukkoa ympärille mun tutuista yhteyksistä tuomariston. (RH)

SM-gospelkilpailu muuttui vuosien myötä. Luovuttiin muun muassa kasetteina lähetettävistä demoista, joiden suosio oli tunnettavuuden lisääntymisen jälkeen kasvanut. Siirryttiin pitämään karsintakilpailuja eri lääneissä. Joka paikkakunnalla oli omat tuomarinsa, ja kustakin osakilpailusta pääsi kolme parasta suoraan gospelin SM-kisoihin.

Tyyllilajeina SM-gospelkilpailuissa kuultiin hyvin erilaisia bändejä. Rene Hursti arvelee, että näiden tapahtumien myötä myös bändien musiikillinen repertuaari on laajentunut.

Sen mä koin, että nää kilpailut, niin niissä oli hyvin monipuolista musiikkia ja tekin myös mahdolliseksi sen...Luulen, että bändit rupes hakeen myöskin omaa juttuunsa. Ettei ollu kaikki enää jotain country bändiä tai bluesbändejä tai jotain tämmöstä, vaan jokainen rupes hakeen sitä omaa juttuunsa. (RH)

Hursti veti kilpailua vuodesta 1996 vuoteen 2002. Päätöksestä luopua kilpailun vetämisestä hän kuvaa näin:

Mää en enää oikeestaan jaksanu, ku mää touhusin sitä yksin. Ja tota, mulla oli perhe..Mulla oli totta kai oma duuni. Sitten mä olin vuosia aikasemmin alottanu näissä budolajien parissa touhuamisen, niin mulla oli Mäntsälässä nuoret, joita mun piti sitten ohjata plus valmentaa ja kehittyä itse sitten myöskin Karatekana, varsinkin sitten ku kilpailuvietti iski.

Markku Sandberg, joka oli ollut SM-gospelkisoissa mukana lähes alusta asti tuomarina, halusi säilyttää kilpailun, koska piti kisan ideaa hyvin tärkeänä ja

edelleen ajankohtaisena. Rene Hursti piti kilpailun jatkamista hyvänä ideana, ja näin kilpailun vetäjä vaihtui Hurstista Markku Sandbergiin. Sandberg kuvaa asiaa näin:

Joo, no mä olin mukana monta vuotta tässä organisaatiossa, ja tuomaristossa, ja näin sen et millä palolla Rene tätä musiikkia teki, ja kilpailun järjesti. Näin sen, miten monet bändit pääsi tavallaan eteenpäin, ja ylitti uutiskynnystä sekä sai keikkaa. Sitten kun Reneen elämäntilanne oli se, et hän ei enää kerinnyt kisoja järjestämään, ni mä aattelin, et jonkun pitää nyt lähteä tätä hommaa tekemään..

Järjestävävaihdoksen jälkeen oli kuitenkin parin vuoden tauko kilpailujen uudelleen käynnistämisessä. Ensimmäiset SM-gospelkilpailut Markku Sandberg veti Keuruulla yhdessä tiimin kanssa vuonna 2005. Tämän hetkiseen järjestelytiimiin kuuluu yhteensä yhdeksän henkilöä, joista osa on Sandbergin työtovereita, osa seurakuntayhteyksistä tuttuja henkilöitä, ja osa on esimerkiksi jonkun tiimiläisen mukaan kutsumia henkilöitä.

Kilpailujen idea on pysynyt suurin piirtein samana, kuin se oli Rene Hurstin aikoina. Nykyään bändit tosin voivat osallistua kilpailuun lähettämällä demon, jonka jälkeen muutaman hengen raati valitsee loppukilpailuun parhaat bändit.

Kilpailun taso on kyl parantunu, että ku semmosia demoja, mitä aikoinaan tuli, ni ku kuunteli demoja, nii ihan hirvitti niitä kuunnella. Nyt on, tai oikeestaan ei semmosta demoo oo tullu enää vuosiin, et taso on ihan parantunu kyllä..ja myös kilpailun taso on parantunu, et siel on ihan hyviä ryhmiä. (MS)

Loppukilpailussa vuosittain Keuruulla kisaa noin kymmenkunta bändiä, joista jokainen esittää 15 minuutin keikan. Jokaisen esityksen jälkeen tuomarit kokoavat arvionsa esiintyneestä bändistä arviointilomakkeelle, jonka bändit saavat kilpailun lopuksi itselleen. Lomakkeella arvioidaan muun muassa bändiläisten soitto- ja laulutaitoa, sanoituksia, sävellyksiä sekä yleistä lavaolemusta. Palautteen on tarkoitus olla asianmukaista ja kehittävää. Esitysten jälkeen tuomaristo kokoontuu keskustelemaan illan aikana kilpailleista bändeistä ja päättää yhdessä voittajan. Myös toinen ja kolmas sija päätetään, sekä lisäksi joku bändeistä saa kunniamaininnan. Yleisö saa ilmaista oman suosikkinsa äänestämällä, ostamalla äänestyslippukkeen. Myös yleisön suosikkibändi julkaistaan äänien keruun jälkeen palkintojen jaossa.

SM-gospelkilpailut on pidetty ansioituneesti Keuruulla Markku Sandbergin johdolla nyt seitsemän kertaa. Sandberg on kuitenkin syksyllä 2011 ilmoittanut tiimilleen aikeistaan luopua kilpailun vetämisestä vuoden 2012 kilpailun jälkeen. Päätöstä luopua kilpailun vetämisestä Sandberg kuvaa näin:

No oikeestaan jokaisella hommalla on alkunsa ja loppunsa, ja määräaikansa. Mä täytän ens keväänä 60. Toki paaviks valitaan vasta 8- kymppisiä, että mulla on vielä 20 vuotta aikaa paaviksi hakea. Mut kuitenkin oon sitä mieltä, että nyt on aika siirtää vastuu nuorempien käsiin..Helposti käy niin, et joku asia lähtee pyörimään ympyrää. Eli nyt on aika kehittää uutta ideaa tähän kisaan, niinku ollaan jo saatu tiimin kanssa kehitettyä.

