



Osaamista  
ja oivallusta  
tulevaisuuden  
tekemiseen

Joni Rönkä

# Vapaaehtoistyössä graafisena suunnittelijana

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Viestinnän tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

21.04.2020

Tekijä(t) Otsikko	Joni Rönkä Vapaaehtoistyössä graafisena suunnittelijana
Sivumäärä Aika	26 sivua + 2 liitettä 21.4.2020
Tutkinto	Medianomi
Tutkinto-ohjelma	Viestinnän tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja(t)	Lehtori Juha Pohjola
<p>Pro bono eli vapaaehtoistyö on työskentelyn muoto, josta ei pyritä saamaan taloudellista hyötyä. Vapaaehtoistyötä tapahtuu monilla eri aloilla. Yhteiskunnallisesti työllä voidaan nähdä pyrittävän vaikuttamaan tai parantamaan esimerkiksi ihmisoikeuksia ja ympäristöasioita.</p> <p>Graafinen suunnittelija voi tarjota apuaan kaikilta hänen osaamisalueisiinsa kuuluvilta alueilta. Työ tarkastelee vapaaehtoistyötä visuaalisten ammattilaisten osalta ja on tarkoitettu vapaaehtoistyötä harkitseville suunnittelijoille.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys pohjautuu vapaaehtoistyöhön ja graafiseen suunnitteluun liittyvään kirjallisuuteen. Visuaalisten suunnittelijoiden mahdollisen motivaation syitä vapaaehtoistyöhön selvitetään Metropolian E-lomakkeella esitetyillä kysymyksillä, joihin neljä suunnittelijaa vastasi anonyymisti.</p> <p>Työssä kerrotaan myös omakohtaisesta kokemuksesta Kainuu Pride -tapahtumien parissa avaten asiakassuhteen syntymistä ja työskentelyn etenemistä. Suoritettuna vapaaehtoistyön merkitystä asiakkaalle selvitetään sähköpostikysymyksillä, joihin Kainuun Setan puheenjohtaja Taija Kovalainen vastasi sähköpostitse.</p> <p>Työskentelyn prosessia käydään läpi pohtien sekä peilaten lähdeaineistoon. Työ pyrkii vastaamaan kysymyksiin, miksi ja miten vapaaehtoistyötä tehdään mahdollisimman tehokkaasti ja mitä hyötyä tai mahdollisia epäkohtia työskentelyssä voi ilmetä.</p> <p>Ajanhallinta, yhteiset pelisäännöt ja motivoitunut työskentely auttaa pääsemään yhteisiin tavoitteisiin. Ilman hallinnoitua prosessia vapaaehtoistyötä voi olla vaikeaa sisällyttää normaaliin arkeensa muiden töiden tai opintojen ohelle. Onnistuneesta vapaaehtoistyöstä hyötyvät kaikki työn osapuolet. Vapaaehtoistyötä ei voida pitää onnistuneena, mikäli vain yksi työn osapuoli hyötyy toteutetusta työstä.</p>	
Avainsanat	Vapaaehtoistyö, graafinen suunnittelu

Author(s) Title	Joni Rönkä Pro bono work as a graphic designer
Number of Pages Date	26 pages + 2 appendices 21 April 2020
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic design
Instructor(s)	Juha Pohjola, Senior Lecturer
<p>Pro bono work is usually professional work for common good without any payment. This Bachelor's thesis aims to study how pro bono work can be most efficiently produced as a graphic designer, what motivates designers to work for free and what benefits the client, society and the designer gain from it. This study examines information from literature and analyses answers gained from visual professionals to a questionnaire on their motivation. Four designers answered the questions anonymously.</p> <p>The writer's own experience of pro bono work for Kainuu Pride is analysed in the thesis as well. The thesis also discusses the opinions of a representative of the client (Kainuu Pride) about the produced pro bono work. The Chairperson of Kainuu Seta answered the interview questions from the client's perspective.</p> <p>The study shows that structured time management plays an important role in pro bono work. Interaction between the client and the designer is needed. In conclusion, graphic designers can offer their help in projects they are motivated about and interested in. Clients can also ask for help from designers, for example, via social media.</p> <p>Without motivation and common rules work can be unsuccessful and challenging. Pro bono work cannot be considered successful if both the client and the designer do not benefit from it. Designers' free work should be appreciated and designers should receive feedback from clients. Pro bono work offers a great opportunity for the designer to learn efficient time management and to develop their own design skills.</p>	
Keywords	Pro bono, graphic design

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Graafisena suunnittelijana Suomessa	2
2.1	Graafiset suunnittelijat lukuina	4
2.2	Graafisen suunnittelijan työtehtävät	5
3	Graafisen suunnittelijan rooli vapaaehtoistyössä	8
3.1	Miksi lähteä vapaaehtoistyöhön	8
3.2	Omakohtainen kokemus vapaaehtoistyöstä Kainuu Pride -tapahtumissa	11
3.3	Kokemieni haasteita vapaaehtoistyössä	16
3.4	Vapaaehtoistyön merkitys Kainuu Pride -tapahtumille	17
3.5	Toimiva vapaaehtoistyö graafisen suunnittelijan ja asiakkaan välillä	19
3.6	Vapaaehtoistyön mahdolliset epäonnistumiset ja haitat	21
3.7	Muiden graafisten suunnittelijoiden kokemuksia vapaaehtoistyöstä	22
4	Yhteenveto	24
	Lähteet	26
	Liitteet	
	Liite 1. Taija Kovalaisen vastaukset kysymyksiin Kainuu Pride -vapaaehtoistyöstä	
	Liite 2. Vapaaehtoistyötä graafisena suunnittelijana tehneille esitetyt kysymykset	

## 1 Johdanto

Pro bono eli vapaaehtoistyö on työskentelyn muoto, josta ei pyritä saamaan taloudellista hyötyä. Yhteiskunnallisesti työllä voidaan nähdä pyrittävän vaikuttamaan tai parantamaan esimerkiksi ihmisoikeuksia ja ympäristöasioita.

Graafisen suunnittelun ja mainonnan näkökulmasta vapaaehtoistyön tekeminen voi kuitenkin toimia myös suunnittelijan imagollisena kasvojenkohotuksena, joka vaikuttaa epäsuorasti yrityksen tai yrittäjän talouteen positiivisesti. Mitkä tekijät toimivat vapaaehtoistyön mahdollisina motiiveina, ja mitä hyötyä siitä on hyväksyttävää saada? Saako vapaaehtoistyöstä tavoitella henkilökohtaista voittoa, vai pitääkö sen perustua puhtaaseen auttamisen haluun?

Vapaaehtoistyötä tapahtuu monilla eri aloilla. Aihealue rajataan käsittelemään vapaaehtoistyön mahdollisia motiiveja, hyötyjä, haittoja ja vaikeuksia graafisten suunnittelijoiden näkökulmasta. Lisäksi aihetta pohditaan paikoin myös yhteiskunnan ja asiakkaan roolista, jotta voidaan selvittää graafisen suunnittelijan toteuttaman vapaaehtoistyön merkitystä laajemmasta näkökulmasta.

Työ on suunnattu mainonnan tekijöille ja graafisille suunnittelijoille, jotka pohtivat vapaaehtoistyötä työskentelyn muotona. Sen pyrkimyksenä on vastata kysymykseen, miksi ja miten vapaaehtoistyötä tehdään.

Työn teoreettinen viitekehys perustuu aihealueeseen liittyvään kirjallisuuteen ja verkkoartikkeleihin. Aihetta peilataan omakohtaisiin kokemuksiin vapaaehtoistyöstä graafisena suunnittelijana Kainuu Pride -tapahtumien parissa ja pyritään selvittämään asiakkaan kokemuksia toteutetusta työstä esittämällä kysymyksiä Kainuun Setan hallituksen puheenjohtaja Taija Kovalaiselle.

Muiden vapaaehtoistyötä tehneiden visuaalisen viestinnän ammattilaisten ja opiskelijoiden asennoitumista ja motivaation syitä vapaaehtoistyöhön selvitetään esittämällä heille kysymyksiä sähköisellä kyselylomakkeella. Kysymyksiin vastasi neljä suunnittelijaa anonyymisti.

## 2 Graafisena suunnittelijana Suomessa

Jotta voi ymmärtää vapaaehtoistyötä graafisena suunnittelijana, tulee ymmärtää graafisen suunnittelijan ammattia ja alaan liittyvää yhteiskunnallista merkitystä. Pysin tutkielmassani käyttämään yleiskieltä eli mahdollisimman helposti ymmärrettävää kieltä, jotta alasta tietämätönkin saa käsityksen kirjoituksen sisällöstä.

Grafia on visuaalisen viestinnän ammattijärjestö. Järjestö määrittelee graafiset suunnittelijat seuraavasti kotisivuillaan:

Visuaalisen viestinnän suunnittelijat ovat kuvallisten viestintäammattien harjoittajia: graafisia suunnittelijoita, kuvittajia, markkinointiviestinnän ja sähköisen kuvaviestinnän suunnittelijoita, lehtien ja kirjojen ulkoasusuunnittelijoita, alan opettajia ja tutkijoita. Graafinen suunnittelija toimii asiakkaan toimeksiannosta yhteistyössä muiden ammattilaisten kanssa. Työn lopputulos julkaistaan yleensä joukko- ja kohdeviestimissä. (Grafia.fi, n.d.)

