

# **Alakulttuurista edustavan sarjakuvataiteilijakollektiivin tuotteistaminen**

Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoiluinstituutti  
Viestinnän koulutusohjelma  
Graafisen suunnittelun pääaine

**Eve Kajander, opinnäytetyö syksy 2018**

## TIIVISTELMÄ

Erittäin salainen tissimerenneitoseura on Suomen sarjakuvaskenen pienlehtialakulttuurissa vaikuttava feministinen sarjakuvantekijäkollektiivi. Opinnäytetyönäni suunnittelin kollektiivin brändin pohjalta tuotekonseptit pinssille, magneetille, printille ja kangasmerkille. Tuotteiden visuaalisuus rakentuu letteringistä ja ne suunniteltiin myytäväksi sarjakuvien ohella. Projektin aikana perehdyin underground-sarjakuvan historiaan ja sen vaikutuksiin nykyiseen vaihtoehtosarjakuvaan, sekä tutustuin zine- ja DIY-käsityökulttuuriin. Tavoitteenani oli ammatillisen osaamisen laajentaminen typografian alueella ja oppia oman taiteen tuotteistamisesta.

### Avainsanat

Tuotesuunnittelu, lettering, sarjakuva, vaihtoehtosarjakuva, zinekulttuuri, alakulttuuri

## ABSTRACT

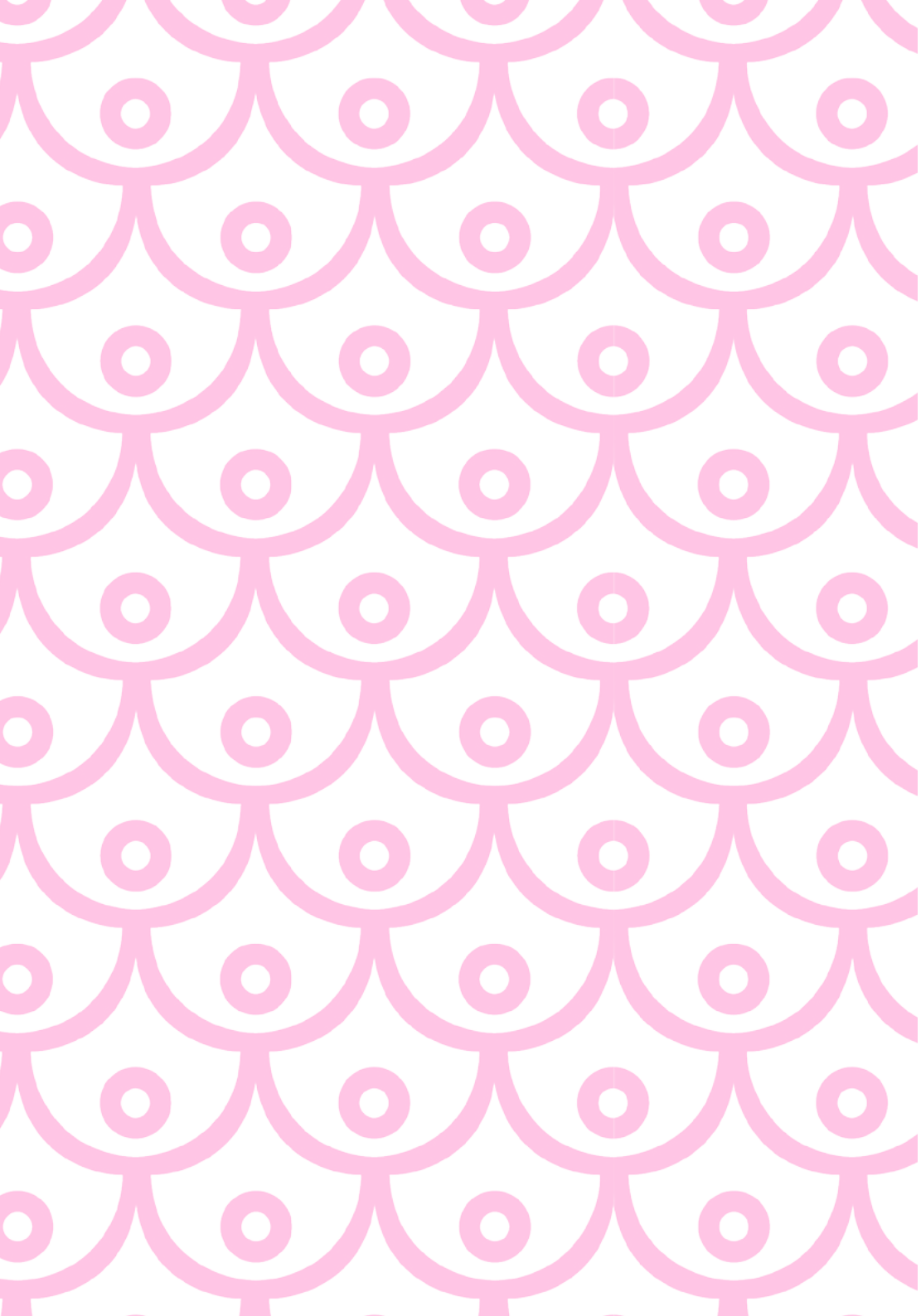
Erittäin Salainen Tissimerenneitoseura is a feminist comic artist collective active in the Finnish indie comics scene. As my thesis project I designed a series of product concepts based on the collective's brand. The products, a pin, a magnet, a print and an embroidered patch, are going to be sold alongside the comics. The focus of the designs is on lettering. During the project I explored the history of underground comics and what effect they had on modern indie comics, and looked into zine culture and DIY culture. My objective was to broaden my professional expertise in the field of typography and learn about the productization of my own art.

### Keywords

Product design, lettering, comics, indie comics, zine culture, subculture

# SISÄLLYS- LUETTELO

<b>JOHDANTO</b>	<b>4</b>
<b>TAUSTOITUS</b>	<b>6</b>
<b>Underground-sarjakuva</b>	<b>7</b>
Undergroundin feministinen ja queer-sarjakuva	10
Underground-sarjakuvan vaikutus seuraaviin sukupolviin	11
<b>Zinekulttuurista</b>	<b>12</b>
Zinekulttuuri ja feminisismi	14
<b>Erittäin salainen tissimerenneitoseura</b>	<b>16</b>
Filosofia ja kohderyhmä	17
Visuaalinen ilme	19
Kuvasto ja tuotanto	22
<b>SUUNNITTELU</b>	<b>23</b>
<b>DIY-käsityöilmioistä</b>	<b>24</b>
<b>Tuotesuunnittelu</b>	<b>26</b>
Unique Selling Point	26
USP:n löytäminen	27
Tissien USP?	28
Tuotevaihtoehtoja	30
<b>Tuotteiden valinta</b>	<b>32</b>
<b>Sanojen valinta</b>	<b>34</b>
<b>TOTEUTUS</b>	<b>36</b>
<b>Lettering</b>	<b>37</b>
Omat lähtökohdat	39
<b>Suunnitteluprosessi</b>	<b>40</b>
Pinssi	40
Printti	49
Magneetti	57
Kangasmerkki	64
<b>YHTEENVETO</b>	<b>72</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>75</b>



**JOHDANTO**

**Erittäin salainen tissimerenneitoseura** on Suomen sarjakuvaskenen pienlehtialakulttuurissa vaikuttava feministinen sarjakuvantekijäkollektiivi. Olen itse yksi sen kuudesta jäsenestä. Kollektiivin tavoitteena on tukea jäsentensä taiteellista työskentelyä sekä omalta osaltaan tuoda esille ja korjata valtavirtasarjakuvan epäkohtia. Tissimerenneidot myyvät sarjakuvafestivaaleilla sarjakuva-antologioita, zinejä eli pienlehtiä sekä muita tuotteita kuten kortteja ja tarroja. Heidän asiakkaitaan ovat sarjakuvatapahtumissa käyvät nuoret aikuiset. Tissimerenneitoseuran brändi on leikkisä ja pinkki, mutta täynnä asiaa. Heidän tuotteensa pyrkivät vaikuttamaan hausalla, helposti lähestyttävällä tavalla.

Opinnäytetyön teososuus on Tissimerenneitoseuralle tuotesarjakonsepti, johon kuuluu pinssi, magneetti, pieni printti ja kangasmerkki. Tuotteissa on pääosassa lettering eli käsin piirretyt kirjaimet, joiden sanallinen sisältö on feminististä tykitystä.

Kirjallisessa osuudessa perehdytään ensin kulttuuriin, jonka sisällä kollektiivi toimii. Taustoitus-luvussa käsitellään 60- ja 70-lukujen underground-sarjakuvaa sekä sen vaikutuksia nykyiseen sarjakuvazinekulttuuriin. Undergroundista puhuessani tarkoitan nimenomaan 60- ja 70-lukujen *Comics Codea* vastaan kapinoineita sarjakuvia, ja nykypäivän alakulttuurisarjakuvasta

puhun zineinä tai pienlehtinä. Lisäksi paneudun tarkemmin Suomen feministiseen sarjakuvaskeneeseen, johon Tissimerenneitoseura sijoittuu. Taustoituksessa esittelen myös kollektiivisen filosofiaa, visuaalisuutta ja aikaisempaa tuotantoa.



*Erittäin Salainen Tissimerenneitoseura  
Helsingin sarjakuvafestivaaleilla 2018.*

Suunnittelu-luvussa perehdyin DIY- eli tee-se-itse -käsityökulttuuriin ja pohdin, kuinka tuotteiden suunnittelu alakulttuuria edustavalle kollektiiville voisi lähestyä. Käytän eri DIY -tekijöiden kokemuksia ja työkaluja oman tuotesuunnitteluprosessin kehittämiseen

ja muodostan opitun teorian pohjalta tuotteita yhdistävät ominaisuudet. Tuotteiden tulee olla brändin mukaisia, halpoja ja helppoja toteuttaa itse omin käsin ja kohderyhmään vetoavia. Valitsen tuotteet ja niihin tulevat lauseet vertailevan taulukon ja Tissimerenneitokollegoideni avulla.

Opinnäytetyöni aihe valikoitui kiinnostuksestani uuden osa-alueen haltuunottoon. Olen opintojeni aikana ihaillut muiden lettering-teoksia, ja koin opinnäytetyön olevan hyvä tilaisuus laajentaa ammatillista osaamistani. Toteutus-luvun pääpaino on letteringprosessien dokumentoinnissa. Kirjoitan ensin lyhyesti letteringistä ja omista lähtökohdistani. Osiossa mietin, miten kollektiivin ja zinekulttuurin filosofia voisi näkyä letteringissä ja tekniikkavalinnoissa, ja miten tehdä brändin mukaiset tuotteet, joissa näkyvät suunnitteluosiossa muodostetut yhdistävät ominaisuudet.

Tavoitteenani on kehittää taitojani typografian ja käsin piirrettyjen kirjainten osa-alueella ja löytää erilaisia letteringtekniikoita, joiden käyttäminen on minulle luontevaa ja hauskaa. Oman tuotesuunnitteluprosessin kehittäminen on myös tärkeä osa työtä. Haluan tehdä Tissimerenneitoseuralle tuotteita, joidenlaisia en ole ennen tehnyt, ja joiden toteutuksessa pääsen kokeilemaan uusia kiinnostavia tekniikoita ja käyttämään eri materiaaleja.



# TAUSTOITUS

Underground-sarjakuva  
Zinekulttuurista  
Erittäin salainen tissimerenheitoseura

---

Valtavirtasarjakuvan lisäksi Suomen sarjakuvapiireissä tehdään omakustanteisia pienlehtiä eli zinejä, joista huomattava osuus on feminististä ja queer-sarjakuvaa. Erittäin salainen tissimerenheitoseura toimii siis alakulttuurin alakulttuurissa. Tässä osiossa perehdyn kontekstiin, jossa kollektiivi vaikuttaa, sekä sen filosofiaan, visuaalisuuteen ja aiempaan tuotantoon. Aloitan amerikkalaisesta 60- ja 70-lukujen underground-sarjakuvasta ja sen vaikutuksista nykyiseen sarjakuvazinekulttuuriin. Kirjoitan myös zine- eli pienlehtikulttuurista yleisesti, sekä tarkemmin Suomen feministisestä sarjakuvaskenestä, johon Tissimerenheitoseura sijoittuu.

*1. Wonder Warthog on Gilbert Sheltonin ja Tony Bellin irstas ja väkivaltainen parodia teräsmiehestä. Oikealla sarjakuva vuodelta 1967.*

## UNDERGROUND-SARJAKUVA

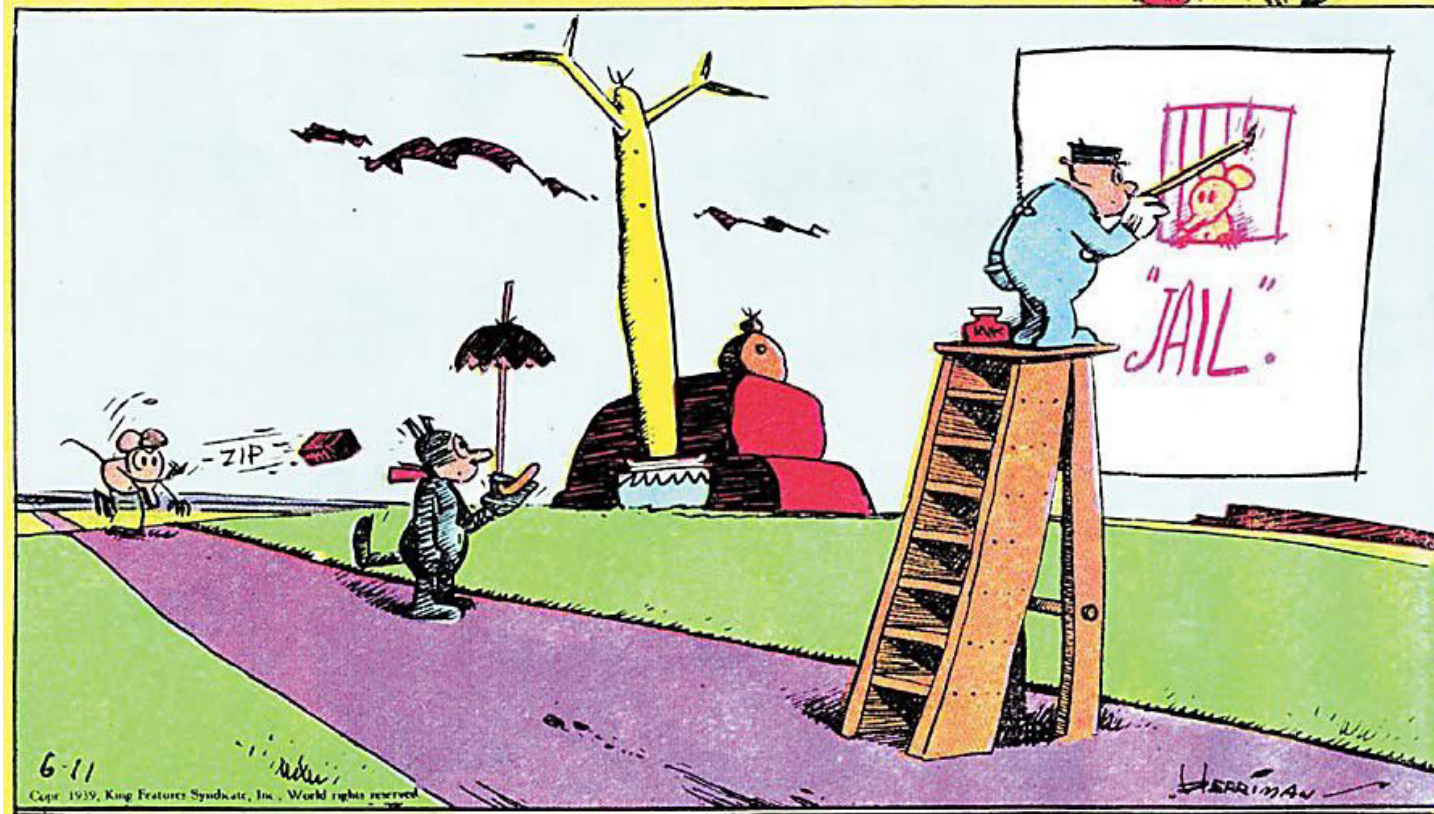
**Underground-sarjakuva** oli 60-luvun Yhdysvalloissa alkunsa saanut ilmiö, joka syntyi vastalauseena valtavirtasarjakuvalle sekä sarjakuvamaailmaan tulleille uusille säännöille ja rajoituksille. Taiteellisesti kekseliäissä ja poliittisesti radikaaleissa teoksissaan vastakulttuurin edustajat piirsivät huumeista, Vietnamin sodasta, rockmusiikista ja seksistä törkeän räävittömästi. Underground-sarjakuvalla on tärkeä osa sarjakuvan historiassa, ja sen vaikutukset ovat selvästi nähtävissä myös nykypäivänä.

Underground-sarjakuvaa edelsi Yhdysvalloissa toisen maailmansodan aikana isänmaallisten supersankarisarjakuvien kultakausi. Sodan päätyttyä

vuonna 1945 supersankarien suosio laski, ja elvyttääkseen markkinoita suuret kustantamot alkoivat havitella uusia, vanhempia lukijoita tarjoamalla useita erilaisia genrejä: lehtikioskien hyllyillä kilpailivat huomiosta lännensankarit, salapoliisit sekä sota-, scifi-, rikos- ja kauhusarjakuvat. (Sabin 1996, 66.) Näistä rikos ja kauhu olivat 50-luvun amerikkalaisista sarjakuvagenreistä pahamaineisimmat – verisissä tarinoissa kaulojen katkaiseminen, suolistaminen ja silmien ulos kaivaminen kuvattiin ennennäkemättömän yksityiskohtaisesti (Sabin 1996, 67). Sarjakuvissa alati lisääntyvä väkivalta alkoi aiheuttaa huolta.



2.  
George Herrimanin  
Krazy Kat kertoo  
kissasta, joka rakas-  
taa tulla heitetyksi  
tiilillä, hiirestä, joka  
rakastaa niiden  
heittämistä ja  
poliisikoirasta, joka  
tekee parhaansa  
estääkseen sen.  
Kuvan strippi  
vuodelta 1939.



Yhdysvalloissa oli päätelty nuorisori-  
kollisuuden kasvun johtuvan ainakin  
osittain lasten suosimista raaoista ja  
kieroutuneista sarjakuvista. Yksi tämän  
teorian suurimmista kannattajista oli  
psykiatri Fredric Wertham, jonka kirja  
Seduction of the Innocent (1954) väitti  
sarjakuvien pahimmillaan johtavan  
rikosten jäljittelyyn ja aiheutti sensaa-  
tiohakuisuudessaan yleisen moraalisen  
paniikin. (Sabin 1996, 68.)

Erinäisten oikeuskäsittelyjen seu-  
rauksena suuret kustantamot joutuivat

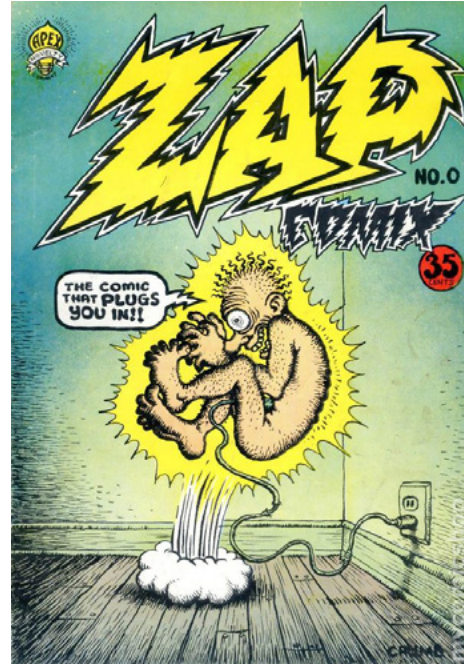
luomaan toimintaansa säätelevän lii-  
ton, The Comics Magazine Association  
of American. Tämä liitto laati *Comics  
Codeksi* kutsutun säännösten, jonka to-  
teutumista valvoi tarkkailuelin nimel-  
tä The Comics Code Authority. Comics  
Code kielsi sarjakuvista esimerkiksi  
seksin, voimakkaan väkivallan sekä  
virkavallan vastustamisen. (Duncan &  
Smith 2009, 52-3.)

Vastalauseeksi Comics Codelle  
syntyi underground-sarjakuva. Nuoret  
ympäri Yhdysvaltoja nousivat 60-lu-

vulla vastustamaan sarjakuvien sen-  
suuria ja alkoivat tehdä omia sarjaku-  
viaan haitallisiksi leimatuista aiheista  
omalla ruokottomalla tyyllillään.  
Underground-sarjakuvien varhaisi-  
na innoittajina pidetään esimerkiksi  
George Herrimanin omalaatuista *Krazy  
Katia* (kuva 2) ja taskukokoisia riettaita  
seksisarjakuvia, joita kutsuttiin nimellä  
*Tijuana Bibles* (Arffman 2004, 185-186).  
Monet underground-sarjakuvataitei-  
lijat kertovat inspiraation lähteekseen  
Entertaining Comicsin julkaisemat

sarjakuvalehdet, joista esimerkiksi  
kauhu- ja sci-fi-lehdet olivat todella  
suosittuja. Suurimpana esikuvana mai-  
nitaan usein EC:n vuonna 1952 julkai-  
sema *Mad*-satiirilehti. Edellä mainittuja  
uskaliaita sarjakuvia julkaissut EC  
joutui Comics Code Authorityn sensu-  
rin kohteeksi, ja monet sen julkaisemat  
lehdet piti lopettaa. EC:n sarjakuvien  
kohtalo aiheutti vihaa 60-luvun nuo-  
rissa sarjakuvataiteilijoissa, jotka olivat  
kasvaneet EC:n lehtiä lukien. (Arffman  
2004, 55 & 71-72.)

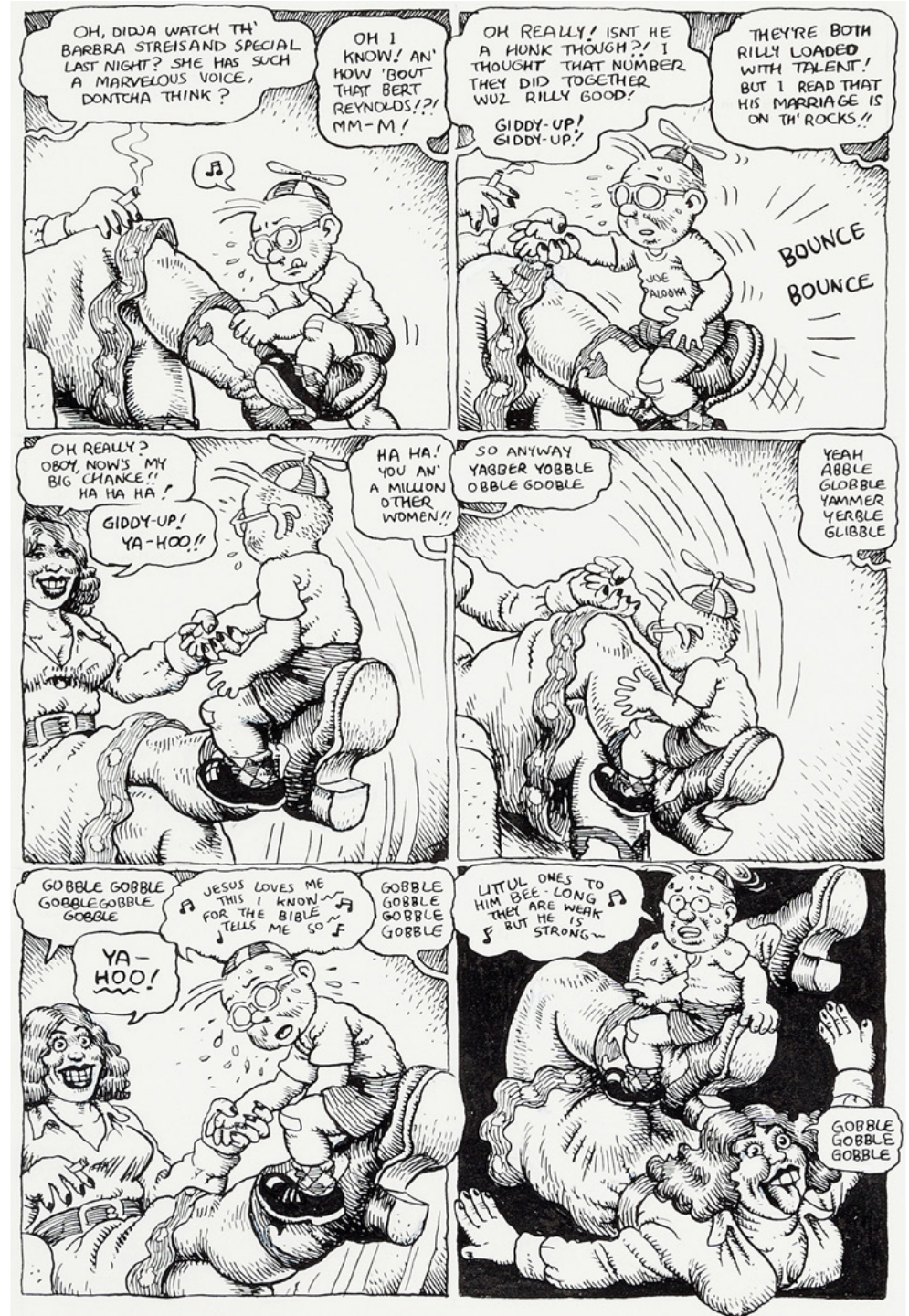
3.  
Ensimmäisen Zap-lehden kansi,  
Robert Crumb 1968.