SM-gospelkilpailu elää tällä hetkellä jännittävässä muutosvaiheessa. Suunnitelmien mukaan minä olen kilpailun päävastuullinen järjestäjä vuoden 2012 kilpailujen jälkeen. Markku Sandberg toivoo, että kilpailu voisi jatkua vielä hyvin pitkään hänen kilpailuvetovastuun päättymisenkin jälkeen.

Mun mielestä se perusidea, millä Rene aloitti tätä kisa, ni se on edelleen hyvä pohja. Eli tuoda gospelmusiikki tunnetuksi ja auttaa bändejä eteenpäin valitsemallaan tiellä viedä evankeliumia eteenpäin. (MS)



KUVIO 4. Vuoden 2011 SM- gospelkilpailujen voittajabändi Eve`s loppukilpailussa Keuruulla (Kuva: Markku Sandberg).

5.2 Järjestäjien oma musiikillinen ja hengellinen tausta

Rene Hursti kertoo harrastaneensa musiikkia pikkupojasta lähtien. Soittokokemuksia hänellä on runsaasti muun muassa eri soittokunnista. Kuoroissa laulaminen

sekä bändeissä soittaminen ovat olleet myös osa Hurstin elämää. Rumpujen soitosta hän sai myöhemmin jopa ammatin.

Samoin Markku Sandberg on ollut musiikin parissa pienestä pitäen. Hänen pääinstrumenttinaan oli aluksi piano, ja siitä myöhemmin mukaan tuli niin omat bändit, kuorojen - kuin orkestereiden johtaminen. ”Musiikki on ollut mun koko elämä”, kuvaa ammatiltaan musiikkiin erikoistunut opettaja Markku Sandberg.

Myös Mikko Nikulan tutkimuksen tuloksista kävi ilmi se, että suuri osa hänen tutkimukseensa osallistuneista gospelmuusikoista oli kasvanut lapsuuden kodissaan musiikin harrastuneisuutta kannustavassa ilmapiirissä. Soittaminen, laulaminen ja musiikin kuuntelu olivat asioita, jotka monessa kodissa kuuluivat osaksi perhe-elämää. (Nikula 2012, 26.) Otaksun, että Rene Hurstin ja Markku Sandbergin kohdalla musiikin parissa kasvaminen on ollut hyvänä pohjana myöhemmällekin musiikin harrastuneisuudelle. Molemmat järjestäjät olivat tahoillaan kokeneet lapsuuden perheissään kannustusta musiikkiharrastusten saralla.

Hengelliset taustat ovat molemmilla järjestäjillä hyvin samantapaiset. Kumpikin järjestäjä kuuluu helluntaiseurakuntaan, ja sitä kautta hengelliset työt ovat tulleet myös hyvin tutuiksi. Markku Sandberg mainitsee tässä yhteydessä myös vanhempansa, jotka olivat aikoinaan aktiivisia järjestö- ja seurakuntaihmissä.

Myös Nikulan saamien tutkimuksen tuloksien mukaan, lähes kaikki vastanneista gospelmuusikoista kuuluivat johonkin seurakuntaan tai kristilliseen yhteisöön. Näistä 9/10 osallistui niiden järjestämään toimintaan. (Nikula 2012, 52.)

5.3 Kilpailujen järjestäminen ja organisaatio

Kuten aikaisemmin luvussa 3.2 kuvasin, Iiskola-Kesosen (2004, 30–33) mukaan toimiva organisaatio on erittäin tärkeä taustatekijä tapahtumaa järjestäessä. Haastattellessani SM-gospelkilpailun järjestäjiä halusin tietää, millaiset taustalla

olevat organisaatiot ovat olleet heidän kisahistoriansa aikana. Hursti kuvaa asiaa seuraavasti:

Silloin oli yks henkilö: Rene Hursti. Ei ketään muita.

Yllätyin kovasti siitä, että Rene Hursti oli toiminut täysin yksin järjestäessään SM-gospelkilpailuja. Mitään taustalla vaikuttavaa organisaatiota ei ollut Hurstin aikana, vaan kaikki vapaaehtoiset työntekijät sekä tuomaristo olivat hänen kokoamaansa. Oletan, että toimivan taustaorganisaation mukana oleminen olisi voinut helpottaa Rene Hurstin työmäärää. Esimerkiksi erillinen kirjanpitäjä tapahtumalla olisi voinut määritellä etenkin ensimmäistä tapahtumaa suunniteltaessa, ovatko toiveet tapahtuman budjetoinnista realistisia. Rene Hursti toteaa tapahtuman budjetoinnista seuraavasti:

Mulla oli toive, että lipputuloilla mahdollisesti saatais kustannettua kulut. Ja en valitettavasti sitten seurannu muuta kun sitte, ku näki tulot. Et mulla ei ollu semmosta merkonomin koulutusta tai..

Ensimmäiset kilpailut menivät Hurstin aikana taloudellisesti jyrkästi tappion puolelle. Epäilen, että moni järjestäjä olisi jo tässä vaiheessa heittänyt hanskat tiskiin. Luovuttamisen sijaan Hursti huomasi tehneensä virheen ja päätti ottaa seuraavassa kilpailussa käyttöön ilmoittautumismaksut, jolla saatiin sittemmin kilpailutila vuokrattua.

No se oli vaan, mulla oli niin kova halu ja vaikutin koko tohon juttuun, et se oli..Tota, en mä ois lähteny sitä ensimmäistä tekemään, jos mä oisin tienny, et siitä tuli noin paljon takkiin. Mut ei mua sitten enää pelottanu jatkossa mikään, kun mä olin nähny jo, mitä se on, ja mä tiesin virheeni, minkä mä olin tehny. (RH)

Markku Sandberg on puolestaan valmistellut ja järjestänyt kisoja yhdessä tiimin kanssa. Järjestelytiimiin kuuluu eri alan ihmisiä, jotka ovat tulleet tutuiksi Sandbergille seurakuntayhteyksistä niin evankelisluterilaisen seurakunnan kuin helluntaiseurakunnan puolelta. Myös työnsä kautta Markku Sandberg on luonut yhteyksiä eri puolille, ja saanut sitä kautta ihmisiä mukaan tiimiinsä.