Graafinen suunnittelija on ammatillisena nimikkeenä yleinen nimitys visuaalisen viestinnän suunnittelijalle. Samalla koen sen ongelmalliseksi, sillä se ei automaattisesti osoita ammatillista pätevyyttä tai alaan liittyvää koulutusta. Internetin sähköisissä portfolioissa yleiset suunnittelijoiden itseään kuvaavat esittelytekstit kertovat intohimoisista graafisista suunnittelijoista. Kuka tahansa voi kutsua itseään graafiseksi suunnittelijaksi, vaikka ei olisikaan käynyt alaan liittyviä opintoja koululaitoksissa tai saanut tutkintonimikettä. Mielestäni tämä on väärin, mutta on myös asiakkaan vastuulla selvittää, keneltä palveluita hankkii.

Graafista suunnittelua voi oppia myös itsenäisesti, mutta tutkinnoista saatava opetus nostaa mahdollisuuksia kehittyä ammattitaitoiseksi graafiseksi suunnittelijaksi. Ammattitaitoinen graafinen suunnittelija voi syventää osaamistaan myös ammatillisen opetuksensa ulkopuolelta, sillä materiaalia on hyvin saatavilla. Itseopiskelu on myös välillä pakollista, sillä esimerkiksi graafisen suunnittelun ammatilliset ohjelmat päivittyvät usein ja maailma ympärillämme muuttuu.

Koen, että hyvä yleissivistys on oleellinen taito graafiselle suunnittelijalle, sillä viestintä on myös vaikuttamista. Suunnittelijan tulisi käyttää omaa harkintaansa siinä, mitä viestii, vaikka toimeksianto olisikin tullut asiakkaalta tai muulta taholta. Suunnittelija kantaa siis

osan vastuun tuottamastaan työstä, vaikka tekisikin vain annetusta materiaalista eri tiedostomuodon.

Graafinen suunnittelija on visuaalinen ongelmanratkaisija, jonka suunnittelun lähtökohtana voidaan nähdä olevan asiakaslähtöisyys. Graafiset suunnittelijat voivat työllistyä esimerkiksi mediaan, painotaloihin, mainostoimistoihin, julkisen sektorin töihin tai yksityiselle puolelle.

Osa suunnittelijoista työllistyy yksityisyrittäjänä tai freelancerina. ”Free on vapaa tekemään työnsä haluamallaan tavalla: kotonaan tai omassa toimistossa, tiukasti virka-aikaan tai yhtä tiukasti sen ulkopuolella.” (Jokinen 2009, 6.) Freelancer työllistää siis itsensä, hankkii omat asiakkaansa ja aikatauluttaa työskentelynsä. Freelancerin tulot voivat vaihdella kuukausittain radikaalisti, joten kyseisen työskentelyn muoto voi olla vakituista päivätyötä riskialttiimpaa esimerkiksi toimeksiantojen loppuessa.

Kun graafinen suunnittelija työskentelee toisen palveluksessa esimerkiksi mainostoimistossa, suunnittelijan työsopimuksesta riippuen töiden tekijänoikeudet kuuluvat työllistävälle yritykselle, joka maksaa työntekijöilleen kuukausipalkkaa ja huolehtii ammatillisten laitteiden ja ohjelmistojen hankkimisesta. Freelancerina työskentelevä myy teoksensa käyttöoikeudet häneltä palveluita ostavalle taholle suoraan ilman niin sanottua kolmatta osapuolta.

Siispä vapaaehtoistyötä mainostoimistossa tekevä graafinen suunnittelija ei välttämättä itse ole ollut mukana rakentamassa asiakaskontaktia vapaaehtoistyötä vastaanottavaan tahoon, vaan on saanut toimeksiannon työnantajaltaan. Vapaaehtoistyötä tehdään omasta vapaasta tahdosta, joten esimerkiksi mainostoimistoissa työnantajan velvoitteista toteutetut toimeksiannot eivät lukeudu graafisen suunnittelijan vapaaehtoistyöhön, mikäli niihin liittyy pakko.

Suunnittelijan toteuttamien töiden käyttöön tarvitaan lähtökohtaisesti aina teoksen suunnittelijan lupa. ”Teos on itsenäinen ja omaperäinen tekijänsä henkisen luomistyön tulos” (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2014). Siksi onkin tärkeää, että graafisia töitä toteutettaessa laaditaan sopimukset, jotka osoittavat yhteiset pelisäännöt, kuinka toteutettuja töitä saa käyttää. Mikäli asiakas haluaa laajentaa käytettävän työn laajuutta, suunnittelija voi pyytää siitä lisäkorvausta. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2014.)

## 2.1 Graafiset suunnittelijat lukuina

Visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden ammattijärjestö Grafia ry:n vuonna 2019 julkaisemasta toimialatutkimuksesta selviää, että yhä useampi Grafian jäsen työskentelee toisen palveluksessa palkansaajana. ”Ensi kertaa toisen palveluksessa olevien määrä ylitti niukasti yrittäjien määrän” (Grafia ry 2019). Jäsenistön kyselyyn vastanneiden keskuudessa yleisimmät työskentelymuodot ovat työskentely palkansaajana (39,9 %) ja yrittäjänä toimiminen (39,4 %). Verokortilla toimivia freelancereita oli 6,1 % vastaajista. (Grafia ry 2019.)

Tutkimus suoritettiin alkuvuodesta 2019 kyselymenetelmällä, joka toteutettiin sähköisellä lomakkeella järjestön jäsenille. Kysely lähetettiin sähköisellä lomakkeella 959 henkilölle, joista 214 eli noin 22 prosenttia osallistui vapaaehtoiseen tutkimukseen. (Grafia ry 2019.)

Tutkimuksessa aikaisempina vuosina havaittu naisten lievä yliedustus suhteessa jäsenten sukupuolijakaumaan toistui vuoden 2019 kyselyssä. Naisten voidaan todeta yleisesti ottaen vastaavan kyselyihin miehiä aktiivisemmin. Vastaajista naisia oli noin 59 prosenttia ja miehiä noin 39 prosenttia. Jäsenrekisterin tietojen mukaan jäsenistä naisia on 56 prosenttia ja miehiä 44 prosenttia. Pieni osa kyselyn vastaajista ei halunnut määritellä sukupuoltaan. Visuaalisen suunnittelun alan työpaikat ovat keskittyneet Etelä-Suomeen ja pääkaupunkiseudulle, mikä näkyy myös vastaajien maantieteellisessä jakaumassa. Kyselyyn vastanneista yli 70 prosenttia asui Uudellamaalla. (Grafia ry 2019.)

Grafian tuottaman tutkimuksen tuloksiin perehtyessä tulee kuitenkin muistaa, että kaikki graafisella alalla työskentelevät henkilöt eivät kuulu ammattijärjestöön ja kyselyyn vastanneet eivät edusta kaikkia graafisia suunnittelijoita. Kyselytutkimus antaa kuitenkin pätevää tietoa alan työllistyneiden tilanteesta. Valtakunnallisella tasolla työpaikkojen voidaan nähdä keskittyvän Etelä-Suomeen ja erityisesti Uudellemaalle (Grafia ry 2019).

Grafian kyselyyn vastanneista jäsenistä 73 prosenttia oli suorittanut korkeakoulututkinnon. Graafisen muotoilun alan korkeakouluja ovat Suomessa Aalto-yliopiston ja Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan lisäksi eräät ammattikorkeakoulut kuten Metropolia Ammattikorkeakoulu ja Lahden amk:n Muotoiluinstituutti. (Grafia ry 2019.)

Graafisen suunnittelijan korkeakoulussa hankkima tutkinto voi olla esimerkiksi taiteen maisteri, taiteen kandidaatti tai medianomi. Ammatillista koulutusta saa myös esimerkiksi



toisen asteen ammattikouluista ja opistoista tutkintonimikkeellä media-assistentti.

Toki ammatillista osaamista graafiseen suunnitteluun voi nykyään kehittää itseoppimisen kautta esimerkiksi useiden internetistä löytyvien materiaalien avulla, mutta omakohtaisen kokemuksen mukaan kouluttautuminen ja ammatillinen tutkinto edesauttaa työllistymismahdollisuuksia helpottaen urakehitystä. Minulla media-assistentin perustutkinto ammattikoulussa loi hyvän pohjan jatkokouluttautumiselle korkeakouluun. Myös Suomen tilastokeskuksen mukaan kouluttautuminen vähentää työttömyyden riskiä, minkä uskon pätevän myös graafiseen suunnitteluun:

Vuoden 2018 lopussa työttömiä työnhakijoita oli 256 500. Noin neljäsosalla työttömistä ei ollut perusasteen jälkeistä tutkintoa tai tutkintotieto oli tuntematon. Työttömistä 40 prosentilla viimeisin korkein tutkinto oli toisen asteen ammatillinen perustutkinto. (Tilastokeskus 2019.)