Underground-sarjakuvien esiinnoitu 60-luvulla oli osa suurempaa yhteiskunnallista vastarinta- eli underground-liikettä. Kapinamieliala oli nousussa Yhdysvalloissa, kun niin hipp- ja naisasialiike kuin afroamerikkalaisetkin vaativat yhteiskuntaan muutoksia. Aluksi underground-sarjakuvia ilmestyi poliittisissa underground-lehdissä (Arffman 2004, 78). Ensimmäisinä varsinaisina underground-sarjakuvalehtinä on pidetty esimerkiksi *God Nose* ja *The Adventures of Jesus* -lehtiä (Duncan & Smith 2009, 55). Yksi ensimmäisistä suuren suosion saavuttaneista underground-sarjakuvalehdistä oli *Zap Comix* (kuva 3), joka julkaistiin vuonna 1968. Lehden tekijä oli Robert Crumb, jota on pidetty underground-sarjakuvien keulakuvana. Crumbin LSD-huuruiset seksikuvaukset ja liberaali hippipolitiikka tekivät *Zap Comix*ista suosittua ja Crumbin piirrostyylistä erittäin kopioitua. *Zap Comix*ista tehtiin säännöllisesti ilmestyvä antologia, jossa esiintyi tulevien kuuluisuuksien, kuten Gilbert Sheltonin ja S. Clay Wilsonin, sarjakuvia. (Sabin 1996, 94-95 & 103.)

Oikealla 4: Robert Crumbin sarjakuvaa Zap-lehdestä, 1978.

Sarjakuvien jakelu tapahtui lähinnä vaihtoehtokirjakaupoissa, levykaupoissa ja niin kutsutuissa head shopeissa, joissa myytiin erinäisiä huumetarvikkeita. Lisäksi julkaistiin runsaasti erilaisia omakustanteita ja pienlehtiä, jotka olivat tärkeä osa underground-kulttuuria. Nyt kuka tahansa saattoi alkaa tehdä omia sarjakuvalehtiään ja myydä niitä konserteissa ja muissa tapahtumissa. (Duncan & Smith 2009, 52.)



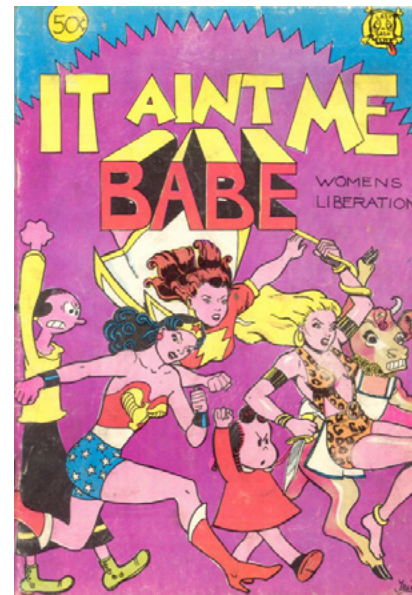
## UNDERGROUNDIN FEMINISTINEN JA QUEER-SARJAKUVA



6. Trina Robbins, 1972.

**60-luvun naisliike** alkoi ravistella myös sarjakuvamaailman sukupuolirooleja. Sarjakuvamaailma oli miesvaltainen, mutta undergroundin aikaan yhä useammat naiset alkoivat tehdä omia sarjakuvia. Naistaiteilijoiden underground-sarjakuvat olivat useimmiten feministisiä ja toivat esiin naisten elämään, seksuaalisuuteen ja yhteiskunnalliseen taisteluun liittyviä aiheita. Miesten tekemien sarjakuvien tavoin ne olivat monesti satiirisia ja käsittelivät tabuaiheita kuten seksis-

miä tai aborttia. Tyypillistä naisten tekemissä underground-sarjakuvissa oli omaelämäkerrallisuus, joka näkyy todellisten henkilöiden lisäksi myös intiiminä ajatusten ja oman elämän puimisenä. (Arffman 2004, 239-249.) Undergroundajan naispioneerina pidetään Trina Robbinsia, jota on myös kutsuttu undergroundin kuningattareksi. Hän kokosi ensimmäisen naistaiteilijoiden antologian *It Ain't Me Babe* (kuva 5) vuonna 1970. Tätä seurasi muita antologioita, muun muassa *Wimmen's Comix* ja *Tits 'n' Clits*, joissa esiintyi useita lahjakkaita tekijöitä kuten Melinda Gebbie, Lynda Barry ja Aline Kominsky. (Sabin 1996, 105.)



5. Trina Robbins, 1970.

Naistaiteilijoiden teoksissa otettiin ensimmäistä kertaa esiin seksuaalivähemmistöt. *Wimmen's Comix* #1 -lehdessä ilmestyi Robbinsin *Sandy Comes Out* (kuva 6), joka oli ensimmäinen sarjakuva, jossa esiintyi avoimesti lesbo hahmo. Vaikka underground-sarjakuvissa yleisesti esitettiin kaikki seksuaalisuuden tabut pedofiiliasta eläimiin sekaantumiseen, homoseksuaalisuutta kuvattiin vain äärimmäisen harvoin. Ensimmäinen homosarjakuva-antologia *Gay Comix* julkaistiin vasta vuonna 1980. (Sabin 1996, 124.)

## UNDERGROUND-SARJAKUVAN VAIKUTUS

### SEURAAVIIN SUKUPOLVIIN

**Underground-sarjakuvan aika** alkoi lähennellä loppuaan 70-luvun puolivälissä. Uudet säädyttömyyslait panivat lehdet ahtaalle, ja samaan aikaan headshopeja suljettiin, kun huumeiden käyttöön liittyvien tarvikkeiden myynti kiellettiin (Sabin 1996, 116-117). Underground-sarjakuva liittyi vahvasti hippiliikkeeseen, joka oli vähittäin kuolemassa punkin tieltä. Underground-taiteilijoillakin alkoi olla uusia ajatuksia sarjakuvien tekemisestä: he eivät halunneet enää vain shokeerata teoksillaan, vaan luoda taiteellisesti kunnianhimoisempia sarjakuvia. (Arffman 2004, 369-370.)

Underground-sarjakuva ehti kuitenkin olemassaolonsa aikana panna alulle useita muutoksia sarjakuvamaailmassa. Underground-sarjakuvien suosio osoitti, että myös muille kuin totutuille valtavirran sarjakuville oli yleisöä. Suuret kustantamot havittelivat lisää lukijoita tekemällä sarjakuvia, jotka heijastelivat ajan henkeä. Supersankarit alkoivat taistella huumeongelmaa vastaan ja eräässä Spiderman-sarjakuvassa Hämähäkkimies tappaa vahingossa tyttöystävänsä (Duncan & Smith 2009, 60). Voidaan ajatella, että

underground avasi tietä vaikeammille aiheille valtavirtasarjakuvassa.

Underground-sarjakuvat muuttivat myös sarjakuvien tekijänoikeuskäytäntöjä: Underground-sarjakuvalehdissä otettiin käyttöön uudenlainen malli, jossa tekijät luovuttivat sarjakuviansa ja hahmojensa julkaisuoikeudet vain yhteen painokseen kerrallaan (Arffman 2004, 84-85). Sarjakuvasta tuli aiempaa enemmän taiteilijan luomistyön tulos, kun tekijöitä oli suuren tekijätiimin sijasta yleensä vain yksi. Tekijöiden merkitys korostui, ja heihin alettiin suhtautua ennemminkin taiteilijoina. (Arffman 2004, 86.)

Underground-sarjakuvan perintö elää yhä esimerkiksi ajatuksena siitä, että kuka tahansa voi tehdä ja julkaista sarjakuvaa. Erityisesti naistaiteilijoiden töistä suosituksi tullut omaelämäkerrallinen sarjakuva on pidetympää kuin koskaan. Tämä näkyy esimerkiksi päiväkirjamaisten sarjakuvablogien suosiossa (kuva 7). Sarjakuvatapahtumissa myytävät ja vaihdeltavat pienlehdet ja omakustanteet ovat myös yhä suosiossa, mistä kertoo myös se, että vuoden 2015 Helsingin Sarjakuvafestivaalien eräs teema oli pienkustanteet.



7. Omaelämäkerrallista sarjakuvaa Muhvun sarjakuvablogista, 2015.

## ZINEKULTTUURISTA



8. Erilaisia zinejä *The Festival of the Photocopier zine* -tapahtumasta, 2017.

**Zinet eli pienlehdet** ovat ei-kaupallisia pienkustanteita, joita julkaisevat ja levittävät niiden tekijät (Spencer 2008, 17). Vaihtoehtosarjakuvan ja sarjakuvazinen juuret ovat 60-luvun underground-sarjakuvassa, jonka perintöä ovat rankempien aiheiden lisäksi myös tekijänoikeudet. Undergroundtaiteilijat todistivat tabuja rikkomalla erillisyytensä Comics Codesta ja vanhentuneesta käsityksestä siitä, mitä sarjakuvat voivat olla. Vaatimalla luovaa kontrollia he auttoivat vakiinnuttamaan itsenäisten sarjakuvantekijöiden verkoston ja luomaan uuden liiketoimintamallin, jossa taiteilijat omistivat sarjakuvansa itse ja saivat näin tehdä niillä mitä ikinä halusivat. (Oakes 2009, 3).

Perinteisesti pienlehtiä on tehty kopiokoneella, mutta nykyisin digipainaminen on niin edullista, että monet tekijät painattavat sarjakuvansa painotaloissa tai tulostavat ne itse. Toisin kuin kaupallisilla lehdillä, zineillä ei ole samanlaisia markkinoita, kohde-ryhmiä ja voittomarginaaleja. Niillä ei ole painetta tuottaa tekijöilleen rahaa tai kaupallista tarvetta suurelle lukijakunnalle. Suhteessa kaupallisiin vastineisiinsa zinet ovat helppoja ja halpoja tuottaa, minkä vuoksi tekijöiden ei tarvitse punnita yhtä tarkasti mitä he julkaisevat. He voivat painaa pienellä riskillä lähes mitä tahansa,

sillä aina löytyy ainakin yksi ihminen, joka haluaa lukea tuotoksen. (Spencer 2008, 23–24).

Zinentekijät ovat usein amatöörejä, joille ei makseta työstä mitään. Zinet ovat aikaa vieviä tehdä eivätkä ne tuota yleisesti arvostettuja hyödykkeitä kuten rahaa, valtaa tai mainetta. Tekijät laajalti myöntävätkin, että zinen tekeminen ennemminkin maksaa kuin tuottaa rahaa. Siitä huolimatta niitä tehdään – suurimmaksi osaksi siksi, että se on hauskaa. (Piepmeier 2009, 74).

Kotitekoisten lehtien tekemisen viehäytys on helppo nähdä. Kuka tahansa voi tehdä mitä tahansa, kuka tahansa voi olla taiteilija tai tekijä. (Spencer 2008, 11). Kun tekijät ovat vapaita piirtämään ja kirjoittamaan mitä haluavat ilman rajoituksia, voivat he rakentaa oman tilansa ja kirjoittaa niistä asioista, jotka heidän mielestään jäävät valtavirtakulttuurissa taka-alalle tai puuttumaan. (Spencer 2008, 17). Zinentekijät kertovat teoksissaan usein omasta maailmankatsomuksestaan ja käsittelevät yhteiskunnallisia ja poliittisia aiheita. Monille zinen tekeminen on myös tapa juhlistaa omaa asemaa valtavirtakulttuurin ulkopuolella ja esitellä omia omalaatuisia kiinnostuksenkohteitaan. Se voi myös olla reaktio kaupallista yhteiskuntaa vastaan. (Spencer 2008, 20–22).

Piepmeierin (2009, 67) mukaan yksi zinekulttuurin tärkeimmistä elementeistä on henkilökohtaisuus. Zinet voivat olla minkä näköisiä tahansa siististä sotkuiseen ja koristeellisesta pelkistettyyn, mutta niissä näkyy aina tekijän kädenjälki.

Maailmassa, jossa yhä useammat ihmiset viettävät kaikki päivät tietokoneella ja fyysisten kirjojen tulevaisuus usein kyseenalaistetaan, zinet pysyvät suosiossa ja kannustavat henkilökohtaiseen yhteyteen tekijöiden ja lukijoiden välillä (Piepmeier 2009, 58).

Tapa, jolla zinet vaihtavat omistajaa, on usein suoraan tekijältä lukijalle. Sarjakuvazinejä myydään ja myös vaihdetaan perinteisesti erilaisissa sarjakuvatapahtumissa, Suomessa esimerkiksi jokavuotisilla Helsingin sarjakuvafestivaaleilla. Festivaaleilla järjestetään nykyisin erillinen Zine Fest, jonne zinentekijät kerääntyvät myymään lehtiään muutamalla eurolla.

Joillekin zinentekijöille riittää, että lehti on valmis ja että sitä luetaan. Toisille zinen tekeminen ja levittäminen on tapa rakentaa yhteisöä, ja

perimmäisenä tarkoituksenaan heillä on tavoittaa muita, löytää yhteys ja muodostaa verkostoja. Verkostot tukevat koko zineyhteisöä ja sen jäsenten taiteellisia ja aktivistisia tavoitteita. (Spencer 2008, 31). Monet Helsingin Zine Festissä käyvät tekijät tuntevat tai ainakin tietävät toistensa olemassaolosta. Tapahtumassa myymisen lisäksi monia yhdistää sarjakuvablogin

pitäminen esimerkiksi Suomen sarjakuvaseuran ylläpitämällä *sarjakuvablogit.com*-blogialustalla. Facebookista löytyy bloggaajien oma suljettu ryhmä, johon tekijät linkkaavat ja kommentoivat päivityksiä. Sarjakuvazinesken tekijät tukevat toisiaan ostamalla toistensa lehtiä, kutsumalla toisiaan paneelikeskusteluihin ja osallistumalla yhteisiin antologioihin. Esimerkik-

si RIKKI-projektin *Rikkinäisen mielen kuvat*-antologia kokosi joukon sarjakuvantekijöitä purkamaan mielenterveysongelmiin liittyviä stigmoja. Apila Miettisen toimittamassa antologiassa on mielenterveysongelmaisten omiin kokemuksiin perustuvia sarjakuvia esimerkiksi ADHD:sta, itsetuhoisuudesta ja sosiaalisten tilanteiden pelosta. (RIKKI-projekti, 2017).



9. Siiri Viljakan sarjakuva *Rikkinäisen mielen kuvat* -antologiassa, 2017.

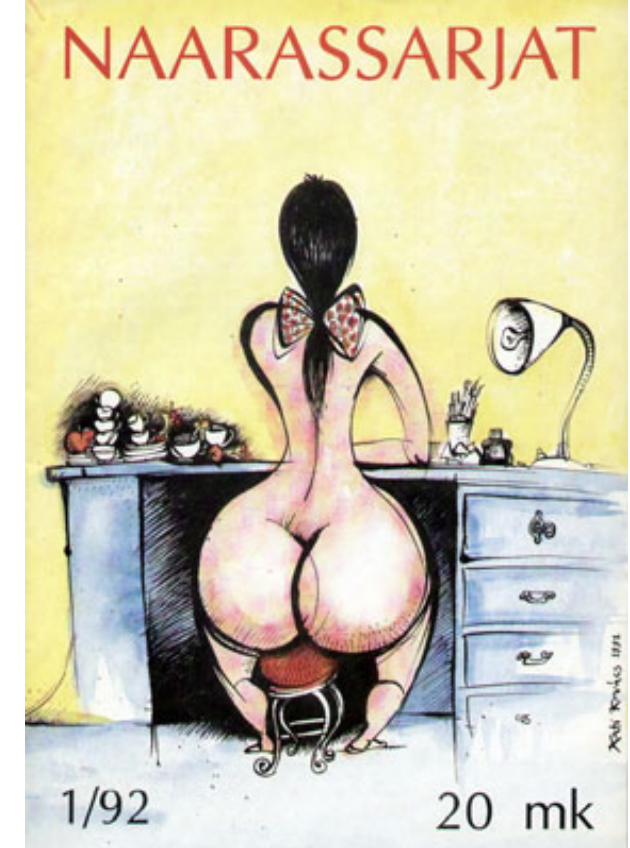
## ZINEKULTTUURI JA FEMINISMI

**Perinteisesti zine**kulttuuri on ollut enimmäkseen miesten tuottamaa. Se koostui aikanaan scifi-fandomeissa vaikuttaneista miehistä, 60-luvun itsenäisistä lehdistä ja punkin keulakuvista. Lopulta naiset, jotka olivat kiinnostuneet itsenäisen median tuomista mahdollisuuksista, mutta eivät nähneet omia kokemuksiaan olemassa olevissa julkaisuissa, päättivät luoda omaa sisältöään. (Spencer 2008, 48). Monet heistä keskittyivät feministisiin aiheisiin, joiden he kokivat jääneen sekä valtavirta- että alakulttuurimedioiden huomion ulkopuolelle. Feminististen julkaisujen historia alkoi aiemmin mainitsemastani, vuonna 1970 julkaistusta *It Ain't Me Babe* -lehestä, jota ilmestyi vain vuoden, mutta jonka viha ja energia oli tarttuvaa. (Spencer 2008, 49). Lehteä seurasi vuonna 1972 ensimmäinen ja pitkäikäisin naissarjakuva-antologia *Wimmen's Comix*. 20-vuotisen

ilmestymisjakson aikana taiteilijat kuten Roberta Gregory ja Melinda Gebbie käsittelivät aiheita, joihin miehet eivät olisi koskeneet pitkällä tikullakaan: aborttia, kuukautisia, masturbointia, kastroatiota, lesboja, noitia, naismurhaajia ja feministejä. (Fantagraphics 2018).

Wimmen's Comixista sai alkunsa myös Suomen feministinen sarjakuvatoiminta. Ennen 90-lukua naisten tekemää sarjakuvaa oli julkaistu Suomessa lähinnä eri lehtien erityisissä naisnumeroissa. 70-luvulla *Jymy*-lehdessä julkaistiin amerikkalaisten underground-piirtäjien sarjakuvia, ja 80-luvulla suomalaisten naistekijöiden töitä oli esimerkiksi Seinäjoen sarjakuvaseuran *Kannus*-lehden sekä Suuren kurpitsan lehden erikoisnumeroissa. (Ahmed, Richert, Rojola & Romu 2018). Kävin Helsingin sarjakuvafestivaaleilla kuuntelemaan paneelikeskustelua

(Ahmed ym. 2018) feministisen sarjakuvan vuosikymmenistä Suomessa. Paneelissa yksi suomalaisen feministisen sarjakuvan uranuurtajista, Johanna Rojola, kertoi inspiroituneensa Wimmen's Comixista ja halunneensa koota suomalaisen naissarjakuva-antologian. Materiaalia kertyi yllättäen useamman lehden verran, ja näin syntyi 90-luvun alussa *Naarassarjat*-niminen julkaisu (kuva 10), jota ilmestyi 1997 asti. Naarassarjojen seuraajia olivat esimerkiksi Tiitu Takalon Tampereella perustama *Irtoparta* sekä verkkojulkaisu *Nettinarttu*.



10. Naarassarjojen kansikuvitus. Kati Kovács, 1992.

Nettinarttu toimi matalan kynnyksen julkaisukanavana naisten lisäksi myös miehille ja muunsukupuolisille feministeille, mikä heijasteli monipuolistuvaa sukupuolikäsitystä ja feminismien kehitystä inklusiivisemmäksi. Panelisti Hannele Richert kuvaili Nettinarttua ilottelukentäksi, jossa kuitenkin käsiteltiin vakavia asioita. Verkkojulkaisun tekijät pitivät myös sarjakuvafestivaaleilla yhteistä myyntipöytää, johon liittyi aina jonkinlainen performanssi – eräänä vuonna he esimerkiksi jakoivat pipareita.

Oikealla: Tissimerenneitoseura tekemässä bisneksiä Helsingin sarjakuvafestivaaleilla 2018.



II. Femidistro. Femskt, 2017.



Nykyisin vaikuttava verkosto Feministinen sarjakuvatoiminta eli Femskt täyttää tänä vuonna viisi vuotta. Se syntyi ruotsalaisen Dotterbolaget-verkoston innoittamana. Femskt järjestää tapahtumia ja työpajoja, näyttelyitä ja matkoja, sekä osallistuu festivaaleille. Heidän myyntipöytänsä femidistroon (kuva II) saavat tuoda sarjakuviaan myyntiin kaikki sarjakuvia piirtävät feministit. He ovat myyneet myös Tissimerenneitosten *Sukupuolipaskaa*-antologiaa.

Hannele Richert puhui paneelissa siitä, miten hän ei samaistunut valtavirtasarjakuvan naiskuvaan, ja miten hänelle oli teininä tärkeä kokemus löytää *Naarassarjat*-lehti kaupasta ja nähdä muiden naisten tekemiä tarinoita. Tämä rohkaisi häntä piirtämään itse sarjakuvaa, jonka naiset vastasivat hänen omaa kokemustaan. ”Ne on kaks ihmistä, miks niillä pitää olla ripset?” (Ahmed ym. 2018).

Tämä on konkreettinen esimerkki siitä, miten muiden teokset inspiroivat uusia tekijöitä. Myös Allison Piepmeier (2009, 57) kirjoittaa, että kun hän opettaa luokalle pienlehdistä, alkaa merkittävä osa oppilaista tehdä omia lehtiään. Monet heistä eivät ole koskaan kuulleet zineistä, mutta saatuaan niitä selailtaviksi, he kokevat tullessa kutsutuiksi mukaan ja innostuvat.

Zinekulttuurin ydin on yhteisöllisessä tekemisessä, joka tähtää saamaan mukaan uusia tekijöitä, jotka voivat tuoda esiin aina uusia, valtavirran ulkopuolelle jääviä näkökulmia. Tärkeintä on tuottaa jotakin itselleen ja rohkaista muitakin ilmaisemaan itseään, myyvät teokset sitten tai eivät. (Spencer 2008, 20).

# ERITTÄIN SALAINEN Tissimerenneitoseura

**Erittäin salainen tissimerenneitoseura** on feministinen kuuden hengen sarjakuvataiteilijakollektiivi, joka muodostettiin virallisesti vuonna 2016 ensimmäisen antologian julkaisun yhteydessä. Kollektiivi käy Suomen eri sarjakuvatapahtumissa myymässä yhteisiä sarjakuva-antologioita, jäsenten omia pienlehtiä ja muita käsintehtyjä tuotteita kuten kortteja, printtejä, tarroja ja kangaskasseja. Lisäksi he osallistuvat festivaalien ohjelmaan katsojina ja järjestäjinä.

Kollektiivin jäsenet ovat kaikki visuaalisen alan osaajia: sarjakuvantekijöitä, graafikoita ja animaattoreita. Neljä perustajajäsentä muodostaa tissineuvoston, joka sarjakuvan piirtämisen ohella hoitaa muita kollektiivin toimintaan liittyviä töitä. Muut jäsenet eli rivitissit saavat keskittyä sarjakuvaan. Tämänhetkiset Tissimerenneidot ovat keskenään tuttuja opiskelupaikoista, mutta tulevaisuudessa isompiin projekteihin on tarkoitus ottaa mukaan ja tuoda esiin myös ulkopuolisia tekijöitä.



↑  
12.  
JOHMU



↑  
13.  
LINDA



↑  
14.  
JULIA



↑  
15.  
JUPE



↑  
16.  
SARA



↑  
EVE

## FILOSOFIA JA KOHDERYHMÄ

**Tissimerenneitoseura** on rakennettu pinkistä, glitteristä ja taistelutahdosta. Kollektiivin jäseniä yhdistää kyllästyminen valtavirran vakiintuneisiin tapoihin tehdä tarinoita ja halu paljastaa niiden taustalla olevat haitalliset rakenteet ja stereotyyppiä. Tavoitteenaan heillä on tehdä sarjakuvia, joissa yhdistyvät yllättävät elementit ja jotka ilahduttavat vallitseviin stereotyyppoihin kyllästyneitä, ja avaavat asiaan perehtymättömien silmät uusille mahdollisuuksille. Kollektiivin arvoja ovat feminismi, tasa-arvo, inklusiivisuus, positiivisuus sekä laatu. Tissimeren-

neidoille on tärkeää, että ihmiset, jotka eivät usein näe itseään valtavirtamediaassa, voivat löytää jotain samaistuttavaa heidän tuotannostaan. He haluavat festarimyyntipöytänsä olevan se, johon kävijät tulevat hakemaan hauskoja, oivaltavia sarjakuvia, joiden taustalla on kuitenkin kriittinen sanoma. Kun asiakas tuhahtaa tai rämähtää räkänauruun, ovat Tissimerenneidot onnistuneet.

Tissimerenneitoseuran asiakkaita ovat sarjakuvista ja erityisesti pienkustanteista kiinnostuneet sarjakuvatahtumissa käyvät nuoret aikuiset.

Suurin osa heistä asuu pääkaupunkiseudulla, mutta osa matkustaa tapahtumiin kauempaa. He ovat sateenkaari-ihmisiä tai *allyja* (liittolaisia) eli heidän tukijoitaan. Heille ovat tärkeitä monipuoliset näkökulmat ja representaatiot sekä keho- ja seksiposiitivisuus. He haluavat ostaa ainutlaatuisia, visuaalisesti kiinnostavia tuotteita, joita ei saa muualta ja jotka vahvistavat heidän identiteettiään. Monilla heistä on festivaaleilla oma myyntipöytä tai he ovat ainakin pöytälaatikkotaiteilijoita, ja he haluavat tukea muita tekijöitä verkostossa.





Kuten nimestäkin saattaa päätellä, Erittäin salainen tissimerenneitoseura ei ota itseään liian vakavasti. Kollektiivi on usein tärkeällä asialla ja voi käsitellä vaikeita aiheita, mutta niitä pyritään kuvaamaan helposti lähestyttävällä tavalla ja tuomaan epäkohtia esille huumorin avulla. Tissimerenneitosen ääni on rohkea, leikkisä ja omalaatuinen. Siihen kuuluvat erilaiset rääkäisyt kuten "rääh" ja "trööt", sekä tahallaan väärin kirjoitetut sanat kuten "inhoitavaa". Tissimerenneitoseura vastustaa suomalaista vaatimattomuutta ja itseään vähättelevää "mä nyt tein tämän" -mentaliteettia. Kollektiivin ääni on itsevarma ja sen jäsenet luovia neroja, jotka keuhvat itseään ja toisiaan armottomasti.