Minua kiinnosti kysymys siitä, tuovatko organisaatioon eli tässä tapauksessa järjestelytiimiin kuuluvat jäsenet riittävän panoksen kilpailun järjestämiseen. Markku Sandberg vastasi kysymykseen seuraavasti:

No sanotaan, että silloin kyllä, kun pidetään palaveria, mut sitten kun itse kisan fyysinen työ on, ni ei ihan ollu tarpeeksi mitä vois olla. Toki on myös se tilanne, et mikä on mun oma huono puoli, et mä oon hirveen huono käskemään ihmisiä, et tee tämä ja tee tuo. Että mä melkein sanon tai pyydän, et jos joku tekis, ja sitte ku mä nään että ei tulekaan koko hommasta mitään, ni mä teen itte sitten..

5.4 Projektipäällikön haasteet tapahtumajärjestelyissä

Markku Sandberg mainitsee projektipäällikön haasteeksi aikataulut. Kaikki mukana olevat henkilöt järjestäjää myöten ovat kilpailun järjestelyissä mukana sivutoimisesti. Tämä luo haasteita sille, että kaikki asiat saadaan hyvissä ajoin hoidettua. Esimerkiksi salin varaaminen ja mainoksien tekeminen ei saisi jäädä viime tinkaankin. Sandberg lisää, että monen vuoden kokemus kilpailun vetämisessä auttaa kuitenkin aikataulujen luomisessa ja niissä pysymistä. Tieto siitä, milloin kunkin asian täytyy olla hoidettu helpottaa järjestäjän työtä.

Toki itte kisan johtajana se vastuu on mulla sitten, et aikataulut pitää ja toimii. (MS)

Rene Hursti lähestyy samaa kysymystä hyvin eri tavoin. Hän nimeää haasteisiin sen, kuinka saada kilpailun yleisöön henkilöitä, jotka ovat etäällä hengellisistä asioista. Hurstin mielestä ihmisille tulisi tarjota erilaisia musiikillisia vaihtoehtoja, joista kukin itse päättää, mistä pitää. Hän kuvaa asiaa mielenkiintoisesti:

..että ihmisille pitäis sitä elämää sit tarjota vähän niinku ravintolaan meno, seisova pöytä. Et siinä on kaikki herkut esillä, ja itse valitset sit, jos joku tuntuu tänään pahalta, ni okei, mä en syö sitä sit ens kerralla. Saman lailla täs musiikissakin, et ei kukan oo oikeutettu suodattamaan, minkälaista musiikkia mulle tarjotaan. (RH)

5.5 Lupien hankinta

Molemmat järjestäjät totesivat lupien hankinnan kilpailun järjestämistä varten olleen melko yksinkertaista ja vaivatonta. Rene Hursti pohtii, että medianäkyvyys, julkisuuden henkilöt tuomaristossa sekä kilpailun henkilökohtainen suojeleminen

ministeri Suvi Linden vaikuttivat varmasti siihen, että luvat kilpailua varten olivat helppo saada. Teosto- ja Gramex-korvauksista ei Hurstin aikana tarvinnut huolehtia.

Muistaakseni se meni niin, että kappaleet piti olla semmosia, joita ei oltu etukäteen julkaistu eikä eli ne ei ollu Teoston alaisia vielä. (RH)

Teoston vaatimien ilmoitusten suhteen tilanne on vuosien varrella varmasti muuttunut, koska yhä useampi bändi tai yksityiset bändin jäsenet liittyvät nopeastikin Teoston alaisuuteen.

Markku Sandberg toteaa seuraavasti lupien hankkimisesta kisoihin:

No ne on aika helppoja kyllä ollut, et ensinnä ihan se salin saaminen ollu sillä tavalla hyvä. Keuruun kaupunki on ollu sillä tavalla mukana tässä järjestelyssä, ja me saadaan sali. Se ei maksa mitään. Ja sitte pidon lupa, joka haetaan poliisilta, niin ei oo koskaan tullu bumerangina takasin se anomus, vaan sen mukaan on tehty.

Markku Sandberg otaksuu, että tunnettujen tahojen, kuten Ison Kirjan, Aikamedian, Keuruun seurakunnan ja Keuruun kaupungin mukana oleminen kilpailun taustajärjestöinä ovat lisänneet luottamusta tapahtumaa kohtaan.

Poliisi on käynyt toki paikalla siel kattomassa vähän sit illan mittaan, ni koskaan ei oo mitään ollu ongelmaa jälkeensä selvittää sitte, et joku lupa ois jääny sitten hoitamatta huonosti taikka saamatta tms. (MS)

Teosto- ja Gramex-korvauksista Markku Sandberg kertoo, että Teostolle maksetaan koko tapahtumasta niin sanottu könttäsomma, joka on vuosittain noin 60euroa. Maksu koostuu Teosto-ilmoituksessa mainituista bändeistä.

Molempien järjestäjien vastauksissa näkyi se, kuinka paljon vaikutusta lupien saamiselle on sillä, keitä tapahtuman taustalla on mukana. Vastausten perusteella kummatkin järjestäjät ovat olleet hyvin aktiivisia erilaisten kontaktien luomisessa ja yhteydenottamisessa tärkeisiin tahoihin. Nämä yhteistyökumppanit toimivat hyvinä esimerkkeinä siitä, millaisia yhteyksiä kannattaa tulevaisuudessakin pyytää mukaan SM-gospelkilpailuihin.