Työttömiin työnhakijoihin laskettiin jonkin alan ammatillisen koulutuksen suorittaneet 18–64-vuotiaat. Ammatillisen tutkinnon käyneet graafiset suunnittelijat lukeutuvat Tilastokeskuksen raportissa taidealoihin: ”Kun tarkastellaan työttömien määrää suhteessa saman ikäiseen ja saman alan koulutuksen suorittaneeseen työvoimaan, eli työllisiin ja työttömiin, oli työttömiä eniten humanistisilla aloilla ja taidealoilla.” (Tilastokeskus 2019.)

Mitä korkeammalle koulutusasteelle menee, sitä todennäköisemmäksi työllistymisen mahdollisuus kasvaa. Epäilen, että tähän osittain vaikuttaa kouluissa järjestettävät pääsykokeet, jotka karsivat osan hakijoista pois. Lisäksi ammatillisen tutkinnon suorittaneet tekijät ovat usein saaneet laajemman osaamisen alastaan. Koen kuitenkin, että osaaminen ja kyvyt toimivat tärkeimpänä työllistävänä tekijänä.

## 2.2 Graafisen suunnittelijan työtehtävät

Graafisen suunnittelijan työtehtävät voivat olla yritysten visuaalisten identiteettien ja yritysilmien luominen, markkinointimateriaalien työstäminen ja tuotteiden ja palveluiden visuaaliset ilmeet. Visuaalisen viestinnän suunnittelijoita löytyy monilta eri aloilta, ja heidän toteuttamilta töiltään on haastavaa välttyä arjessa. ”Graafinen suunnittelija on yleisnimike, joka kertoo laaja-alaisesta työnkuvasta” (Graafinen.com 2015).

Graafisen suunnittelijan päämääränä on usein välittää tietty haluttu viesti kuvallisesti asiakkaan asettaman toimeksiannon puitteissa. ”Isoin erottava tekijä kuvataiteilijan ja graafisen suunnittelijan välillä on työn tilaaja: kaupallisessa graafisessa suunnittelussa työn toimeksiantaja on joku muu taho, taiteessa taas teos syntyy täysin tekijän omilla ehdoilla” (Graafinen.com 2015).

Myös minä koen, että kaupallisuus erottaa graafisen suunnittelun taiteesta kaikista oleellisimmin. Kun taiteilija luo visuaalisia elementtejä tai kuvia omasta luovuuden halustaan, graafiselle suunnittelijalle on usein asetettu valmiit tavoitteet työlle. Graafisen suunnittelijan työ on suoritettu, kun työnantaja hyväksyy projektin suoritetuksi.

Muotoilu liittyy graafiseen suunnitteluun monilta osin, kuten esimerkiksi visuaalisesti toimivien materiaalien suunnittelu kuvakerronnan, värien, typografian ja muotojen osalta. Esimerkkinä epäonnistuneesta muotoilusta voisi kuvitella tilanteen, jossa markkinointimateriaalissa olevaa tekstiä ei pystyisi lukemaan kirjaisintyyppin värin tai pistekoon vuoksi. Suunnittelijan on otettava huomioon materiaalin käyttöympäristö. Lehdessä olevan ilmoituksen tekstin pistekoko ei olisi enää luettavaa, jos ilmoituksen julkaisu ympäristö olisi esimerkiksi Kauppakeskus Forumin julkisivussa olevassa mediatilassa.

Laadukkaan lopputuloksen saavuttamiseksi suunnittelijan tulee ottaa työnsä julkaisu ympäristö huomioon. Suunnittelija joutuu pohtimaan digitaalisen ympäristön ja painomateriaalien käyttöä riippuen siitä, mille alustalle työ suunnitellaan. Digitaaliset näytöt toistavat värejä myös eri tavoin riippuen näytön kalibroinnista. ”Miltei jokainen monitori on yksilö, painomateriaaleista puhumattakaan” (Arnkil 2007, 171).

Värit myös aiheuttavat tunnereaktioita. Punainen voidaan kokea aggressiiviseksi, kun taas sininen rauhoittavaksi. Värien kirkkaus ja kylläisyys vaikuttaa myös osaltaan emotionaalisiin reaktioihin (Arnkil 2007, 249).

Myös typografia eli kirjaintyyppien valinta ja käyttö on oleellinen työtehtävä graafiselle suunnittelijalle. ”Jos tavallisimmat kirjaintyypit jaetaan muotonsa perusteella karkeasti kahteen ryhmään, ne ovat antiikva ja groteski” (Itkonen 2012, 12). Kirjaintyypeistä on olemassa erilaisia leikkauksia, joka tarkoittaa kirjaimien lihavuutta tai paksuutta (Itkonen 2012, 13). Kirjaintyyplejä valitessa kannattaa muistaa luettavuus. ”Monissa groteskeissa l, l ja numero yksi muistuttavat erehdyttävästi toisiaan, ja peräkkäiset r- ja n-kirjaimet

saattavat puolestaan näyttää m-kirjaimelta” (Itkonen 2012, 73). Tästä esimerkkinä seuraava kuva (Kuvio 1).

I l 1

Antiikva,  
Georgia Regular

|||

Groteski,  
Gill Sans Regular

Kuvio 1. Esimerkki kirjaintyyppien käyttäytymisestä. Vastaava esimerkki Itkosen teoksessa.

Tiivistettynä graafinen suunnittelu on asiakaspalvelun, visuaalisen luovuuden ja ongelmanratkaisun yhteinen liitto. Julkaistavissa töissä tulee aina noudattaa tekijänoikeuksia. Muiden teosten luvaton kopiointi on plagiointia, josta voidaan rangaista esimerkiksi korvausvaatimuksilla ja materiaalien poisvedolla. Yhteisiä pelisääntöjä rikkovat työt ovat imagollinen haitta graafisen suunnittelun palveluita ostaneelle asiakkaalle sekä suunnittelijalle itselleen.

Markkinoinnissa on kunnioitettava ihmisarvoa. Markkinoinnissa ei saa yllyttää syrjintään. Markkinoinnissa ei saa sallia syrjintää, joka perustuu esimerkiksi etniseen tai kansalliseen alkuperään, uskontoon, sukupuoleen, ikään, vammaisuuteen tai seksuaaliseen suuntautumiseen. Markkinoinnissa ei tule ilman perustelua syytä käyttää hyväksi pelkoa, vastoinikäymisiä tai kärsimystä. (Kansainvälinen kauppakamari ICC Suomi 2012.)

Esimerkiksi Facebookissa tapahtuvan tapahtumamarkkinoinnin tulee noudattaa yhteisiä lakeja ja sääntöjä. Kuluttajia ei saa johtaa harhaan eikä esittää heille väittämiä, jotka

eivät ole totta. Ongelmatilanteiden sattuessa vapaaehtoistyölle laadittu kirjallinen vapaaehtoistyösopimus helpottaa riitatilanteiden käsittelyä, vaikka sitä ei aina vapaaehtoisissa laaditakaan. Sopimuksessa tulisi määritellä, kuka kantaa vastuun toteutetusta työstä. Myös vapaaehtoistyössä pätevät samat mainonnan eettisen neuvoston ohjeistamat pelisäännöt kuin palkallisissa asiakastöissä.

### 3 Graafisen suunnittelijan rooli vapaaehtoistyössä

Ensimmäinen ajatukseni vapaaehtoistyön mahdollisesta avuntarpeesta graafisilta suunnittelijoilta ja mainostoimistoilta liittyy tietyn sanoman esille tuomiseen esimerkiksi kampanjajulisteiden, flyereiden tai muun markkinoinnin osalta. Graafinen suunnittelija voi tarjota palveluitaan kaikilta osaamisalueiltaan.

Lähden tutkimaan vapaaehtoistyötä graafisena suunnittelijana empiirisen tutkimuksen kautta. Omakohtaista havainneaineistoa olen saanut kolmen vuoden aikana vapaaehtoistyöstä Kainuu Priden parissa, jota peilaan aiheeseen liittyvään teoreettiseen kirjallisuuteen ja muiden graafisten suunnittelijoiden kokemuksiin vapaaehtoistyöstä. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus, jossa pyrin ymmärtämään aihepiiriä laajemmin myös asiakkaan näkökulmasta sekä selvittämään muiden suunnittelijoiden yksilöllisiä kokemuksia vapaaehtoistyöstä Metropolian E-lomakkeella lähetetyllä kyselyllä.

#### 3.1 Miksi lähteä vapaaehtoistyöhön

Yhteiskunnallisesti vapaaehtoistyöllä voidaan nähdä pyrittävän vaikuttamaan poliittisiin, ympäristöllisiin tai oikeudellisiin asioihin. Vapaaehtoistyö on työtä jonkin hankkeen, liikkeen tai asian hyväksi, jolla ei pyritä saamaan taloudellista hyötyä.