Kollektiivin hengen voisi tiivistää lauseisiin: "Ai oikeesti vai?" "Joo joo!!" Tissineuvosto elää jatkuvassa graafikouden ja punkhenkisyiden ristiriidassa. Projektien alussa keksitään jokin mielettömän nerokas ja hassunhauska idea, jolle nauretaan valtavasti. Sitten epäillään, voidaanko oikeasti tehdä niin. Zinefilosofian hengessä tietenkin voidaan – on kuitenkin suoritettava professionaali graafikointiprosessi, jossa punnitaan kaikki mahdolliset näkökulmat ja vaihtoehdot, ja lopulta päädytään alkuperäiseen ideaan. Kollektiivin nimi oli alun perin vitsi. Kollektiivin logo oli alun perin vitsi. Suunnitelma gourmet- eli kurmettimämmistä oli alun perin vitsi – odottaa vain.

## VISUAALINEN ILME

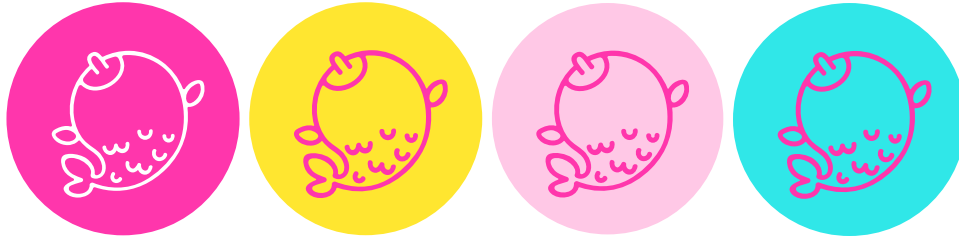
Kollektiivin visuaalinen ilme valmistui juuri ennen opinnäytetyön aloittamista ja vaikuttaa myös suunniteltavien tuotteiden ulkoasuun. Ilmeen elementtejä ovat tunnus, typografia, värimaailma sekä suomukuosi.

### **Tunnus**

Tissimerenneitoseuran liikemerkki alkoi vitsistä. Sen ideana on, että kaupaa katsottuna se näyttää tavalliselta, yksinkertaiselta ja modernilta merkiltä, mutta sitten katsoja huomaa, että kuvassa on kalanpyrstöinen tissi – kirjaimellisesti tissimerenneito. Kaikista vaihtoehdoista päädyimme tähän ensinnäkin siksi, että se on hulvaton. Toiseksi, omalaatuinen tunnus on helposti tunnistettava ja mieleenpainuva, ja käy hyvin yksin kollektiivin nimen kanssa. Tunnuksesta on sekä pääasiallinen pyöreä versio että kuvaton vaakaversio. Lisäksi voidaan käyttää pelkkää liikemerkkiä esimerkiksi sosiaalisen median profiilikuvissa.



**ERITTÄIN SALAINEN**  
**Tissimerenneitoseura**



*Liikeymerkkiä voidaan käyttää eri brändiväreissä.*

### Värit

Tissimerenneitoseuran värimaailma on kirkas ja karkkimainen.

Visuaalisen ilmeen pääväri on vaaleanpunainen sekä shokeeraavan pinkkinä että hellän hattaraisena. Päivi Hintsasen (2018) mukaan pinkki on yksi inhotuimmista väreistä johtuen mielikuvista, joita siihen liittyy. Vaaleanpunaista pidetään herkkänä ja feminiinisenä, niin kutsuttuna tyttöjen värinä. Väri- ja brändäysexpertti Karen Hallerin mukaan se yhdistetään nykyisin pikkutyttöihin ja alistumiseen. Tyylikonsultti Angela Weyers taas sanoo, että yritysmaailmassa pinkkiasuisia naisia ei todennäköisemmin oteta vakavasti. Kuitenkin vielä 40-luvulle asti oli itsestään selvää, että vaaleanpunainen, haalea veren väri, oli voimakas ja täten maskuliininen, kun taas tytöille puettiin herkkää sinistä. (Maglaty 2011).

Siinä missä 60- ja 70-luvun feminismit suosivat unisex-tyyliä ja välttivät pinkkiä, nykyisin väriä on alettu ottaa takaisin. Kirkas pinkki on vaaleanpunaisen aikuinen versio, jolla voi sanoa "emme ole heikkoja". (Elan 2014). Nykyfeminismiin kuuluu sanoma siitä, että jokainen saa olla juuri niin naisellinen kuin tahtoo, eikä feminiinisyys tee kenestäkään vähemmän vakavasti otettavaa. Pinkin käyttö on rohkea ele, joka voi myös voimaannuttaa. Sitä mieltä on myös Tissimerenneitoseura, ja siksi he viljelevät pinkkiä ja glitteriä tuotoksissaan.

Vaaleanpunaisten lisäksi kollektiivin väripalettiin kuuluvat kirkas sininen ja keltainen, jotka tekevät kokonaisuudesta herkkukarkkimaisen. Näiden tukena käytetään mustaa ja valkoista, sekä somisteissa kultaa ja kimallusta.

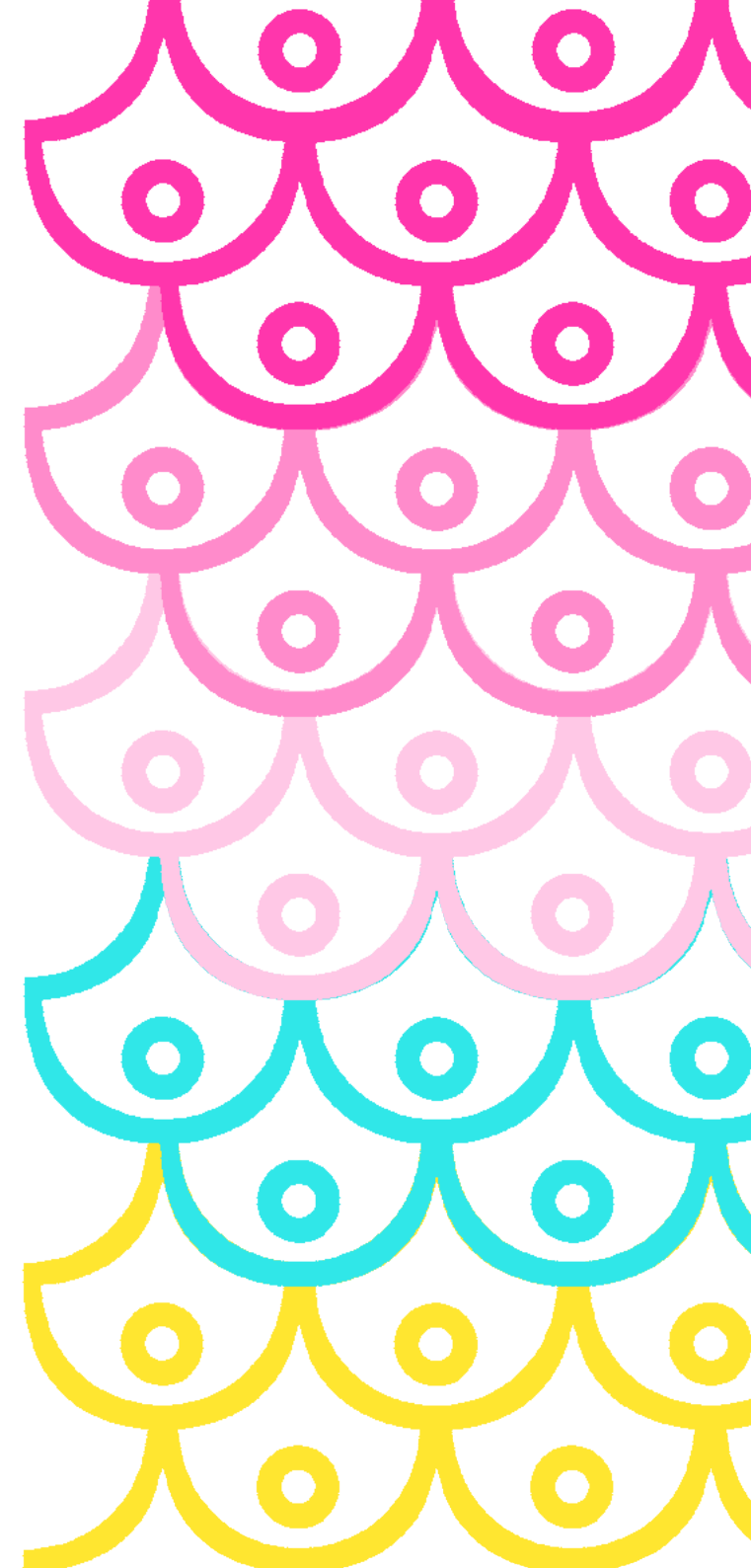
**pitsipöksy**

**nännipiha**

**pörrökäsirauta**

**pyrstöevä**

**kultakruunu**



## Typografia

Tissimerenneitoseuran teksteissä käytetään Jaroslavia sekä käsintekstausta.

Koska inklusiivisuus on yksi Tissimerenneitoseuran arvoista, haluttiin valita helposti luettava tekstityyppi, jonka merkit erottuvat selkeästi toisistaan. Jaroslav on tasavahva groteski, jossa on ilahduttavia, perinteisestä poikkeavia muotoja, ja joka toimii sekä pienessä että isossa koossa. Vaikka tekstityyppi on selkeä, ei se ole liian virallisen oloinen, vaan siitä löytyy tissimäistä pyöreyttä ja leikkisyyttä. Pääasiallinen

käyttö on sosiaalisen median infopostauksissa, joissa Tissimerenneitoseura mainostaa tulevia tapahtumia (kuva 17).

Käsintekstaus kuuluu vahvasti sarjakuvaan ja erityisesti pienlehtialakulttuuriin ja sointuu luonnollisesti tusseilla tehtyyn viivapiirroksen. Sitä käyttävät myös monet Tissimerenneitoseuran kilpailijat. Heistä erottuakseen ja tuodakseen esille omaa graafikostaansa halusivat Tissimerenneidot ottaa sen ohessa käyttöön digitaalisen tekstityypin.

# Tartu tissiin!

*Jaroslav Regular*

# Tartu tissiin!

*Jaroslav Bold*

# TARTU TISSIIN!

*Hand of Eve*

17.



A B C D E F G  
H I J K L M N  
O P Q R S T U  
V W X Y Z Å Ä Ö



Yllä:  
18.  
Prinsessaleikkejä –  
kuuma satukirja,  
2016.



Oikealla:  
19.  
Verihukka ja muita  
tarinoita kammokammiosta, 2018.



20. Sara Honkasen strippi Sukupuolipaskaa-antologiasta, 2018.

### Kuvasto ja tuotanto

Tissimerenneitoseura sai alkunsa Sara Honkasen ja minun yhteisistä merenneitokorteista, joissa merenneidot eivät piilottaneet tissejään simpukankuorien taakse – siis tissimerenneitokorteista. Kollektiivin ensimmäinen antologia, *Prinsessaleikkejä – kuuma satukirja* (kuva 18), julkaistiin omakustanteena Helsingin sarjakuvafestivaaleilla 2016. Siinä kukin jäsen teki tutusta sadusta oman versionsa, jossa käsiteltiin jollakin tavalla seksiä ja seksuaalisuutta. Prinsessaleikkien jälkeen on ilmestynyt kaksi muuta antologiaa, strippiantologia *Sukupuolipaskaa* (2018, kuva 20) sukupuolirooleista sekä kauhuantologia *Verihukka ja muita tarinoita kammokammiosta* (2018, kuva 19), jossa tekijät piirsivät kauhua feministisestä näkökulmasta.

Sarjakuvan lisäksi yhteisiä projekteja ovat olleet merenneitokangaskassi sekä homokorteiksi nimetyt pienet silkkipainoprintit – sekä tärkeimpänä söpöt eläintarrat.

Tissimerenneitoseura perustettiin virallisesti Prinsessaleikkejä-antologian julkaisun yhteydessä. Tissineuvosto mietti kutsuessaan albumiin tekijöitä, että taiteilijoiden erilaiset tyyli-tyylit olisivat yhteensopivat. Muutoin kollektiivi ei kontrolloi jäsentensä tekemistä, vaan kaikkia kannustetaan tekemään vapaasti omantyyllisiä töitä – toisilla on yksinkertaisempi, söpömpi tyyli ja toisilla realistisempi. Tissimerenneitosten taidetta yhdistävät feminismi ja genret kuten mytologia ja sci-fi.



# SUUNNITTELU

DIY-käsityöilmioistä  
Tuotesuunnittelu  
Tuotteiden valinta  
Sanojen valinta

---

Tapahtumissa, joissa Tissimerenneitoseura käy ei myydä ainoastaan sarjakuvia, vaan niiden ohessa tarjotaan kaikenlaisia käsitöitä pinsseistä virkatuihin söpöihin pikku eläimiin. Tämä liittyy DIY- eli tee-se-itse -käsityömiöön, jonka yhteyttä zinekulttuuriin etsin tässä osiossa. Pyrin löytämään DIY-käsityöläisiltä ja myyntipöytäkonkareilta vinkkejä siihen, miten Tissimerenneidoille suunnittelua kannattaisi lähestyä ja millaisia tuotemahdollisuuksia ylipäänsä on. Lisäksi pohdin tuotteiden sanallista sisältöä.

21.  
Niina Lättin  
penaaleja, 2017.



## DIY-KÄSITYÖT

**DIY- eli tee-se-itse -käsityöilmiö** näkyy kuvanjakopalveluiden kuten Pinterestin ja Instagramin lisäksi kaikenlaisina käsityömarkkinoina ja monipuolisena tuotevalikoimana myös erilaisissa anime-, nörtti- ja sarjakuva-tapahtumissa. Yhdysvalloissa maailman suurin käsityötapahtumanjärjestäjä Renegade tuo vuosittain suuriin kaupunkiin useita tapahtumia, joilla tuodaan esille nykyaikaista käsityötä ja muotoilua (Renegade Craft Fair 2018).

Suomessa isommat käsityötapahtumat kuten Tampereen kädentaitomesut ovat sillisalaatteja, joissa on tarjolla kaikenlaista perinteisistä villasukista

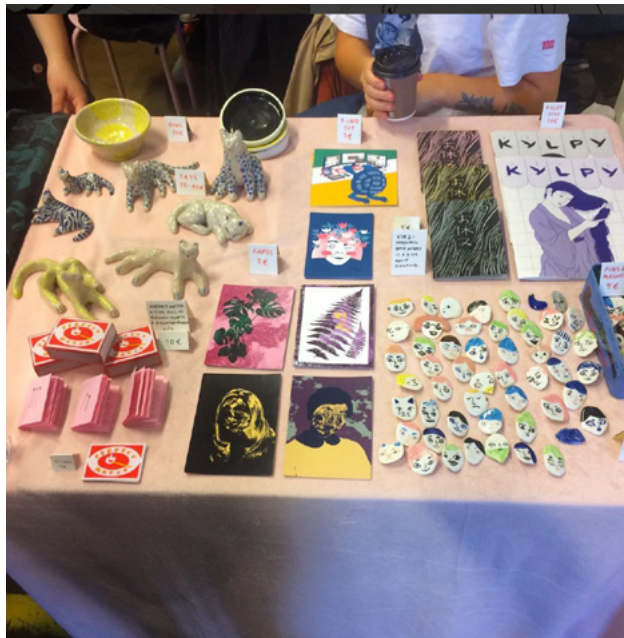
moderniin muotoiluun. Pienempiä tapahtumia ovat esimerkiksi Muotoiluinstituutin joulumyyjäiset sekä Helsingissä järjestettävä Joulun taidekuja.

Alakulttuureja tutkineen yhdysvaltalaisen kirjailija Kaya Oakesin vieraillessa Renegadessa monet myyjistä kertoivat hänelle, etteivät olleet paikalla tekemässä suurta voittoa, vaan toivoivat lähinnä saavansa matkakustannukset takaisin, näkevänsä paikkakuntaa ja tapaavansa ystäviä. (Oakes 2009, 185) Kuten pienlehtien tekijöille, näille käsityöläisille on tärkeintä, että he saavat tehdä sitä mitä haluavat ja verkostoitua

samanhenkisten ihmisten kanssa. Iso osa käsintehtyjen tuotteiden viehätystä on henkilökohtaisuus tekijän ja asiakkaan suorassa vuorovaikutuksessa, joka näkyy sekä tapahtumissa että tekijöiden nettikaupoissa. Tekijät voivat kertoa tarinoita itsestään ja töistään ja nähdä tuotteisiinsa kohdistuvan kiinnostuksen omin silmin. Vaikka myytävät käsityöt saattaisivat olla helposti ketjuliikkeiden kopioitavissa, olisi tätä kohtaamista mahdoton toistaa suurten markkinoiden mittakaavassa, eikä massatuotetuilla esineillä olisi samanlaista arvoa. (Oakes 2009, 191–192).



22. Hex willer -  
kollektiivin  
myyntituotteita  
Tukholman  
sarjakuvafestivaaleilla,  
2018.



23. Terhi Adlerin pöytä  
Helsingin sarjakuva-  
festivaaleilla, 2018.

Oakes puhuu kirjassaan *Slanted and Enchanted – the Evolution of Indie Culture* (2009, 185) siitä, miten laajemminkin vaihtoehtokulttuurissa ainutlaatuisella tavalla useimmat myyjät käsityöta-  
pahtumissa ovat pienyrittäjänaisia. Käsitöihin liittyy tietty leima ”naisen typerästä harrastuksesta”. Työt kuten ompelu, kutominen, korujen ja saippuoiden valmistus ovat töitä, joita naiset ovat perinteisesti tehneet palkatta tuhansien vuosien ajan, joten alakulttuurina käsityö on luonnostaan naisvaltaista. DIY-käsityöliike antaa mahdollisuuden ratkaista vanha jännite perinteisten käsitöiden ja talousmarkkinoiden välillä yhdistämällä ne.

Nykyään taiteilijoiden on vaikeaa pysyä itsenäisinä useimmissa taidemuodoissa, kun monialayhtiöt jylläävät. Käsi-työt ovat varteenotettava alakulttuuri ja yritysmaailma, joka muistuttaa siitä, että voimme hidastaa ja tehdä asioita itsenäisesti. (Oakes 2009, 191-192).

Keskustelin tissineuvoston jäsenten Sara Honkasen ja Jupe Parkkosen kanssa sarjakuvafestivaalien tarjonnasta, ja olimme kaikki sitä mieltä, että viimeisten viiden vuoden aikana pienlehtien ohessa myytävät erilaiset muut tuotteet ovat selvästi lisääntyneet. Nykyisin useimmissa pöydissä on sarjakuvien lisäksi myynnissä tarroja, printtejä ja postikortteja. Tämä kertoo selvästi siitä, että zine-kulttuuri ja DIY-käsityöilmiö kulkevat käsi kädessä.

## TUOTESUUNNITTELU

**Lähdin suunnittelemaan** Tissimereneidoille tuotteita tutkimalla eri taidekujamyymyjien ja DIY-käsityöihmisten kirjoittamia neuvoja ja vinkkejä.

Tuotteita valitessani halusin tietää, minkälaiset tuotteet myyvät parhaiten. Lukemani Made Urbanin blogiartikkelin (2017a) mukaan myyntimenestys on kuitenkin enemmän kiinni siitä, miten tuotetta myydään kuin siitä, mikä tuote itse asiassa on. Myyntihittien yhteinen tekijä on vahva identiteetti, jonka persoonallisuus näkyy koko myyntipöydässä. (Made Urban, 2017a).

### UNIQUE SELLING POINT

Luovana ihmisenä, ja koska olen tekemässä asioita, joista minulla ei ole paljoa aikaisempaa kokemusta, haluaisin kokeilla mahdollisimman monia erilaisia tuotteita. Made Urbanin kokemus kuitenkin on, että myynti on parempaa, kun tuotevalikoima on rajatumpi. Realistisesti ajateltuna nyt suunnittelemani tuotteet eivät tule samaan aikaan myyntiin, mutta pyrin silti ajattelemaan niitä kokonaisuutena. Useamman tuotteen valikoima ei ole mahdoton yhtälö, kunhan niillä on yhteneväinen viesti. (Made Urban, 2017a).

Tämä yhteneväinen viesti on USP, *unique selling point, position* tai *prospect* eli tuotteen erityisominaisuus, joka erottaa sen kilpailijoista. Se on se tekijä, mikä saa asiakkaan ostamaan tuotteen tilanteessa, jossa hän ei välttämättä tarvitse sitä. ”Unique” eli ainutlaatuinen USP:ssa tarkoittaa tietylle ihmisryhmälle suunniteltua tuotetta, jolla on vähemmän kilpailua. Se ei tarkoita tuotetta, jota kukaan ei myy, sillä todella ainutlaatuisia tuotteita on markkinoilla hyvin vähän. Ellei olla keksimässä tuotetta, josta kukaan ei ole koskaan kuulut, ei se todennäköisesti ole uniikki. Hyvä tekniikka on artikkelin mukaan sen sijaan yhdistää kaksi suosittua elementtiä. (Made Urban, 2018).

Johtamiskonsulttien Howard Colemanin ja Steven Priscon (2006) mukaan USP pohjautuu asiakkaan tuotteesta tai palvelusta saamiin hyötyihin. Se on yrityksen lupaus asiakkaalle, että se tekee tietyn asian tietyllä tapaa, ja että asiakas voi odottaa tiettyjä tuloksia. USP:n on oltava uskottava, eikä vain sanahelinää. USP:n voi löytää esimerkiksi pohtimalla, mitä tarpeita mahdollisilla asiakkailla on, joita muut alan kilpailijat eivät täytä tai täyttävät huonosti. Näin voi löytää omalle yritykselleen tai tuotteelleen markkinaraon.



24. Pastelligoottityylissä gootiestetiikka kohtaa söpöt pastellivärit. Puolalainen MiyakaBizu tekee tuotteita, joissa pastelligoottiestetiikka yhdistetään koruihin. Tuotteilla on selkeä ja erottuva, rajattu väripaletti. Kuvassa korvakoruja vuodelta 2018.



Käytännön esimerkkinä hyvästä tuotesuunnittelusta ja USP:sta Made Urbanin kirjoittaja puhuu artikkelissa (2017b) vesipullosta, joka tarkkailee omistajansa vedenjuontia ja muistuttaa juomaan hohtamalla. Vesipulloja on kaikenlaisia ja niitä voi ostaa mistä tahansa, mutta hänen ongelmana oli, ettei hän muista juoda vettä pullosta. Vedenjuonnin tarpeesta muistuttava pullo vastasi ongelmaan ominaisuudella, jota markkinoiden muista pulloista ei löytynyt, ja erottui näin kilpailijoista. (Made Urban, 2017b).

## USP:N LÖYTÄMINEN

Ainutlaatuisuutta tuotetta voi lähteä suunnittelemaan esimerkiksi miettimällä, mitä tuotteeseen tai sen hankkimiseen liittyviä ongelmia ihmisillä voi olla. Näitä sanotaan **kipupisteiksi**. Kysymällä kuvitteelliselta asiakkaalta, miksei hän ole jo ostanut tuotetta, voi saada kuvitteellisia vastauksia, jotka auttavat tuoteideoiden kehittämisessä. (Made Urban, 2017b).

Toinen lähestymistapa ovat **kiinnostuksenkohteet** – esimerkiksi kissanomistajat ostavat mielellään kissa-aiheisia tuotteita. Helpointa on suunnitella tuote asiakkaalle, jonka kanssa on yhteisiä intohimoja. Suunnittelin Sara Honkasen kanssa eräisiin Muotoiluinstituutin joulumyyjäisiin silkkipainettuja kangaskasseja ja keittiöpyyhkeitä koirien ja dinosaurusten ystäville (kuva 25). Kuoseja suunnitellessamme mietimme, mitkä koiraroduista ovat yleisimpiä, ja mitkä dinosaurukset tuttuja suurelle yleisölle esimerkiksi elokuvista. Tuotteet vietiin käsistä.

Oma uniikki tyyli voi löytyä myös erilaisista **ominaisuuksista**. Esimerkiksi tietty rajattu väripaletti erottuu paremmin massasta kuin värien kakofonia. Ihmiset tuntevat vetoa tiettyihin tyyliuuntiin kuten moderniin, retroon tai goottityyliin. Kaikkien tuotteiden tulisi edustaa samaa tyyliä. Materiaalivalinta voi myös olla erottava tekijä, tai tuote voi olla luotu tiettyyn tarkoitukseen tai tapahtumaan (Made Urban, 2017b). Jos tapahtumalla on jokin tarkka fokus, kävijät etsivät tiettyjä aiheita ja teemoja (Folse 2018).

25. Sara Honkasen ja minun suunnittelemat silkkipainetut kassit ja keittiöpyyhkeet koirien ja dinofaneille, 2016.

## TISSIEN USP?

**USP on markkinointitermi**, jota käytetään kaupallisissa yhteyksissä, ja lukemani neuvot usein keskittyivät siihen, kuinka taata yritykselle menestystä eli rahaa. Tissimerenneitoseuran tavoitteena on ainoastaan tienata tarpeeksi, jotta voidaan jatkaa luovaa työskentelyä. Mietin myös sitä, että vaikka kollektiivilla on tietty kohderyhmä, sen perimmäisenä tarkoituksena ei kuitenkaan ole palvella heitä samalla tavalla kuin kaupallisten yritysten, vaan ensi sijassa tehdään sarjakuvia ja tuotteita, joita kollektiivin jäsenet haluavat tehdä. Kokonaisvaltaista brändäystä on ehkä mahdoton tehdä rajoittamatta yksilöiden tekemistä. Tavoitteenani on saada uusiin tuotteisiin tiivistettyä tissimerenneitouden ydin ja löytää asioita, joilla tuotteet voisivat erottua, ja siksi koin edellä läpi käydyt neuvot silti hyödyllisiksi.

Erittäin salainen tissimerenneitoseura on myynyt sarjakuvia ja muita tuotteita kymmenessä tapahtumassa vuodesta 2015 lähtien. Kollektiivi on keskittynyt yhteisiin antologioihin ja jäsenten omiin pienlehtiin, mutta niiden ohessa on aina ollut myynnissä muita tuotteita kuten kortteja, printtejä ja tarroja.