5.6 Kilpailun markkinointi ja talous

Kappaleessa 3.4 käsittelen yleisötapahtuman markkinointia Iiskola – Kesosen (2004, 58) määrittelemien neljän osa-alueen kautta: osallistujamarkkinointi, yleisömarkkinointi, markkinointi yhteistyökumppaneille sekä sisäinen markkinointi. SM-gospelkilpailun markkinoinnista järjestäjiä haastatellessani en huomannut kysyä siitä, kuinka järjestäjät itse määrittelevät markkinoinnin käsitteenä ja ovatko nämä Iiskola-Kesosen määrittelemät markkinoinnin neljä osa-alueita tuttuja heille. Molemmilla SM-gospelkilpailun järjestäjillä oli kuitenkin omat näkemyksensä tapahtuman markkinoinnista, ja kummatkin järjestävät pitivät kilpailun markkinointia tärkeänä osa-alueena kilpailuja järjestäessä.

Rene Hursti kuvaa erityisen tärkeänä markkinointia niin sanotulle maalliselle puolelle. Käsitän tässä yhteydessä Hurstin puhuvan markkinoinnista nimenomaan yhteistyökumppaneille sekä tapahtuman markkinoinnista käyttäen hyväksi erilaisia viestintäkanavia.

Ei ollu tarkoitus, että sinne tulis meikäläisiä hakkaamaan käsiä yhteen, ja totta kai sai tulla, et ei se ollu kiellettyä keltään. Mutta idea oli se, että se menee nimenomaan ulkopuolelle ja bändit ja muusikot tulee sieltä tietoisuuteen ja sit niitä tilataan, koska ei siihen aikaan vielä...(RH)

Kohderyhmäksi Rene Hursti nimeää nimenomaan tahot, joiden kautta gospelbändeissä mukana olevat henkilöt voisivat saada näkyvyyttä ja työllistyä.

..Tarkotin, et sinne tulee muusikoita, musiikin alan ammattilaisia, musiikista kiinnostuneita levy- yhtiöistä..joku puolelta tulee katsoo, minkälaisia soittajia löytyy hengelliseltä puolelta, ja et ne sais duunipaikkoja, pääsis levyttään ja niin pois päin. (RH)

Markku Sandberg lähestyy markkinointia kilpailussa sitä kautta, että mitä enemmän demoja tulee kilpailuun, sitä tasokkaampi ja valikoidumpi joukko on kisaamassa loppukilpailussa. Sandberg toteaa, että ei ole tarkoitus, että demoja on yhtä paljon kuin mitä on itse loppukilpailussa. Hän lisää, että vielä enemmän voisi laajentaa markkinointia, jotta tietoisuus kilpailusta lisääntyisi. Käsitän, että tässä yhteydessä Markku Sandberg puhuu nimenomaan markkinoinnin laadullisista tavoitteista. (Iiskola- Kesonen 2004, 56). Näin ollen hyvin toteutettu markkinointi ennen varsinaista kilpailua todennäköisesti edesauttaa useampien gospelbändien

hakeutumista kilpailuun. Tällöin myös kilpailuun valittujen bändien esittämä musiikki on tasoltaan laadukkaampaa. Oletan, että yleisön kannalta on mielekkäämpää tulla kuulijaksi kilpailuun, jossa tarjoillaan "gospel-kermakakkua" erityisen hyvien gospelbändien esittämänä.

Kilpailun kohderyhmästä Markku Sandberg ilmaisee toiveen siitä, että gospeltai-vaan kirkkaimmat tähdet olisivat kisassa mukana. Tähän asti tilanne on ollut se, että kilpailuun ilmoittautuu lähinnä sellaisia gospelbändejä, jotka ovat olleet vasta muutaman vuoden koossa.

Et toki, kun on SM- kilpailu, ni toivois, et oikeesti olis tämmösiä, sanotaan näin sitaateissa 'Pro Fide, Rain, HB, G-Powered'..tämmösiä huippubändejä olis siellä kisaamassa, jotka on jo saanu meriittiä, jotka on jo huipulla, ni ois siin kisaamassa sitte, ja katottas, et kuka niistä on paras. (MS)

Olen samaa mieltä Markku Sandbergin kanssa siitä, että kilpailussa olisi hyvä olla mukana mahdollisimman tasokkaita gospelbändejä. Ajattelen kuitenkin, että mikäli kisaavat bändit ovat jo kovin tunnettuja gospelpuolella, bändien hyöty kilpailusta ei välttämättä ole niin suuri. Tunnetuilla gospelbändeillä on usein jo muutenkin paljon keikkoja sekä kontakteja alan ammattilaisiin. Katson, että uusien, vielä vähän tuntemattomien bändien osalta kilpailusta saamat hyödyt voisivat olla suurempia. Uusien kontaktien luominen, sekä esiintymiskokemuksen karttuminen kilpailussa voivat toimia positiivisena kannusteena bändiharrastuksen jatkumiselle kilpailun jälkeenkin.

SM-gospelkilpailun markkinointia pyrittiin tehostamaan syksyllä 2011 kokoamalla levy kilpailun voittajabändien musiikista. Tavoitteena projektilla oli saada näkyvyyttä itse kilpailulle sekä saada levymyynnin kautta varallisuutta SM-gospel yhdistys ry:lle kilpailun tulevaisuutta ajatellen. Olin päävastuullisena tuottajana kokoelmalevyn koonnissa, johon käytin valtavasti aikaa. Lopputulokseen olimme tiiminä kovin tyytyväisiä, ja levyjä painettiin lopulta 450 kappaletta. Tähän asti levymyynti ei ole kuitenkaan tuottanut niin hyvää tulosta, kuin olisimme toivoneet. Jälleen vastassa on sama haaste siitä, kuinka saada markkinointi toimimaan niin, että sillä saataisiin kaivattu näkyvyys sekä kilpailulle että itse kokoelmalevylle.

Sponsoreiden hankkiminen kilpailuja varten on Rene Hurstin aikaan tapahtunut pääasiassa henkilökohtaisten suhteiden kautta.

..että esimerkiksi tossa Viikkari, joka lähti mukaan sitte sponsoroimaan ne palkinnot mitä siellä oli, ni mä otin ite yhteyttä siihen markkinointijohtajaan, jonka mä tunsin taas muuten, rumpali Heikki Dahlbron. (RH)

Rahallista sponsoritukea Hursti ei saanut kilpailujen järjestämiseen, mutta kilpailuun osallistuneet bändit saivat lahjakortit Viking Linelta, joilla he myöhemmin pääsivät risteilylle. Rene Hursti pohtii, että markkinointiarvoon kuuluvaksi voitaisiin laskea myös median mukana oleminen kilpailuissa. Näkyvyys on tärkeä asia varsinkin uutta tapahtumaa järjestäessä.

