



## **IMPROA KAIKILLE**

Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliikkeen esityksen  
järjestäminen

Kaisa Järventie

Opinnäytetyö  
Maaliskuu 2011  
Matkailun koulutusohjelma  
Tampereen ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

JÄRVENTIE, KAISA: Improa kaikille - Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliikkeen esityksen järjestäminen

Opinnäytetyö 35 s., liitteet 1 s.  
Maaliskuu 2011

---

Tässä opinnäytetyössä tutustutaan tapahtumajärjestämiseen ja Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry:een. Työssä käydään läpi marraskuussa 2010 Tampereen Ylioppilasteatterilla järjestetyn Harhaliikkeen avoimen esityksen tapahtumajärjestelyt ja tapahtuman kulun. Työn tarkoituksena on saada selkeä kuva siitä, miten järjestetään Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliikkeelle onnistunut tapahtuma.

Opinnäytetyö lähtee liikkeelle tutustumisesta tapahtumanjärjestämiseen, tapahtumamarkkinointiin, improvisaatioteatteriin ja Harhaliikkeeseen. Tutkimuksessa käydään läpi 19.11.2010 järjestetyn avoimen esityksen tapahtumajärjestelyitä ja markkinointia, ja niitä analysoidaan teorioiden avulla. Havainnointitutkimuksessa kerättiin talteen tietoja tapahtumasuunnittelusta ja sujuvuudesta. Kyseessä oli kvalitatiivinen havainnointitutkimus.

Tapahtumanjärjestely oli pienistä vastoinkäymisistä huolimatta onnistunutta ja suurilta ongelmilta vältyttiin. Suuria muutoksia kesken tapahtumaa ei tullut. Yleisöä oli paljon paikalla, joten markkinointi oli onnistunutta. Tapahtuma sujui kaikin puolin hyvin ja asiakkaat tuntuivat nauttivan tapahtuman ohjelmasta. Tutkimuksesta saatiin paljon hyödyllistä kirjoitettua tietoa siitä mitä kaikkea Harhaliikkeen tulisi huomioida tapahtumia järjestäessä. Tulevaisuudessa tullaan järjestämään lisää avoimia esityksiä Harhaliikkeelle.

---

Avainsanat: Tapahtumanjärjestäminen, tapahtumamarkkinointi,  
improvisaatioteatteri.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism

JÄRVENTIE, KAISA: Improvisation theatre for all: organising a show for the improvisation theatre group Harhaliike.

Bachelor's thesis 35 pages, appendices 1 page  
March 2011

---

The purpose of this thesis was to get to know event organising and improvisation theatre group Harhaliike. This thesis covers the preparations and execution of the improvisation show in November 2010. The show was held in Tampereen Ylioppilasteatteri. The objective of this thesis was to build a clear picture of arrangements which are necessary when organising such an event. The objective was also to create a basis for other events for Harhaliike.

This thesis begins with the introduction to the event organising theories and Harhaliike. The arrangements and marketing of this particular event, which was on the 11th of November 2010, are discussed from a theoretical perspective. This thesis was carried out as an observational study. Observations were made both before and during the event.

There were no great difficulties when arranging the event. During the event there were no unexpected changes. Due to successful marketing the event attracted a lot of customers. The event was all-round success, and it seemed as if the customers were enjoying themselves. Through the event valuable information was gathered which could be used in the future when organising similar shows for Harhaliike.

---

Keywords: Event management, event marketing, improvisation theatre

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	5
1.1 Tutkimuksen kohde .....	5
1.2 Käsitteet ja teoria.....	6
1.3 Tutkimuskysymykset .....	7
1.4 Aineisto ja menetelmät .....	7
1.5 Tutkimuksen kulku.....	8
2 TAPAHTUMANJÄRJESTÄMINEN JA IMPROVISAATIOTEATTERIRYHMÄ HARHALIIKE.....	10
2.1 Tapahtumanjärjestäminen .....	10
2.1.1 Tapahtumamarkkinointi .....	11
2.2 Improvisaatioteatteri .....	12
2.3 Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike .....	14
3 IMPROVISAATIOTEATTERIRYHMÄ HARHALIIKE RY:N AVOIN ESITYS 19.11.2010 .....	16
3.1 Avoimen esityksen suunnittelu ja järjestelyt .....	16
3.1.1 Budjetti .....	20
3.2 Tapahtuma alkaa.....	20
3.3 Tapahtuman jälkeen .....	26
4 AVOIMEN ESITYKSEN MARKKINOINTI .....	29
4.1 Etukäteismarkkinointi .....	29
4.2 Tapahtumamarkkinointi .....	30
5 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	31
6 LOPUKSI .....	33
LÄHTEET.....	34
LIITE .....	35

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen kohde

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutustua Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry:een, ja erityisesti tutustua siihen kuinka tälle ryhmälle järjestetään esitys ja miten sitä markkinoidaan. Tästä eteenpäin käytän ryhmästä pelkästään Harhaliike nimeä. Idea tähän aiheeseen on tullut oman harrastukseni kautta, sillä olen yksi Harhaliikkeen jäsenistä. Tämä opinnäytetyö voidaan luokitella tilaustyöksi, ja idea opinnäytetyöhön syntyi Harhaliikkeen jäsenten kanssa, jotta saisimme kirjoitettua tietoa siitä, mitä kaikkea meidän tulisi huomioida avointa improvisaatioesitystä järjestäessä.

Tavoitteeni tässä työssä on tutustua kokonaisuudessa tapahtumanjärjestämiseen, esitellä Harhaliikettä ja sen syntyä. Esittelen myös yleisesti mitä improvisaatioteatteri on. Tässä työssä tarkastellaan Harhaliikkeen avoimen esityksen järjestämistä. Esitys, jota käsittelen, järjestettiin 19.11.2010 Tampereen Ylioppilasteatterilla. Se oli Harhaliikkeen kolmas kaikille avoin esitys. Tutkin kuinka tapahtumajärjestelyt sujuivat, täyttikö esitys odotukset ja miten kaikkea voidaan parantaa seuraavaa esitystä varten.

Verhelä ja Lackman (2003, 18) sisällyttävät ja rinnastavat matkailun ohjelmapalveluihin. Tapahtumat, teatteri ja muu esittävä taide ovat osa näitä matkailun ohjelmapalveluita. Tähän kyseiseen tapahtumaan ovat voineet osallistua myös ulkopaikkakuntalaiset kulttuurista kiinnostuneet matkailijat.

Päätän opinnäytetyön yhteenvetoon, jossa on pohdittu mitä kaikkea tapahtumanjärjestäjältä vaaditaan ja millä tavalla Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike voi vielä kehittyä tapahtuman järjestäjänä. Pohdin myös onko tulevaisuudessa yleisempää järjestää avoimia improvisaatioesityksiä ja miltä Harhaliikkeen tulevaisuus vaikuttaa tällä hetkellä.

## 1.2 Käsitteet ja teoria

Työn pääteoria on tapahtumanjärjestäminen. Käyn läpi opinnäytetyössä onnistuneen tapahtuman järjestämisen, mitä kaikkea tarvitaan onnistuneen tapahtuman valmisteluun. Tarkastelen Harhaliikkeen esitystä, siihen tehtyjä valmisteluja ja toimenpiteitä ennen tapahtumaa ja itse tapahtuman aikana. Myös tapahtumamarkkinointia sivutaan teoriassa. Tapahtumanjärjestäminen on prosessi johon kuuluu kolme eri vaihetta; suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Tapahtuman ideasta riippuen, minimiaika onnistuneen tapahtuman järjestämiseen on vähintään kaksi kuukautta. (Vallo & Häyrynen 2008, 147.) Tässä työssä käytettyyn esimerkkiin Harhaliikkeen avoimen esityksen järjestämiseen käytettiin hieman alle kaksi kuukautta, eli aikataulu oli hyvin tiukka.

Tapahtumamarkkinointi on Vallon ja Häyrysen (2008, 20) mukaan markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä. Järjestämällä kaikille avoin esitys ja markkinoimalla sitä, Harhaliike lisää tunnettavuuttaan. Tällaisia avoimia esityksiä Harhaliike on järjestänyt pari kertaa aikaisemminkin. Käsittelen tässä opinnäytetyössä seuraavia käsitteitä tehdessäni analyysia Harhaliikkeen avoimesta esityksestä; tapahtumanjärjestäminen, tapahtumamarkkinointi, improvisaatioteatteri, avoin esitys.