Vapaaehtoistyö on osallistumista vuorovaikutukseen perustuvaan organisoituun auttamis- ja tukitoimintaan, joka tähtää henkisen ahdingon lievittämiseen tai elinoloihin liittyvän puutteen korjaamiseen. Vapaaehtoistyötä ei tehdä taloudellisenä yritystoimintana, palkkatyönä eikä erityisenä harjoitteluna, vaan tehtävään valmennusta saaneen auttajan motiivi pohjautuu ajatukseen, että hän voi olla avuksi ja oppii jotakin tärkeää. Myös tällaiseen toimintaan liittyvät tukitehtävät kuuluvat vapaaehtoistyön piiriin. (Eskola & Kurki 2001, 10.)

Sari Kuvaja kuvaa kirjassaan *Hyvä raha* (2010) rahaa kuin seksiksi: ”Himottaa ainakin salaa”. Rahan merkitys on yhteiskunnassamme suuri, mutta kaikkia asioita, kuten esimerkiksi ystäväyyttä ja rakkautta ei voi mitata rahassa. ”Edelleen on kuitenkin paljon ihmisiä, jotka tekevät työtä pääasiassa sen tuoman rahan vuoksi ja niin sanotusti ’toteuttavat itseään’ vapaa-aikana ja lomilla” (Kuvaja 2010, 17). Koen, että elämäni aikana suomalaisessa yhteiskunnassa raha on ollut ikään kuin yksi elämisen perustarpeista, mutta yksilö itse määrittää sen arvon omassa elämässään. Ihmiset voivat saada hyvänolon tunnetta monista muistakin asioista kuin rahasta.

Viitaten luterilaiseen maailmankatsomukseen Kuvaja muistuttaa, ettei näkemyksen mukaan toisia ihmisiä saa alistaa omien eettisten tekojen kohteiksi. Eli muihin ihmisiin ei saa suhtautua välineenä, ikään kuin pelastuksen välikappaleina (Kuvaja 2010, 24).

Hyvät teot eivät pelasta luterilaista eikä niillä pidä ylpeillä. Roomalaiskatolinen tulkinta on toinen. Siinä hyvät teot nähdään osaksi kristityn elämää, eikä kristitty saa olla niitä tekemättä. (Kuvaja 2010, 24.)

Käsitellessä auttamisen hyväksyttävyyttä tulee muistaa, että ihmiset ajattelevat asioista eri tavoin. Yhteinen esiintyvä näkemys vaikuttaa kuitenkin olevan auttamisen näkeminen hyveenä. Kasvatuksen ja ympäröivän yhteiskunnan voidaan nähdä muovaavan näkemyksiä:

Luterilainen näkemys siitä, että vain pyyteetön auttaminen on eettisesti ”oikeata” auttamista, saa tukea suomalaisten tutkituista auttamishalun motiiveista. Luterilaisen opin mukaiset arvot ovat meissä syvällä, vaikka emme itse niitä sellaisiksi tunnista. (Kuvaja 2010, 38.)

Kun hätä saa kasvot, mieli virittyy myötätuntoon. ”Suomalaiset eivät ole menettäneet haluaan auttaa lähimmäisiä” (Kuvaja 2010, 54). Nämä toteamukset vahvistavat näkemystäni siitä, että auttamisen halu korostuu, kun auttamisen kohde liittyy jotenkin yksilön omaan elämäänsä. Tiettyjen arvojen ja yhteiskunnallisten aiheiden tukeminen saa itselleen olon siitä, että tekee oikein. Ihminen on tuskin motivoitunut auttamaan omaan ajatusmalliinsa sopimatonta kohdetta.

Yksittäinen ihminen tuskin pystyy auttamaan kaikkia apua tarvitsevia, sillä resurssit ja aika eivät siihen yksinkertaisesti riittäisi. Uskon kuitenkin, että maailma olisi varmasti parempi paikka, jos ihmiset olisivat vähemmän epäitsekkeitä ja ajattelisivat rahaa vähemmän.

On varmasti kaikille selvää, että esimerkiksi auto-onnettomuuden nähdessä jopa Suomen laki velvoittaa auttamaan ja hälyttämään viranomaiset paikalle. Laki ei kuitenkaan velvoita auttamaan esimerkiksi kadulla istuvaa kerjäläistä. Vapaaehtoistyöhön ei liity pakko, mutta ihminen ei voi sulkea silmiään kaikelta muulta ympäröivältä maailmalta.

Graafinen suunnittelija voi tarjota omaa ammatillista osaamistaan kaikilta hänen toimenkuvaansa kuuluvilta alueilta. Riippuen asiakkaan tarpeista graafinen suunnittelija voi toimia yksin tai osana muuta ryhmää toteuttaessaan visuaalisia markkinointimateriaaleja. On muistettava, että graafisen suunnittelijan työssä tarvittavat ammatilliset ohjelmat, laitteet ja aika eivät ole ilmaisia suunnittelijalle itselleen. Vapaaehtoistyön tekemiseen tarvitaan siis myös rahaa.

Seuraavassa luvussa peilaan vapaaehtoistoimintaan liittyvässä kirjallisuudessa esille tulleita ohjeita ja käsitteitä omaan kokemukseeni, jota sain vapaaehtoistyöstä graafisena suunnittelijana ja markkinointiavustajana Kainuu Pride -tapahtumien parissa vuosina 2017 – 2019. Osoittaakseni ammatillista pätevyyttä graafisena suunnittelijana käyn läpi työnkulkua paikoin myös tarkemmin teknisestä näkökulmasta. Kerron myös työskennellessä ilmenneistä haasteista.

### 3.2 Omakohtainen kokemus vapaaehtoistyöstä Kainuu Pride -tapahtumissa



Kuvio 2. Kooste suunnittelemistani Kainuu Pride -tapahtumien ilmeistä.

Olen saanut oman henkilökohtaisen kokemukseni vapaaehtoistyöstä Kainuu Pride -tapahtumien markkinointiavustajana ja graafisena suunnittelijana. Olen tarjonnut ammatillista osaamistani erityisesti markkinointiin ja visuaalisen tapahtumailmeen luomiseen. Koen päällimmäiseksi motiivikseni avun tarjoamiselle haluni vaikuttaa ilmapiiriin Kainuussa. Mielestäni graafinen ilme ja huolella suunnitellut markkinointimateriaalit voivat lisätä tapahtuman näkyvyyttä merkittävästi.

Kainuu Pride -tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2016 Kainuun Setan toimesta Kajaanissa. Ensimmäisenä vuotena kuulin tapahtumasta Facebookin ja paikallisen lehdistön kautta, jolloin järjestetyn tapahtuman jälkeen tarjosin apua tuleville vuosille avoimella työhakemuksella tapahtuman järjestäjille. Syy, miksi halusin lähestyä juuri tätä kohdetta, oli kokemukseni siitä, että halusin olla mukana luomassa uutta Kainuussa järjestettävää ihmisoikeustapahtumaa, sillä koen tapahtuman arvojen ja aiheen olevan pienillä paikkakunnilla vielä uudempi asia kuin esimerkiksi Helsingissä. Koin myös voivani olla avuksi.

Avuntarjoukseeni vastattiin kiitoksella ja kerrottiin, että apua tarvittaessa minuun otettaisiin yhteyttä. Ennen seuraavaa yhteydenottoa aikaa kerkesi vierähtää jo vuoteen 2017, jolloin olin jo alkanut epäilemään otettaisiinko minuun enää yhteyttä. Pelkäsin myös, olinko ilmaissut itseäni tökerösti tai väärin. Vaikka viestissäni en ollut kommentoinut aikaisemman tapahtuman visuaalisia materiaaleja sanallakaan, pelkäsin jo pelkän apuni tarjoamisen halventaneeni niitä sanattomasti.

Ainakin omalla kohdalla avun tarjoamiseen liittyi pelko torjutuksi ja väärinymmärretyksi tulemisesta. Ilman aktiivista asennetta ja torjutuksi tulemisen hyväksymistä avun tarjoaminen voi jäädä kokonaan toteutumatta, joka on sääli. Kysymällä tuskin häviää mitään.

Lopulta tammi-helmikuun vaihteessa tapahtuman järjestäjät ottivat minuun yhteyttä Facebook Messengerin kautta, jolloin lähdimme suunnittelemaan tulevalle tapahtumalle uutta visuaalista ilmettä. Toimeksiannoksi sain ideoida visuaalisuutta, joka kuvastaa Kainuuta ja tapahtuman teemaa. Vuonna 2017 tapahtuman teema oli sukupuolen moninaisuus.





Kuvio 3. Ensimmäisiä luonnoksia Kainuu Pride 2017 -tapahtuman ilmeestä

Lähetin asiakkaalle muutamia ideoita tapahtuman visuaalisuudesta, joista sateenkaarenvärisen kuusen sisältävä ehdotus valikoitui jatkoon. Tämän jälkeen aloin hiomaan tunnuksen värejä, typografiaa ja kirjaimien välistyksiä, jotta päästäisiin mahdollisimman selkeään ja laadukkaaseen toteutukseen.