Markku Sandberg on hoitanut sponsorisuhteita kulkemalla yritysten ovilla keräämässä rahallista tukea kilpailuja varten.

..Se on eka kerran 2005 lähdin, ja silloin oli tilanne se, et mä kävin kymmenellä ovella, ni kaks sano, et he antaa sen viis kymppiä tähän näin. Mut tänä päivänä on tilanne se, että mä kierrän, et ketkä on ollu mukana tässä kisassa tukemassa, ni mä meen niitten ovelle. Ne tietää heti kun mä ilmestyn sinne, et mikä on kysymys. Sanoo, että juu Markku laita vaan sinne..(MS)

Vastausten perusteella käsitän suureksi haasteeksi SM-gospelkilpailun tulevaisuutta ajatellen sen, kuinka saada sponsoritukitoiminta toimimaan niin, että kaikki kilpailuun liittyvät kulut saataisiin katettua. Molemmat järjestäjät ovat laittaneet omia rahoja likoon tapahtuman hyväksi varsinkin tapahtuman alkuaikoina. Se ei kuitenkaan ole kilpailun tarkoitus. Mikäli kilpailun taustajärjestönä toimivalle SM-gospel yhdistys ry:lle saataisiin esimerkiksi jatkossa sellainen henkilö, joka keskittyisi pääsääntöisesti varainhankintaan, se loisi paremmat mahdollisuudet kisan järjestäjälle keskittyä itse kilpailun kehittämiseen. Tähän asti kilpailun rahoituksen sekä sponsoreiden hankkimisesta ovat vastanneet ainoastaan kilpailun järjestäjät.

5.7 Ohjeita järjestäjiltä tuleville järjestäjille

SM-gospelkilpailun tulevaisuutta ajatellen Rene Hursti antaa mahdollisille kilpailun seuraaville järjestäjille seuraavia ohjeita:

Älkää jääkö nysväämään sinne omaan nurkkiinne, vaan jos tarviitte jossain vaiheessa apua, ni mäkin voin järjestää yhteyksiä. Viekö se sinne, mihin se kuuluu.

Rene Hursti esittää erityisen tärkeäksi asiaksi myös sen, että lahjakkaita muusikoita kristillisistä piireistä tuotaisiin esille maallisella puolella. Hän tuo julki sen, että elannon saaminen muusikkona pelkästään kristilliseltä puolelta on Suomessa on hyvin vaikeaa. Olen havainnut saman asian gospelpiireissä toimiessani. Etenkin suurempien gospelbändien keikkapalkkiot jakaantuvat niin monen henkilön kesken, että yhdelle henkilölle jää vain nimellinen korvaus esiintymisestä. Monelle suomalaiselle gospelmuusikolle tämä tarkoittaa sitä, että rahan tulo hoidetaan muusta ammatista käsin, ja keikkailu oman bändin kanssa jää lähinnä harrastukseksi. Tämä on mielestäni todella harmillista.

Markku Sandberg ilmaisee merkittäväksi asiaksi SM-gospelkilpailun tulevaisuutta ajatellen sen, että se sama alkuperäinen kilpailun idea: tuoda gospelmusiikkia tunnetuksi ja auttaa bändejä viemään evankeliumia eteenpäin, on edelleen hyvä ja kestävä pohja kilpailuille.

Tulevana SM-gospelkilpailun järjestäjänä yhdyn Markku Sandbergin ehdotukseen kilpailun alkuperäisen idean säilyttämisestä. Olen kokenut gospelmusiikin esittämisen ja tekemisen hyvin merkityksellisiksi asioiksi kohta seitsemän vuotta G-Powered -bändini kanssa erilaisissa suomalaisissa gospeltapahtumissa kiertäessäni. Ajattelen, että haluan jatkossa olla mukana auttamassa tulevia kykyjä tällä samalla tiellä.

Markku Sandberg pohtii, olisiko hyvä pitää kilpailu jatkossa itsenäisenä kilpailuna, vai laajentaa sitä osaksi jotakin suurempaa tapahtumaa kuten Maata näkyvissä -festivaaleja tai Ristirockia. Sandberg tuumii myös, kuinka toimisi se, että erillisenä päivänä olisi kilpailu, ja seuraavana päivänä konsertti, jossa kilpailun parhaat bändit pääsisivät lauteille esiintymään. Hän lisää, että kilpailujen jälkeen olisi

bändeille hyvä tarjota nykyistä enemmän sovittuja keikkoja. Tähän asti voittajabändit ovat päässeet soittamaan ainakin Keuruun gospelfestivaaleille – Isoon Soittoon sekä Youth Celebrationiin.

Tällä hetkellä olemme saaneet SM-gospeltiimille ehdotuksia eräiltä gospelfestivaaleja Suomessa järjestäviltä tahoilta liittää SM-gospelkilpailu osaksi tiettyjä tapahtumia. Itse olen hyvin myöntyväinen tällaiseen yhteistyöhön. Uskoisin, että loppukeväästä 2012 selviää, mihin kilpailu ensi vuonna suuntaa. On hyvin mahdollista, että kilpailun pitopaikkakuntakin tulee tulevaisuudessa vaihtumaan.

5.8 Kyselylomakkeiden kautta tulleita kehittämisehdotuksia

Vastaaja (M10) toivoo kilpailun järjestelyihin mukaan luterilaisen seurakunnan edustajia helluntailaisten sekä vapaiden suuntien lisäksi. Vastaaja otaksuu, että tämä toisi kilpailulle enemmän näkyvyyttä ja lisäarvoa. Yhdyn tähän ehdotukseen täysin. Mielestäni yhteiskristillinen yhteistyö on tänä päivänä erityisen tärkeää. Olisi upeaa, jos mukana olisi mahdollisimman monta eri seurakuntaa suuntauksesta riippumatta.