Tässä työssä tapahtumanjärjestäminen ja tapahtumamarkkinointi ovat sekä teorioita että käsitteitä, jotka avaavat syvemmin 2. luvussa. **Tapahtumanjärjestäminen** on pitkä prosessi jossa on hyvä käyttää apuna tehtäväluetteloa. Tapahtumasta vastaava projektipäällikkö voi käyttää listaa valmistelujen edetessä tarkistuslistana valvoessaan ennakkovalmistelujen sujumista. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 50). Kun suunnitellaan tapahtumaa, on mietittävä tarkkaan, että mitä, miksi ja kenelle järjestetään. Näistä kysymyksistä syntyy usein vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. (Vallo & Häyrynen 2008, 147–148, 93–98.) **Tapahtumamarkkinointi** tarkoittaa markkinointia, joka toteutetaan tapahtuman kautta joko tekemällä yhteistyötä jo olemassa olevan tapahtuman kanssa tai sitten järjestämällä oma tapahtuma (Muhonen & Heikkinen 2003, 41, 82).

**Avoim esitys** tarkoittaa suurelle yleisölle avointa esitystä. Harhaliike tekee avoimien esitysten lisäksi tilauskeikkoja, joissa esiinnyttään vain tietylle ryhmälle, joka on Harhaliikkeeltä tilannut esityksen tilaisuuteensa. Avoin esitys on sellainen, mikä ei ole kenenkään tilauksesta järjestetty, ja sitä markkinoidaan kaikille esim. Harhaliikkeen omilla nettisivuilla ja aamulehdessä. Näin myös matkailija saa tietoa esityksestä ja voi saapua paikalle.

Uusi suomen kielen sanakirja selittää **improvisaation** tuotteeksi joka luodaan esityshetkellä, eli valmistelematta tehty esitys (MOT Gummerus Uusi Suomen kielen sanakirja). Improvisaatioteatteri perustuu esiintyjien ja katsojien vuorovaikutteiseen spontaaniuteen. Improvisaatioteatterissa puheeseen tulevat mukaan vuorovaikutuksen lisäksi sensuroimattomuus, lukkojen avaaminen ja heittäytyminen. (Koponen 2004, 16, 21.) Improvisaatio on spontaania arkipäiväistä toimintaa, mutta se on myös yksi esittävän taiteen muoto. Puhekielessä käytetään lajista lyhennettyä muotoa ”impro”.

### 1.3 Tutkimuskysymykset

Tämän työn käsiteltävät tutkimuskysymykset pyörivät Harhaliikkeen 19.11.2010 järjestetyn avoimen esityksen ympärillä. Miten järjestetään onnistunut tapahtuma? Minkälaisia käytännön järjestelyitä avoimen esityksen järjestäminen Harhaliikkeelle vaati? Miten tapahtumaa markkinoitiin ja miten tapahtumamarkkinointi onnistui? Nämä ovat tutkimukseni pääkysymykset, tutkimalla näitä asioita haluan selvittää, miten järjestetään onnistunut esitys Harhaliikkeelle.

### 1.4 Aineisto ja menetelmät

Aineistona käytän havainnointimateriaalia, jota olen kerännyt järjestäessäni Harhaliikkeelle kyseessä olevaa avointa esitystä. Havainnointi perustuu hyvin pitkälti ennen esitystä pitämäni päiväkirjaan, jota pidin järjestelyihin liittyvistä käytännön asioista. Esityksen aikana suoritin havainnoiteja eri osa-alueiden sujumisesta ja muihin esityksen aikana tapahtuneisiin asioihin. Havainnointini

esityksen aikana tapahtuu illan isännän näkökulmasta. Illan isäntänä juonsin esityksen alusta loppuun, enkä ollut näyttelijänä kohtauksissa. Tutkimuksessa on kyseessä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntävä tutkimus. Kvalitatiivisella tutkimuksella ei pyritä yleistettäviin tuloksiin eikä sen tehtävä ole selittää, vaan ymmärtää ja tutkia. Kvalitatiivinen tutkimus keskittyy tutkimaan laadullisia tekijöitä. (Koivula & Suihko & Tyrväinen 2002, 31.)

Havainnointitutkimuksessa havainnointi tapahtuu systemaattisesti. Havainnoinnissa tutkija on mukana kohteen luonnollisessa ympäristössä. Tässä tapauksessa on kyseessä osallistuvasta havainnoinnista, mikä tarkoittaa sitä, että tutkija osallistuu itse tutkittavan kohteen toimintoihin. (Koivula & Suihko & Tyrväinen 2002, 41–42.)

Analysoin aineiston tapahtumanjärjestämisen ja tapahtumamarkkinoinnin teorian mukaan. Tapahtuman idea syntyy usein vastaamalla kolmeen strategiseen kysymykseen. Miksi tapahtuma järjestetään? Kenelle tapahtuma järjestetään? Mitä ollaan järjestämässä? (Vallo & Häyrinen 2008, 93–94.) Tapahtumamarkkinointi on käsitteenä suhteellisen uusi. Jatkuvasti lisääntyvä informaatiotulva on aiheuttanut sen, että organisaatiot joutuvat kilpailemaan jatkuvasti erottuakseen kilpailijoistaan. Tästä johtuen organisaatiot ovat alkaneet hakea uusia vaihtoehtoja tavoittaakseen kohderyhmänsä. (Vallo & Häyrinen 2008, 19.) Tässä tapauksessa Harhaliike järjesti kaikille avoimen esityksen, joten kohderyhmänä oli kaikki teatterista ja improvisaatiosta kiinnostuneet. Toiveena oli myös saada yleisöön ihmisiä, jotka eivät koskaan olleet ennen tätä esitystä nähneet improvisaatioteatteria. Toivomuksena oli myös löytää yleisön joukkoon matkailijoita, jotka etsivät Tampereella oleskellessaan kulttuuri- ja viihdetapahtumia.

## 1.5 Tutkimuksen kulku

Toisessa luvussa perehdytään yleisesti tapahtumajärjestämiseen ja tapahtumamarkkinointiin. Toisessa luvussa esitellään myös mitä improvisaatioteatteri on ja tutustutaan Harhaliikkeeseen.



Kolmannessa luvussa esitellään millainen tapahtuma 19.11.2010 järjestetty avoin esitys oli ja käydään läpi mitä kaikkea illan aikana tapahtui. Tässä luvussa perehdytään erityisesti siihen, minkälaisia käytännön järjestelyitä avoimen esityksen järjestäminen vaati. Analysoin tapahtumanjärjestämisen vaiheita käyttäen tapahtumanjärjestämisen teoriaa. Neljännessä luvussa käydään läpi tapahtumamarkkinointia kyseisen esityksen ympärillä ja sitä, kuinka esityksen markkinointi etukäteen tapahtui. Analysoin markkinointia tapahtumamarkkinoinnin teorian avulla.

Viides luku koostuu johtopäätöksistä ja toimii tiivistelmänä työssä tehdyistä havainnoinneista. Kuudes luku on lopuksi luku, joka sisältää tekijän omia kommentteja opinnäytetyön teosta.

## 2 TAPAHTUMANJÄRJESTÄMINEN JA IMPROVISAATIOTEATTERIRYHMÄ HARHALIIKE

### 2.1 Tapahtumanjärjestäminen

Tapahtumanjärjestäminen on prosessi johon kuuluu kolme eri vaihetta; suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Aikaa vievin vaihe on suunnitteluvaihe. Minimiaika onnistuneen tapahtuman järjestämiseen on yleensä vähintään kaksi kuukautta. ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” on sanonta, joka pitää paikkansa myös tapahtumien toteuttamisessa. (Vallo & Häyrinen 2008, 147–148.) Kun suunnitellaan tapahtumaa, on mietittävä tarkkaan, että miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja mitä järjestetään. Näistä kysymyksistä syntyy usein vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. Kun idea on selvillä, voidaan alkaa miettimään tapahtuman sisältöä ja sitä, että kuka kantaa vastuun ja kuka toimii tapahtuman isäntänä. Isännällä voi olla useita eri rooleja, joista sovitaan etukäteen. (Vallo & Häyrinen 2008, 147–148, 93–98.)