Tissimerenneitoseuran pöytää tutkiville asiakkaille päällimmäinen kipupiste on hinta. Usein asiakkaiden kanssa jutellessa he tuskailevat sitä, että heillä on tietty pieni budjetti, joka heillä on käyttää kaikkiin myyntipöytiin. Yleinen käytäntö festarikävijöillä onkin tehdä ensin kierros, jossa he tutkivat kaikki pöydät, ja tulla sitten toisella kierroksella takaisin ostamaan suosikkinsa. Tissimerenneitoseuralla pitää siis olla mieleenpainuvia tuotteita, jotka saavat asiakkaat palaamaan heidän pöytänsä ääreen.



*Tissimerenneidot Tampere Kuplii-sarjakuvafestareilla, 2018.*

Festarikävijät haluavat tukea mahdollisimman montaa tekijää ja ostavat todennäköisemmin jotakin pientä useammasta pöydästä. On siis parempi suunnitella myyntihinnaltaan edullisempia tuotteita. Hinta yksistään ei kuitenkaan tee tuotteesta ainutlaatua tai hyvää, vaan Colemanin ja Priskon (2006) mukaan se tulisi yhdistää johonkin, mitä kilpailijoiden on vaikeampi kopioida. Se ei myöskään ole ominaisuus, jota kollektiivi haluaisi korostaa.

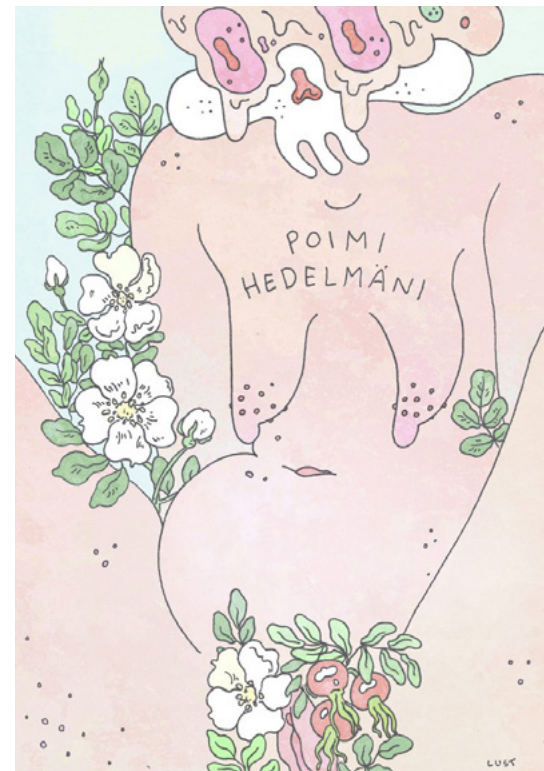
Tissimerenneitoseuran ominaisuuksia ovat feministiset aiheet, perinteiset tekniikat ja pinkki väri. Vaaleanpunaista painottavia, kilpailevia sarjakuva-festari-myymiä ovat Cupcake Fight Club sekä Kimmo Lust. Cupcake Fight Club on kollektiivi, jonka jäsenten teokset ovat tyyliään söpöjä ja joiden aiheet liittyvät sukupuoleen ja mielenterveyteen (kuva 26). Kimmo Lust tekee pastellista ja nättiä taidetta, jonka sisältö voi kuitenkin olla raakaa goreaa tai yksityiskohtaista seksin kuvausta (kuva 27). Tissimerenneitoseura erottuu näistä painottamalla huumoria, mikä on jotakin, mitä tyyliään vakavammat kilpailijat eivät ensisijaisesti tarjoa.

Kollektiivin USP voisi olla jotakin sellaista kuin "feminististä tykitystä hassussa, pinkissä paketissa". Suunnitelmani oli uusissa tuotteissa yhdistää nätti, huolellinen lettering ja edellä mainittu tykitys, jolloin hauskuus tulisi niiden välisestä kontrastista. Tuotteet olisivat suurimmilta osin tai täysin pinkkejä ja toteutettu vapaalla kädellä.

## feminististä tykitystä hassussa, pinkissä paketissa.



Yllä:  
26. Cupcake Fight Clubin  
Rosa Rean tarjoja, 2016.



Vasemmalla:  
27. "Ruusu", sivu Kimmo  
Lustin Kukinnot-zinestä,  
2017.

## TUOTEVAIHTOEHTOJA

**Vaikka myyntimenestys** olisikin enemmän kiinni siitä, miten tuotetta myydään kuin itse tuotteesta, toistuivat lukemissani artikkeleissa ja blogipostauksissa tietyt tuotteet – tärkeimpinä pinssit, printit ja tarrat.

Sarjakuvataiteilija Natalia Lopes (2012) mainitsee omassa tuotelisätauksessaan ensimmäisenä pinssit eli rintanapit. Niitä löytyy hänen mukaansa monista myyntipöydistä, koska niiden tekoprosessi on nopea ja pitkällä aikavälillä ne maksavat itsensä takaisin moninkertaisesti. Ostamalla pinssikoneen voi tehdä tuhansia pinssejä niin monesta kuvasta kuin ikinä tahtoo. Pinssit ovat myös hyvää markkinointimateriaalia, sillä asiakkaat kiinnittävät niitä vaatteisiinsa ja asusteisiinsa ja kulkevat sitten ympäri myyntialuetta.

Emalipinssit ovat oman kokemukseni mukaan nyt suosittuja, mutta vaikeampia ja kalliimpia tehdä. Ellei omista kaasupuhallinta, jolla sulattaa metallia muottiin, on ne tilattava valmistajalta. Tällöin on tietyt minimi-tilausmäärät, joihin ei pysty vaikuttamaan.

Lopesin (2012) mukaan printti on yleinen tuote monipuolisuutensa vuoksi: se voi olla postikortin kokoinen tai iso juliste. Isoissa printeissä hinnatkin ovat isompia, jolloin kuvan täytyy olla todella laadukas ja erityinen. Printtejä voi tehdä joko tulostamalla tai käsin painamalla esimerkiksi silkki- tai lino-painolla, kuten Tissimerenneidot ovat aiemmin tehneet. Isoissa printeissä kuljetus muodostuu usein ongelmaksi sekä tekijällä että asiakkaalla.

Tarrat ovat myös yleisiä myyntituotteita, koska ne ovat pieniä ja käytännöllisiä. Ostaja voi liimata tarran lähes mihin tahansa, mikä tekee niistä hauskan ja monipuolisen tuotteen. (Lopes 2012). Ne voi toteuttaa monella tavalla, esimerkiksi tulostamalla etikettipaperille ja leikkaamalla jokaisen tarran omin käsin tai tilaamalla painosta valmiita arkkeja – tarjolla on myös monia erikoisempia vaihtoehtoja kuten kimaltavaa päällystystä.

28. Tissimerenneitoseuran  
silkkipainettuja printtejä,  
2017.



Kingston Creative (2017) on pienyrittäjiin erikoistunut brändäys- ja markkinointitoimisto. Heidän tuotevinkklistaltaan löytyivät edellä mainittujen lisäksi esimerkiksi kirjoitetut kangasmerkit, jotka heidän mukaansa ovat kangasmerkkityypeistä suosituimpia. Kangasmerkin voi toteuttaa sekä teettämällä että punk-henkisesti kirjoittamalla itse.

T-paidat ja asusteet voivat Kingston Creativen (2017) mukaan myydä hyvin, kunhan kuva on sellainen, mitä kohderyhmä haluaisi käyttää päällään. On kuvia, joita he käyttäisivät pinsseinä tai kangasmerkkeinä, mutta eivät vaatteessa. Paitojen tilaaminen on ongelmallista, koska on vaikeaa tietää, kuinka paljon mitäänkin kokoja tarvitsee. Tällöin voi käyttää print-on-demand eli tarvepainatuspalvelua, joka painaa myydyt paidat ostajan valitsemassa koossa. Nämä palvelut tarjoavat myös

monia muita tuotteita kuten mukeja, kasseja ja puhelimen suojakuoria.

Opinnäytetyö mielessäni tutkin tämän vuoden Helsingin sarjakuvafestivaalien pienlehtipuolen valikoimaa erityisen tarkasti. Myynnissä oli vaikka mitä! Sarjakuvien lisäksi useimmista pöydistä löytyi tarroja ja kortteja. Aivan viimeisen vuoden sisällä rintanappien ohelle on tullut myyntiin emali- ja kutistemuovipinssejä (kuva 29). Eräässä pöydässä mainostettiin ”piirräme sinut laiskiaisena”, viereisessä ”piirräme sinut kalana” ja kolmannessa sai vetää mysteerilaatikosta ennustuksen. Lontoon feministisellä kirjastolla oli myynnissä keraamisia ”NO”-pinssejä, ja maailman parhaassa pinkissä tarrossa luki ”be the lesbian you want to see in the world”. Festivaaleilta tarttui mukaan innostusta, inspiraatiota, kortteja ja kangasmerkki.



29. Mia Minervan kutistemuovipinssejä Helsingin sarjakuvafestivaaleilla, 2018.

## TUOTTEIDEN VALINTA

**Tissimerenneitoseuran asiakkaat** ostavat todennäköisemmin pienellä budjetilla useammasta pöydästä. Tällöin tuotteiden myyntihinta ei saa olla liian suuri, ja jotta kollektiivi ei joutuisi vararikkaan, on tuotantokustannustenkin oltava mahdollisimman pienet. Tämä tarkoittaa sitä, että useimmat työvaiheet on pystyttävä tekemään itse. Työ ei myöskään saa olla liian aikaa vievää, sillä kollektiivitoiminta ei ole jäsentensä päivityö. Tissimerenneidot matkustavat tapahtumiin usein julkisilla liikennevälineillä, ja siksi

tuotteiden olisi parasta olla kevyitä ja helppoja kuljettaa. Sama koskee myös asiakkaita – on epämukavaa raahata isoa putkiloa mukanaan koko viikonloppu.

Näiden kriteerien perusteella laadin alla olevan tuotetaulukon. Listasin, mistä asioista valmistuskulut koostuisivat, mitä yhden kappalehinnaksi ja myyntihinnaksi suunnilleen tulisi, mitä työvaiheita valmistukseen sisältyy eli kuinka paljon aikaa se vaatii, sekä tuotteen koon kuljetusta ja pakkaamisesta ajatellen.

Esittelin tämän taulukon tissineuvoston kokouksessa loppuvuodesta 2017. Emalipinssit ovat nyt kovassa suosiossa, ja vasta tulleet Suomen sarjakuva festivaaleille. Ne ovat kuitenkin iso ja riskialtis sijoitus, johon Tissimerenneitoseuralla ei ole tähän hätään varaa. Monet Instagramissa seuraamani pinsisunnittelijat teettävät emalipinssinsä joukkorahoituksella tai ottamalla ennakkotilauksia. Tissimerenneitoseuralla ei ole vielä tarpeeksi seuraajakuntaa – tai aikaa – rahankeruukampanjan pyörittämiseen.

TUOTE	Pinssi (basic)	Pinssi (kutistemuovi)	Pinssi (emali)	Tarra(diy)	Magneetti	Printti A3	Kortti	Kassi (1-väripaino)	Kassi (silkkipaino)	Kangasmerkki 5x5	Kangasmerkki selkä	Banderolli
<b>Kulut</b>	Pinssi-pohjat Tulostus	Kutistemuovi Epoksi + kovetin Pinssitaustat	Teettäminen Taustapahvit	Tarrapaperi Tulostus	Magneetti- levy Konepahvi Laminointi	Tulostus Postitus- putket	Painatus (Vistaprint)	Teettäminen (sis. Kassit Asetus Painatus)	Tilat Emulsio + värit Kassit	Teettäminen 123kangas- merkit	Teettäminen 123kangas- merkit	Teettäminen (Kiinnitys)
<b>Hinta n.</b>	0,5€/kpl	60+€/60kpl n. 1€/kpl	190€/100kpl 1,9€/kpl	25€/2400kpl n. 0,01€/kpl	30+€/200kpl 0,15€/kpl	1,30–2,60€ kpl + putki 60–80snt	n. 30€/100 kpl n. 0,3€/kpl	278€/100 kpl 2,80€/kpl	x	69–89€/100 kpl, 0,69–0,89€/ kpl	780€/100 kpl 7,80€/kpl	22 € tai 44 € koosta riippuen
<b>Ajankäyttö</b>	leikkaaminen pinssitys pakkaus?	leikkaaminen kutistaminen valuhommat	x	leikkaaminen leikkaaminen leikkaaminen	leikkaaminen liimaaminen laminointi liimaaminen laminointi	rullaaminen pakkaus	x	x	seulojen teko painaminen prässäys	x	x	x
<b>Myyntihinta</b>	1–2€	5–10€	6–12€	0,5–1€	2–5€	5–10€	1–2€	10–15€	10–15€	4–6€	12–20€	x
<b>Koko/ kuljetus</b>	pieni	pieni	pieni	pieni (pakkaus/ kuori?)	pieni	iso (vaatii pötkylän)	pieni	keskikoko	keskikoko	pieni	keskikoko	x
<b>Erottuvuus</b>	useilla	harvoilla/ei	joillain	useilla	harvoilla/ei	joillain	useilla	joillain	joillain	joillain	harvoilla/ei	x

Tavalliset rintanapit olisivat helppoja ja halpoja tehdä, mutta siltä ne myös helposti näyttäisivät. Kutistemuoviarkkeja myydään muutaman kappaleen pake-teissa, mikä mahdollistaa pienemmän pinssierän kokeilemisen. Tissineuvosto päätyi testaamaan niitä ja katsomaan, olisiko niille ostajia.

Tissimerenneitoseura on aiemmin tehnyt kangaskasseja silkkipainamalla. Prosessi on melko hankala ja välineet kalliita, ja tissineuvoston yhteinen kokemus oli, ettemme ole henkisesti valmiita uuteen erään. Printtiin suunniteltavaa kuvaa voisi kuitenkin myöhemmin painaa myös kankaalle, jos innostusta ilmaantuisi. Myös T-paitoja ja pipoja olisi hauskaa kokeilla. Kohderyhmä on kuitenkin ensisijaisesti ostamassa sarjakuvaa, ja vaatteet ja asusteet ovat suhteessa kalliimpia. Kohderyhmän henkilöt käyttäisivät isomman rahasumman sarjakuvafestivaaleilla todennäköisemmin sarja-

kuva-albumiin. Tissineuvosto päätyi kankaan sijaan pienempään printtiin, joka toteutetaan linografiikkana, koska siihen tarvittavat välineet löytyvät omasta takaa.

Tarrat ja kortit olisivat hyvä ja varma valinta, mutta koska Tissimerenneitoseuralla on ollut ja on edelleen myynnissä paljon erilaisia, haluttiin kokeilla jotakin uutta. Kolmanneksi tuotteeksi valikoitui erään asiakkaan kommentin inspiroimana magneetti, joka on kuin tarra, jonka paikkaa voi vaihtaa.

Neljänneksi tuotteeksi valittiin kangasmerkki. Monet kohderyhmästä tykkäävät koristella takkejaan ja laukkujaan merkein ja pinssein, mutta omasta kokemuksestani pitkään reppuuni kangasmerkkiä metsästäneenä tiedän, että valikoima coneissa ja sarjakuva-tapahtumissa ei ole iso. Merkkejä voi tilata pienen määrän, ja niiden hintaan voi vaikuttaa päättämällä, kuinka iso osa niiden pinta-alasta tulee kirjottuna.



30. Tissimerenneitoseuran kangaskassi, 2017.

## SANOJEN VALINTA

**Tuotteiden ulkoasu** on tekstipainotteen, ja siksi piti tietenkin keksiä, mitä nämä tekstit käytännössä ovat. Tämä ei ollutkaan helppoa – lauseet vaihtuivat useaan kertaan vielä juuri ennen toteuttamista. Alkuperäinen ideani oli käyttää kollektiivin lentäviä lauseita, mutta tämä oli ehkä ennen tuotteistamisajastusta. Ne olisivat todennäköisesti olleet hauskoja vain meidän mielestämme ja täten myyneet huonosti.

Helsingin sarjakuvafestivaaleilla oli paljon inspiroivia esimerkkejä kuten aiemmin mainitsemani ”*be the lesbian you want to see in the world*” -tarra sekä ”*stay away*”-pinssi. Sarjakuvafeministit ovat selvästi aina olleet hulvattomia, sillä feministisen sarjakuvan historia-paneelissa tuli esimerkiksi puheeksi tagi, jonka Tiitu Takalo ystävineen oli joskus tehnyt seinään: ”*the force is always vittu*”. Samaisessa paneelissa tuli esiin myös lause ”*riemurasia on iloinen asia*”. (Ahmed ym, 2018). Olin vaikuttunut ja olisin halunnut ostaa kaiken.

Aloitteville taidekujailijoille ja festarimyyjille ohjeita listaavan *Artist Alley Survival Guide* -sivuston ylläpitäjä Stephanie Folse on kokenut, että tuotteet, jotka vaikuttavat katsojien tunteisiin ja joissa on jokin tarina, myyvät paremmin. Hän on myös havainnut,

että ihmiset ostavat mieluummin positiivisia tunteita aiheuttavia kuvia. (Folse 2018). Tissimerenneitojen agendaan kuuluu epäkohtien esille tuominen hauskalla, helposti lähestyttävällä tavalla. Tavoitteena oli siis löytää lauseita, joissa olisi jokin sanoma, mutta jotka olisivat samalla jollakin tavalla hassuja niin, ettei niistä jäisi paha maku suuhun.

Aloitin omien sanojen valinnan

keräämällä erilaisia lauseita muutaman otsikon alle. Koetin keksiä kategorioita, joissa näkyisivät kollektiivin eri puolet. Ensimmäinen näistä oli ”kawaii offensive”, joka lähti puhtaasti visuaalisesta näkökulmasta. Tyyliin kuuluvat passiivisaggressiiviset tai törkeät lauseet, jotka on kirjoitettu söpöllä pastelligoot-tiestetiikalla. Näitä ovat esimerkiksi ”*I’m so dope and ur so nope*”. Nämä jäivät pois, koska ne olivat niin negatiivisia

ja keskittyneitä muiden lyttämiseen, mikä ei ollut sitä mitä haluttiin.

Toinen kategoria oli samaistuttavat taiteilijaongelmat kuten ”*ctrl+z*” tai ”*wrong layer, Kronk!*”, sillä useimmat Tissimerenneitojen asiakkaista piirtävät myös itse.

Kolmas kategoria oli Tissimerenneitojen omille hassuille letkauksille tai yleisille suomilauseille, ja neljänteen tulivat queer- ja feministiaiheiset sanat.



Esittelin keräämiäni lauseita loppuvuoden 2017 kokouksessa tissineuvostolle, ja rajasimme näihin:

- **Fight like a girl**
- **Ei**
- **Mitä vittua nyt taas**
- **Erittäin vakaa nero**
- **Kerää ittes homo**
- **Tuntuu räältä**
- **Tunnen huonon tunteen**
- **Too queer for your binary**
- **Asexual pirates are not here for your booty**
- **Sisters not just cis-ters**
- **I'm here i'm queer and I want to go home**
- **Too queer for your binary**
- **Wrong layer, kronk!**
- **I am suffering TM**
- **Ctrl + z**

Mietin, mikä lause sopisi pituutensa ja sanomansa puolesta mihinkin tuotteeseen. Tein muutamista rautalankaversioita, joita pyörittelin Indesignissä neljän ryhmässä, sillä vaikka tuotteet eivät ilmesty samaan aikaan, pyrin silti jonkinlaiseen kokonaisuuteen. Tämä johtaa aiemmasta opetuksesta siitä, että suurempikin tuotevalikoima voi toimia, kunhan niiden viesti on yhteneväinen. Monet potentiaaliset lauseet jäivät

pois, koska ne olivat kapealle yleisölle kapean yleisön sisällä – esimerkiksi kangasmerkkiä, jossa lukee *“asexual pirates are not here for your booty”* ostaisivat todennäköisesti vain aseksuaalit tai heidän ystävänsä heille lahjaksi. Sen sijaan lauseet kuten *“respect existence or expect resistance”* sopivat monenlaiseen kontekstiin.

Valittuja lauseita pyörittelemällä alkuperäiseksi nelikokseni muodostui tämä ryhmä:

**Ei**  
**Mitä vittua nyt taas**  
**Respect existence or expect resistance**  
**Too queer for your binary**

Ensimmäinen ideani Tissimerenneitoseuran omista hassuista lauseista hiotulla typografialla muuttui tässä enemmän taistelulauseiksi passiivisaggessiivisen kauniilla kimallettekillä. Pastelligootti- ja kawaii offensive-estetiikasta inspiroituneena ajattelin, että siitä syntyisi kiinnostava kontrasti, jossa tiivistyisi myös tissien ideologia – päältä päin nättiä ja pinkkiä, sisältä tiukkaa asiaa. Kokonaisuudesta jäi kuitenkin puuttumaan tietty Tissimerenneitoseuran filosofialle olennainen hauskuus ja leikkimielisyys, mikä johti myöhemmin muutoksiin.

Päätin tehdä kaksi teksteistä suomeksi, koska kollektiivin nimi ja yhteiset antologiatkin ovat suomeksi. Festivaaleilla käy kuitenkin paljon ulkomaisia myyjiä ja vieraita, jotka eivät puhu suomea, ja teen itse sarjakuvaa englanniksi, joten päätin tehdä loput kaksi englanniksi.

Pinssin tekstissä pinssin pieni koko rajoitti mahdollisuuksia. Siihen oli helppo valita lyhyt ja ytimekäs sana *“ei”*. Tämä oli yksi projektin ensimmäisistä ideoistani, ja pysyi samana loppuun saakka.

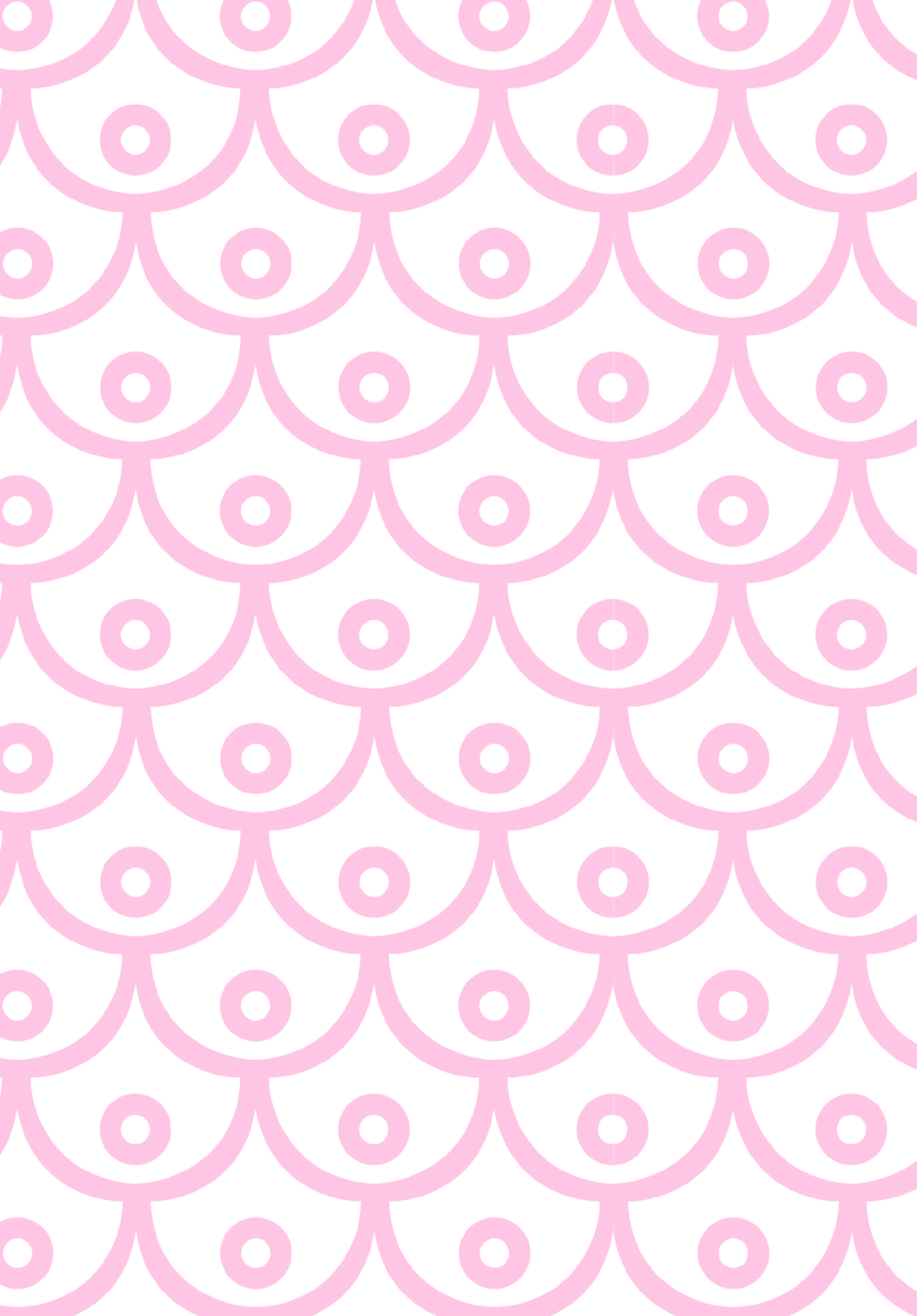
*“Mitä vittua nyt taas”* oli sisältönsä puolesta hyvä magneettiin: sillä voi kiinnittää laskut ja karhukirjeet jääkaappiin, ja se on ensimmäinen asia, jonka näkee aamulla, kun hakee kahvimaitoa luettuaan juuri viimeisimmät uutiset maailman hulluista tapahtumista.