Yksi vastanneista, (M8), pohtii sitä, kantaisiko kilpailu paremmin jonkun isomman tapahtuman osana, esimerkiksi Maata Näkyvissä -festivaalien. Sama vastaaja ehdottaa myös kuorosarjaa bändikilpailun lisäksi, koska tasokkaiden kuorojen määrä Suomessa on lisääntynyt. Vastaaja (N1) pohtii puolestaan sitä, voisiko kilpailupaikka olla tulevaisuudessa joko Tampere tai Helsinki. Hän olettaa, että paikkakuntaa vaihtamalla yleisöä saataisiin mahdollisesti enemmän paikalle. Ajattelen, että paikkakunnan vaihdos saattaisi olla hyvä asia SM-gospelkilpailun tulevaisuuden kannalta. Haasteena tässä tosin on uusien yhteistyökumppaneiden löytäminen, sekä paikan valinta kilpailulle. Kuorosarja on myös varteen otettava vaihtoehto kilpailuun lisäosioksi, kunhan ensin saadaan muu kokonaisuus mahdollisimman toimivaksi. Pohjatyon on hyvä olla kunnossa, ennen kuin kilpailun sisältöä ryhdytään laajentamaan.

Useassa vastauksessa tuodaan esille tuomareiden vaihtuvuus kilpailussa vuosittain. Erityisesti mukaan toivotaan mielenkiintoisia ja huomiota herättäviä henkilöitä. Mielestäni kiinnostavien henkilöiden mukaan kutsumista kilpailuihin olisi hyvä tehdä jatkossakin. Mikäli kilpailulle saataisiin uusia rahoittajia, olisi myös tuomareille varaa maksaa tehtävistään palkkioita. Tähän asti siihen ei ole ollut mahdollisuutta.

Uusiutumisen ja kilpailun jatkuvan kehittämisen mainitsee vastaaja (M7). Myös markkinointiin ja mainostukseen toivotaan lisää panostusta. Vastaaja (M6) ehdottaa uusiksi yhteistyötahoiksi Radio Deitä sekä Tv7. Pidän kilpailun kehittämistä todella tärkeänä asiana. Markkinointi ja mainostus ovat olennaisia asioita uusien ideoiden syntymiseen sekä yhteistyökumppanien löytämiseen. Radio Dein kanssa yhteistyötä on jo jonkin verran. Toivottavasti tulevaisuudessa tämä yhteistyö saa jatkua, ja löydetään myös uusia muotoja yhteistyön toteuttamiseen.

Vastaaja (M6) toivoo huomion kiinnittämistä kilpailun puitteisiin. Samassa vastauksessa kaivataan järjestelytiimiin mukaan ”tekijätyyppelijä”, jotka hallitsevat hyvin bänditoimintaan liittyvät asiat. Toisaalta vastaaja (N9) mainitsee tyytyväisyytensä kaikkiin kilpailujärjestelyihin, sekä järjestäjien että tuomarien osalta. Arvioin, että eri bändit ovat kokeneet kilpailun puitteet eri lailla. Tavoitteena on saada kilpailupaikasta mahdollisimman toimiva. Pohdin, että mahdollisesti jatkossa voisi joka kilpailun jälkeen kysyä kilpailijoilta bändeiltä heidän kokemuksiaan kilpailusta. Näin järjestäjät pysyvät valppaina mahdollisten muutosten tekemiseen seuraavissa kilpailuissa. Toisaalta, nähdään myös, mitkä asiat ovat toimineet hyvin.

6 PÄÄTÄNTÖ

Tutkimuksessani olen esitellyt hyvin käytännön läheisesti tapahtuman järjestämiseen liittyviä asioita järjestäjän näkökulmasta käsin. Tutkimustyötä tehdessäni olen yllättynyt siitä, kuinka paljon eri asioita tapahtumaa suunnitellessa täytyy ottaa huomioon. Tapahtuma koostuu monen eri osa-alueen summasta, ja yhdenkin asian huomioimattomuus voi johtaa siihen, että tapahtumaa ei voida järjestää. Esimerkiksi ajoissa lupien hakeminen poliisilta, mainonnan puutteellisuus tai sponsoreiden haluttomuus lähteä mukaan tapahtumaan, voivat olla syynä tapahtuman peruuntumiseen. Toisaalta, hyvin toimiva markkinointi ja sopiva määrä sponsoreita voivat osaltaan mahdollistaa kilpailujen järjestämisen jatkossa.

Käsitän, että etenkin rippikouluikäiset nuoret sekä nuoret aikuiset ovat potentiaalista kohderyhmää SM-gospelkilpailulle. Esimerkiksi evankelisluterilaisen seurakunnan järjestämissä rippikouluissa nuoren tulee käydä erilaisissa kirkollisissa tilaisuuksissa saadakseen merkintöjä rippikouluvihkoonsa. Seurakuntakohtaisesti näistä 2-3 kappaletta tulisi olla nuorteniltoja, gospelkonsertteja tai gopeltapahtumia. (Rautkoski Mirja, 2011). Näin nuoret, jotka eivät välttämättä vielä tiedä, mitä kaikkea gospelmusiikki saattaa tarkoittaa, voivat nähdä erilaisia kokoonpanoja ja erilaisten musiikkityylien edustajia yhdellä kertaa.

Nikulan tutkimuksen perusteella noin kaksi kolmasosaa vastaajista oli innostunut gospelmusiikkiin suuntautumisesta gopeltapahtumien tai konserttien kautta. (Nikula 2012, 30.) Itse innostuin gospelmusiikin esittämisestä noin kymmenen vuotta sitten gospel-tapahtumassa Ryttylässä, jossa esiintyi Turvakytin-niminen kokoonpano. Ennen tätä kokemusta en tuntenut tämän kaltaisia yhtyeitä. SM-gospelkilpailu voi mielestäni olla yksi tällainen tapahtuma, joka innostaa omaa paikkaansa etsiviä nuoria gospelmusiikin pariin.