Tapahtuman aikana tapahtuu koko ajan jotain sekä estradilla että kulissien takana. Äänimiehet, tekniikasta vastaavat, juontaja ja muu tapahtumassa työskentelevä väki touhuavat saadakseen kaiken valmiiksi. Jokaisella vastuushenkilöllä tulisi olla aikataulutettu käsikirjoitus, josta voi varmistaa, milloin ja mikäkin tapahtuman osio on tarkoitettu alkavaksi ja miten. On tärkeää nimetä yksi henkilö, joka on päävastuullinen tapahtuman läpiviennin aikana. Tämä henkilö vastaa ja päättää siitä, miten edetään, jos tapahtuma ei etene käsikirjoituksen mukaan. Luontevimmin tämä henkilö on projektipäällikkö. Projektipäällikkö johtaa koko projektia, vastaa suunnitelman syntymisestä, budjetoinnista, tuotannosta, alihankkijoista, toteutuksesta ja seurannasta. (Vallo & Häyrinen 2008, 151, 208.)

Toteutusvaihe on tapahtuman se hetki tai ne hetket, jotka tekevät suunnitelmasta toden. Tässä vaiheessa jokaisen, joka työskentelee tapahtumassa, on tiedettävä ja ymmärrettävä oma roolinsa ja osuutensa

suurella kokonaisuudessa. Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa edelleen kolmeen eri vaiheeseen; rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe on useimmiten toteutusvaiheen eniten aikaa vievä osuus. Tässä vaiheessa pystytetään kulissit ja rekvisiitta laitetaan kuntoon tapahtumaa varten. Itse tapahtuma vie vain hetken. Kun tapahtuma alkaa, ei ole enää paljoakaan tehtävissä. Tapahtuma voi kestää tunnin, illan, päivän tai pari. Kun viimeinen vieras poistuu alkaa purkuvaihe, joka on usein paljon nopeampi kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrynen 2008, 153.)

Tapahtuman jälkeen alkaa jälkimarkkinointivaihe. Jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluvat mm. kiitokset asianosaisille, palautteen kerääminen ja työstäminen, ja yhteenvedon työstäminen. Tapahtuman tekemiseen tarvitaan jokaista, ja saumaton yhteistyö on yleensä avain onnistuneeseen tapahtumaan, joten kiitokset kaikille tapahtuman tekijöille on paikallaan. Palautetta voidaan kerätä sekä osallistujilta että omasta yrityksestä. Tapahtumasta kannattaa kerätä myös suullista palautetta, koska ihmisillä on tapana kirjoittaa sovinnaisempaa tekstiä kuin mitä he oikeasti ajattelevat tai puhuvat. Palaute tulisi hyödyntää yhteenvetopalaverissa. Palaveri olisi hyvä pitää silloin, kun kaikki on vielä hyvässä muistissa. Palautepalaverissa yleensä käydään läpi seuraavat asiat: yleiset tunnelmat tapahtumasta, missä onnistuttiin, päästiinkö tavoitteeseen, mikä meni pieleen ja miten se voitaisiin välttää tulevaisuudessa, ja lopuksi vielä, että mitä tapahtumasta opittiin. (Vallo & Häyrynen 2008, 168–175.)

### 2.1.1 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi on tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Se on tavoitteellista toimintaa, joka yhdistää vuorovaikutteisella tavalla yrityksen ja sen sidosryhmät. Yrityksen sidosryhmiä ovat kaikki ne tahot, joiden kanssa yritys on tekemisissä. (Vallo & Häyrynen 2008, 19.) Tapahtumamarkkinointi on markkinointia, joka toteutetaan tapahtuman kautta joko tekemällä yhteistyötä jo olemassa olevan tapahtuman kanssa tai sitten järjestämällä oma tapahtuma. Parhaimmillaan tapahtumamarkkinointi on pitkän tähtäimen toimintaa. Hyvin suunniteltuna ja toteutettuna tapahtumamarkkinointi on luonteva osa yrityksen markkinointikokonaisuutta. (Muhonen & Heikkinen 2003, 82, 45.)

Tapahtumamarkkinointia voidaan hyödyntää monin eri tavoin. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen, esitellä ja myydä tuotteita tai palveluita, hankkia uusia asiakkaita tai lujittaa jo olemassa olevaa asiakassuhdetta, motivoida tai kouluttaa omaa henkilökuntaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 22.) Niin kuin Pauliina Lehti esittelee opinnäytetyössään (2008, 19), yrityksissä ja organisaatioissa tavoite tapahtumien järjestämisellä ei aina ole välitön kassavirta, vaan imagon rakentaminen ja suuren yleisön huomion herättäminen erilaisin tapahtumin ja tempauksin. Kyseisessä opinnäytetyössä esitellään kuinka Ideapark järjesti Naisten-ilta tapahtuman tavoitteenaan kehittää positiivista mielikuvaa liikekeskuksesta, sekä hankkiakseen uusia asiakkaita ja lujittaakseen jo olemassa olevia asiakassuhteita.

Yrityksen tai organisaation maine syntyy ja kehittyy, kun se kohtaa sidosryhmiään erilaisissa vuorovaikutustilanteissa. Tapahtumat ovat hyvä esimerkki näistä tilanteista joissa yritys kohtaa kasvotusten sidosryhmänsä. Näissä tilanteissa sidosryhmät tekevät tulkintoja yrityksen toiminnasta. Tulkinnat muodostuvat mielikuviksi, ja näistä mielikuvista syntyy sidosryhmien mielessä yrityksen maine. (Vallo & Häyrinen 2008, 35.) Hyvä mielikuva yrityksestä on ulkoisen suhdetoiminnan yleisin tavoite. Ulkoinen suhdetoiminta kohdistuu sidosryhmiin. Osa ulkoisen suhdetoiminnan keinoista, esimerkiksi messuihin osallistuminen ja asiakastapahtumien järjestäminen, kuuluvat myös myyninedistämisen toimintoihin, ja osa sisäiseen suhdetoimintaan. (Albanese & Boedeker 2002, 213–214.)

## 2.2 Improvisaatioteatteri

Improvisaatiolla on pitkä historia, joka on alkanut erilaisten myyttien verhoamista ja useita eri rooleja kantaneista shamaaneista. Shamaanit olivat esiintyjä, pappeja, lääkäreitä, tarinankertojia ja klovneja. Näyttelijä oli pyhä ja koskematon shamaanin roolissa, häntä ei arvosteltu eikä hänen työhönsä puututtu. Ajan myötä tilalle tuli kaikkien rakastama klovni, joka toi mukanaan komedian ja luvan improvisoida näyttämöllä. Klovnit tunnettiin jo antiikin

Kreikassa. Tuolloin klovniin pilailevat ja irtokkaat esitykset olivat tasapainoisia ja inhimillisiä versioita pyhistä tapahtumista. (Koponen 2004, 27–28.)

1500-luvulla Italiassa syntyi Commedia dell'arte. Commedia dell'artessa esityksen toteuttaminen ei vaatinut erillistä teatterirakennusta, -tilaa tai lavastusta, näyttelijä oli kaikkein keskeisin. Esitykset perustuivat ennalta suunniteltuihin juoniin ja stereotyyppisiin hahmoin, mutta kaikki vuorosanat, tunnepurkaukset ja mielialat improvisoitiin. 1700-luvulla perinteinen tapa tehdä näytelmiä improvisoimalla katosi rajatun, hienon ja säädyllisen teatterin myötä. Tuolloin alettiin korostaa ohjaajan roolia ja hänen visionsa ja näkemyksensä nostettiin kaiken yläpuolelle. Näyttelijän asema vajosi, mutta itse improvisaatio piti pintansa jossain taustalla. Improvisaatio elpyi ajan kuluessa ja nyt siitä on tullut osa harjoitustiloja ja luokkahuoneita, ja suosio jatkaa kasvamistaan. Vaikka improvisoinnin vanhoja muotoja on vieläkin olemassa, on nykyaikana löytynyt uusia tapoja tehdä improvisoituja näytelmiä. (Koponen 2004, 28–29.)

Mitä improvisaatioteatteri nykyaikana sitten on? Improvisaatioteatterissa ei ole käsikirjoitusta, ideoita esityksiin pyydetään yleisöltä. Jokainen esitys on ainutlaatuinen, jokainen esitys on uusi ensi-ilta. Esitys sisältää yleensä improvisaation keinoin toteutettuja lyhyitä tarinoita, näytelmäkohtauksia, sketsejä, lauluja, runoja ja sananlaskuja, kaikki nämä siis toteutetaan yleisön antamia aiheita ja sanoja käyttäen. Improvisaatioteatterissa harjoitellaan läsnäoloa, heittäytymistä, vuorovaikutusta muiden kanssa ja toisten tarjouksien hyväksymistä. Improvisaatioteatterissa näyttelijä näyttelee, ohjaa ja käsikirjoittaa samanaikaisesti. (Koponen 2004, 13–21.)