Suomenkieliset sanat valikoituivat melko helposti, ja muodostivat kaavailemani pinkin, kimaltavaisen tyylin kanssa koomisen yhteisvaikutelman. Englanninkieliset olivat vaikeampia, sillä vaihtoehtoja löytyi internetin ihmeellisestä maailmasta liikaakin. Valitsemani kaksi olivat hyviä, mutta tuntuivat lopulta jotenkin geneerisiltä ja tylsiltä hauskoihin esikuviini verrattuna. Työstäessäni samalla kirjallisen osuuden brändi- ja USP-tekstejä

tajusin, että toisin kuin suomenkielisiin lauseisiin, pinkki ja kimallus ei olisi tuonut näihin lauseisiin huumoria, joka on kuitenkin Tissimerenneitojen brändille ominaista.

Tällöin sain yllättäen printtiin nerokkaan idean lonkerovulvasta, jossa lukee *“I GRAB BACK”*. Lause itsessään ei ole mitenkään hassu. Se juontaa juurensa nauhoitukseen Yhdysvaltain presidentti Donald Trumpin vulgaarista *“grab ‘em by the pussy”*-möläytyksestä (Bullock 2016) sekä syksyllä 2017 maailmanlaajuisesti ilmiöksi kasvaneeseen *me too*-kampanjaan, jonka tavoitteena on pysäyttää seksuaalinen väkivalta ja auttaa sen uhreja osoittamalla, että he eivät ole yksin (Me too 2018). Tämä työ kuitenkin ilahduttaa kohderyhmää, koska vulvan kuvaaminen on tabu ja koska se vastaa ahdistelukommenttiin tavalla, joka ottaa vallan takaisin ahdistelluille.

Kangasmerkkiin jäi *“too queer for your binary”*. En kuitenkaan saanut lauseeseen luonnostellessa mitään otetta, minkä jälkikäteen tajusin johtuvan edellä mainituista syistä. Mietin, voisiko kangasmerkin designin yhdistää paremmin Tissimerenneitoihin. Lause *“mermaids are real, gender is a construct”* yhdistää tuotteen sekä kollektiivin nimeen että agendaan positiivisella tavalla.



# TOTEUTUS

## Lettering Suunnitteluprosessi



Tässä osiossa käydään läpi tuotteiden valmistusprosessi. Kirjoitan ensin lyhyesti letteringistä ja omista lähtökohdistani ja inspiraatioistani, minkä jälkeen dokumentoin tuotteiden teko-prosessia ideasta konseptivaiheeseen.

## LETTERING

### YLEISESTI

**Ennen kaikki kyltit** kirjoitettiin käsin (Bosler 2015). Lettering-taiteilijan arsenaaliin kuuluivat kallistettava pöytä, T-viivain vaakaviivoihin, kolmioviivain pystyviivoihin, kaariviivain pyöreisiin muotoihin – ja tietysti kaikenlaiset kynät, pensselit, kumit, musteet, värit ja paletit (Cabarga 2004, 102). Tietokoneiden saavuttua työpaikoille ja koteihin ihmiset innostuivat niistä, minkä jälkeen tekstit tehtiin lähes aina digitaalisesti (Bosler 2015). Helposti saatavilla oleva tietokonefonttien paljous jyräsi letteringin alleen, ja edelleen useimmat, jotka haluavat tehdä omia kirjaintyyppejään suosivat niiden rakentamisessa tietokoneohjelmia (Cabarga 2004, 102). Nyt lettering on tekemässä paluuta, mikä näkyy käsinkirjoitettuna tekstinä esimerkiksi logoissa, pakkausissa, elokuvajulisteissa ja lehdissä (Bosler 2015). Google Trends (2018) näyttää lettering-hakujen kaksinker- taistuneen viimeisten viiden vuoden aikana ja olevan edelleen nousussa. Tällä vaikuttaisi palvelun mukaan olevan yh-

teys myös bullet journalien suosioon. Bullet journal on metodi, joka auttaa harjoittajiaan pysymään produktiivisina muistikirjaan tehtävien listojen avulla (Bullet Journal 2018). Monille tärkeä osa bullet journalin pitämistä on kaunis ulkoasu ja esimerkiksi kalligrafialla tehdyt otsikot, joihin he etsivät netistä erilaisia harjoituspohtia.

Letteringin hienous on siinä, että se taipuu moneen. Sitä voi käyttää useissa muodoissa niin monessa erilaisessa mediassa, että siitä pitävät lähes kaikki yleisöt. Hauskasta eleganttiin ja perinteisestä nykyaikaiseen, lettering-tyylejä löytyy jokaiselle. (Bosler 2015).

Lettering lähestyy tekstin käyttöä muotoilussa eri tavalla kuin perinteisen typografia. Typografiassa keski-tytään tekstin järjestelyyn käyttäen yleensä olemassa olevia kirjaintyyppejä. Lettering taas on kirjainten piirtämistä. Typografian voidaan siis sanoa olevan graafista suunnittelua ja letteringin kuvittamista. (Bosler 2015).



31. H. J. Plummerin mainoskyltti 50-luvulta.



32. Ninan modernia kalligrafiaa bullet journalissa, 2017.



Yllä:  
33. Kalligrafiaa.  
Novia Jonatan, 2018.

Oikealla:  
34. Mary Winkler, 2016.



Cabargan (2004, 102) mukaan kuka tahansa, joka osaa piirtää, osaa piirtää kirjaimia – siihen voi ehkä vain tarvita erilaisen ajattelutavan. Hänen mielestään lettering on monessa tapauksessa yksinkertaisempaa kuin esimerkiksi ihmisen anatomia, sillä monet osat alueet ovat selkeitä ja toistettavia. Olen piirtänyt ihmisiä vaihtelevalla menestyksellä pikkulapsesta saakka ja monet ihmisen anatomian alueet alkavat olla minulle selkeitä ja toistettavia – eivät kuitenkaan helppoja. Cabargan väite on näkökulmastani lohduttava, mutta koska hän on kirjoittanut kirjan letteringistä ja on selvästi kirjainten, ei ihmisen anatomian, asiantuntija, on se otettava tietyllä varauksella.

Ymmärrän kuitenkin ajatuksen tietystä selkeydestä ja toistettavuudesta mekaanisessa letteringissä, jossa kirjaimet rakennetaan pienistä osista. Kirjainmuotoilija ja graafikko Hanna Hakala (2018) vieraili koulussamme *Advanced typography* -kurssilla opettamassa, että tekemällä ensin muutaman kirjaimen, voi niiden kulmia ja kaaria käyttää loppujen muotoilemisessa ja näin luoda yhtenäisen tekstityypin. Esimerkkinä kuvassa 34 b:stä on saatu kääntämällä d ja p:stä q, ja tästä voi alkaa lisätä syntyneisiin kirjaimiin omia erityispiirteitään.

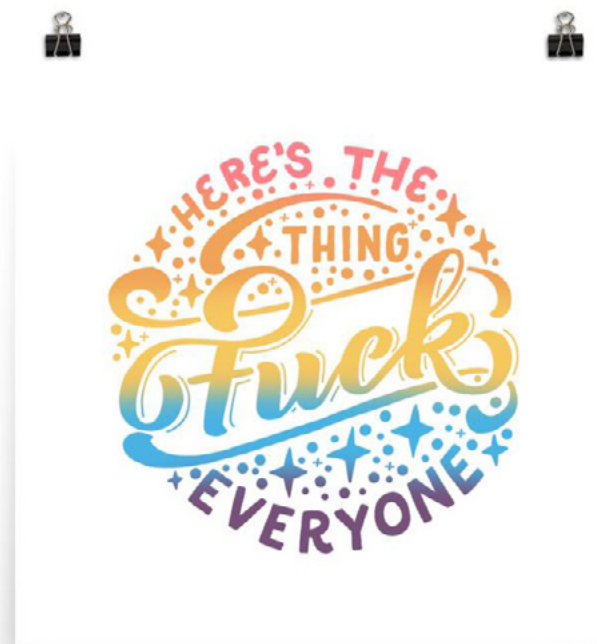
Cabargakin (2004, 102) myöntää, että jotkin tyyli esimerkiksi kalligrafiasa (kuva 33) ovat kaikkea muuta kuin helposti toistettavia, ja jokainen kaari hyötyy taiteilijan kosketuksesta.

## OMAT LÄHTÖKOHDAT

**Kiinnitin ensimmäistä** kertaa opintojen aikana huomiota letteringiin Pinterestiä selaillessa. Typografia oli jäänyt minulle vieraammaksi alueeksi, mutta julisteet, joissa oli kirkkailla ja iskevillä väreillä jokin yksinkertainen sanoma, ihastuttivat ja inspiroivat. Minusta oli mahtavaa, kuinka niistä näkyi, miten paljon taitoa, aikaa ja vaivaa sanoman kirjoittamiseen oli vaadittu, ja lopulta sisältö oli kuitenkin vain niinkin hohdokasta kuin ”pylly”. Tähän minäkin haluaisin keskittää ammattitaitoni. Oma typografinen osaamiseni on mielestäni jäänyt vähäiseksi, sillä virheiden tekemisen pelossa en ole uskaltanut tuttujen ja turvallisten kirjasintyyppien lisäksi kokeilla paljoa – omien kirjainten piirtämisestä puhumattakaan. Tämä projekti oli tilaisuuteni yrittää löytää inspiroivia tyylejä ja lähtökoh- tia sekä neuvoja liikkeelle pääsyyn, oli lopputulos mitä tahansa.

Aloitin keräämällä Pinterestiin tau- lua tyyleistä, jotka näyttivät kiinnostavilta – aivan kaikenlaista geometrisen rakennetuista kirjaimista vapaalla kä- dellä tehtyihin koukeroihin. Esikuvani löytyikin Pinterestin kautta. April Mo- ralba tekee värikkäitä lettering-teoksia iPadilla. Joskus hänen teoksissaan on feministinen sisältö, joskus hän letteröi kauniisti kiro sanoja (kuva 35).

Lopputulosten lisäksi minua kiinnosti Moralban työprosessi: hänen Insta- gramiin lataamissaan videoissa näkyy, kuinka hän piirtää työnsä tabletilla va- paalla kädellä, piirtäen aina uuden ker- roksen, kunnes hän on lopputulokseen tyytyväinen (Moralba 2018). Illustra- tor ei ole minulle luonteva työväline. Piirrän sarjakuvani perinteisin välinein tusseilla, ja myös tekstään usein käsin, joten minua kiinnostaa letteringissäkin vapaampi piirtäminen sen sijaan, että matkisin käsin piirrettyä viivaa vektorigrafiikalla. Kun näin Moralban pro- sessin, koin tietynlaisen valaistumisen siitä, että minun ei tarvitse välttämättä alkaa väännellä bezier-kahvoja. Saman tasoinen vapaalla kädellä piirtä- minen vaatii harjoittelua enkä varmasti yllä valovuosien päähän esikuvani tasosta, mutta aloitan harjoittelun nyt. Koska minulla ei ole samanlais- ta teknistä osaamista, kökköyden ja tahallisen kökköyden tasapaino on vaikea. Tavoitteena on, että lopputulos näyttäisi käsin tehdyiltä eikä vektoril- ta, mutta että siinä ei olisi häiritseviä virheitä. Ehkä tulevaisuudessa, kun osaan paremmin, tyyliissäni voisi näkyä yhdistyvän sarjakuvantekijän huoletto- muus sekä graafikon tarkkuus.

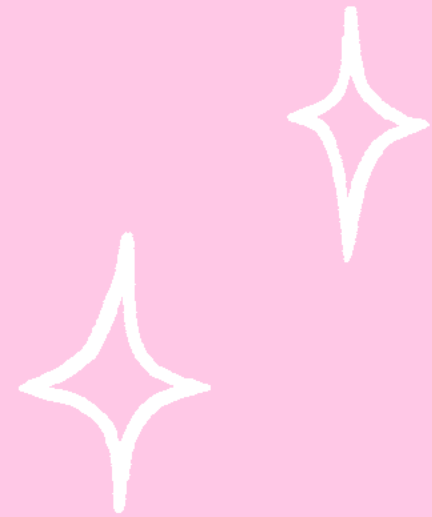


35. April Moralba, 2018.



**PINSSI**

”Ei”

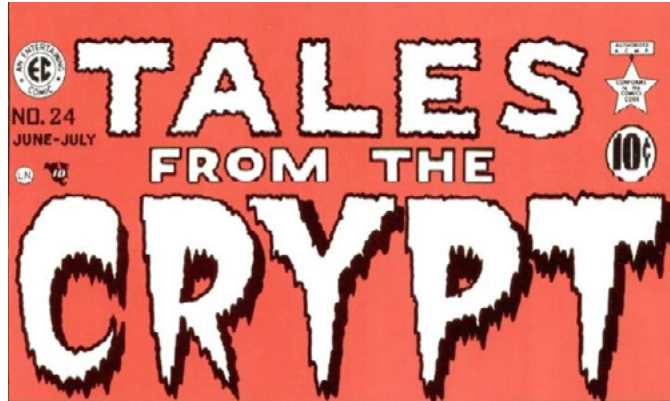




#### Lähtökohdat:

Ei-pinssin tissimerenneitomainen hauskuus tulee jo siitä, että pelkkä ”ei” pinssinä on konseptina hassu. Ekspres-siivisellä typografialla voi tuoda siihen lisää kuvaamalla ”ei”-sanaan liittyvää tunnetta. Miltä näyttäisi ”ei, en tahdo, inhoittavaa” tekstinä? Ihmisen ilmees-sä suupielet kääntyvät alaspäin, silmät menevät sirrille ja kasvot ovat rutussa. Sarjakuvassa tämä on vielä liioitel-lumpaa – koko naama näyttää valuvan, ja puhekuplaa ja tekstausta saatetaan höystää teeman mukaisesti. Tavoit-teenani oli yhdistää tämä inhotuksen tunne kauniiseen, pinkkiin letteringiin ja luoda kiinnostava kontrasti.

36.



Kun mietin ei-tunnetta teksti- ja sar-jakuvakontekstissa, tulivat mieleeni vanhojen 50- ja 60-lukujen kauhus-arjakuvalahtiens kansitekstit. Niille oli tyypillistä lihavat versaalikirjaimet, rö-pelöiset reunat ja pieni valumisefekti. Niissä oli usein paksut tussiaäriviivat ja tasainen väripinta.

Tutkin myös modernien kauhusar-jakuvien kansitekstejä. Toisin kuin yllä näkyvissä esimerkeissä, uudemmissa sarjakuvissa ei ole samanlaista selkeää yhtenäisyyttä. Tämä johtuu pitkälti siitä, että ne ovat itsenäisiä sarjoja, kun taas 50- ja 60-luvun kauhusarjakuvat olivat esimerkiksi kuukausittain ilmes-tyviä lehtiä, joissa oli tarinoita useilta eri tekijöiltä, ja joita julkaisijalla saattoi olla useita samankaltaisia. Eniten mo-derneja kauhusarjakuvakansia näyt-täisi yhdistävän punamustavalkoinen väriskaala.

37.

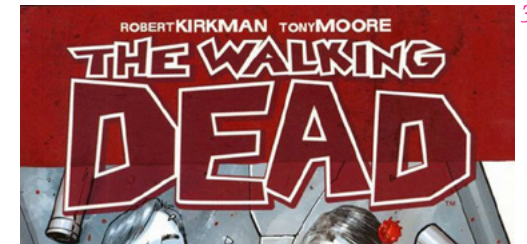


38.



Yllä: 50- ja 60-lukujen kauhusarjakuvien kansitekstejä

39.



40.



41.



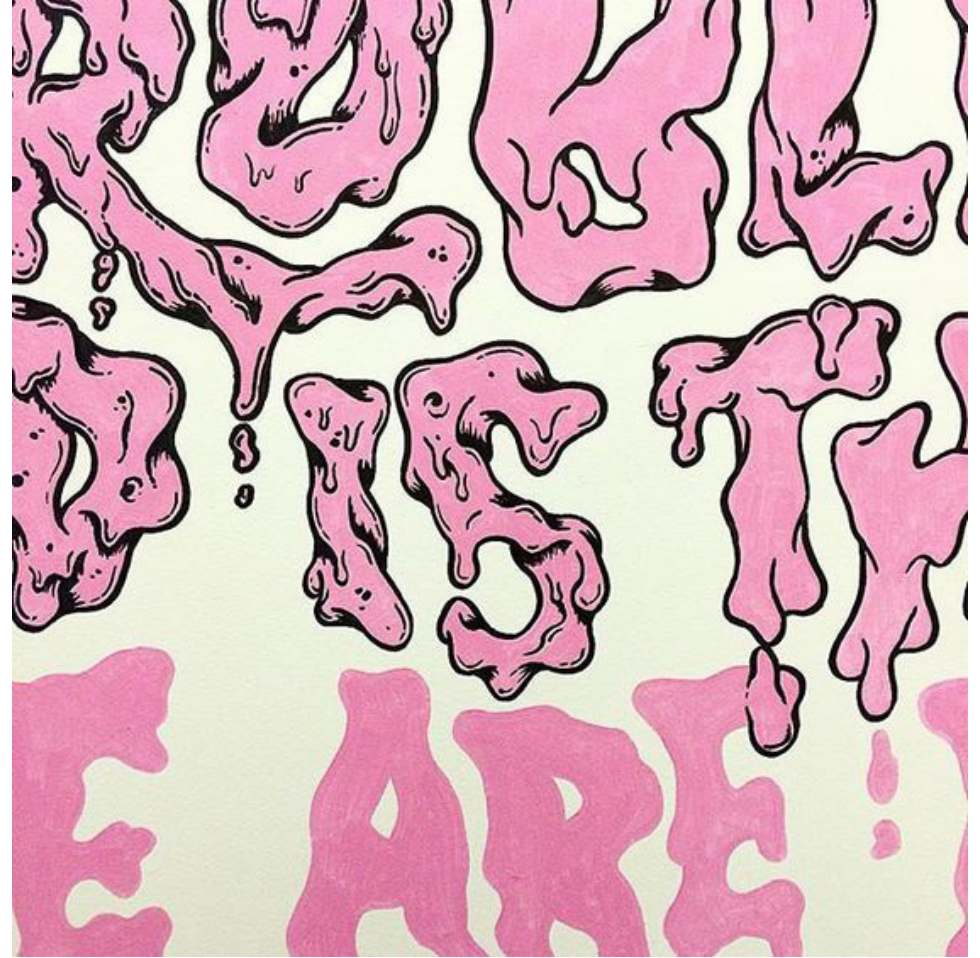
Oikealla:  
Modernien  
kauhusarjakuvien  
kansitekstejä



42. 60-luvulla lähetetyn *Me Hirviöt* -TV-sarjan otsikko.



43. *Chopping Mall* -elokuvan otsikkoteksti, 1986.



44. *Melting Down*. Andreas Pedersen, 2016.

Sarjakuvien lisäksi tutkin elokuvien ja TV-sarjojen kauhu- ja limakirjaimia. Eri-tyisesti 80-luvun kauhuelokuvien kuten *Chopping Mallin* (kuva 43) otsikkoteksteissä oli kiinnostavia tyylejä.

Verisen tekstin tunnelmaa voi helposti muuttaa värimaailmaa muuttamalla – sama teksti vihreänä toisi mieleen ektoplasman tai rään. Olin päättänyt

painottaa Tissimerenneitoseuran tuotteissa pinkkejä brändivärejä. Pinkki on limaväriä hyvä, sillä sitä ei yhdistä mihinkään tiettyyn eritteeseen, vaan se on vain "limaa".

Keräsin itselleni myös paljon modernia limaletteringiä kuten yllä (kuva 44), jotta löytäisin parhaan tavon kuvastaa haluamaani tunnetta.

**EI ei EI ei**  
**EI ei EI ei**

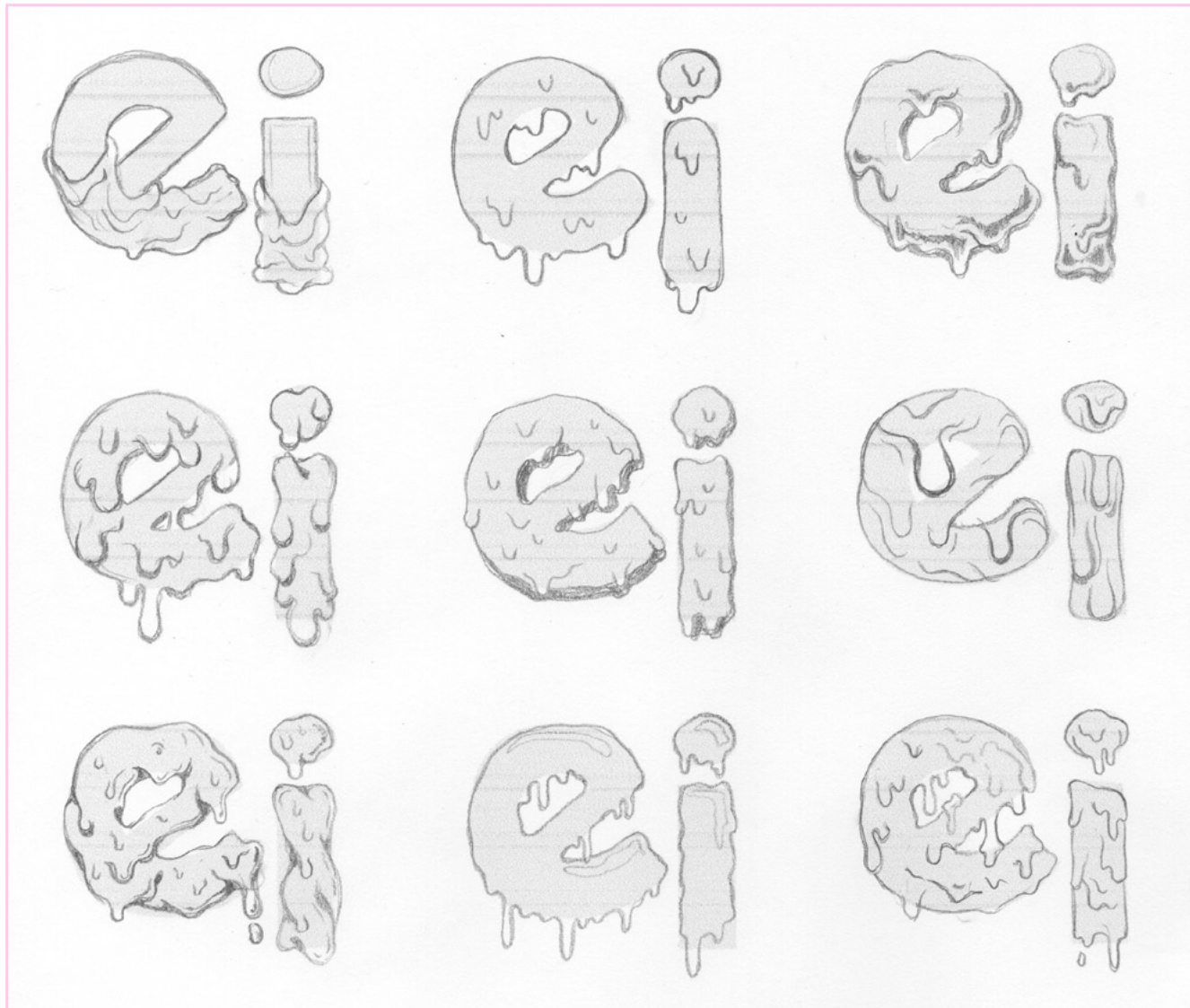
**EI ei EI ei**

**ei ei ei ei**

Valitsin aluksi muutaman erilaisen lihavan tekstityypin ja kokeilin, miltä ne näyttäisivät limaisina.

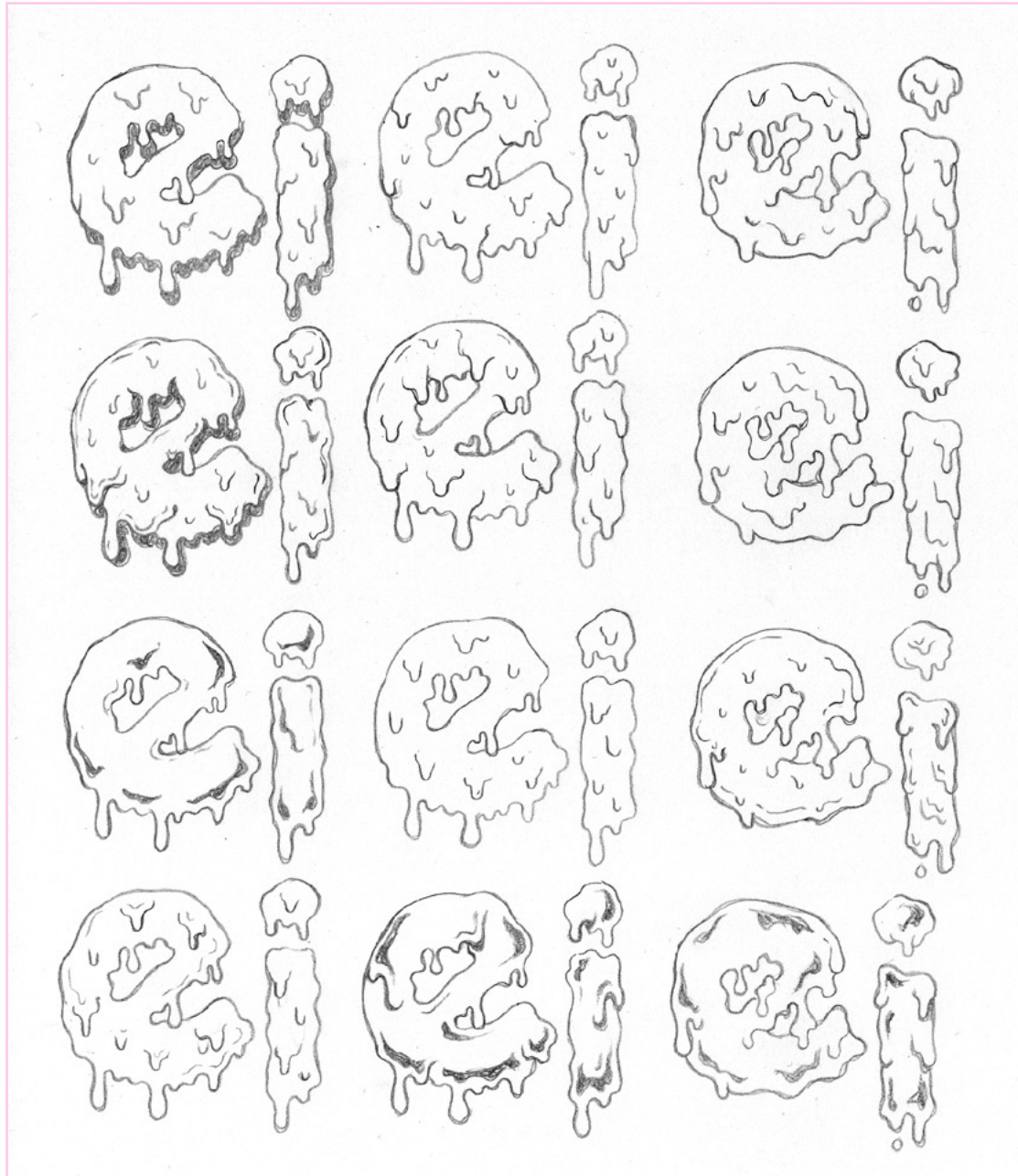
Inspiraatiomateriaalini oli suurimaksi osaksi versaaleilla. Päädyin itse käyttämään pieniä kirjaimia, sillä ei-sanalla on isolla kirjoitettuna riski, että sen lukee elinä, varsinkin kun siihen lisätään lukemista hankaloittava limaefekti. Tunne, jota halusin kuvata, ei myöskään ollut voimakas ja dramaattinen "ei", vaan kyllästynyt ja väsynyt – ei vaivauduta edes käyttämään isoa ensimmäistä kirjainta. Tästä syntyy koominen vaikutelma, joka käy yksiin Tissimerenneitoseuran brändin kanssa.