Suunnitellessani symboleita pyrin usein kiteyttämään visuaalisiin toteutuksiin taustamerkityksiä. Sateenkaarikuusi symboloi Kainuuta jo senkin vuoksi, että maakunnan vaakunassa on kuusia. Kuuset koostuvat useista neulasista, mikä kuvastaa moninaisuutta. Tunnuksen keskelle jäävä symboli on tarkoituksella pelkistetty, ikään kuin muotti, joka ympäröivillä sateenkaarenväreillä pyrkii viestimään, ettei ihmisiä voi lokeroida johonkin tiettyyn malliin sopiviksi. Ideointivaiheessa ehdotin jopa kuusen istuttamista yhteisenä aktiviteettina, sillä uskoin sen saavuttavan pienen mediahuomion, mutta tempausta ei toteutettu. Kuusen kasvu olisi kuvastanut ilmapiirin kehittymistä ja parempaan suuntaan menemisestä

Tein myös tunnuksen ja värien käytöstä pienimuotoisen ohjeistuksen, joka sisälsi logon suoja-alueen, painovärit sekä RGB-värit. Tapahtuman muu visuaalinen ilme oli vuonna 2017 pääväreiltään violetti. Markkinointimateriaaleissa oli käytetty yleistä Arial-kirjaintyyppiä, joka löytyy monista tietokoneista. Perustelin kirjaintyyppiin päätymistä sillä, että myös järjestäjien olisi ollut helpompi itse luoda mainosmateriaaleja.

Ohjeistuksen tekeminen osoittautui kuitenkin turhaksi, sillä pääsin toteuttamaan myös Facebookin julkaisumateriaalien visuaalisia ilmeitä ja pohtimaan itsekin tulevaa markkinointia yhdessä muiden järjestäjien kanssa. Järjestimme esimerkiksi kangaskassin arvonnin kiitokseksi 1500:nneistä Facebook-sivun tykkääjästä.

Vuoden 2017 jälkeen järjestäjät halusivat palata ensimmäisen vuoden logoon, jossa on samoja visuaalisia elementtejä kuin Kainuun Setan logossa. Olen kuitenkin edelleen auttanut markkinoinnissa ja suunnitellut viimeisimpien tapahtumien visuaaliset ilmeet, jotka ovat rakentuneet vuosittain vaihtuvan teeman ympärille. Ilmeitä suunnitellessani olen pyrkinyt kunnioittamaan toisen suunnittelijan tekemää logoa, jotta visuaalinen ilme ei olisi irrallinen siitä. Alapuolella olevassa julkaisukuvassa näkyy Jussi Karjalaisen suunnittelema logo oikeassa alakulmassa (Kuvio 4).



Kuvio 4. Vuoden 2019 Kainuu Pride tapahtuman visuaalisuutta ja Jussi Karjalaisen suunnittelema logo oikeassa alakulmassa.

Verrattaessa vapaaehtoistyötä normaaleihin asiakastöihin, joista olen saanut palkkaa, olen huomannut toimeksiantojen ja muun suunnittelun olevan vapaampaa kuin yleensä. Olen saanut vapauden ehdottaa tapahtuman visuaalisen ilmeen värimaailmaa, kirjaintyypejä ja kuvamaailmaa ilman tarkempaa toimeksiantoa. Korostan kuitenkin, että myös vapaaehtoistyössä toimeksiannot voivat olla tarkemmin määriteltyjä asiakkaasta riippuen.

Mainosmateriaaleja tuottaessani olen vapaasti saanut suunnitella kuvituskuvia (Kuvio 5) minulle annettujen julkaisutekstien ympärille. Julkaisutekstit toimivat minulle suunnannäyttäjänä ja aloin oppia, millainen sisältö saa eniten huomiota tapahtuman Facebook-sivun seuraajilta. Hyödynsinkin toimivaksi kokemaani mainossisältöä eri vuosina esimerkiksi toivottamalla hyvää Pride-viikkoa Helsinkiin Kainuu Pride -tapahtumia edeltäneinä viikkoina.



Kuvio 5. Kooste suunnittelemani Kainuu Pride -tapahtumien julkaisukuvista Facebookissa

### 3.3 Kokemieni haasteita vapaaehtoistyössä

Vuosien varrelle on mahtunut myös epäonnistumisia ja haasteita. Haasteiksi olen kokenut kiireelliset aikataulut ja oman henkilökohtaisen käytettävyyden tarjoamisen vaihtelevissa elämäntilanteissa. Lisäksi visuaalisen tapahtumailmeen yhtenäisen linjan säilyttäminen on välillä ollut haastavaa, sillä äkilliset ennalta tietämättömät tapahtumat ovat saattaneet muuttaa aikaisempia suunnitelmia.

Vuonna 2019 heinäkuussa järjestetty Kainuu Pride Piknik jouduttiin yllättäen siirtämään Kajaanin rantapuistosta sisätiloihin Kainuun Kansanpirtille vesisateen vuoksi. Järjestäjien yhteinen päätös tapahtui yllätyksenä myös minulle enkä ehtinyt reagoimaan tapahtuneeseen muutokseen visuaalisten markkinointimateriaalien osalta tarpeeksi nopeasti. Tästä syystä järjestäjät päätyivät julkaisemaan oman itse tekemänsä mainoksen muutuneesta sijainnista tapahtuman sosiaalisiin kanaviin.

Joudun myöntämään, että olisin voinut toimia roolissani paremmin, mikäli minulla olisi ollut enemmän aikaa annettavana vapaaehtoistyölle. Etäisyys asiakkaan ja minun välillä on estänyt tapaamisemme kasvokkain, jolloin olisimme voineet aktiivisemmin keskustella ja suunnitella mainonnan rakennetta. Nykypäivänä yhteydenpito ja palaverien pitäminen on kuitenkin helpottunut myös etäyhteyden välityksellä, joten asiakkaan ja suunnittelijan ei välttämättä tarvitse tavata kasvokkain.

Ajanhallinta edistää aikaansaamista. Satu Pihlajan teoksessa tiivistetään aikaansaaminen kyvyksi:

Osaat asettaa itsellesi tavoitteita, jotka vievät kohti tärkeitä päämääriä. Osaat luoda selkeitä toimintasuunnitelmia, joita toteuttamalla koet päivittäin mielihyvää. Tunnet itsesi paremmin ja hyödynnät luontaisia vahvuuksiasi. (Pihlaja 2018, 14.)

On selvää, ettemme aina pysty kaikkeen, sillä aikamme on rajallinen, mutta itselleen armollisena oleminen edesauttaa tehtävistä selviämistä. Ylisuorittaminen voi pitkällä aikavälillä olla raskasta ja heikentää tuloksia.

Syyllystyin välillä liukuhihnatyöskentelyyn, jolloin hyödynsin vanhoja graafisia elementtejä julkaisumateriaaleissa uuden suunnittelemisen sijasta. Tähän syynä oli se, että minulle kiireellisellä aikataululla toimitetut julkaisutekstit eivät antaneet

suunnittelutyölle aikaa. Täsmällisempi aikataulus ja projektinhallinta olisi parantanut tilannetta, mutta ymmärrän, että järjestäjien arjen sovittaminen vapaaehtoistyön tekemiseen voi olla välillä haastavaa.

Yllättävät vastoinkäymiset vaativat aktiivista reagoimista. Vuonna 2020 vallitseva koronaviruspandemia on asettanut tapahtuman suunnittelijoille haasteita. Vielä tätä kirjoittaessani vuosittaisen tapahtuman toteutustavasta ei ole varmuutta, mutta olen ehdottanut yhdessä muiden järjestäjien kanssa uusia vaihtoehtoisia tapoja tapahtuman järjestämiselle. Moni tavoittaa tapahtuman Facebook-sivun kautta, jonne olisi mahdollista järjestää live-lähetyksiä ja kokoontumisia älylaitteiden välityksellä.

Kynnys osallistua keskusteluun ja tapahtumaan internetin välityksellä voisi olla pienempi kuin aikaisemmin, mutta aiheuttaa pelon myös mahdollisista riskeistä. Tulee tiedostaa, että netissä ihmiset voivat esiintyä kenenä tahansa ja anonyymisti, joka voisi aiheuttaa trollausta ja vihakommentteja. Mahdollisen internetin välityksellä tapahtuvan tapahtuman keskustelua tulisi siis olla valmis moderoimaan, jotta tapahtuma ei tarjoaisi alustaa vihan lietsontaan.

#### 3.4 Vapaaehtoistyön merkitys Kainuu Pride -tapahtumille

Selvittääkseni graafisen suunnittelijan vapaaehtoistyön merkitystä Kainuu Pride -tapahtumille esitin kysymyksiä tapahtuman järjestäjälle Kainuun Setalle. Kysymyksiini sähköpostitse vastasi Kainuun Setan puheenjohtaja Taija Kovalainen. Kovalaiselle esitetyt kysymykset ja hänen vastauksensa löytyvät liitteistä (Liite 1).

Kysyin Kovalaiselta onnistumisista järjestäjien näkökulmasta. Onnistumisista hän toteaa seuraavaa:

Monet kokevat onnistumista, kun vain saamme tapahtuman aikaan. Usein tapahtuma on lähtenyt kasvamaan alkusuunnitelmia paljon suuremmaksi. Vuonna 2019 otimme tapahtuman aika myöhään hoitaaksemme ja päätimme pitää tapahtuman sen verran pienenä, kuin vapaaehtoisten voimavarat riittää - ja onnistuimme mielestämme ainakin siinä. (Kovalainen 7.11.2019.)