Kosonen (2010, 296) toteaa, että kaiken tekemisen lähtökohtana on motiivi, syy aloittaa tekemään jotakin, jatkaa jotakin tai päättää lopettaa jotakin. Jotta motiivi voi ylipäättään herätä, tarvitaan subjekti eli joku, joka motivoituu, sekä objekti eli kohde, joka motivoi. (Kosonen 2010, 296.) Rene Hurstin tapauksessa motiivi järjestää SM-gospelkilpailuja on täytynyt olla todella suuri, ja toisaalta usko omaan

visioonsa kilpailun mahdollisuuksista luja. Uuden kilpailun luominen sekä kisan jatkaminen ovat vaatineet suurta motivaatiota ja tahtoa järjestäjän taholta osittaisesta taloudellisesta tappiosta huolimatta.

Toisaalta tavoitteella on suuri merkitys siihen, kuinka motivoituneesti jotakin asiaa tekee ja kuinka voimakas motivaatio on. (Kosonen 2010, 297). Olen sitä mieltä, että kumpikin järjestäjä on tahollaan osoittanut suurta antaumusta ja omistautumista kilpailun järjestämisessä. Minussa herättää suurta kunnioitusta Rene Hurstia ja Markku Sandbergia kohtaan palo järjestää kisoja kaikkien haasteidenkin keskellä. Molemmat miehet ovat tahoillaan osoittaneet sen, kuinka motivaatio tehdä jotakin voi kantaa hyvin pitkälle. Uskon, että selvät visiot sekä polte saada evankeliumia musiikin kautta eteenpäin ovat olleet kantavina voimina läpi SM-gospelkilpailujen historian. Ne ovat myös asioita, joiden ajattelen olevan tärkeimpiä vaikuttavia tekijöitä omaan motivaatiooni kilpailujen päävastuullisena järjestäjänä jatkossa.

Kyselylomakkeiden kautta tulleissa vastauksissa SM-gospelkilpailujen kehittämisehdotuksiksi nousi esille muun muassa markkinoinnin laajentaminen, kilpailun siirtäminen mahdollisesti toiselle paikkakunnalle sekä uusien yhteistyötahojen etsiminen mukaan kilpailuun. Samoja asioita nousi esille myös järjestäjien haastatteluista. Molemmat järjestäjät pitivät kilpailujen markkinointia tärkeänä, ja Markku Sandberg pohti kilpailujen siirtämistä tulevaisuudessa toiselle paikkakunnalle tai osaksi jotain suurempaa gospeltapahtumaa. Seuraavassa SM-gospel yhdistys ry:n tiimipalaverissa nämä ovat asioita, jotka on syytä nostaa esille.

Järjestäjien haastatteluissa nousi esille se, kuinka henkilökohtaiset suhteet ja verkostoituminen ovat tärkeällä sijalla tapahtumaa järjestäessä. Pidän näitä asioita myös hyvin tärkeinä osina kilpailun eteenpäin viemisessä. Aion käyttää jatkossa kilpailuja vetäessäni hyödyksi omia verkostojani, joita olen saanut sekä Jyväskylän yliopiston musiikin laitoksella opiskellessani, Jyväskylän ammattiopiston musiikin yksiköstä, sekä kontakteja, joita olen saanut G-Powered -bändini kanssa keikkaillessa ympäri Suomea. Lisäksi SM-gospelkilpailun aikaisemmat järjestäjät ovat lupautuneet olemaan apuna ja järjestämään tarvittaessa eri tahoja mukaan kilpailujen toteuttamiseen. Markku Sandberg on lupautunut myös olemaan mukana jatkossa kilpailujen suunnittelussa taustahenkilönä.

SM-gospelkilpailun ensimmäinen vetäjä Rene Hursti oli saanut ihailtavan paljon näkyvyyttä kilpailuille eri medioissa. Jatkossa voisi harkita SM-gospelkilpailun nostamista uudelleen esille esimerkiksi MTV3-kanavalla ja Aamutelevisiossa. Sitä kautta voisi löytyä markkinointiarvon lisäksi myös uusia innokkaita tekijöitä tiimin jäseniksi.

Toisaalta kilpailun järjestelytiimissä nyt jonkin aikaa mukana olleena olen huomannut, että Markku Sandberg hoitaa käytännössä suurimman osan kilpailuun liittyvistä järjestelyistä itse. En voi olla miettimättä, onko ongelma siinä, että tiimissä mukana olevat ihmiset eivät ole tarpeeksi motivoituneita tehtävistään, vai onko kyse enemmän kurin puutteesta johtajan, eli tässä tapauksessa Markku Sandbergin suunnalta. Toisaalta, käsittääkseni kilpailun suunnittelutiimi on pysynyt melko pitkään samana, jolloin Sandberg on jo hyvin ehtinyt näkemään kunkin tiimissä olevan henkilön tiedot, taidot ja osaamisen tason.

Taustalla oleva organisaatio ei itsessään auta tapahtumaa onnistumaan mallikkaasti. (ks. esim. Iiskola-Kesonen 2004, 30–33.) Organisaation jäsenten täytyisi olla sitoutuneita yhteisiin päämääriin ja olla motivoituneita tehtävissään, jotta tapahtuma voisi onnistua parhain päin. Toisaalta myös se, että SM-gospelkilpailun suunnittelussa mukana olevilla henkilöillä, tiimiläisillä, olisi enemmän eri alojen osaamista, tehostaisi mielestäni yhdistyksen toimintaa.

Edellä mainitsemani asiat ovat käsityksieni mukaan suuria haasteita SM-gospelkilpailun tulevaisuuden kannalta. Mielestäni järjestäjävaihdoksen tapahtuessa olisi syytä kokoontua nykyisen tiimin kanssa yhteen miettimään kunkin omaa kiinnostusta ja halua jatkaa kilpailun eteenpäin viemistä. Alkuperäisen yhteisen vision mieleen palauttaminen sekä jokaisen mukana olevan tiimiläisen vastuualueen kohdentamista olisi syytä pohtia huolella. Yhdelle ihmiselle näin suuren tapahtuman järjestäminen olisi mielestäni liian suuri taakka, vaikka Rene Hursti ja Markku Sandberg ovat molemmat olleet aikanaan hyvin pitkälti yksin vastuussa tapahtuman järjestämiseen liittyvistä asioista.