Teokseni pohjalla oleva tekstityyppi on Pokémonista. Käänsin e-kirjainta ja siirsin i:tä alemmas, jotta pinssiin tulisi hieman kiinnostavampi muoto.

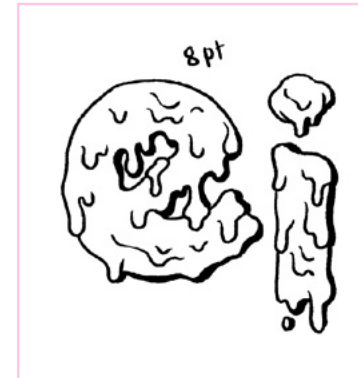


Kokeilin tekemälleni pohjalle inspiraatiomateriaalini pohjalta erityyylisiä limoja, ja lähetin nämä kokeilut tissineuvoston Whatsapp-ryhmään. Tissikollegoistani ei ollut mitään apua.



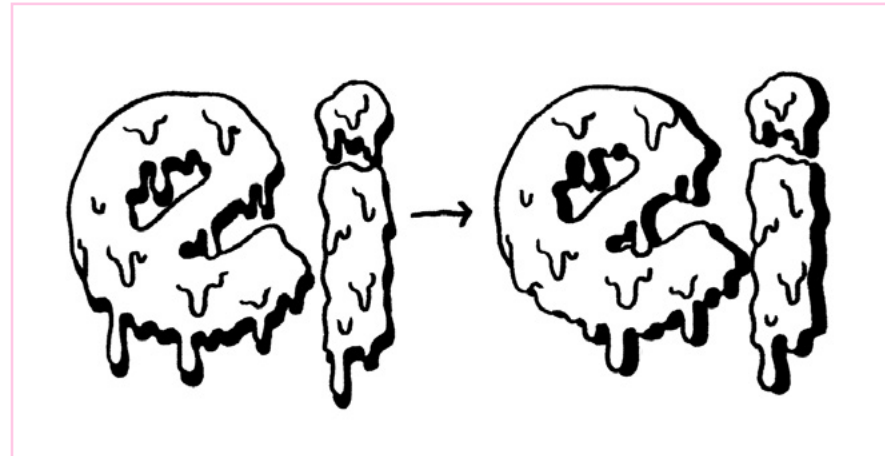


Vasemmalla:  
Valitsin jatkotyöstöön kolme eri tyyliä, joihin  
kokeilin erilaisia limoja ja varjostustapoja.



Yllä:  
Lopullisen teoksen piirsin photoshopissa käyttäen  
tussia jäljittelevää sivellintä. Optimaalisen  
ääriviivan paksuuden löytäminen vaati jonkin  
verran kokeiluja.

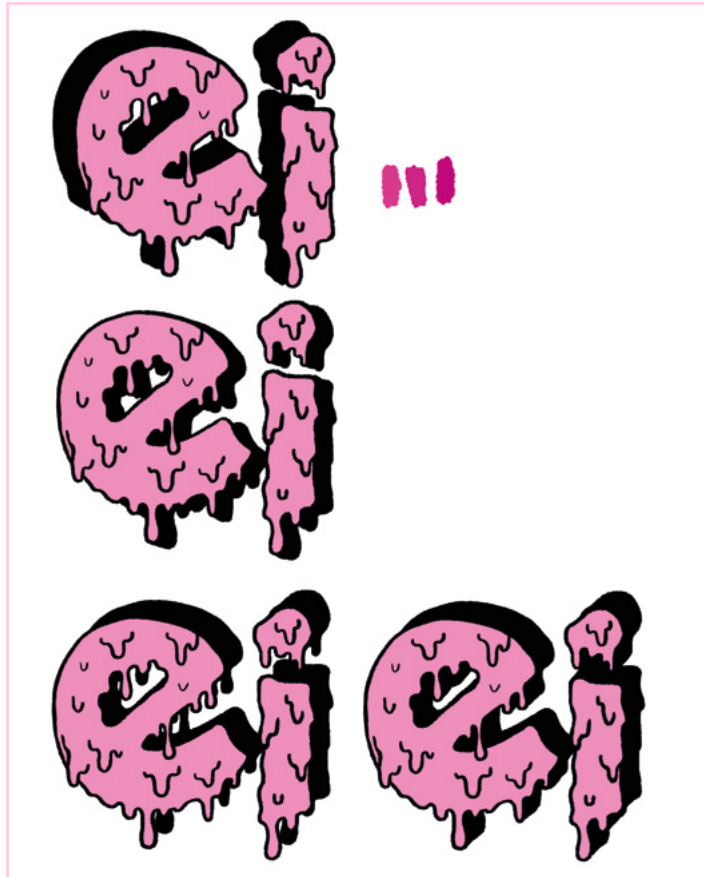
*Erityyisiä limoja valmiimmalla viivapiirroksella. Valitsin ensimmäisen, koska siinä oli mukavasti valuvuutta, mutta kirjaimet pysyivät selkeinä. Pinssistä tulee pieni, n. 2-3cm<sup>2</sup>, ja siksi viimeinen kuva olisi ollut liian yksityiskohtainen.*



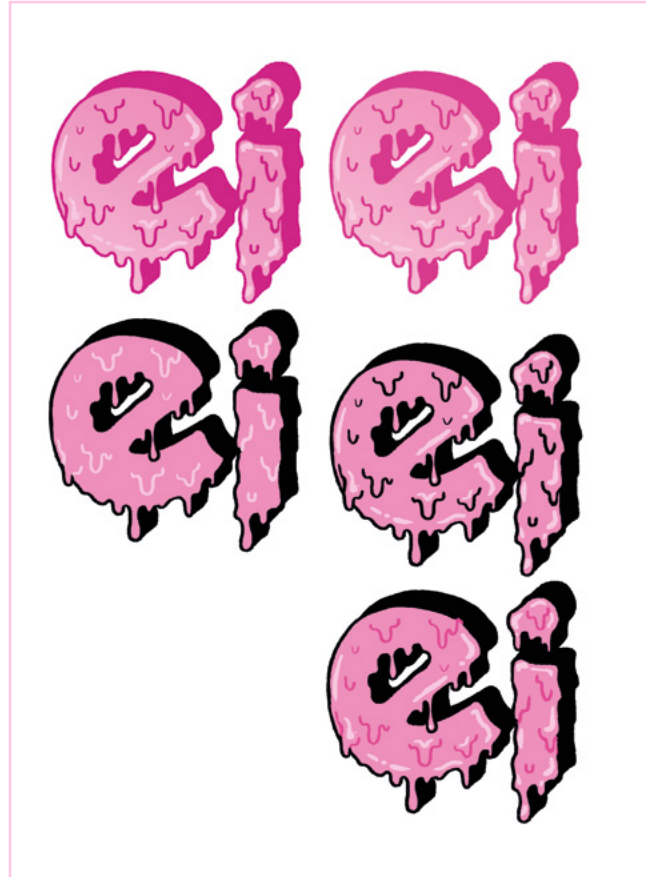
*Lopullinen muoto ja valumien optimointi.*



*Valmis viivapiirros.*

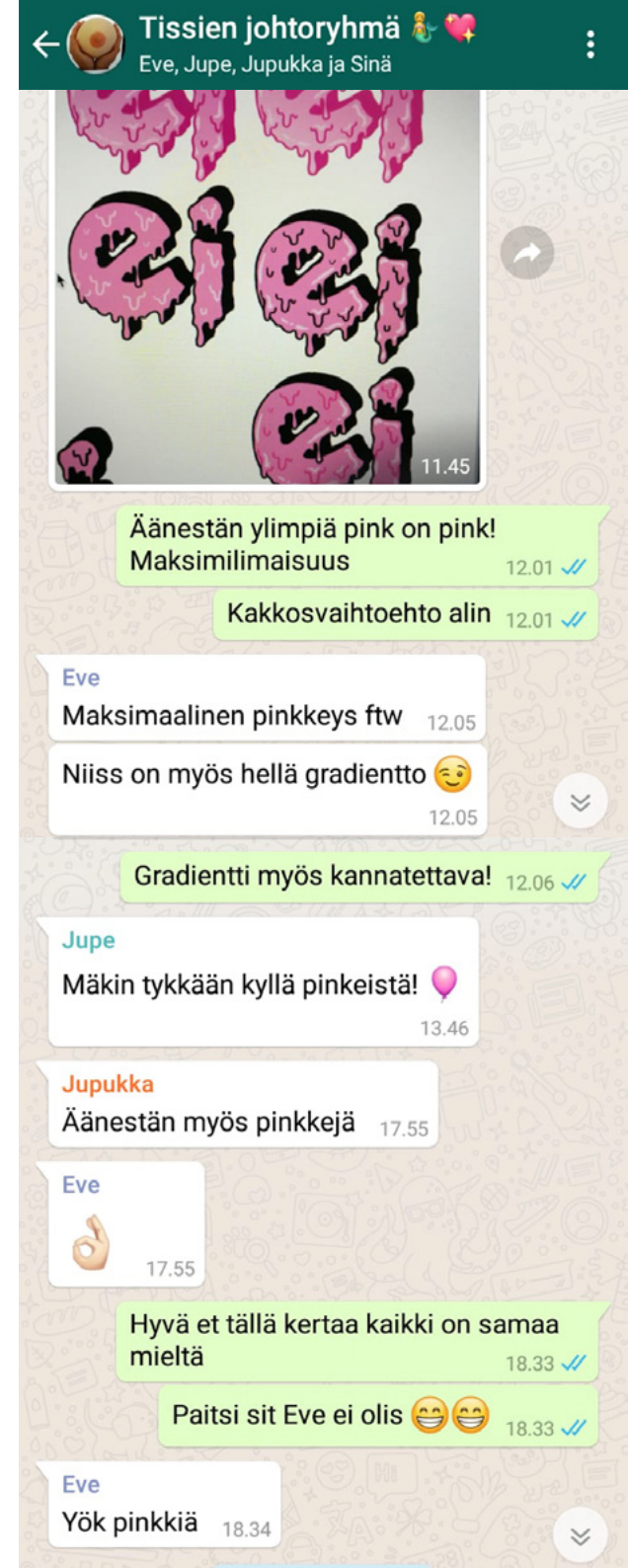


*Erilaisia varjoja.*



*Erilaisia väritystapoja.*

Pinssin väri on brändin mukainen pinkki. Väritysvaiheessa käännyin jälleen tissineuvoston puoleen, ja luonnollisesti kaikki kannattivat täysin pinkkiä versiota. Pinssin värivalinta antoi suunnan myös muiden tuotteiden väritykseen.







# **MAGNEETTI**

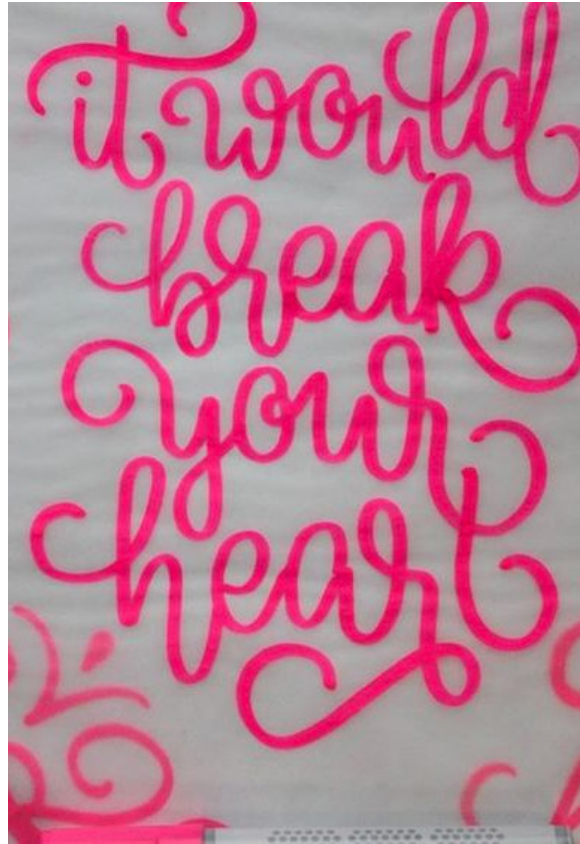
**”Mitä vittua nyt taas”**





#### Lähtökohdat:

”Mitä vittua nyt taas” magneetin lettering kuvastaa Tissimerenneitoseuran näkökulmasta eräänlaista maailmantuskaa, joka usein purkautuu syvänä huokauksena kun on selannut uutisia tai sosiaalista mediaa. Maailmassa tapahtuu paljon raivostuttavia asioita, ja tämä reaktio on hyvin samaistuttava – erityisesti feminiisteille, jotka joutuvat jatkuvasti kohtaamaan perusteetonta vihaa. Tissimerenneitoseura haluaa kääntää tämän tunteen voimavaraksi esittämällä sen huumorin kautta. Huumori tulee ”mitä vittua nyt taas” -lauseen yhdistämisestä pinkkiin, stereotyyppisen tyttömäiseen ja kimaltavaan letteringiin niin, että syntyy passiivisaggressiivinen vaikutelma. Näin ei vastata vihaan vihalla, vaan huokaistaan, hymyillään ja jätetään se omaan arvoonsa.



45. Joshua Phillips, 2017.

Inspiraatiomateriaaliksi teokselle etsin kaikkea romanttisen kiehkuraista ja pinkkiä modernista kalligrafiasta (kuva 45), April Moralban teoksista ja tyttöjen lelujen logoista. Yllä näkyvästä Barbie-logosta (kuva 46), sain idean liittää tekstiin jonkin ällösöpön elementin kuten kukkaset, sydämet tai kimalluksen.



46. Barbie-logon historia ja kehitys. Famous Logos, 2018.



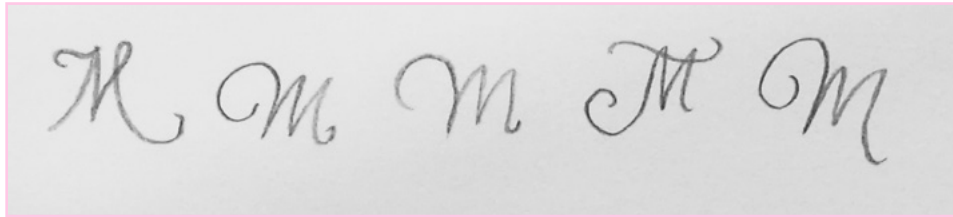
47. Erik Marinovich, 2015.



48. April Moralba, 2017.



Luonnostelin ensin pienessä koossa, miten sanat asettuisivat keskenään parhaiten. Kokeilin sekä kiekkuraisempaa (yllä) että yksinkertaisempaa (vasemmalla) lähestymistapaa. Päädyin lopulta pelkistetympään vaihtoehtoon, sillä halusin lisätä lopulliseen versioon varjostusta, kiiltoa ja joitakin koriste-elementtejä. Magneetista tulee kooltaan n. 7 x 5 cm, minkä vuoksi yksityiskohdat pääsevät paremmin oikeuksiinsa kun kirjaimet ovat vähemmän monimutkaisia.



*Yllä: Luonnoksia erilaisista M-kirjaimista.*

Ensimmäisessä luonnoksessa koetin jäljitellä lyijykynällä paksuuden vaihteluita, jotka tapahtuisivat tussilla tai siveltimellä tehdessä.

Jatkoin työn hiomista digitaalisesti Photoshopissa. Varmistin ruudukolla, että kirjaimet olivat samansuuntaisia ja siirsin esimerkiksi alariviä vasempaan niin, että T-kirjain asettui optimaalisesti Ä:n koloon.

T-kirjainten vaakaviivojen kiekkurat osoittautuivat haastavimmiksi. Erityisesti "nyt"- ja "taas"-sanojen viivat olivat vaikeita. Erillisten sanojen takia ne eivät saaneet yhdistyä, pystysuunnassa tilaa ei ollut paljon, ja kuitenkin niiden oli näytettävä olevan samaa perhettä ylempien sanojen T-kirjainten kanssa.





Lähetin digitaalisesti korjaillun luonnosversion ja varjostussuunnitelman ohjaajalleni Christoffer Lekalle.

Leka kommentoi, että Y-kirjaimen alaosa ei ole luonnollinen. Kirjoittaessa lenkki jatkuisi suoraan T-kirjaimen eikä tekisi alakiehkuraa.

Hän huomautti myös yleisestä kömpelyydestä ja paksuusvaihtelusta. Tavoitteenani ei ollut tehdä ammattilais- vaan harrastelijatasoista jälkeä ja halusin myös, että työssäni näky tiettyä epäsäännöllisyyttä ja se, että sitä ei ole vektoroitu. Epämääräisen mielivaltaiset paksuusvaihtelut halusin kuitenkin kitkeä pois.

Aikaisemmin kirjoitin siitä, miten alkuperäisten työkalujen sijaan lettering tehdään nykyisin usein digitaalisesti. Letteringhistorioitsija Oscar Ogg sanoo, että tekstistä on tullut oma eläimensää, joka ei välitä siitä kuinka vanhat työkalut kuten taltta, kynä tai pensseli olisivat vaikuttaneet sen muotoihin. Yritämme toistaa niitä ääri-vaipirroksilla. (Cabarga 2004, 102) Tein alkuperäisen luonnoksen tähän työhön lyijykynä-ääri-vaivana. Halusin kokeilla saisinko vinkkejä viivan luonnollisiin paksuusvaihteluihin kokeilemalla perinteisiä välineitä.

Löysin termin *faux calligraphy*, jota suomeksi kutsutaan vain moderniksi kalligrafiaksi, feikki- tai leikkikalligrafiaksi. Se on kalligrafiaa vapaammalla tekniikalla ja välineillä. Perinteinen kalligrafia perustuu paksujen ja ohuiden viivojen kontrastiin kirjaimissa. Feikkikalligrafiassa tätä efektiä pyritään jäljittelemään piirtämällä ja värittämällä kirjainten rangat – laskevat viivat piirretään paksuiksi ja nousevat pidetään ohuina. (Staedtler 2018).



*Yllä: Testasin terällä ja harottavalla pensselillä, missä kohdissa paksuus muuttuu.*



Perinteisin välinein tehtyjen luonnosten ja feikkikalligrafiatietouden pohjalta muokkasin tekemääni ääriiviivaa. En halunnut paksuuksiin isoa kontrastia, mutta nyt minulle oli selvempää, missä kohdissa paksuusvaihtelut tulisi ottaa huomioon.

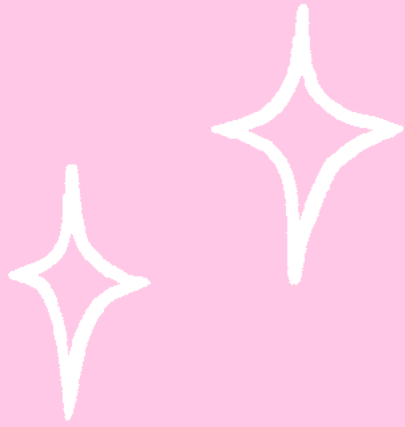
Jatkoin "taas"-sanan T-kirjaimen työstöä. Ajattelin, että jos se olisi samanlainen kuin "nyt"-sanan T, se ei pistäisi silmään niin paljon. Nyt jouduin

sijoittamaan sen A-kirjaimen taakse, mikä ei ollut hyvä, koska mitkään muut kirjaimista eivät menneet päällekkäin. Lopulta päädyin tekemään siitä pienen, yrittäen pitää siinä samansuuntaisen kaaren kuin viereisessä T:ssä.

Värimaailmassa käytin Tissimeren-keitoseuran ilmeen eri pinkkejä, jotka sopivat erinomaisesti barbiemaisen vaikutelman luomiseen.

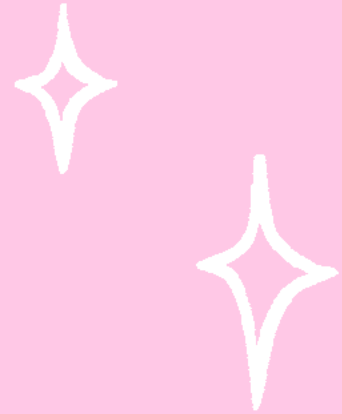
Kokonaisuus vaati vielä kimallusta.

Mitä vittuud  
nyyt taidas



# PRINTTI

”I grab back”





#### Lähtökohdat:

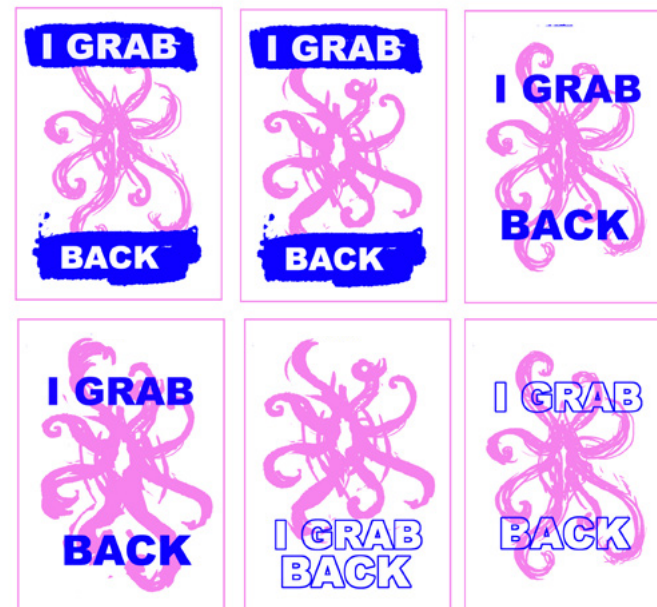
”I grab back” -printti on sanomaltaan ja sävyltään ärhäkempi, vastahyökkäys. Se pysyy kuitenkin brändissä, sillä vulvasta tunkevat lonkerot ovat absurdiudessaan hauskoja. Tissimerenneitojen kohderyhmä ilahtuu myös aina tabuja rikkovasta sukupuolielinten kuvaamisesta. Hurjemman sävyn vuoksi halusin tehdä teoksesta tyyliiltään voimakkaamman ja rouheamman.

Osa vaikutelmasta tulee tekniikkavallinnasta. Tissimerenneidot ovat aiemmin tehneet printtejä silkipainamalla, I grab back -printti päätettiin toteuttaa linografiikkana. Tekniikassa jokainen värialue kaiverretaan omalle levyllään ja painetaan yksitellen – jokaisessa painovaiheessa on siis uusi mahdollisuus virheeseen. Pyrin ottamaan teoksen suunnittelussa huomioon sen, että yksinkertaisempi kuva on helpompi toteuttaa.



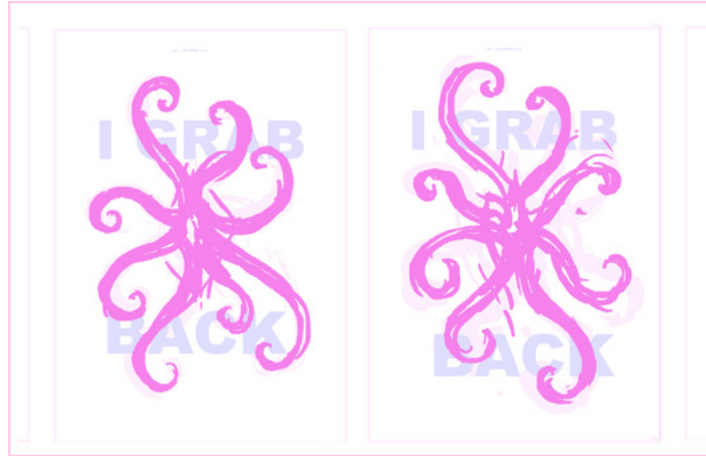
49. Monet zinentekijät painavat lehtiä tai printtejä käsin silkki-tai linopainamalla. Näille on tyypillistä kahden värin päällekkäinen käyttö ja neonvärit. Hugh Barrell & Joey Furr, 2011.

Lähdin tekemään kuvaa, johon lonkerovulva tulisi yhdellä värillä ja teksti hieman sen päälle tummemmalla.