Järjestötoiminnassa onnistumisia voi kokea pienistäkin asioista. Kainuu on väkiluvultaan Suomen toiseksi pienin maakunta. Vaikka tapahtuma olisikin pieni, se voi olla silti monille tärkeä. Haasteista Kovalainen toteaa:

Järjestämisestä vastuuta ottavia kaivataan aina uusia joka vuosi, koska sen järjestäminen vie niin paljon aikaa ja energiaa. Tietty myös mietitään aina, mihin keskitytään ja kuinka saamme oikeasti merkittävää ohjelmaa aikaiseksi. Ehkä itse mietin, että on hyvä saada tieto ja hupi balanssiin aina Pride-tapahtumissa, koska se ei liity vain moninaisuuden juhlistamiseen ja kivaan tekemiseen, vaan tärkeää on myös vaikuttamistyö. Siihen tarvitaan monesti enemmän ammattitaitoa, kuin on välttämättä tarjolla pienessä porukassa. Raha on myös aina kysymysmerkki, ja henkilökohtaisella tasolla sitä haluaisi aina miellyttää mahdollisimman monia ihmisiä. (Kovalainen 7.11.2019.)

Motivaation kannalta työskentelyn tulisi olla mielekästä. ”Joskus usko asiaan heikkenee esimerkiksi näkyvien tulosten puutteessa, joskus taas vapaaehtoistyöhön liittyvä oheistyötyytyys – hauskanpito, uudet ystävät, uuden oppiminen – jää liian vähäiseksi” (Karreinen, Halonen & Tennilä 2017, 114). Myös omasta mielestäni ihmisoikeusasioita käsitellessä informaation tulee olla läsnä tapahtumaa, mutta yhteinen ajanvietto ja hauskanpito ovat tärkeitä ihmisiä aktivoivia asioita, sekä tapahtumalle että myös tapahtuman järjestäjien jaksamisen kannalta. Rahanpuute on usein haaste aloitteleville uusille tapahtumille ja niiden järjestäjille, mutta siitä syystä vapaaehtoistyön merkitys korostuu entisestään.

Järjestäjien mahdollisiksi motiiveiksi vapaaehtoistyöhön Kovalainen (7.11.2019) uskoo olevan yhteiskunnan epäkohtiin liittyvän tiedon jakamisen ja seksuaalivähemmistöjen ja heidän lähipiirinsä auttamisen halun. Oma havaintoni on, että jokaisen henkilön motiivit ovat toki yksilöllisiä, mutta epäitsekäs auttamisen halu vaikuttaa usein ohjaavan vapaaehtoistyötä tekevien toimintaa. Tai ainakin kysyttäessä se yleensä mainitaan yhdeksi vapaaehtoistyön motiiviksi.

Kovalainen toteaa markkinoinnin roolin olleen tärkeä tapahtumalle. Kovalainen kokee, että markkinoinnin tavoitteena on tiedonvälitys kohdeyleisölle:

Ihmisille on hyvä saada tieto ajoissa, jotta he voivat suunnitella kesälomansa tai vapaapäivänsä tapahtuman ajankohdan mukaan. Joka vuosi on aina tuntunut tarpeelliselta erottua edellisestä vuodesta, pelkästään koska järjestäjät vaihtuvat ja he haluavat hieman erilaisia asioita tapahtumasta. (Kovalainen 7.11.2019.)

Kovalainen kertoo vapaaehtoistyötä tekevien järjestäjien vaihtuvan vuosittain. Avuntarpeen osoittamisesta Kovalainen toteaa:

Ilmaisen avun kysymisessä on aina riski, että tulee väärinkäsityksiä, ilkeää vastausta ja hurja määrä kieltäytymisiä. Ja useasti ainoa tapa kuulla avun saannin mahdollisuudesta on vain, jos apu tarjotaan! Monien vapaaehtoistenkin verkostot voivat olla suppeat, jos kaikki liikkuvat samoissa piireissä - ei välttämättä jotain tahoa edes tule mieleen, elleivät he tarjoutu ensi yhteistyöhön. Mutta molemminpuolinen pyyntö ja tarjonta on yhtä tärkeää, mielestäni. (Kovalainen 7.11.2019.)

Kerroin myös aikaisemmin omasta pelostani avuntarjoamiseen torjutuksi ja väärinymmärretyksi tulemisen johdosta. Päätelmäni Kovalaisen kertomasta on, että graafinen suunnittelija voi aktiivisesti itse lähestyä kohteita, joille kokee apunsa olevan hyödyllistä ja merkittävää. Avun pyytäminen ja tarjoaminen voi joskus olla haastavaa, sillä väärinymmärrysten pelko voi toimia esteenä asiakkaan ja graafisen suunnittelijan lähestymiselle. Aktiivinen ja oma-aloitteinen asenne auttaa asiakaskontaktien syntymisessä, mutta myös apua tarvitsevat järjestöt voivat mielestäni kertoa viestintäkanavissaan tilanteestaan.

### 3.5 Toimiva vapaaehtoistyö graafisen suunnittelijan ja asiakkaan välillä

Tulisi olla itsestäänselvyys, että toimivaan vapaaehtoistyöhön kuten muuhunkin työhön, graafisen suunnittelijan ja asiakkaan välillä tarvitaan molempien osapuolien yhteisiä tavoitteita, pelisääntöjä, aikaa ja huomiota. Ilman toimivaa yhteistyötä työn lopputulos voi jäädä kokonaan toteutumatta.

Vapaaehtoistyö vaatii sitoutumista, mutta harva on valmis uhraamaan koko elämänsä sen eteen. On paljon helpompaa saada aktiiveja mukaan valmiiksi suunniteltuun projektiin, jolla on selkeä aikataulu ja loppu. (Karreinen ym. 2017, 12.)

Myös omasta näkökulmastani selkeiden työtehtävien osoitus ja aikatauluttaminen helpottaa työskentelyprosessia, sillä silloin on helpompi todeta toteutettujen työtehtävien onnistuminen tai epäonnistuminen graafisena suunnittelijana. Mahdollisista virheistä oppiminen on haastavampaa jos ei tiedä, mikä edes oli toteutetun työn tavoite.

Vapaaehtoistösopimus antaa vapaaehtoistyölle raamit. On tärkeää, että sekä aktiivi että yhdistys tietävät, mitä ollaan tekemässä ja millaisia odotuksia molemmilla on. (Karreinen ym. 2017, 16.)

Sopimuksen ei tarvitse olla kirjallinen, mutta koen, että mahdollisissa ongelmatilanteissa siitä voi olla suurikin hyöty vastuunkannossa. Selkeästi sovitut yhteiset pelisäännöt helpottavat vapaaehtoistyötä onnistumaan asetetuissa tavoitteissa.

Koen, että vapaaehtoistyö on tehokkainta ja mielekkäintä, kun kaikki osapuolet ovat motivoituneita työskentelemään yhteisen hankkeen hyväksi. Toimijoita voivat motivoida monet eri asiat, mutta tärkeintä on yksilön kokemus mielekkästä työstä, sillä muuten halu tehdä vapaaehtoistyötä voi kadota:

Vapaaehtoistyön pitää ainakin aika ajoin olla hauskaa, ja siitä pitää olla osallistujalle hyötyä muussakin elämässä. Tuijottamalla pelkästään jaloihin ja epäitsekäisiin motiiveihin ei aina riitä kantamaan pitkään. (Karreinen ym. 2017, 115.)

Vapaaehtoistyöstä voivat hyötyä siis tekijä, vapaaehtoistyön kohde ja aihepiiriin liittyvä ympäristö. Kaikki osapuolet saavat hyötyä vapaaehtoistoiminnasta ja se on sallittua. Ensimmäisestä vuodesta lähtien olen pitänyt ylimääräisestä lisäprojektista kesäisin. Minua on motivoinut jatkamaan ihmisten positiiviset reaktiot ja saamani kiitos.

”Kun suomalaisilta on kysytty syitä osallistua järjestötoimintaan, tärkein syy osallistumiselle on ollut halu auttaa ja tehdä jotain hyödyllistä” (Karreinen ym. 2017, 34). Arvioin myös itse pääällimmäiseksi motiivikseni toimia Kainuu Pride -tapahtumien hyväksi auttamisen halun. Tiedostan kuitenkin, että se ei ole ollut ainoa syy, jonka vuoksi olen halunnut toimia vuodesta toiseen hankkeen hyväksi. Esimerkiksi oman osaamiseni kehittämisen on toiminut yhtenä toimintani motiivina.

Motivaatio koostuu useista yksilöllisistä motiiveista. Lasse Seppänen käsittelee teoksessaan ”*Motivaatio – Perseelle potkimisen käsikirja*” (2018) motivaatiota ikään kuin kantavana voimana, jota ilman kaikista tehtävistä on vaikea selviytyä. Seppäsen mukaan motivaatiossa on useimmiten kyse kolmesta avaintekijästä: aloittamisesta, jatkamisesta ja ylläpitämisestä. Uuden toiminnan aloittaminen voi olla vaikeaa, mutta haasteista tulee jatkossa helpompia ja nautinnollisempia. (Seppänen 2018, 11.)