Kun esitys onnistuu hyvin, yleisön saattaa olla vaikea uskoa, että se on improvisoitu, vaikka ovatkin itse valinneet esitykselle nimen, tyyliin tai muuta oleellista. Usein Harhaliikkeen esityksen jälkeenkin kuuluu epäuskoisia kommentteja, kuten esimerkiksi ”varmasti jotain oli ennalta sovittu”. Improvisaatioteatterin suosio harrastuksena kasvaa koko ajan. Tampereella on mahdollista aloittaa harrastaminen esimerkiksi Ahjolan kansalaisopistossa tai Tampereen työväenopistolla.

### 2.3 Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike

Harhaliike on aikojen saatossa Ahjolan kansanopiston ja Sampolan työväenopiston improvisaatioryhmistä muodostunut ryhmä (Harhaliikkeen kotisivut). Vaikka Harhaliike onkin ollut olemassa nimensä puolesta jo kuusi vuotta, niin vasta vuonna 2007 näyttelijät vakiintuivat. Nykyisellä kokoonpanollaan ryhmä on ollut kasassa vasta syksystä 2010 kun ryhmä päätti ottaa lisää näyttelijöitä riveihinsä lisääntyneiden esitysten vuoksi. Tähän aikaan tehtiin myös päätös rekisteröitymisestä. Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry perustettiin vuonna 2010. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää ja kehittää teatteriharrastusta ja toimia paikkakunnan ja lähiympäristön teatteritarpeen tyydyttämiseksi. Rekisteröitymisen myötä Harhaliike koki visuaalisen uudistumisen, mikä tarkoitti Harhaliikkeen kohdalla kotisivujen, logon ja esiintymisasujen muodonmuutosta.



**Harhaliike**  
WWW.HARHALIIKE.COM  
Improvisaatioteatteriryhmä

KUVIO 1. Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry:n logo (Tuomas Jaakkola, 2010)

Tällä hetkellä Harhaliike koostuu kolmestatoista näyttelijästä. Ryhmällä ei ole tällä hetkellä vakituista muusikkoa, mutta avoimeen esitykseen Harhaliike sai muusikon nimeltä Anssi Myllykangas esiintymään kanssaan. Ryhmällä on kerran viikossa harjoitukset Aleksanterin koululla. Ryhmällä ei ole opettajaa, mutta Harhaliike järjestää satunnaisia intensiivikursseja jäsenilleen, joita vetävät

ulkopuoliset eri alojen ammattilaiset. Kursseja järjestetään, jotta ryhmän jäsenet voivat kehittyä ja oppia uusia improvisaatiotaitoja.

Niin kuin Harhaliikkeen kotisivuillakin kerrotaan, Harhaliike edustaa sitä improvisaation muotoa, joka perustuu Keith Johnstonen metodeihin. Keskeisimpiä teesejä ovat "Ole avoin!", "Kuuntele!", "Auta kaveria!". Tärkeintä on avata täysin mielikuvitus, heittäytyä ja olla mahdollisimman spontaani lavalla. Vuosien saatossa Harhaliikkeen tilauskeikat ovat lisääntyneet. Harhaliike on esiintynyt mm. häissä, syntymäpäivillä, polttareissa, pikkujoulussa sekä seminaareissa. Harhaliike räätälöi kaikki esitykset kestoaltaan asiakkaan tarpeiden mukaiseksi, yleensä esityksen kesto on 30–60 minuuttia. Ryhmä keikkailee pääasiassa Pirkanmaan alueella, mutta satunnaisia vierailuja kauempanakin on ollut.

### 3 IMPROVISAATIOTEATTERIRYHMÄ HARHALIIKE RY:N AVOIN ESITYS 19.11.2010

#### 3.1 Avoimen esityksen suunnittelu ja järjestelyt

29.9.2010 Harhaliikkeen hallituksen kokouksessa päätettiin järjestää avoin improvisaatioesitys vielä ennen joulua. Minut, Kaisa Järventie, valittiin projektipäälliköksi joten tässä ja seuraavassa luvussa tarkastelen omaa toimintaani, käytän pitämäni havaintopäiväkirjaa apuna tarkastelussa. Tapahtumapaikkaa valitessa on syytä kiinnittää huomiota mm. tilan kokoon ja sopivuuteen tapahtuman luonteeseen ja osallistujamäärään nähden, kulkuyhteyksiin, äänentoistoon ja tekniikkaan (Vallo & Häyrynen 2008, 132–133). Harhaliike valitsi tapahtumapaikaksi Tampereen Ylioppilasteatteri, koska siellä on hyvät tilat ja se on lähellä keskustaa, tekniset laitteet ovat sopivia Harhaliikkeen käyttöön. Harhaliike on aikaisemminkin pitänyt avoimia esityksiä siellä, ja todennut tilan Harhaliikkeen käyttötarkoituksiin sopivaksi.

Keskeisimpiä tarkistettavia asioita suunnitellessa tapahtumaa ovat tapahtuman ajankohta, onko ajankohta sopiva juuri tällaiselle tapahtumalle ja onko mahdollisesti kilpailevia tapahtumia samaan aikaan samalle kohderyhmälle (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 50–51). Harhaliikkeen hallitus oli asettanut päivämäärä vaihtoehtoja tarkasteltuaan Tampereen muiden tapahtumien ja esitysten ajankohtia, mutta Tampereen Ylioppilasteatterille ei sopinut mitkään Harhaliikkeen asettamista vaihtoehtoista. Löysin kuitenkin päivän, jonka saimme toimimaan molemmille osapuolille, joten esityspäiväksi valittiin perjantai 19.11.2010. Tämä päivä ei ollut ensisijainen vaihtoehto sen vuoksi, koska Tampereella oli samana päivänä toisen improvisaatioryhmän esitys, ja huoli oli, että syntyykö katsojista liian suuri kilpailu. Aikataulu oli myös hyvin tiukka, joka asetti omat haasteensa avoimen esityksen järjestämiselle.

Tapahtuman kohderyhmän voivat muodostaa suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko. Ennen tapahtuman järjestämistä on hyvä tehdä kohderyhmän kartoitus, ja tehdä huomiota onko kutsuttava



esimerkiksi mies vai nainen, nuori vai iäkäs, perheellinen vai yksineläjä. (Vallo & Häyrinen 2008, 111–113.) Tapahtuman luonteesta johtuen, ei ollut merkitystä sillä onko kyseessä mies tai nainen, naimisissa oleva tai naimaton. Harhaliikkeen esitys oli kaikille avoin, mutta aikaisempien esitysten perusteella pystyy hahmottelemaan kohderyhmäksi kaikki teatterista ja improvisaatiosta kiinnostuneet kaupunkilaiset. Yritimme tavoitella yleisöön myös ihmisiä, jotka eivät ole koskaan ennen nähneet improvisaatioteatteria.

Go Tampereen nettisivujen mukaan Tampere tunnetaan yleisesti "Suomen teatteripääkaupunkina". Suurten teattereiden ja Tampereen Teatterikesän lisäksi mainetta ylläpitää monipuolinen valikoima pieniä, vaihtoehtoisia ja tuoreita teattereita ja teatteriryhmiä. Toivomuksena oli löytää avoimen esityksen yleisön joukkoon siis myös matkailijoita, jotka ovat tulleet tutustumaan tähän "Suomen teatteripääkaupunkiin".

Jokaiselle tapahtumalle tulisi asettaa tavoite. Tavoitteita voi olla monenlaisia ja käytännössä tavoitteita saattaa olla useita. Tapahtuman tavoite voi olla taloudellinen tai imagollinen. Tavoitteiden määrittelyn jälkeen on helpompi lähteä tekemään tapahtumaa. Tavoitteiden sisäistäminen auttaa huomattavasti onnistuneen tapahtuman suunnittelua ja toteutusta. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45.) Harhaliikkeelle tapahtumien järjestämisellä on tavoitteena perustunnettavuuden ja imagon rakentaminen. Pääfunktiona avointa esitystä järjestäessä ei ollut välitön kassavirta, tästä johtuen pääsylipun hinta oli edullinen 5€. Yksi konkreettinen tavoite oli saada yleisöä paikalle, toiveena saada ainakin katsomo puoliksi täyteen, ja saada tämä yleisö viihtymään.