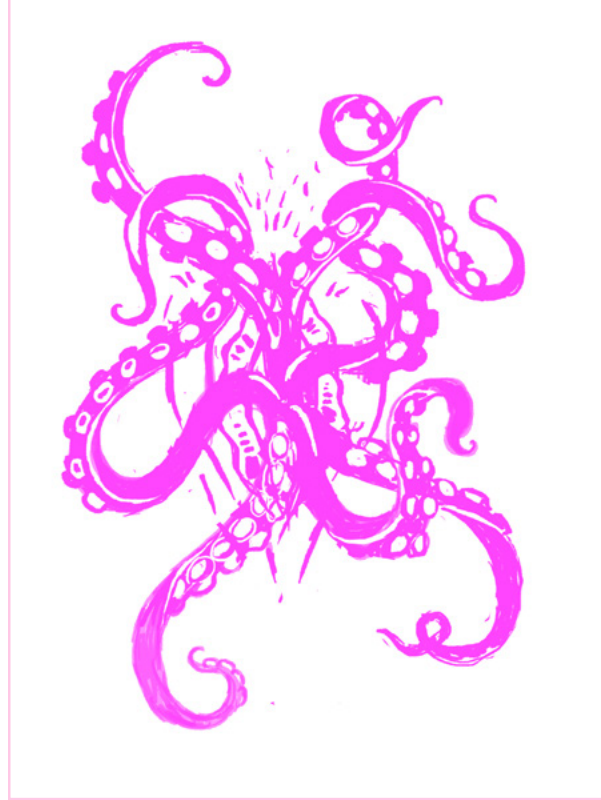
Oikealla:  
Ensimmäiset luonnokset

Alla:  
Luonnos referenssien jälkeen



Aloitin kuvan suunnittelusta. Koin, että sopivan tyylin löytäminen letteringille olisi helpompaa, kun kuva olisi pientä hienosäätöä lukuun ottamatta valmis.

Ensimmäinen luonnokseni oli hyvin siisti ja tähtimäinen. Tässä vaiheessa katsoin referenssikuvia mustekaloista ja siitä, miten muut olivat toteuttaneet niitä samalla tekniikalla. Tein lonkeroihin enemmän kaoottista päällekkäisyyttä ja kiemurointia, mikä tekee kuvasta heti elävämmän ja ällöttävämmän.



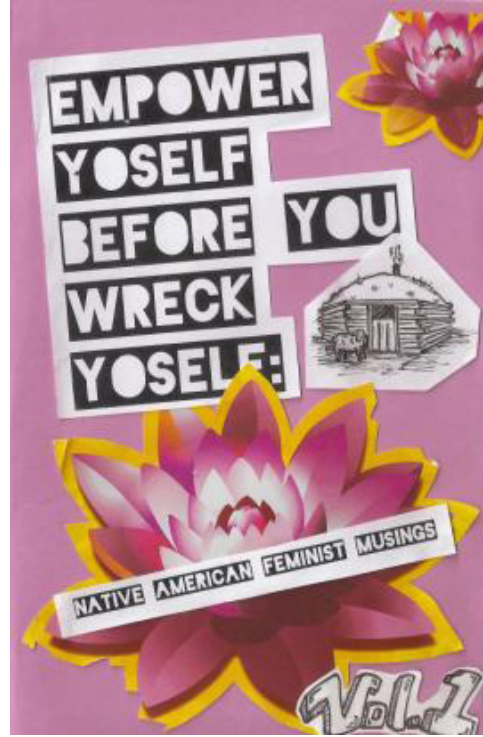
Oli vaikeaa arvioida, kuinka helposti katsoja, joka ei tiedä, että kuvassa on vulva, huomaa sen, ja kuinka paljon teksti vaikuttaa assosiaation syntymiseen. Halusin, että katsoja näkisi ensin lonkerot ja sitten huomaisi, mistä ne oikein tulevat esiin.

Kokeilin ensin, miltä näyttäisi, jos vulva olisi isompi suhteessa lonkeroihin, mutta päädyin lopuksi lisäämään karvoja oikean mielikuvan vahvistamiseen.

*Yllä:  
Luonnoksia.*

*Oikealla:  
Lopullinen tussipiirros.*





**I GRAB  
BACK**

*Vasemmalla:  
50. Adam Hayes, 2011.*

*Oikealla:  
51. Sapluunatekstiä modernissa zinessä.  
Melanie Fey & Amber McCrary, 2014.*

*Alla:  
Minä leikkaamassa kirjaimia ja skannatut kirjaimet.*

Linografiikassa painojälki on epäsäännöllistä ja siinä saa näkyä tekstuuria.

Halusin saada luonnokseen samanlaisen vaikutelman, jotta voisin arvioida tekstin toimivuutta kuvan kanssa paremmin. Keräämiäni inspiraatiokuvien joukossa oli paljon erilaisia paperileikkuu-tyylisiä kirjaimia (kuva 50). Sapluunan avulla painetut tekstit sekä lehdistä leikatut sekalaiset kirjaimet olivat myös tyyppillisiä vanhoille punk-zineille, ja samaa estetiikkaa jäljitellään myös moderneissa zineissä (kuva 51).

Paperista leikatuilla kirjaimilla sain luonnokseen samantyylistä sattumanvaraisuutta kuin mitä lopullisessa painojäljessä voisi olla.



Alun perin ajattelin, että mahdollisimman "tavallinen" ja yksinkertainen sans serif olisi hyvä, sillä se toimisi kontrastina lonkeroiden kiemuroille.



Halusin kuitenkin lopulta tekstiin enemmän luonnetta, ja aloin jäljiltellä lonkeroiden muotoa myös kirjaimissa.

I GRAB  
BACK

G-kirjain oli kaikessa rumuudessaan erittäin onnistunut. Muokkasin muita kirjaimia analysoimalla sen ominaisuuksia. Tein kirjaimiin enemmän ryppyisyyttä ja rohkeammin rumia muotoja ja paksuusvaihteluita. I-kirjain tuntui yksinään irralliselta ja epäselvältä, minkä vuoksi päädyin lisäämään kirjaimiin serifit.

Kirjainten lopullinen muoto ja letteringin ja kuvituksen suhde määrittyvät kaiverrus- ja painovaiheessa, ja pieniä muutoksia voi vielä tulla. Luonnoksessa käytin Tissimerenneitojen keskipinkkiä vahvan mustan kanssa, mutta jää nähtäväksi, mitä maaleja löytyy, ja kuinka luonnos vielä muovaantuu painotekniikan vaatimuksien mukaan.





# **KANQASMERKKI**

**”Mermaids are real  
gender is a construct”**



#### Lähtökohdat:

Gender eli sosiaalinen sukupuoli on rakenne, joka aiheuttaa harmia kaiken-sukupuolisille ihmisille, kun heidän oletetaan toimivan tietyllä tavalla riippuen siitä, mitkä sukupuolielimet heillä on. ”Mermaids are real – gender is a construct” -lauseessa sukupuoli rinnastetaan merenneitoihin, joiden kaikki tietävät olevan taruolentoja, ja tuodaan näin esille sukupuolirakenteiden ja -stereotyyppien naurettavuus. Tämä on samalla viittaus itse kollektiivin nimeen ja brändiin. Tissimerenneitoseura haluaa kommentoida vastaavia tärkeitä aiheita, mutta tehdä sen humoristisesti. Tämän kangasmerkin huumori tulee absurdis-ta rinnastuksesta ja aiheen ja kauniin ulkoasun välisestä kontrastista.

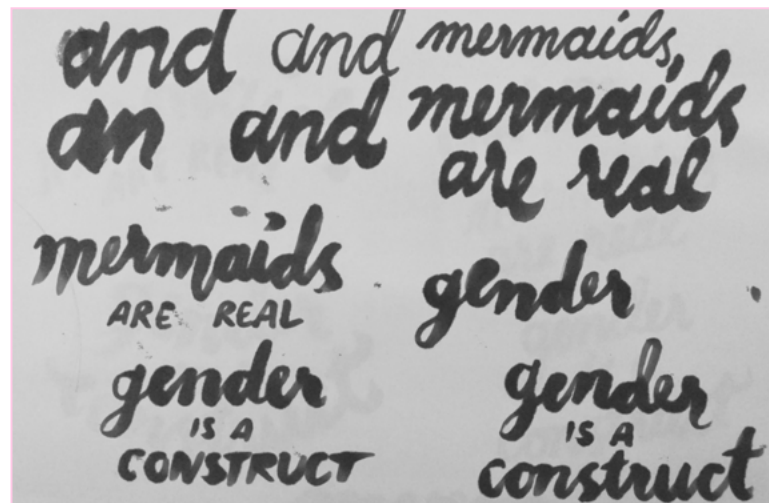
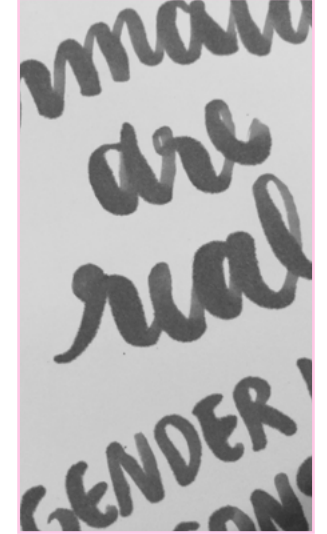
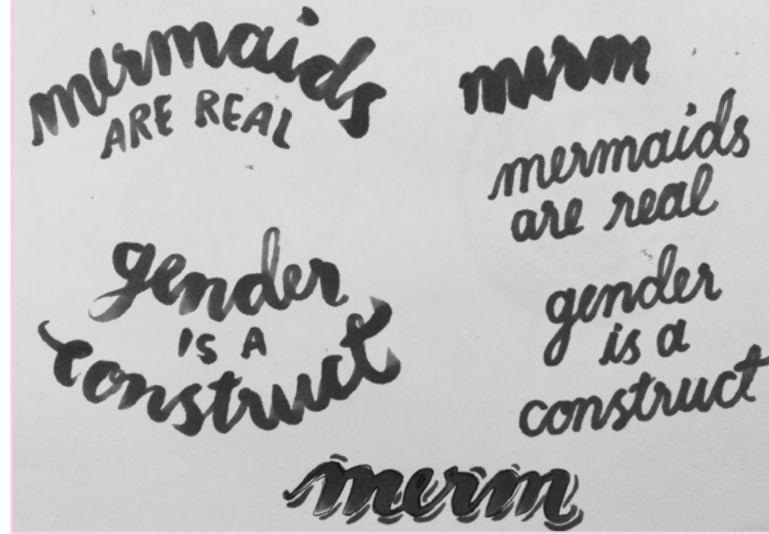
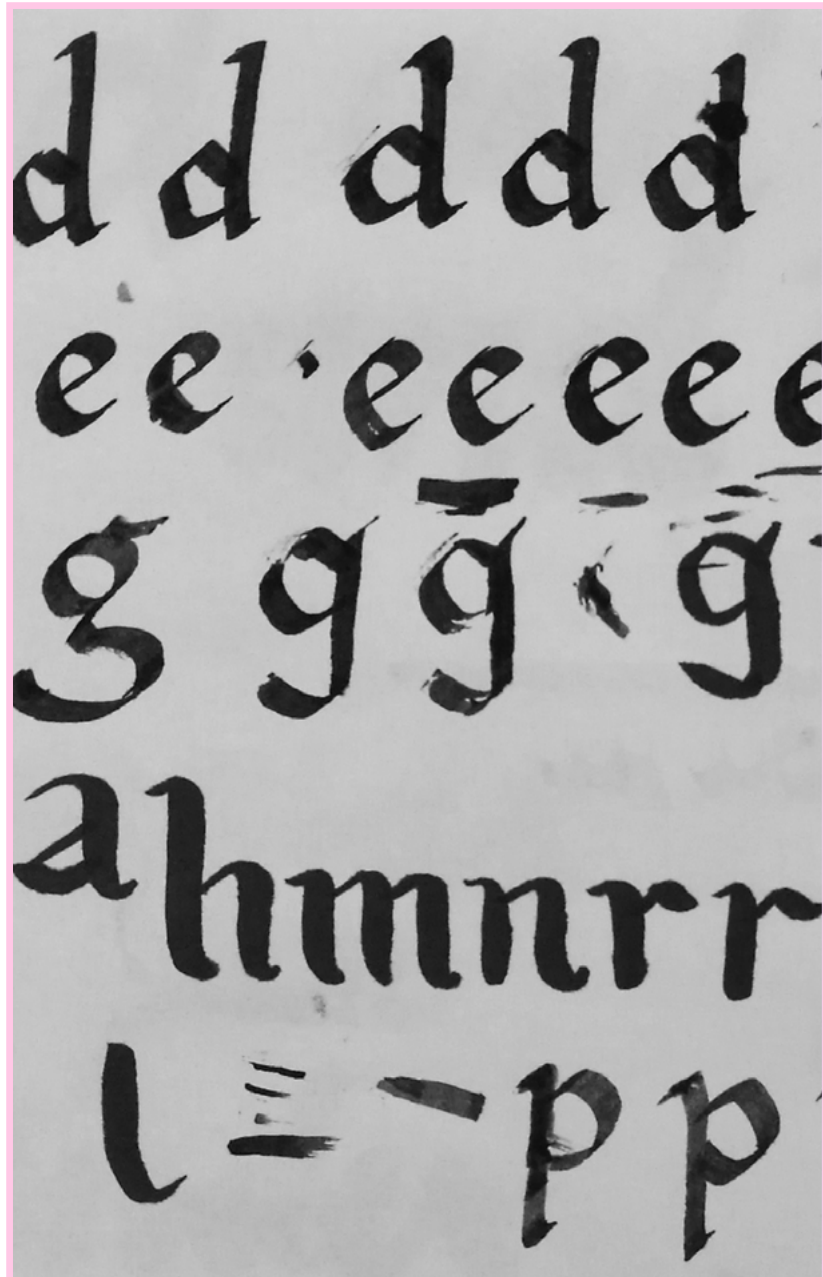


52. Sugarbones, 2018.

Lähtökohtani oli pyrkimys söpöön ja feminiiniseen estetiikkaan. Magneettia tehdessäni olin tutustunut feikkikaligrafiaan. Totesin, että kangasmerkkiä suunnitellessani olisi oivallinen tilaisuus käyttää tekniikkaa prosessin alusta asti. Feikkikaligrafialla tehdään usein söpöä ja nättiä letteringiä (kuva 53), mikä sopii hyvin haettuun vaikutelmaan.



53. Everyday Hooray, 2016.



Aloitin harjoittelemalla sanojen kirjoittamista terällä ja erilaisilla tusseilla.



Ensimmäisenä aloin suunnitella perinteistä, pyöreää merkkiä. Teksti on varsin pitkä, minkä vuoksi merkissä olisi hyvä olla jokin siihen liittyvä kuvallinen elementti, joka kiinnittää katsojen huomion. Kuvan ja tekstin asettelu pyöreän muodon sisään oli haastavaa, ja teksti jäi tässä pienempään osaan.

Kangasmerkissä on myös tiettyjä teknisiä vaatimuksia, jotka vaikuttivat suunnittelutyöhön. Tekstin on oltava vähintään 5 mm korkea ja pienin mahdollinen viivan paksuus on 0,5 mm. Tässä versiossa teksti olisi jäänyt pieneksi, eikä olisi päässyt hifistelemään sen kanssa.



Kokeilin muita muotoja, kuten avoimista simpukkaista. Osalle tekstiä jäi hyvä tila simpukan kuoreen, mutta asettelu tuotti edelleen ongelmia. Tässä versiossa oli paljon kaikenlaista, ehkä liikaakin. Miten helmi liittyy tekstin sisältöön?



Lopullisessa versiossa korvasin pyöreän taustan simpukankuorella, joka yhdistää teoksen yksinkertaisella tavalla visuaalisesti merenneitoihin. Kuoressa on hyvin tilaa tekstille. Halusin luoda pientä kontrastia kahden väitteen välille niin, että merenneitostatement olisi jotenkin unenomainen, ihana ja romanttinen kuten merenneidot, ja suku-

puoliosuus sitä vastoin raakaa totuutta suoraan naamalle. Merenneitotekstissä käytin opettelemaani feikkikalligrafiaa. Ensimmäinen versio (yllä) on tehty lyijykynällä. Sukupuolistatementin tein yksinkertaisella sarjakuvatekstauksellani nauhaan, joka on yleinen elementti vastaaventyylisissä kangasmerkeissä (kuvat 54 & 55).

54. MissDanen Girl Gang -selkämerkki.  
C. Ryerson, 2017.



55. Fatally Femininen yksisarviskangasmerkki, 2017.



*mermaids  
are  
real*

GENDER IS A CONSTRUCT



Tussasin tekstin Micron-kuitukärkikynillä, ja tein sen pohjalta vektorin, jotta merkki olisi valmis tuotantoon.

Kokeilin eri tissibrändivärejä. Pidin erityisesti pinkin ja sinivihreän yhdistelmästä, mutta koska kaikki muut tuotteet olivat täysin pinkkejä, päätin pitäytyä samassa linjassa.

Opinnäytteeni ohjaaja Marion Robinson kommentoi, että hänen mieles-

tään vektoroitu kuva näytti kylmältä ja erilaiselta käsin tehtyihin muihin tuotteisiin verrattuna. Hän sanoi myös, että merenneito- ja sukupuolistatementit näyttävät samanarvoisilta ja kokonaisuus ehkä liian kiltiltä. En ollut itsekään tyytyväinen vektorijälkeen enkä ollut varma, olisiko vektorointi edes ollut pakollista. Päätin palata taas tussien ääreen.



Piirsin kirjaimet uudelleen paksuilla, pehmeillä tusseilla, jolloin paksuusvaihtelut syntyivät luonnollisemmin. Piirsin myös koko kuvan simpukoineen ja lippuineen käsin, jotta saisin siihen orgaanisemman viivan.

Rakensin lopullisen tekstin liittämällä yhteen onnistuneimmat kirjaimet. Marion Robinson kommentoi aiempaan versioon M-kirjaimen epätasapainosta. Hän kaipasi I-kirjaimen

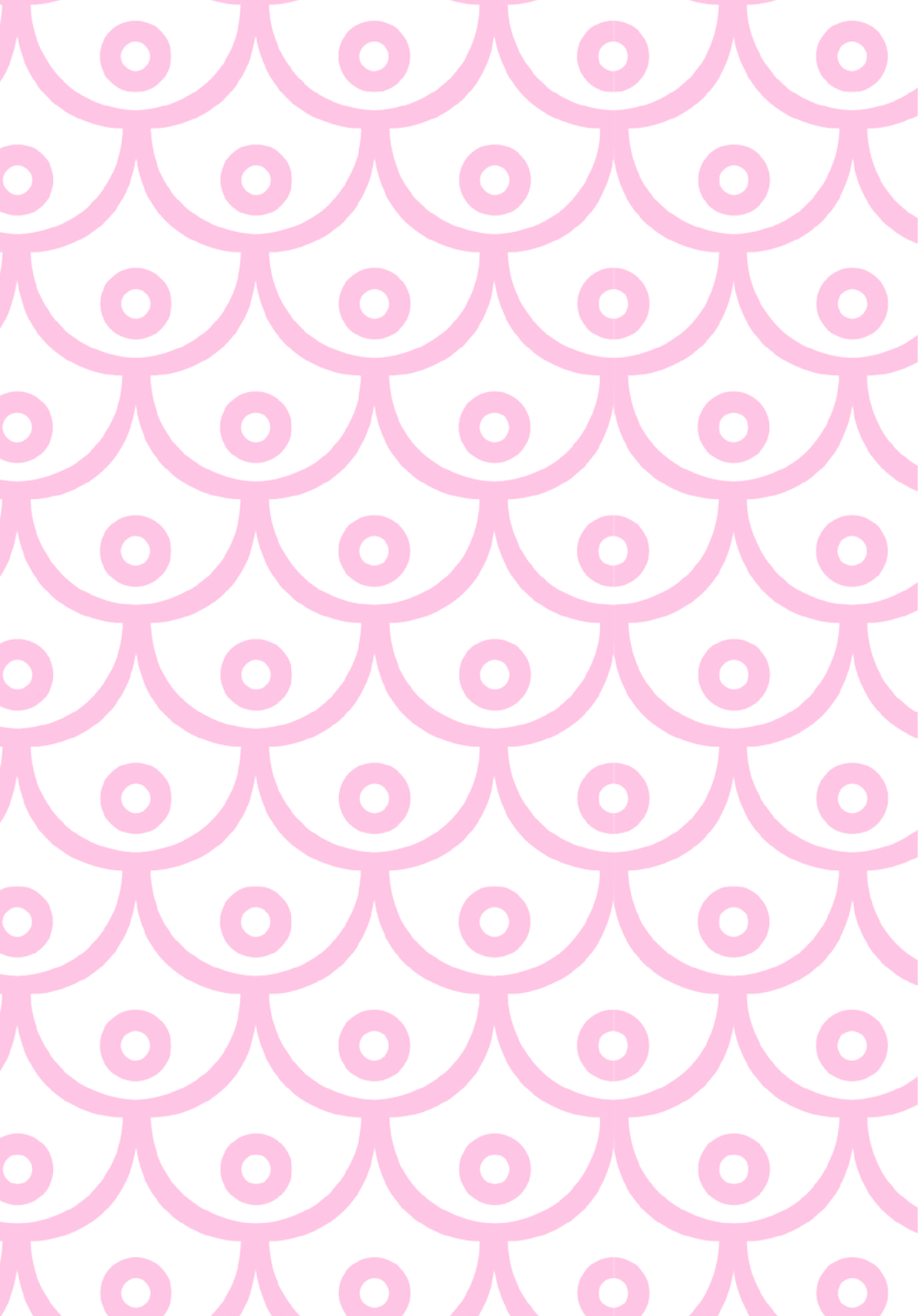
pisteeseen myös jotain erityisempää. Huomasin tässä vaiheessa, että toisin kuin S-kirjain, M ei ollut linjassa simpukankuoren viivojen kanssa. Tämän korjattuani teksti oli paremmin tasapainossa. Ihmettelin myös, kuinka olin saattanut jättää käyttämättä mahdollisuuden laittaa i:n pisteeksi sydämen. Korjasin tilanteen ja täydellisyys oli syntynyt.





Lopullisia värejä valitessani palasin vielä opettajani kommenttiin samantyyppisistä statementeista ja kiltteydestä. Halusin pitää kokonaisuudessa söpön passiivisaggressiivisen tyylin, mutta kuitenkin tehdä lauseiden välille selkeämmän eron. Olin tyytyväinen kokonaisuuteen muuten, joten pohdin, miten kontrastia voisi lisätä väreillä. Mustapohjainen lippu olisi voinut olla räväkämpi, mutta isot mustat alueet yhdistettynä pinkkiin tuo mieleen anarkistit, joihin Tissimerenneitoseura ei kuitenkaan ole yhteydessä. Päädyn tekemään lipun ääriviivoista ja tekstistä mustat valkoisella pohjalla. Näin se on aiempaa voimakkaampi ja viittaa myös selkeämmin sarjakuvaan, ja eroaa hienovaraisesti merenneito-osion tyylistä.

Päätin jättää lopullisen vektoroinnin aikaan, jolloin olen yhteydessä kangasmerkkien tekijään, tällöin voin saada lopulliset ohjeet siitä, mitä pitää vielä muokata.



**YHTEENVETO**

**Valitsin opinnäytetyöni** aiheeksi lettering-painotteisten tuotekonseptien suunnittelun, koska halusin oppia lisää oman taiteeni tuotteistamisesta ja ottaa typografian osa-alueena haltuun. Tavoitteenani oli voittaa pelkoni, heittäytyä ja tehdä, ja sitä kautta luoda pohja tulevalle osaamiselle. Sanotaan, että opinnäytetyö kannattaa tehdä aiheesta, joka on tuttu ja jossa on jo hyvä. Sarjakuvamaailma ja kollektiivi ovat minulle tietysti tuttuja, mutta lettering oli aihetta valitessa vielä täysin tuntematonta aluetta.

Taustoitin suunnittelutyötä perehtymällä zinekuulttuuriin sekä sen taustalla vaikuttavan underground-sarjakuvan

historiaan. Underground-sarjakuvataitelijat shokeerasivat tabuja rikkovilla teoksillaan ja osoittivat niiden suosiolta, että valtavirtasarjakuvan ulkopuolisellekin taiteelle oli yleisöä. Yksittäisiin tekijöihin alettiin suhtautua enemmän taiteilijoina, kun kapinoinnin seurauksena tekijänoikeuskäytännöt muuttuivat. Underground-sarjakuvan perintöä on ajatus siitä, että kuka tahansa voi tehdä ja julkaista sarjakuvaa. Zinenteikijät ovatkin usein amatöörejä, joiden päällimmäinen motivaatio on pitää hauskaa, ilmaista itseään piirtämällä itselleen tärkeistä asioista, ja tavoittaa muita samanhenkisiä ihmisiä.

Projektin alussa kuvittelin ryhtyväni

iloisesti piirtämään värikkäitä kirjaimia, mutta jouduinkin suohon. Sen lisäksi, ettei minulla ollut letteringistä juuri mitään kokemusta, minua epäilytti koko opinnäytetyön aihe. DIY-käsitöihin liittyy tietty leima naisten typerästä harrastuksesta, ja Pinterestin feikkikalligrafiata katsotaan nenänvartta pitkin. Taustatutkimuksen myötä tajusin, että itse asiassa tuollainen ajattelu on elitismia, eli juuri sitä, mitä vastaan DIY-kulttuuri ja Tissimerenneito-seura taistelee, ja siksi aihe on tärkeä. On Tissimerenneitojen feminististen arvojen mukaista toimintaa tehdä ”naisten juttuja” hakematta muiden hyväksyntää ja kannustaa jäseniään

ja muita ihmisiä ilmaisemaan itseään. Kollektiivin toiminta pohjaa underground-perinteeseen, jossa on tärkeää se, että saa tehdä mitä haluaa ja mikä on itselle merkityksellistä. Näillä tuotteilla oli se merkitys, että sain tehdä jotain, mitä olin pitkään halunnut kokeilla, sekä tämän opinnäytteen myötä myös kannustaa muita tarttumaan toimeen ilman pelkoa arvostelusta.