Jatkotutkimuksien kannalta näkisin potentiaalisiksi tutkimuskohteeksi gospelmusiikin soittamisen suomalaisilla radiokanavilla. Kysymys siitä, miksi gospelmusiikkia ei soiteta juurikaan muilla kanavilla kuin Radio Deissä, kiinnostaa minua suuresti. SM-gospelkilpailussa hyvin menestyvien bändien musiikkia olisi hienoa saada soimaan useammallekin radiokanavalle. Esimerkiksi vuoden 2012 SM-gospelkilpailun voittajabändi, englannin kielistä folk-rockia soittava Great Wide North -yhtye oli tasoltaan niin kova, että se päihittäisi varmasti monet maallisella puolella paraikaa esillä olevat bändit musiikillisilla taidoillaan.

LÄHTEET

Allen, J., O` Toole, W., Harris, R., McDonnell, Ian., Stokes, R. (2005). *Festival and special event management*. (3.painos). Singapore: Kyodo Printing Co (S`pore) Pte Ltd.

Haikarainen, R. (1980). *Nuorten hengellinen musiikki. – Se on edessäpäin*. Teoksessa K. Virtanen (toim.) *Kristillisen nuorisotyön historian ja nykyisyyden oppikirja Nuorten keskus r.y: n täyttäessä 75vuotta*. Helsinki: Nuorten keskus.

Haikarainen, R. (1993). *Gospel – suomalaisen nuorisomusiikin kummajainen*. Aksentti (1), 4-8.

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2000). *Tutki ja kirjoita*. (6.painos). Helsinki: Tammi.

Hursti, R. (2011). *Henkilökohtainen tiedonanto: puhelinkontakti*. 7.12.2011.

Iiskola- Kesonen, H. (2004). *Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille*. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry. SLU- julkaisusarja 10/04: Suomen Graafiset Palvelut Ltd.

Jokinen, J., Huhtala, R., Hynynen, R., Jäntti, J., Kostamo. E., & Sonninen, J. (2006). *Johtamisen taskuopas- Johtamisen kokonaisuus hallintaan*. (4.painos). Espoo: Johtamisvoima oy.

Kauhanen, J., Juurakko, A., & Kauhanen, V. (2002). *Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*. Vantaa: WSOY.

Kemp, C. (2008). *Music Event Management & Promotion*. Chamberlain, R., Stone, R. (toim.) (3. painos). London: Elm Publications.

Keränen, T-T. (2003). *Haparoivan polulla Maata Näkyvissä - Gospelpainotteinen messuprojekti*. Kirkkomusiikin koulutusohjelma. Sibelius-Akatemia. Kuopion osasto. Musiikin maisterin tutkintoon liittyvän projektin kirjallinen työ.

Kirkon tutkimuskeskus. Saatavissa:

<http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp?open&cid=Content2E4677> (Viitattu 2.9.2011).

Kosonen, E. (2010). *Musiikkiharrastusten motivaatio*. Teoksessa J. Louhivuori & S. Saarikallio (toim.) *Musiikkipsykologia*. Jyväskylä: Atena WS Bookwell, 295-310.

Könönen, J., & Huvi, T. (2005). *Kahden maan kansalaiset - Suomi- gospelin historiaa*. Helsinki: Suomen lähetysseura.

Lampinen, J., Välikylä, T., (2009). *Yleisötilaisuuden järjestämisopas*. Sastamala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Maata näkyvissä –festivaalit. Saatavissa: <http://www.maatanakyvissa.fi/ohjelma> (Viitattu 1.3.2012).

Niemelä, K. (2011). *Henkilökohtainen tiedonanto: sähköpostikontakti*. 3.9.2011.

Nikula, M., (2012). *”Oli halu soittaa heviä ja julistaa sanaa” – suomalaisen gospelmuusikon profiili*. Jyväskylän yliopisto. Musiikkitieteen laitos. Pro gradu.

Pulkkinen, P. (2000). *Hengellisen musiikin merkitys rippikoulunuoren elämässä*. Oulun yliopisto. Oulun opettajankoulutuslaitos. Pro gradu.

Rautkoski, M. (2011). *Henkilökohtainen tiedonanto: puhelinkontakti*. 31.8.2011.

Sallinen, S. (2011). *Henkilökohtainen tiedonanto: tapaaminen*. 1.9.2011. Jyväskylä.

Sauer, E., Salovaara, P., Mikkonen, A – M., Ropo, A. (2010). *Johtajuuden uusi taide*. Tampere: University Press.

Savolainen, U. (2011). *Johtajuus kuoronjohtajan työssä. Haastattelututkimus kuoronjohtajien asia-, henkilö- ja ryhmän johtamisen taidoista*. Jyväskylän yliopisto. Musiikkitieteen laitos. Pro gradu.

Tuomola, O. (1999). *Onko hengellistä musiikkia olemassa? –Tutkimus Maata Näkyvissä -festareiden 1996 osallistujien suhteesta hengelliseen musiikkiin*. Turun yliopisto. Musiikkitieteen laitos. Pro gradu.

Valkama, L. (2003). *Musiikkifestivaalit yritysten sponsoroinnissa*. Jyväskylän yliopisto. Musiikkitieteen laitos. Lisensiaattityö.

Valkama, L. (2012a). *Henkilökohtainen tiedonanto: puhelinkontakti*. 29.3.2012.

Valkama, L. (2012b). *Henkilökohtainen tiedonanto: puhelinkontakti*. 2.4.2012.

Vuoripuro, J. (2007). *Suurten yleisötilaisuuksien turvallisuusopas*. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Ågren, A. (2011). *Henkilökohtainen tiedonanto: puhelinkontakti*. 2.9.2011.