Suunnittelussa apuna on hyvä käyttää tehtäväluetteloa. Tapahtumasta vastaava projektipäällikkö voi käyttää listaa valmistelujen edetessä tarkistuslistana valvoessaan ennakkovalmistelujen sujumista. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 50). Alla on lainaus päiväkirjastani, jonne olen listannut omaa tehtäväluetteloa, jota käytin esitystä järjestäessäni. Alla olevassa lainauksessa on vain osa tehtävälustani, markkinointiin liittyvät päiväkirjamerkinnot esittelen seuraavassa luvussa.

Varmista ylioppilasteatterilta miten teatterin tekniikka menee. Varmista tuleeko paikalle valo tai äänihenkilö teatterin puolesta. Ota selvää saadaanko muusikko paikalle. Hanki lipunmyyjät. Suunnittele muiden kanssa esityksen rakenne. Pidetäänkö väliaika? Tehdäänkö puolipitkää tekniikkaa? Ota selvää onko teatterilla teosto-oikeuksia. Varmista teatterilta, että laittavat nousevan katsomon. Delegoi ravintolapöydän varaaminen keikan jälkeiseen palaveriin. Hanki valokuvaaja.

Sain paikalle järjestettyä valokuvaajan, Harri Hurske, ja tässä opinnäytetyössä olen käyttänyt hänen ottamiaan kuvia. Rekrytoin jo hyvissä ajoin ennen tapahtumapäivää kaksi lipunmyyjää, jotka suostuivat hommaan ilmaista pääsylippua vastaan. Valitettavasti kyseiset lipunmyyjät peruivat tulonsa viikkoa ennen esitystä, mikä aiheutti minulle pienen stressikohtauksen. Onneksi yksi Harhaliikkeen jäsenistä ilmoitti minulle pian tämän jälkeen, että hän saa paikalle lipunmyyjiksi kaksi ystäväänsä. Ohjeistin lipunmyyjät tehtäviinsä, ja he suoriutuivatkin kiitettävästi vastuualueistaan.

Harhaliikkeen jäsen, Tuomas Jaakkola, kävi tutustumassa Tampereen Ylioppilasteatterin tiloihin, ja tutustumiskäynnillään hän määritteli teatterin edustajalle mitä tekniikkaan liittyviä toiveita Harhaliikkeellä on, ja esitti myös toiveen nousevasta katsomosta. Tampereen Ylioppilasteatterin tekniikkaan liittyvät asiat tuottivatkin sitten suurempia sydämen tykytyksiä minulle. Avoimen esityksen järjestäminen ei ollut täysin ruusuilla tanssimista. Alla on lainaus päiväkirjastani, josta ilmenee turhautumiseni asioiden sujumattomuuteen. Tuolla hetkellä meillä oli siis jo allekirjoitetut sopimukset Tampereen Ylioppilasteatterin kanssa tilavuokrauksesta.

Nyt ne teatterilta väittää, ettei me voida käyttää heidän valojaan. Pimeässäkö he haluavat meidän esiintyvän? Tämän on pakko olla joku "lost in translation" tilanne. Sopimukset mukaan teatteri luovuttaa tilansa niillä teknisillä välineillä varusteltuina, jotka normaalistikin löytyy sieltä. Mutta kun nyt on oikein valotaiteilija suunnitellut valot tällä hetkellä käynnissä olevaan esitykseen, niin tekniikan käytöstä ollaankin aika herkkänä. Eikä me niiden hienoja valosuuntauksia haluta edes sotkea, joten ehdotimme, että teatteri laittaisi pari yleisvaloa meille meidän esityksen ajaksi. Tällä tavoin tilanne olisi win-win, koska meillä olisi kuitenkin oikeus käyttää niitä valoja. Mutta nyt he pyytävät niiden yleisvalojen laittamisesta erillistä korvausta. Mikä mättää? Miksi me ei olla yhtään tämän teatterin edustajan kanssa samalla aaltopituudella? Käpy palaa.

Niin kuin päiväkirjamerkinnästäni huomaa, henkilökemiat merkkavat aika paljon, varsinkin kun ollaan tekemisissä taiteellisten henkilöiden kanssa. Onneksi asiat saatiin loppujenlopuksi hoidettua teatterin edustajan kanssa. Pääsimme neuvottelemalla yhteisymmärrykseen ja yleisvalot laitettiin meille valmiiksi ennen Harhaliikkeen esityspäivää. Soittelimme teknisistä asioista Tampereen Ylioppilasteatterin edustajan kanssa puolin ja toisin. Sain varmistuksen Ylioppilasteatterilta noin viikkoa ennen esitystä, että nouseva katsomo on järjestetty ja että äänentoistoon liittyvät toiveemme ovat hoidossa.

Tekemämme vuokrasopimuksen mukaan, vuokraajan tulisi hoitaa musiikin tekijänoikeuskorvaukset itse, joten päädyimme Harhaliikkeen kanssa siihen tulokseen, ettemme aio käyttää tekijänoikeuslakien alla olevaa musiikkia taustalle esityksessämme. Harhaliike teki myös päätöksen, ettei halua käyttää olematonta budjettiansa valo- tai äänimiehen palkkaamiseen esityksen ajaksi, joten yhden näyttelijöistä olisi toimittava tekniikkamiehenä tämän esityksen. Onneksi tehtävään ilmoittautui yksi vapaaehtoinen, Tuomas Jaakkola. Vuokraaikana myös järjestyksen ylläpito oli sopimuksen mukaan Harhaliikkeen vastuulla.

1.11.2010 Harhaliike piti sisältökokouksen, mikä tarkoittaa sitä, että tässä kokouksessa päätimme mitä tekniikoita käytämme avoimessa esityksessä ja millainen rakenne tapahtumalla on. Olin kirjannut niiden Harhaliikkeen jäsenten toiveita ylös jotka eivät pystyneet kokoukseen osallistumaan. Kokouksessa päädyimme sellaiseen rakenteeseen kuin, että ensimmäinen puoliaika kestää 30 minuuttia, sen jälkeen on kymmenen minuutin väliaika, jonka jälkeen esityksen toinen puoliaika kestää 20 minuuttia. Päätimme myös, että minä toimin illan juontajana. Tässä kokouksessa varmistui myös se, että esityksessä tulee olemaan lavalla yhdeksän näyttelijää sekä yksi muusikko. Muut Harhaliikkeen jäsenet eivät päässeet paikalle tai olivat esityksessä muissa tehtävissä kuin näyttelijänä. Seuraavassa lainauksessa on katkelma päiväkirjastani koskien sisältöpalaveria.

Päädyimme seuraavanlaisiin päätöksiin: tarjoilua eikä anniskelua ei järjestetä, lipunmyyjät hoitavat ulko-ovien ja salin ovien sulkemisen ja avaamisen. Menemme esityksen jälkeen ravintola Telakkaan syömään ja tekemään yhteenvetoa, Henna varaa pöydän klo 21. Kokeillaan pidempää esitystekniikkaa, tehdään puolipitkä näytelmä esityksen toisella puoliajalla. Näyttelijät paikalle esityspäivänä klo 18. Ota kopio keikkarakenteesta ja tekniikoista, lähetä se näyttelijöille sähköpostilla. Keikka on pian, joten puskaradio laulamaan.

### 3.1.1 Budjetti

On hyvä määritellä käytettävissä oleva raha edes suurin piirtein, sillä tapahtumiin saadaan kulumaan aina niin paljon rahaa, kuin sitä on vain käytettävissä. Halvimmillaan tapahtuma voidaan tehdä mahdollisimman pitkälle oman henkilökunnan voimin. (Vallo & Häyrynen 2008, 139.) Tulot painottuvat usein varsinaiseen tapahtumaan ja ovelta myytäviin lippuihin (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 104). Harhaliike ei ole voittoa tavoitteleva yhdistys. Toimintansa tukemiseksi yhdistys järjestää maksullisia teatterinäytäntöjä ja niihin verrattavia tilaisuuksia. Harhaliikkeen avointa esitystä järjestettäessä budjetti kattoi ainoastaan tilavuokranmaksun, pohjakassan ja hyvin pieni osa oli tarkoitettu markkinointiin. Muilta juoksevilta menoilta säästyttiin kun paikalle saimme pari hyväntahtoista ystävää myymään lippuja, ja tutun ottamaan valokuvia.