Underground-perinteen ja zinekuulttuurin ajatuksesta tekijän vapaudesta ”tehdä mitä haluaa” oli projektin aikana sekä apua että haittaa. Tavallaan alakulttuuria edustavan kollektiivin brändääminen ja tuotteistaminenhan on ristiriidassa ajatuksen kanssa, sillä



brändi asettaa tekemiselle rajoituksia. Kyseenalaistin monta kertaa, onko työssäni mitään järkeä. Miksi määritellä Tissimerenneitoseuran brändiä, kun loppujen lopuksi joku kollektiivin jäsenistä voi tuoda pöytään mitä tahansa tekemäänsä, jolloin siitä tulee osa tissimerenneitokokonaisuutta? Brändäys ja tuotteistaminen termeinä liitetään myös vahvasti kaupalliseen toimintaan, mikä johti graafikkoja alakulttuuri-identiteetin ristiriitaan.

Tutustuin eri DIY-tekijöiden ohjeisiin tuotesuunnittelusta. Taustoituksessani tärkeimpänä nousi esiin USP, unique selling point, eli tuotteen kilpailijoista erottavat ominaisuudet ja työkalut niiden löytämiseksi. Erittäin Salainen Tissimerenneitoseura toimii Suomen feministisessä sarjakuvazineskenessä, jossa kilpailua ei ole paljon ja jonka kulttuuri perustuu yhteisölliseen tekemiseen ja muiden tekijöiden tukemiseen. Siksi, ja koska toiminta ei myöskään ole kaupallista, ei erottuminen ole yhtä elintärkeä asia. Tuotesuunnittelun

menetelmät olivat työssäni hyödyllisiä, mutta alakulttuuria ja useampaa taiteilijaa edustavalle kollektiiville suunnitella koin paremmaksi käyttää niitä lyhyemmin.

Tissimerenneitoseuran brändin ydin muodostuu jäsenten yhteisistä feministisistä arvoista. Se on jotain, mikä pysyy samana projektista riippumatta, ja voidaan olla varmoja, ettei kukaan tuo myytäväksi mitään arvojen vastaista. Tavoitteenani oli suunnitella tuotteet, joissa tämä ydin näkyisi. Tiivistin kollektiivin USP:n aikaisemman tuotannon perusteella niin, että se jättää tilaa jäsenten vapaudelle ilmaista itseään: siihen kuuluvat feministisen sisällön lisäksi humoristinen lähestymistapa ja pinkkipainotteinen värimaailma. Mitä kaupallisuusepäilykseen tulee, brändäys ja tuotteistaminen ovat vain termejä, ja loppujen lopuksi neljä kuudesta tissimerenneidosta on ammatiltaan graafisia suunnittelijoita – on vain luonnollista, että he, vapaina tekemään mitä haluavat, käyttävät tissimerenei-

toprojekteissa itselleen tuttuja välineitä, ja se saa näkyä.

Tissimerenneidot eivät ole alakulttuurissa ainoita, jotka ovat kiinnostuneita tuotesuunnittelusta, vaan viime vuosina sarjakuvien ohella myytävät muut tuotteet ovat selvästi lisääntyneet. Monet tekijät ovat kiinnostuneita piirtämään sarjakuvaa ammatikseen ja löytämään tapoja rahoittaa tekemistään monipuolisesti omalla taiteellaan. Useat heistä ovat koulutukseltaan graafikoita, jotka myös haluavat tehdä ammattimaisempaa jälkeä. Omien havaintojeni mukaan zine- ja DIY-käsityökulttuuri näyttäisivät olevan sulautumassa enemmän yhteen, ja onkin kiinnostavaa nähdä, mitä kaikkea seuraavien vuosien zinetapahtumista voi sarjakuvien lisäksi löytää.

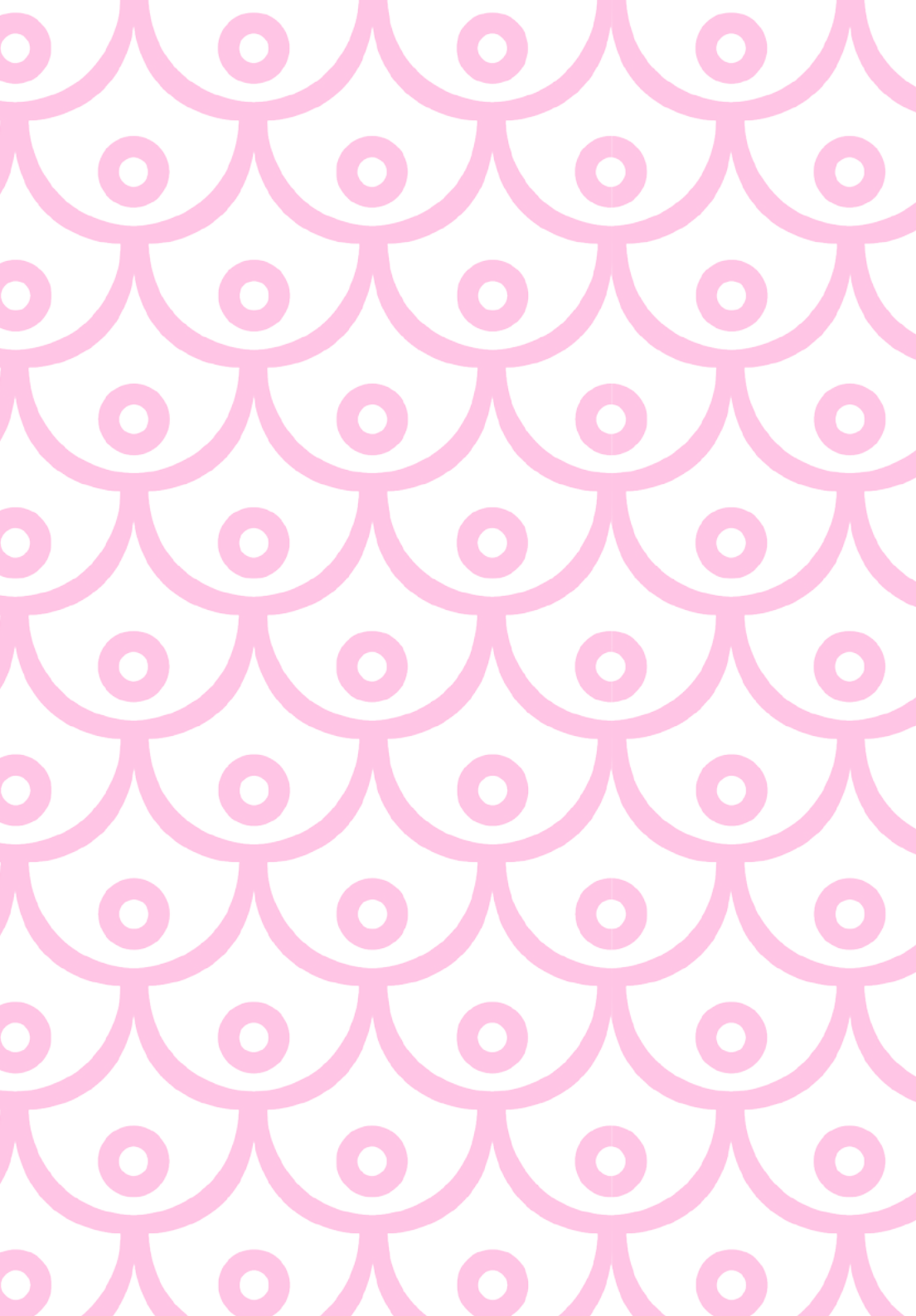
DIY-hengestä oli letteringprosessissa paljon apua, sillä en kokenut tarvetta tehdä täydellistä jälkeä, vaan amatöörimaisuus oli sallittua. Huomasin, että pystyn työstämään lettering-projekteja samalla kaavalla kuin sarjakuvia ja

kuvituksia. Opin teknisiä asioita kirjainmuotoilusta, ja vaikka vektorointi ei ollutkaan työssäni isossa osassa, vahvistui myös osaamiseni bezier-kahvojen oikeaoppisesta käytöstä tässä kontekstissa. Löysin uusia välineitä, erilaisia tapoja tehdä letteringiä ja termejä, jotka helpottavat lisätiedon hankkimista ja uuden oppimista. Tästä on hyvä lähteä eteenpäin.

Opinnäytetyöprojekti selkeytti Tissimerenneitoseuran brändiä, mistä on apua tulevien tuotteiden ja projektien suunnittelussa. Opin myös paljon ja löysin uusia resursseja oman taiteen tuotteistamiseen, ja olen taas ehkä askeleen lähempänä tavoitettani elättää itseni tekemällä omia, hauskoja projekteja, sarjakuvia ja tuotteita.

Projektin lopputuloksena on neljä tuotekonseptia. Seuraavaksi lähdän toteuttamaan I Grab Back -printtiä, jota kaavailen myyntiin kevään 2019 sarjifestareille. Odotan innolla, että pääsen toteuttamaan ja näkemään kaikki työni lopulliset hedelmät.

*Kiitos  
Lekalle tuomiosta  
Marionille Evekielen suomentamisesta  
Saralle kahvista, herkuista ja henkisestä tuesta*



## LÄHTEET

## KIRJALLISET LÄHTEET

**Arffman, P. 2004.** "Comics go underground!" – Underground-sarjakuva vastakulttuurina vuosien 1967-1974 Yhdysvalloissa.  
Turku: Turun yliopisto, kulttuurihistoria.

**Cabarga, L. 2004.** Logo, Font & Lettering Bible – a Comprehensive Guide to the Design, Construction and Usage of Alphabets, Letters and Symbols.  
Newton Abbot: David & Charles.

**Duncan, R. ja Smith, M. 2009.** The Power of Comics: History, Form and Culture.  
New York: The Continuum International Publishing Group Inc.

**Oakes, K. 2009.** Slanted and Enchanted – the Evolution of Indie Culture.  
New York: Henry Holt and Company.

**Piepmeyer, A. 2009.** Girl Zines – Making Media Doing Feminism.  
New York: New York University Press.

**Sabin, R. 1996.** Comics, Comix & Graphic Novels.  
Lontoo: Phaidon Press Limited.

**Spencer, A. 2008.** DIY – The Rise of Lo-fi Culture.  
Lontoo: Marion Boyars.

## ELEKTRONISET LÄHTEET

**Bosler, D. 2015.** The Explosive Hand Lettering Rebellion.  
Print [viitattu 24.8.2018].  
Saatavissa: <http://www.printmag.com/%20featured/hand-lettering-flexible-adaptable-typographic-art/>

**Bullet Journal 2018.** What.  
Lighthouse LLC [viitattu 8.10.2018].  
Saatavissa: <https://bulletjournal.com/pages/about>

**Bullock, P. 2016.** Transcript: Donald Trump's taped comments about women  
The New York Times [viitattu 1.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.nytimes.com/2016/10/08/us/donald-trump-tape-transcript.html>

**Coleman, H. W. & Prisco, S. 2006.** Unique Selling Propositions.  
Electrical Wholesaling. Nro 11/2006 [viitattu 3.10.2018].  
Saatavissa: Proquest-tietokanta

**Fantagraphics 2018.** The Complete Wimmen's Comix.  
[viitattu 17.9.2018].  
Saatavissa: <http://www.fantagraphics.com/completewimmenscomix/>

**Feministinen sarjakuvatoiminta 2018.** Mikä feministinen sarjakuvatoiminta?  
Blogin infisivu [viitattu 23.8.2018].  
Saatavissa: <http://feministinsarjakuva.sarjakuvablogit.com/info/>

**Folse, S. 2018.** What kind of art appeals to buyers?  
Artist Alley Survival Guide [viitattu 31.8.2018].  
Saatavissa: <http://www.artistalleysurvivalguide.com/what-kind-of-art-appeals-to-buyers/>

**Elan, P. 2014.** Think pink: how the colour is being reclaimed.  
The Guardian [viitattu 22.9.2018].  
Saatavissa: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/sep/10/think-pink-how-the-colour-is-being-reclaimed>

**Google Trends 2018.** Lettering.  
Trends-haku 8.10.2018.  
<https://trends.google.fi/trends/explore?date=today%205-y&q=lettering>

**Hintsanen, P. 2018.** Vaaleanpunainen.

Coloria.net [viitattu 5.10.18].

Saatavissa: <http://coloria.net/varit/vaaleanpunainen.htm>

**Kingston Creative 2017.** The ultimate guide to turning your art into a product.

Blogiartikkeli 31.7.2017 [viitattu 29.8.2018].

Saatavissa: <http://kingstoncreative.net/ultimate-guide-turning-art-product/>

**Made Urban 2017a.** What sells best at a craft show? Find out!

Blogiartikkeli 1.3.2017 [viitattu 28.8.2018].

Saatavissa: <https://www.madeurban.com/blog/sells-best-craft-show/>

**Made Urban 2017b.** 100+ crafts to make & sell from home

Blogiartikkeli 24.10.2017 [viitattu 30.8.2018].

Saatavissa: <https://www.madeurban.com/blog/100-crafts-make-sell-home/>

**Made Urban 2018.** 3 mistakes handmade businesses make with their USP

Blogiartikkeli 12.4.2018 [viitattu 28.8.2018].

Saatavissa: <https://www.madeurban.com/blog/handmade-business-usp-mistakes/>

**Maglaty, J. 2011.** When did girls start wearing pink?

Smithsonian [viitattu 23.9.2018].

Saatavissa: <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/when-did-girls-start-wearing-pink-1370097/?no-ist>

**Me too 2018.** History & Vision.

[Viitattu 1.10.2018]. Saatavissa: <https://metoomvmt.org/about>

**Moralba, A. 2018.**

Instagram-postaus 28.3.2018 [viitattu 9.10.2018].

Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/Bg2klwjFbab/?taken-by=crashboom-designs>

**Lopes, N. 2012.** Artist Alley 101: Planning What to Sell/Pricing

[Viitattu 9.10.2018].

Saatavissa: <https://mystodraws.deviantart.com/journal/Artist-Alley-101-Planning-What-to-Sell-Pricing-345146923>

**RIKKI-projekti 2018.** Rikkinäisen mielen kuvat.

[viitattu 26.9.2018].

Saatavissa: <http://rikkiproject.com/Julkaisut/Rikkinaisen-mielen-kuvat>

**Renegade Craft Fair 2018.**

[viitattu 15.9.2018].

Saatavissa: <https://www.renegadecraft.com/>

**Staedtler 2018.** Hand Lettering – Faux Calligraphy.

[viitattu 14.10.2018].

Saatavissa: <https://www.staedtler.com/intl/en/discover/hand-letting-foaux-calligraphy/>

## KUVALUETTELO

1. **Shelton, G.** 1967. Wonder Wart-Hog the Hog of Steel Magazine #1 [viitattu 16.10.2018].

Saatavissa: [https://cafart.r.worldssl.net/images/Category\\_5588/sub-cat\\_24394/img041.jpg](https://cafart.r.worldssl.net/images/Category_5588/sub-cat_24394/img041.jpg)

2. **Herriman, G.** 1939. Krazy Kat.

[viitattu 6.11.2018].

<https://bloximages.newyork1.vip.townnews.com/theadvocate.com/content/tncms/assets/v3/editorial/8/c6/8c6d7abe-268c-580a-9eba-63f30ac1e-6f1/5b1fff3681341.image.jpg>

3. **Crumb, R.** 1968. Zap #0 kansi.

Zap Comix 0 [viitattu 16.10.2018].

Saatavissa: [https://d1466nnwoex8ie.cloudfront.net/n\\_iv/600/1277295.jpg](https://d1466nnwoex8ie.cloudfront.net/n_iv/600/1277295.jpg)

4. **Crumb, R.** 1978. Lap o' Luxury s. 9.

Zap Comix 9 [viitattu 27.10.2018].

Saatavissa: <https://comics.ha.com/itm/original-comic-art/panel-pages/robert-crumb-zap-comix-9-lap-o-luxury-page-9-original-art-print-mint-1978-/a/7141-92035.s>

5. **Robbins, T.** 1970. It Ain't Me Babe -lehden kansikuva. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://vignette.wikia.nocookie.net/womenincomics/images/d/d6/Itaintmebabe01.jpg/revision/latest?cb=20110215110329>
6. **Robbins, T.** 1972. Sandy comes out. Wimmen's comix #1 [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <http://cblfd.org/wp-content/uploads/2017/03/trinarobbinsWIM-MENS-COMIX1-739x1024.jpg>
7. **Muhvu** 2015. Fuk. Muhvun sarjisblogi [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: [http://3.bp.blogspot.com/-kTisoH3jfBg/VaUtH\\_eWKLI/AAAAAAAAAAjg/-ogdCMPzmDk/s1600/20150520\\_235013\\_a.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-kTisoH3jfBg/VaUtH_eWKLI/AAAAAAAAAAjg/-ogdCMPzmDk/s1600/20150520_235013_a.jpg)
8. **Van As, T.** 2015. Interesting zines from The Festival of the Photocopier zine fair. How to love comics [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://howtolovecomics.com/wp-content/uploads/2015/02/zines.jpg>
9. **Viljakka, S.** 2017. Rikkinäisen mielen kuvat-antologia [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: [https://payload532.cargocollective.com/1/21/680569/12950999/siiri-in-met\\_14\\_2000\\_c.jpg](https://payload532.cargocollective.com/1/21/680569/12950999/siiri-in-met_14_2000_c.jpg)
10. **Kovács, K.** 1992. Naarassarjat 1/92 kansi. Sarjakuvaseuran kokoelman tietokanta [viitattu 24.10.2018].  
Saatavissa: <http://www.sarjakuvaseura.fi/kokoelma/files/original/a4dbade75edd-91b0619aa0c547245aad.jpg>
11. **Femskt** 2017. Femsktin pöytä Turun varjokirjamesseilla. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: [https://www.instagram.com/p/BZ8UubALA\\_AF/?taken-by=femicomix\\_finland](https://www.instagram.com/p/BZ8UubALA_AF/?taken-by=femicomix_finland)
12. **Heinonen, J.** 2016. Omakuva.
13. **Pihlajaniemi, L.** 2016. Omakuva.
14. **Järvelä, J.** 2016. Omakuva.
15. **Parkkonen, J.** 2016. Omakuva.
16. **Honkanen, S.** 2016. Omakuva.
17. **Erittäin salainen tissimerenneitoseura** 2018. Infopostaus someen. [Viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BmdVN4jHQUI/>
18. **Honkanen, S. & Kajander, E.** 2016. Prinsessaleikkejä-promokuva.
19. **Järvelä, J.** 2018. Verihukka-promokuva.
20. **Honkanen, S.** 2018. Puolukkaa. Sarjakuvastrippi. Sukupuolipaskaa-antologia.
21. **Lust, K.** 2017. Niina Lättin penaalit. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BRsr-GzF3-s/?taken-by=kimmolust>
22. **Hex Willer** 2018. Hex Willer-kollektiivin pöytä Tukholman sarjisfestareilla. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/Bib0Inslvgc/?taken-by=hexwiller>
23. **Adler, T.** 2018. Myyntipöytä Helsinki Zine festissä 2018. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BnLXGrkHQgv/>
24. **Nowogórska, K.** 2018. Creepycute earrings. [viitattu 26.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BedPQerhRoK/>
25. **Honkanen, S. & Kajander, E.** 2016. Hauvat ja dinot -promokuva.
26. **Rosa Rea** 2016. Esimakua tarroista. [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BM82QpplamA/>

27. **Lust, K.** 2017. Ruusu.  
Kukinnot-zine [viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <http://lust.sarjakuvablogit.com/files/2017/07/ruusup-768x1073.jpg>
28. **Honkanen, S. & Kajander, E.** 2017. Murreneito-printtejä.
29. **Mia Minerva** 2018. Pinssejä.  
[viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BnOIA9HACkB/>
30. **Honkanen, S. & Kajander, E.** 2017. Murreneito-kangaskassi.
31. 1950-luku. H. J. Plummer Advertising Sign.  
LoveAntiques [Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.loveantiques.com/images/d000140/items/72406/h.j.plummeradvertisingsign.jpg>
32. **bujo\_nina** 2017. The finished product.  
[viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://i.wp.com/i.pinimg.com/originals/4d/4f/85/4d4f85eb7d2cb2d-11f733bd9061e43e1.jpg?zoom=2&resize=750%2C750&ssl=1>
33. **Jonatan, N.** 2018. You got this babe.  
[Viitattu 15.10.2018]  
Saatavissa: [https://www.instagram.com/p/Bn\\_LHZHAiBl/?taken-by=calligraphy-masters](https://www.instagram.com/p/Bn_LHZHAiBl/?taken-by=calligraphy-masters)
34. **Winkler, M.** 2016. How to create a font in Adobe Illustrator.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://cms-assets.tutsplus.com/uploads/users/117/posts/25921/image/simplefont010.jpg>
35. **Moralba, A.** 2018. Here's the thing – fuck everyone.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://crash-boom-designs.myshopify.com/collections/prints/products/heres-the-thing-poster>
36. **EC Comics** 1951. Tales from the Crypt #24 kansi.  
[viitattu 13.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.comics.org/issue/8950/cover/4/>
37. **Warren** 1966. Creepy # 7 kansi.  
[viitattu 13.10.2018].  
Saatavissa: [https://d1466nnwoex81e.cloudfront.net/n\\_iv/600/687335.jpg](https://d1466nnwoex81e.cloudfront.net/n_iv/600/687335.jpg)
38. **Warren** 1966. Eerie #2 kansi.  
[viitattu 13.10.2018].  
Saatavissa: [https://d1466nnwoex81e.cloudfront.net/n\\_iv/600/689679.jpg](https://d1466nnwoex81e.cloudfront.net/n_iv/600/689679.jpg)
39. **Image Comics** 2013. The Walking Dead, Vol. 1: Days Gone Bye.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/71HE5gazkLL.jpg>
40. **Image Comics** 2017. Nailbiter # 28.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://imagecomics.com/uploads/releases/Nailbiter\\_28-1.png](https://imagecomics.com/uploads/releases/Nailbiter_28-1.png)
41. **Image Comics** 2016. Outcast 19: Under Devil's Wing.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://imagecomics.com/uploads/releases/Outcast\\_19-1.png](https://imagecomics.com/uploads/releases/Outcast_19-1.png)
42. **CBS** 1964. The Munsters title card.  
[Viitattu 15.10.2018].  
[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/9/95/The\\_Munsters\\_title\\_card.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/9/95/The_Munsters_title_card.png)
43. **Concorde Pictures** 1986. Chopping mall title.  
[Viitattu 15.10.2018].  
<https://dspncdn.com/a1/media/692x/04/15/6c/04156cdb76d73a381200aebfe-83f469b.jpg>
44. **Pedersen, A.** 2016. The process of melting down.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BKI8F3EgITb/?taken-by=andycloned>

- 45. Phillips, J.** 2017. It would break your heart.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://www.instagram.com/p/BcaoCf8nubB/?hl=en&taken-by=joshuaphillips\\_](https://www.instagram.com/p/BcaoCf8nubB/?hl=en&taken-by=joshuaphillips_)
- 46. Famous Logos** 2018. Design elements, history and evolution of the Barbie logo.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.famouslogos.net/images/barbie-logo-evolution.jpg>
- 47. Marinovich, E.** 2015. You make me happy.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: <http://friendsoftype.com/wp-content/uploads/2015/03/Erik-Marino-vich-You-Make-Me-Happy-01-SM-1250x1541.jpg>
- 48. Moralba, A.** 2017. Bitch.  
[viitattu 16.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BOoMGc9BxhQ/?taken-by=crash-boomdesigns>
- 49. Barrell, H. & Fourn, J.** 2011. Screen printed zine.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://payload.cargocollective.com/1/2/68864/2281070/JoeyFournInsidePage0\\_o.jpg](https://payload.cargocollective.com/1/2/68864/2281070/JoeyFournInsidePage0_o.jpg)
- 50. Hayes, A.** 2011. I'd have that day with you again.  
[Viitattu 22.10.2018].  
Saatavissa: [http://3.bp.blogspot.com/-jQkd2-UVfFk/Tg-uRyMTrQI/AAAAAAAAAD-Hw/LuRj\\_NHjc2A/s640/adamhayes-again.jpg](http://3.bp.blogspot.com/-jQkd2-UVfFk/Tg-uRyMTrQI/AAAAAAAAAD-Hw/LuRj_NHjc2A/s640/adamhayes-again.jpg)
- 51. Fey, M. & McCrary, A.** 2014. Empower Yourself Before You Wreck Yourself.  
[Viitattu 23.10.2018].  
Saatavissa: <https://multcolib.org/sites/default/files/styles/medium/public/empower.jpeg?itok=46YV9jrF>

- 52. Sugarbones** 2018. Magical Girl patch.  
[viitattu 26.10.2018].  
Saatavissa: [https://cdn.shopify.com/s/files/1/2220/6387/products/magigirl\\_400sq\\_1024x1024.jpg?v=1507855308](https://cdn.shopify.com/s/files/1/2220/6387/products/magigirl_400sq_1024x1024.jpg?v=1507855308)
- 53. Everyday Hooray** 2016. Smile.  
[viitattu 26.10.2018].  
Saatavissa: <https://www.instagram.com/p/BJGCRr4jLYC/>
- 54. Ryerson, C.** 2016. Girl Gang -kangasmerkin asiakaskuva.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://i.etsystatic.com/iap/c91542/1027531103/iap\\_640x640.1027531103\\_p5f7fn43.jpg?version=0](https://i.etsystatic.com/iap/c91542/1027531103/iap_640x640.1027531103_p5f7fn43.jpg?version=0)
- 55. FatallyFeminine** 2017. Unicorn patch.  
[Viitattu 15.10.2018].  
Saatavissa: [https://i.etsystatic.com/5284280/r/il/1223c5/921098401/il\\_570xN.921098401\\_hoqy.jpg](https://i.etsystatic.com/5284280/r/il/1223c5/921098401/il_570xN.921098401_hoqy.jpg)

## MUUT LÄHTEET

- Ahmed, W., Richert, H., Rojola, J. & Romu, L. 2018.** Feministisen sarjakuvan vuosikymmenet Suomessa.  
Paneelikeskustelu Helsingin sarjakuvafestivaaleilla 1.9.2018.
- Hakala, H. 2018.** Advanced Typography.  
Typografian kurssi Lahden ammattikorkeakoulussa maaliskuussa 2018.