Motivaatiolla on aina jokin suunta. Seppänen epäilee, että motivoituneilla ihmisillä on usein mielessään jokin tavoite, visio tai päämäärä, jonka he osaavat kertoa toimintansa syyksi. Seppänen erottaa motivaation innostuksesta, joka on enemmänkin energinen tila, mutta kertoo innostuksen voivan johtaa motivoituneeseen tekemiseen. (Seppänen 2018, 22.)



Motivaatio itsessään on stressitila. Se imee niin fyysistä kuin henkisiä voimavaroja, kaappaa hetkeksi hermostomme, aineenvaihduntamme sekä hormonaalisen järjestelmämme. Tämän vuoksi motivaatiota on järkevää oppia säätelemään. Toimintamekanismi on sama kuin autossakin, ei ole hyväksi ajaa kaasupoljin pohjassa, vaan useimmiten pintakaasu riittää ja välillä on parempi antaa kytkimen ja auton vierintävastuksen hoitaa hommansa. (Seppänen 2018, 24.)

Työ ja työskentely voi olla ajoittain uuvuttavaa ja voimia vievää. Omasta kokemuksesta tiedän, että inhimilliset voimavaramme voivat loppua, mikäli teemme liikaa ja esimerkiksi unentarve lisääntyy. Vapaaehtoistyötä tehdessä oman jaksamisen merkitys korostuu, sillä vapaaehtoistyötä tehdään usein muun arkensa ohessa lisätyönä. Vapaaehtoistyötä tekevän tulee tiedostaa omat voimavaransa. Mielestäni on tärkeää olla itselleen armollinen ja huolehtia jaksamisesta, jotta motivaatio säilyy. Seppänen kuvaa motivaatiota resursoivaksi tilaksi: ”Se on käyttövoimaa kuten bensiini niille asioille, jotka pitävät meidät hengissä ja joita haluamme elämässämme saada aikaan” (Seppänen 2018, 27).

### 3.6 Vapaaehtoistyön mahdolliset epäonnistumiset ja haitat

Mikäli graafisen suunnittelijan tai mainostoimiston ainoa motiivi vapaaehtoistyöhön on oman taloudellisen edun tai näkyvyyden tavoittelu ilman, että vapaaehtoistyön kohde saa hyötyä, vapaaehtoistyön tekemisen syy on graafisen suunnittelijan tai mainostoimiston puolelta itsekäs. Esimerkkinä epäonnistuneesta vapaaehtoistyöstä tapahtuman markkinoijana voisi kuvitella tilanteen, jossa mainonnan tekijä markkinoi tapahtuman nimissä itseään jättäen itse tapahtuman näkymättömäksi. Tästä syystä koen, että kaikkea vapaaehtoistyötä tulee valvoa järjestäjän toimesta, jotta annetun luottamuksen väärinkäyttöä ei pääse tapahtumaan.

Tapahtumien sponsorointi yritysten osalta ei ole vapaaehtoistyötä, koska sillä pyritään saamaan taloudellista tai imagollista hyötyä. Esimerkiksi yritys voi tarjota palveluitaan tai tuotteitaan tapahtumaan ilmaiseksi, mikäli saa itse työstä näkyvyyttä liittämällä logonsa markkinointimateriaaleihin. Sponsorointi on sallittua ja usein toivottavaakin, mutta sponsoroinnin ja vapaaehtoistyön eroavaisuus kannattaa hahmottaa.

Graafinen suunnittelija voi saada tekemästään työstä näkyvyyttä, vaikka hän ei olisi itse pyrkinytkään saamaan sitä. Tehdessäni Kainuu Pride -tapahtumille vapaaehtoistyötä olen itse kuullut leimautumista seksuaalivähemmistöön kuuluvaksi henkilöksi. Jo pelkkä

graafisen suunnittelijan tunnistettava tyyli voi herättää huomiota sekä puolesta että vastaan.

Asettuminen tietyn liikkeen tai aatteen puolustajaksi voi aiheuttaa aihetta vastustavissa henkilöissä negatiivisia reaktiota, joten vapaaehtoistyötä tekevän henkilön kannattaa tiedostaa kyseinen tilanne. Leimautuminen tietyissä piireissä ei haittaa minua, sillä kannatan Kainuu Pride -tapahtuman arvoja enkä koe niissä salattavaa. Suunnittelijan tulee kuitenkin muistaa, että asettuminen tietyn liikkeen taakse voi herättää ulkopuolissa ihmisissä ajatuksia puolesta, että vastaan.

### 3.7 Muiden graafisten suunnittelijoiden kokemuksia vapaaehtoistyöstä

Selvittääkseni muiden vapaaehtoistyötä tehneiden visuaalisten suunnittelijoiden motivaation syitä ja sen ylläpitämisen keinoja esitin kysymyksiä alan opiskelijoille ja ammattilaisille. Pyysin tuttavapiirissäni olevia vapaaehtoistyötä graafisella alalla tehneitä henkilöitä vastaamaan anonymisti Metropolian E-lomakkeella esittämiini kysymyksiin.

Päädyin jättämään vapaaehtoistöiden kohteet ja suunnittelijoiden taustan tuntemattomaksi kysymyksissä, sillä halusin keskittyä enemmän suunnittelijoiden kokemuksiin. Kysymyksiin vastasi neljä henkilöä, jotka kertoivat tehneensä vapaaehtoistyötä visuaalisen alan ammattilaisena tai opiskelijana. Heille esitetty kysymykset löytyvät liitteistä (Liite 2).

Vastauksista käy ilmi, että vapaaehtoistyöhön on ajanut halu kehittää osaamistaan, saada materiaalia portfolioon ja auttamisen halu. ”Miksi joku ei haluaisi kontribuoida yhteiseen hyvään?” Vastaajat kertovat asiakkaiden lähestyneen heitä tai heidän tarjonneen apuaan kiinnostaville projekteille.

Osa vastaajista kertoo rahan puuttumisen vaikuttaneen työnkulkuun, jolloin asiakaskaan ei voi odottaa loputtomia kommentointikierroksia ja muutostoiveita. Yksi vastaajista kertoo työnkulun olleen virtaviivaisempaa kuin normaaleissa palkallisissa asiakastöissä varsinaisten projektipäälliköiden puuttumisen johdosta, jolloin suunnittelija itse on päässyt vaikuttamaan enemmän työn toteutukseen.

”Välillä työhön tarttuminen on harmittanut päivätöiden jälkeen, mutta kun innostuu, työ vie mennessään ja tuntuu enemmän vapaa-ajan projektilta.” Kiire, ahdistus ja töiden laajuus on asettanut haasteita kysymyksiin vastanneille. Eräs vastaajista kertoo kuitenkin

vapaaehtoistyön sopineen hänelle erityisen hyvin vallinneen elämäntilanteen johdosta, jolloin hänellä ei ole ollut muuta työtä tai opiskelua: ”Halusin oppia lisää suunnittelijan työstä ja kehittää itseäni, sillä pitkäaikaisena haaveena oli työllistyä alalla – tavallaan harrastus muuttui työksi.”

Vastaajat kokevat vapaaehtoistyön hyödyiksi onnelliseksi tuleminen, työnnäytteiden ja kontaktien saaminen, ammatillisten ohjelmien opiskelu, kokemus ja ajanhallinnan kehittäminen. Eräs vastaajista toteaa:

Mielestäni molempien – suunnittelija ja asiakas – pitää hyötyä tehdystä työstä ja suunnittelijalle pitää myös antaa kattavasti krediittiä ja palautetta tekemistään töistä palkan korvauksena. Hyvin tehty työ kerryttää myös suosittelijoita, mikä on aina arvokasta cv:ssä.

Haasteiksi usea vastaaja kokee ajan. Myös asiakkaiden tyytymättömyys toteutettuun työhön on voinut vaikeuttaa työskentelyä:

Ei ole väliä liikkeuko projektissa rahaa vai ei, mutta aina joku haluaa kymmentä eri fonttia ja joka sanan eri värillä ja että näitä ”parannuksia” tehtäisiin sitten ihan kohtuuttoman monilla korjauskierroksilla yötä myöten. Rajojen vetämisen tärkeys korostuu vielä enemmän, jos palkattomaan työhön käytetty aika syö esimerkiksi palkalliseen työhön tai palautumiseen vaadittavaa aikaa.

Motivaation säilyttämisen kannalta arvostus, kehu, palaute, kannustava ilmapiiri ja työtehtävien selkeys koetaan auttavaksi tekijäksi. On tärkeää saada palautetta suorittamastaan työstä.

Vapaaehtoistyöt liittyvät monesti omiin harrastuksiin tai kiinnostuksen kohteisiin, joten ympärillä oleva porukka motivoi tekemään suunnittelutyötä. Jos haluaa säilyttää motivaation, kannattaa valita juuri ne itseä eniten kiinnostavat projektit.