### 3.2 Tapahtuma alkaa

Olimme vuokranneet Tampereen Ylioppilasteatterin tilan klo 18–21, mikä tarkoittaa sitä, että meillä ei ollut kuin 45 minuuttia aikaa saada kaikki viimeiset valmistelut tehtyä ennen kuin asiakkaat tulivat paikalle ja päästettiin katsomoon. Suurin osa näyttelijöistä saapui paikalle klo 18, niin kuin olin ohjeistanutkin. Lipunmyyjät ja valokuvaaja olivat myös ajoissa paikalla. Tekniikasta vastaava henkilö käytti koko sen 45 minuuttia tehokkaasti omien säätöjen tekemiseen.

Teatteri oli laittanut meille valmiiksi nousevan katsomon, yleisvalot, ja tuoleja katsomoon. Valitettavasti tuoleja oli huomattavasti vähemmän kuin olimme pyytäneet, joten meidän täytyi lisätä ja järjestellä tuolirivejä vielä ennen kuin asiakkaat tulivat paikalle, mutta kun kaikki paikalla olleet osallistuivat tähän, niin siihen ei kulunut paljoa aikaa. Minulle taas hiukan harmaita hiuksia aiheutti se, että muusikko tuli paikalle vasta 20 minuuttia ennen kuin esityksen oli määrä alkaa, samaten yksi näyttelijöistä oli huomattavasti myöhässä. Tämä tarkoitti sitä heidän kohdallaan, että he eivät päässeet kunnolla lämmittelemään ennen esitystä, niin kuin muut esiintyjät pääsivät. Aina ennen esitystä Harhaliikkeen näyttelijät lämmittelevät, jotta olisivat jo valmiiksi mahdollisimman energisiä kun astelevat lavalle.

Ulko-ovet avattiin noin 30 minuuttia ennen esityksen alkua, ja silloin aloitettiin lippujen myynti. Ennakkoon lippuja ei ollut mahdollisuutta ostaa, eli lipunmyynti tapahtui paikanpäällä, lisäksi lippuja pystyi ostamaan vain käteisellä. Ensimmäiset asiakkaat saapuivat paikalle heti ovien auettua, ja sen jälkeen heitä lipui paikalle tasaiseen tahtiin. Päänvaivaa tuottaa aina se, että ihmisillä tuppaa olemaan aina isoja seteleitä käteisenä, mutta onneksi pohjakassa riitti tarpeiden mukaisesti. Noin varttia ennen esityksen alkua yleisö päästettiin katsomoon valitsemaan paikkansa. Tapahtumassa ei käytetty numeroituja paikkoja, joten yleisö sai valita paikkansa oman mielensä mukaan. Tietenkin katsomon täytyessä vaihtoehdot paikoista supistuivat.

Esitys alkoi suurin piirtein juuri silloin kuin sen pitikin, eli noin klo 19. Siitä eteenpäin tapahtuma soljui eteenpäin kuin itsestään. Yleisö tuntui viihtyvän hyvin. Kysyessämme yleisöltä tapahtumapaikkoja tai ammatteja, pienen alkuarastelun jälkeen yleisöstä huudeltiin jo innokkaasti milloin mitäkin ehdotuksia. Sanotaan, että kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, joten annan alla olevien kuvien kertoa itse improvisaatioesityksestä.



KUVA 1: Minä, Kaisa Järventie, juontamassa avointa esitystä. (Kuva: Harri Hurske 2010)



KUVA 2: Yleisö oli runsaslukuinen avoimessa esityksessä. (Kuva: Harri Hurske 2010)



KUVA 3: Illan näyttelijät. Vasemmalta oikealle: Jari Kangas, Marjut Ikonen, Tomi Tammenoja, Jani Hämäläinen, Riku Lempinen, Henna Väisänen, Sami Välimäki, Hanna Veijalainen, Anja Keränen

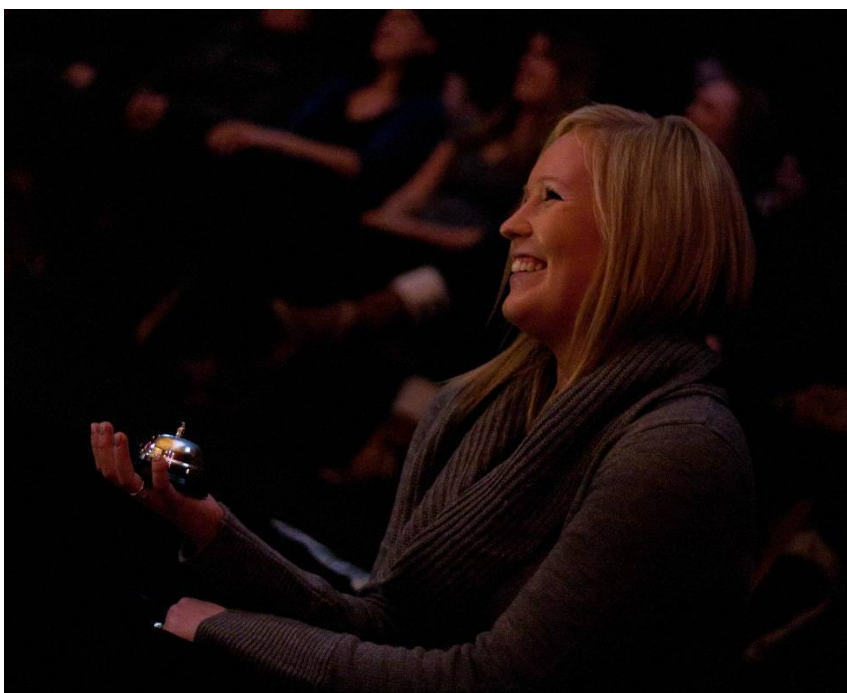


KUVA 4: Näyttelijä Anja Keränen on vauhdissa lavalla. Kohtauksessa Anjan roolihenkilö yritti voittaa pianovirityksen MM-kisoja ja juoksee juuri maaliviivalle. (Kuva: Harri Hurske 2010)





KUVA 5: Näyttelijät loivat tivoliympäristön tähän kohtaukseen, Jari Kangas (keskellä) näytteli karusellia ja Sami Välimäki (vasemmalla) on karusellin kyydissä. (Kuva: Harri Hurske 2010)

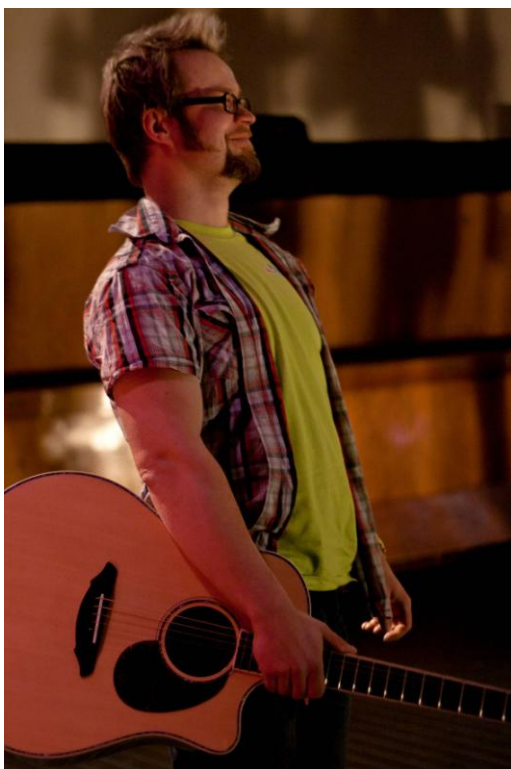


KUVA 6: Vapaaehtoinen yleisön joukosta sai yhdessä kohtauksessa päätösvallan siitä mitä näyttelijät sanoivat tai tekivät. (Kuva: Harri Hurske 2010)





KUVA 7: Illan aikana mm. teurastettiin lehmä. Teurastajan roolissa oli Marjut Ikonen ja lehmää tuossa lattialla näytteli Jari Kangas. Teurastajan oppipoikaa näytteli Sami Välimäki joka näkyy taustalla. (Kuva: Harri Hurske 2010)



Kuva 8: Illan muusikkona toimi Anssi Myllykangas. (Kuva: Harri Hurske 2010)



KUVA 9: Tässä kohtauksessa Jani Hämäläinen laulaa rakkauslaulua, lauluhan on tietenkin improvisoitu sekä melodialtaan, että sanoituksiltaan. (Kuva: Harri Hurske 2010)



KUVA 10: Harhaliike onnistui esityksellään saamaan yleisön hymyilemään ja nauramaan. (Kuva: Harri Hurske 2010)

### 3.3 Tapahtuman jälkeen

Yleisin tunne tapahtuman jälkeen on tyhjyys. Olipa tapahtuman onnistumisaste mikä tahansa, sillä ei ole merkitystä. Kun on tehnyt kauan töitä yhtä tapahtumaa varten, kestää hetken, ennen kuin pääsee normaaliin päiväjärjestykseen. (Vallo

& Häyrinen 2008, 223.) Avoimen esityksen jälkeen alkoi välittömästi purkuvaihe, tila palautettiin samaan kuntoon kuin ennen vuokra-ajan alkamista.

Aikaisempina kertoina Harhaliikkeen ollessa vuokralaisena Tampereen Ylioppilasteatterilla, paikalla on ollut koko vuokra-ajan yksi teatterin edustaja. Tämä henkilö on avannut meille ovet, ja seurannut sivusta, että kaikki on sujunut ongelmitta, ettei teatterin tiloja tai tekniikkaa ole vahingoitettu. Tämä henkilö on myös sammuttanut valot ja lukinnut ovet lähdettyämme. Tällä kertaa kuitenkin paikalla ei ollut ketään Ylioppilasteatterin väestä. Joku, esittäytymättä meille, kävi avaamassa meille ovet ja laittoi valot päälle, minkä jälkeen hän poistui paikalta. Klo 21 joku toinen henkilö, tämäkään ei esittäytynyt meille, tuli lukitsemaan ovet. Kolmen tunnin aikana ei ollut ketään teatterin edustajaa paikalla, mikä herätti kysymyksen, että mitä jos jotain olisi tapahtunut? Meille ei edes jätetty mitään numeroa mihin soittaa, jos sellainen tarve olisi tullut. Eihän me vuokralaisina voida tietää, missä Ylioppilasteatteri pitää vaahtosammuttimiaan taikka sammutuspeitteitään. Meille ei edes esitelty sulakekaappia, minulla ei olisi ollut mitään tietoa miten toimia jos esimerkiksi sulakkeet olisivat palaneet.

Onneksi mitään ei tapahtunut, ja kaikki sujui ongelmitta esityksen aikana. Olimme ripeitä purkuvaiheessa ja olisimme halunneet jo poistua tilasta noin klo 20.30 Telakan ravintolaan, missä meille oli varattu pöytä. Suurin osa Harhaliikkeen jäsenistä lähti edeltä ravintolaan, kun muutama meistä jäi odottelemaan Ylioppilasteatterin edustajaa, joka lukitsisi ovet meidän poistuessa paikalta. Tähtäkin turhalta odottelulta olisimme säästyneet jos paikalla olisi ollut koko ajan joku teatterin väestä. Tähän en osannut varautua, koska oletin Ylioppilasteatterin toimivan samoin kuin aikaisempina kertoina kun olemme vuokranneet tilaa. Mutta opin tästä läksyni, ja jatkossa varmistan tämänkin asian ennen tapahtumapäivää.

Ravintolassa teimme yhteenvetoa ja pidimme palautepalaverin. Tapahtuman luonteesta ja tiukasta aikataulusta johtuen, emme päätyneet keräämään tapahtumassa käyneiltä asiakkailta kirjallista palautetta, mutta asiakkaiden poistuessa kävimme juttelemassa heidän kanssaan kysellen suullisesti heiltä yleisiä tunnelmia tapahtumasta. Palautepalaverissa kävimme läpi näitä yleisöltä

saamiamme suullisia palautteita läpi. Kävimme läpi myös tapahtuman tekijöiden tunnelmia läpi. Keskustelimme siitä missä onnistuimme, ja saavutimme tavoitteen. Kävimme läpi myös ne mahdolliset asiat mitkä menivät pieleen ja miten voisimme välttää näitä asioita tulevaisuudessa. Otimme puheeksi myös sen mitä opimme ja oivalsimme tätä tapahtumaa järjestäessä.

Yleisesti Harhaliikkeen jäsenet olivat tyytyväisiä tapahtumaan. Saamamme suullinen palaute asiakkailta oli hyvää. Ja ainakin yksi konkreettinen tavoitteemme toteutui kun katsomoon ahtautui satapäinen yleisö, enempää katsojia yleisöön ei olisi mahtunutkaan. Täysi katsomo kertoo myös tapahtuman markkinoinnin onnistumisesta. Tekniikka toimi niin kuin pitikin ja lipunmyyjät kiittelivät kattavia ohjeita. Mitään suuria kummelluksia ei tapahtunut tapahtuman aikana.

## 4 AVOIMEN ESITYKSEN MARKKINOINTI

### 4.1 Etukäteismarkkinointi

Markkinointiin pyrittiin käyttämään mahdollisimman vähän rahaa, koska tapahtuman budjetti oli määrältään kovin pieni. Olin vastuussa projektipäällikön asemassa myös tapahtuman markkinoinnista. Alla on lainaus päiväkirjastani koskien markkinointia.

Markkinointi pitää aloittaa viimeistään kuukausi ennen tapahtumaa. Viikko ennen tapahtumaa laita painetta markkinointiin ja pistä puskaradio laulamaan. Yritä saada joku tekemään keikasta julisteita ja viemään teatterille niitä ajoissa, ettei itse tarvitsisi tehdä kaikkea. Käytä kaikkia mahdollisia ilmaisia kanavia. Ota selvää pystyykö radioiden tapahtumalistoilta saamaan meidän esitystä. Ota selvää myös pystyykö saamaan keikan tamkon (Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijakunta) viikkotiedotteeseen tai muuhun koulun tiedonjakelukanavalle.

Delegoin flyerin (LIITE 1) teon Harhaliikkeen jäsenelle, Sami Välimäelle, joka teki hyvää jälkeä. Flyerin pohjaa käytettiin myös julisteen tekemiseen, joka vietiin Tampereen Ylioppilasteatterin seinälle. Flyereita jaoimme niin kavereille kuin uusille tuttavuuksillekin. Flyereita vietiin myös yleisille ilmoitustauluille ja muutaman hotellin aulaan. Flyereiden jaon yhteydessä yritimme saada ns. puskaradion käyntiin.

Harhaliike hyödyntää hyvin pitkälle ilmaisia ilmoitustauluja ja tapahtumakalentereita markkinoidessaan esityksiään. Ilmoitin avoimen esityksen Aamulehden, Tamperelaisen, Cityn ja radiokanava Ylex:n tapahtumakalentereihin. Tamperelainen ja City ovat ilmaisjakelulehtiä. Markkinoimme kyseistä tapahtumaa myös Harhaliikkeen omilla nettisivuilla ja hyödynsimme myös Facebookia, joka on internetissä toimiva yhteisöpalvelu. Käytin hyväkseni myös Tampereen ammattikorkeakoulun sisäistä tiedonjakelua. Koska tämän tapahtuman järjestäminen on opinnäytetyöni aihe, minun oli mahdollista markkinoida Harhaliikkeen avointa esitystä Tampereen ammattikorkeakoulun intranetissä.

Hinnoittelulla on merkittävä osa markkinoinnissa. Hinnan on oltava sellainen, että ostava asiakas kykenee ja suostuu sen maksamaan kussakin kysyntätilanteessa. Samalla hinnan tulisi oltava tuottajan kannalta niin hyvä, että myynnistä jäisi riittävä kate yrityksen ylläpitämiseksi. (Boxberg, Komppula, Korhonen & Mutka 2001, 135.) Keskusteltuani muiden Harhaliikkeen jäsenien kanssa, päädyimme 5 euron pääsylipun hintaan. Tämä toimi hyvin markkinoinnin näkökulmasta meille, koska samana päivänä olleen toisen improvisaatioteatteriryhmän esityksen liput olivat arvokkaampia. Lisäksi laskimme, että jos tavoittemme edes puoliksi täydestä katsomosta toteutuisi, ei meille tulisi suuria tappiota tapahtuman järjestämisestä.

#### 4.2 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi on Vallon ja Häyrisen (2008, 20) mukaan markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä. Järjestämällä kaikille avoin esitys ja markkinoimalla sitä, Harhaliike lisää tunnettavuuttaan. Tällaisia avoimia esityksiä Harhaliike on järjestänyt muutaman kertaa aikaisemminkin. Tapahtumamarkkinoinnin etu on sen henkilökohtaisuus ja vuorovaikutteisuus, mahdollisuus vaikuttaa osallistujan tunteisiin (Vallo & Häyrinen 2008, 34). Harhaliikkeen toiminnan luonteesta johtuen jokainen esitys on kuin tapahtumamarkkinointitilaisuus. Harhaliike on ollut mukana tapahtumissa myös pelkästään esiintyjänä eikä järjestäjänä.

Tapahtumamarkkinointia voidaan hyödyntää usealla eri tavalla. Tapahtumalla voidaan markkinoida mm. työpaikkaa, tuotetta, palvelua, yritystä, yhteisöä, uskontoa, politiikkaa ja kulttuuria. (Vallo & Häyrinen 2008, 37.) Avoimen esityksen järjestäminen juuri valittuna ajankohtana, ennen joulua, tuli ajankohtaiseksi kun syksyllä 2010 Harhaliikkeen riveihin liittyi lisää jäseniä. Halusimme esitellä uudet jäsenet myös suuremmalle yleisölle tapahtuman avulla. Samalla esittelimme uutta raikasta ilmettämme, varsinkin uusista esiintymispaidoistamme näkee muodonmuutoksemme. Ennen uudistumista Harhaliikkeen paidat olivat mustat, nykyään ne ovat limenvihreät.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kun lähdin järjestämään Harhaliikkeelle avointa esitystä, olin ollut mukana aikaisempien tapahtumien järjestelyissä. Ensimmäistä kertaa toimin kuitenkin projektipäällikkönä. Tapahtuman järjestelyt sujuivat mielestäni hyvin, vaikka aikataulu oli hiukan liian tiukka. Kireä aikataulu aiheutti sen, että suuriin virheisiin ei ollut varaa. Täysin mutkatontahan tapahtuman järjestäminen ei ollut, mutta suurilta virheilta vältyttiin ja kaikki asiat saatiin hoidettua niin, että itse tapahtuman aikana kaikki sujui saumattomasti. Hyvä yhteistyö, tehtävälista ja selkeä tehtävien delegointi helpottivat selvästi järjestelyitä. Jatkossa varaamme tapahtuman järjestelyihin enemmän aikaa.

Vallon ja Häyrisen (2008, 223) mukaan tapahtuman järjestäjä kokee laidasta laitaan tunteiden kuohuntaa projektin eri vaiheissa. Eikä tunteilta vältytty tässäkään projektissa. Järjestelyiden alussa vallitsi suuri innostus, mutta tunteet kuumenivat nopeata kun kukin osapuoli puolusti omia näkemyksiään. Mitä lähemmäksi tapahtumaa tultiin, sitä levottomammaksi kävin. Kävin mielessäni koko ajan tehtävälistani läpi, että onko kaikki nyt varmasti hoidettu. Itse tapahtuma sujui omalla painollaan. Tekniikan kanssa ei ollut suuria ongelmia, kaikki työskentelivät tapahtumassa hyvin yhdessä, ja katsojat lähtivät tapahtumasta hymyissä suin. Koen itse tapahtuman hyvin onnistuneeksi.

Hyvin suunnitellussa ja toteutetussa tapahtumassa on parasta yllätyksellisyys. Tapahtumaan saadaan elävyyttä ja piristystä yllätyksellisyydellä. (Vallo & Häyrisen 2008, 156.) Se hyvä puoli improvisaatioteatterissa on, että se pyrkii aina olemaan yllätyksellistä. Improvisaatioesityksissä pyritään yllättämään sekä itsensä näyttelijänä että katsojan. Sen vuoksi improvisaatioesitykset sopivat hyvin tapahtumiin. Havaintojeni perusteella Harhaliike pystyi tuomaan esitykseensä yllätyksellisyyttä ja näin esitys oli hyvinkin eläväinen.

Otimme riskin järjestäessämme avointa esitystä samalle päivälle kuin toinen improvisaatioteatteriryhmä. Suuri huoli oli se, että saammeko yleisöä tarpeeksi paikalle, mutta huoli osoittautui turhaksi kun saimme koko katsomon täytettyä. Vaikka Harhaliike ei rahallisesti panostanutkaan markkinointiin, vaan käytti

hyödyksi ilmaisia markkinointikanavia, kuten facebookia ja aamulehden tapahtumakalenteria, oli markkinoinnissa onnistuttu ainakin kävijämäärää katsoessa.

Tapahtumamarkkinointi oli onnistunutta, kävijöitä oli paljon, mikä palvelee asettamaamme tavoitetta perustunnettavuuden parantamiseksi. Harhaliike on saanut lisää tilauskeikkoja erilaisiin tapahtumiin ja tilaisuuksiin. Lisäksi avointen esitysten kysyntä on kasvanut. Harhaliike on päättänyt jatkossakin järjestää vastaavanlaisia tapahtumia. Suuri haaste on erottautua muista improvisaatioteatteriryhmistä, joten Harhaliike pyrkii jatkossa uudistumaan ja tuomaan jatkuvasti jotain tuoretta esiintymistilanteisiin.



## 6 LOPUKSI

Tämän opinnäytetyön teko on ollut kiinnostavaa ja haastavaa. Tapahtumanjärjestäminen on työlästä, mutta innostavaa. Kaikista haastavin osuus tässä työssä oli kuitenkin itse työn kirjoittaminen. Käytännön järjestelyt onnistuivat kaikesta huolimatta suhteellisen helposti, koska minulla oli alusta asti selvästi mielessäni mitä olen tekemässä, ja tapahtuma oli mielestäni onnistunut. Mutta koska minulla ei ollut mitään muuta aineellista näyttöä tekemistäni tapahtuman järjestelyistä ja itse tapahtumasta kuin pitämäni päiväkirja ja valokuvat, oli itse kirjoittamisprosessi hankala.

Suosittelen jatkotutkimusta elämysmatkailun merkeissä. Harhaliike on kuitenkin järjestämässä samantyyllisiä tapahtumia jatkossakin. Harhaliikkeelle olisi hyödyllistä saada tietää tapahtuman jälkeen miten osallistujat kokivat improvisaatioesityksen ja mikä oli osallistujien mielestä kaikkein parasta.

Lopuksi haluan kiittää kaikkia Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry:n jäseniä kaikesta tuesta ja avusta mitä olette antaneet minulle. Kiitoksen ansaitsevat myös tapahtumassa, käytännössä ilmaiseksi, työskennelleet lipunmyyjät ja valokuvaaja Harri Hurske.

## LÄHTEET

Albanese, P., Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Boxberg, M., Komppula, R., Korhonen, S., Mutka, P. 2001. Matkailutuotteen markkinointi- ja jakelukanavat. Helsinki: Edita Oyj.

GoTampere. 2011. Luettu 18.02.2011. <http://www.gotampere.fi/kulttuurielama>

Hämeen ammattikorkeakoulu. Luettu 20.12.2010.  
<http://elearningcentre.hamk.fi/tko/menetelmat/havainnointi>

Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry1. 2010. Luettu 20.12.2010.  
<http://www.harhaliike.com/tietoa.html>

Improvisaatioteatteriryhmä Harhaliike ry2. 2010. Luettu 20.12.2010.  
<http://www.harhaliike.com/improvisaatio.html>

Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtumien suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Koponen, P. 2004. Improkirja. Helsinki: Like.

Koivula, U-M., Suihko, K., Tyrväinen, J. 2002. Mission: possible. Opas opinnäytteen tekijälle. 2. uudistettu painos. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu.

Lehti, P. 2008. Tapahtumapaikkana Ideapark. Suuri Naistenilta - elämyksiä ja ostoksia. Matkailun koulutusohjelma. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

MOT Dictionaries. 2010. Kielikone Oy. [Tietokoneohjelma].

Muhonen, R-M., Heikkinen L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Vallo, H., Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Verhelä, P., Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WSOY.

LIITE 1

Ainutlaatuinen improvisaatioryhmä

**HARHALIIKE**

esittää

**IMPROVISAATIOTA**

**Ylioppilasteatterilla**

Itsenäisyydenkatu 12-14, Tampere

**19.11.2010 klo 19:00**

**Tervetuloa katsomaan! Liput 5€.**



**HarhaLiike**  
[WWW.HARHALIIKE.COM](http://WWW.HARHALIIKE.COM)