Osa vastaajista kertoo olevansa valmis tekemään vapaaehtoistyötä myös tulevaisuudessa, mutta vastauksista käy myös ilmi, ettei heidän kaikkien nykyinen elämäntilanteensa pitkien työpäivien jälkeen mahdollista enää ylimääräisten työtehtävien ottamista. Eräs vastaajista kertoo:

Olen siinä pisteessä, etten enää kyseisellä alalla lähtisi tekemään vapaaehtoistyötä. Koen, että taitoni ja kokemukseni on jo niin laajaa, että tekemästäni työstä tulee maksaa palkkio.

## 4 Yhteenveto

Vapaaehtoistyö on työskentelyn muoto, josta ei pyritä saamaan taloudellista hyötyä. Yhteiskunnallisesti työllä voidaan nähdä pyrittävän vaikuttamaan tai parantamaan esimerkiksi ihmisoikeuksia ja ympäristöasioita.

Vapaaehtoistyötä tapahtuu monilla eri aloilla. Päämääräni tällä opinnäytetyöllä oli tarkastella vapaaehtoistyötä graafisena suunnittelijana. Pyrkimyksenäni oli vastata visuaalisen viestinnän tekijöille, miksi ja miten vapaaehtoistyötä tehdään. Lisäksi halusin pohtia vapaaehtoistyön mahdollisia motiiveja, hyötyjä, haasteita ja epäkohtia.

Lähdin etsimään vastauksia kysymyksiini vapaaehtoistyöhön ja graafiseen suunnitteluun liittyvästä kirjallisuudesta. Peilasin kirjallisuudesta saamaani tietoa omiin kokemuksiini vapaaehtoistyöstä, jota toteutin kolmena vuotena Kainuu Pride -tapahtumille graafisen suunnittelun ja markkinoinnin osalta.

Selvittääkseni toteuttamani työn merkitystä asiakkaalle, lähetin kysymyksiä Kainuun Setan puheenjohtaja Taija Kovalaiselle. Lisäksi esitin kysymyksiä visuaalisen viestinnän ammattilaisille ja opiskelijoille Metropolian E-lomakkeella selvittääkseni muiden vapaaehtoistyötä tehneiden näkökulmia aiheeseen. Yritin laatia mahdollisimman neutraalit kysymykset, jotta ne eivät olisi vaikuttaneet vastaajien vastauksiin.

Halu parantaa asioita, oman osaamisen hyödyntäminen ja vapaa-ajalle aktiviteetin saaminen voivat myös olla mahdollisia motiiveja vapaaehtoistoimintaan. Jokaisen henkilön motiivit ovat toki yksilöllisiä, mutta epäitsekkäs auttamisen halu vaikuttaa usein ohjaavan vapaaehtoistyötä tekevien toimintaa. Tai ainakin kysyttäessä se yleensä mainitaan vapaaehtoistyön motiiviksi. Visuaalisen viestinnän ammattilaisten vastauksista kävi ilmi, että myös kontaktien ja työnnäytteiden saaminen on toiminut yhtenä motiivina työlle.

Vapaaehtoistyön sovittaminen normaaliin arkeensa, aikataulut ja projektinhallinta vaikuttavat olevan haastavimpia asioita vapaaehtoistyön tekemisessä. Selkeät päämäärät ja yhteiset pelisäännöt helpottavat arvioimaan vapaaehtoistyön onnistumista ja opettavat virheistä, mikäli niitä tapahtuu. Töiden venyminen ja kasaantuminen voivat

vaikuttaa suunnittelijan käytettävissä olevaan energiaan ja jaksamiseen, jolloin työn laatu ja mielekkyys voivat heikentyä. Asiakkaan ymmärrys suunnittelijan tarjoamaa aikaa ja osaamista kohtaan on tärkeää, sillä suunnittelijan aika ei ole ilmaista suunnittelijalle itselleen. Myös graafisen suunnittelijan ammatissa tarvittavat laitteet ja ohjelmat maksavat.

Toteutetusta työstä tulisi saada arvostusta ja palautetta, jotta suunnittelijan oppimisprosessi toteutuu. Vuorovaikutus asiakkaan ja suunnittelijan välillä on etu kaikille. Kirjallinen vapaaehtoistyöhön liittyvä sopimus voi helpottaa mahdollisissa ongelmatilanteissa. Kaikkien osapuolten on tärkeää tietää, kenelle ilmaiseksi tehdyn työn oikeudet kuuluvat ja kuka niitä saa käyttää.

Onnistuneessa vapaaehtoistyössä kaikki työn osapuolet saavat hyötyä. Suunnittelija voi päästä kehittämään osaamistaan, asiakas saa osaamista ja vapaaehtoistyön yhteiskunnallinen kohde hyötyy myös asioiden esille tuomisesta. En koe vapaaehtoistyötä onnistuneeksi, mikäli vain yksi työn osapuoli saa hyötyä.

Aktiivisuus on mielestäni yksi tärkeimmistä vaatimuksista vapaaehtoistyön tekemiseen graafisena suunnittelijana, mutta myös muissa työtehtävissä, sillä ilman tehokasta ajankäyttöä, määrätietoista etenemistä ja yhteisten pelisääntöjen noudattamista vapaaehtoistyön tekemistä voi olla haastavaa sovittaa omaan arkeensa. Järjestäjät ja vapaaehtoistyöntekijät eivät välttämättä koskaan tule löytäneeksi toisiaan, mikäli apua ei uskalla kysyä tai tarjota.

Voin todeta oppineeni vapaaehtoistyöstä paljon ja kehittyneeni suunnittelijana. Jälkikäteen pohtiessa tekisin nyt toisia ratkaisuja joidenkin visuaalisten julkaisuiden osalta, mutta aikataulutuksen hallinnoinnissa koen kehitystä tapahtuneen eniten. Suosittelen vapaaehtoistyötä kaikille, jotka ovat riittävän motivoituneita sen tekemiseen ja ovat valmiita antamaan tarvittavan panoksensa suunnittelijan asiakaspalveluun.

## Lähteet

Arnkil, Harald 2007. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Eskola, Antti & Kurki, Leena 2001. Vapaaehtoistyö auttamisena ja oppimisena. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Graafinen.com, 17.1.2015. Graafinen suunnittelu pähkinänkuoressa. <<https://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/graafinen-suunnittelu-pahkinankuoressa/>> (luettu 9.11.2019).

Grafia.fi n.d. Tieto alasta. <<https://www.grafia.fi/tieto-alasta/visuaalisen-viestinnan-suunnittelija/>> (luettu 28.11.2019).

Grafia ry 2019. Grafian jäsenet työmarkkinoilla. <[https://grafia.studio.crasman.fi/file/dl/i/XecHyQ/Kvsqe31enqH1iB6n7FX\\_qw/Grafia\\_toimialatutkimus\\_2019.pdf](https://grafia.studio.crasman.fi/file/dl/i/XecHyQ/Kvsqe31enqH1iB6n7FX_qw/Grafia_toimialatutkimus_2019.pdf)> (luettu 28.11.2019).

Itkonen, Markus 2012. Typografian käsikirja. Painos 4. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Jokinen, Heikki 2009. Graafikon tuoreet eväät. Lahti: Aldus.

Kansainvälinen kauppakamari ICC Suomi 2012. Kansainvälisen kauppakamarin ICC:n Markkinointisäännöt 2011, 10. <[http://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2012/01/Markkinoinnin-kansainvaliset-ohjeet-ICC-Markkinointisaannot\\_final-version-2012.pdf](http://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2012/01/Markkinoinnin-kansainvaliset-ohjeet-ICC-Markkinointisaannot_final-version-2012.pdf)> (luettu 9.11.2019).

Karreinen, Lari & Halonen, Maria & Tennilä, Meri 2017. 10 Askelta parempaan vapaaehtoistoimintaan. Painos 3. Helsinki: Vihreä Sivistysliitto ry.

Kovalainen, Taija 2019. Puheenjohtaja, Kainuun Seta. Kysymysten vastaukset sähköpostitse 7.11.2019.

Kuvaja, Sari 2010. Hyvä raha. Ihmiset ja yhteisöt maailmaa parantamassa. Helsinki: Kirjapaja.

Pihlaja, Satu 2018. Aikaansaamisen taika – Näin johdat itseäsi. Painos 2. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Seppänen, Lasse 2018. Motivaatio – Perseelle potkimisen käsikirja. Oulu: Fitra Oy.

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2014. Tekijänoikeus suojaa luovaa työtä, 2–4. <<https://tekijanoikeus.fi/wp-content/uploads/2015/05/Tekij%C3%A4noikeus-suojaa-luovaa-ty%C3%B6t%C3%A4-2014-web.pdf>> (luettu 14.4.2020).

Tilastokeskus 17.12.2019. Työttömän korkein tutkinto oli useimmiten ammatillinen perustutkinto vuonna 2018. <[https://www.stat.fi/til/tyokay/2018/01/tyokay\\_2018\\_01\\_2019-12-17\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/tyokay/2018/01/tyokay_2018_01_2019-12-17_tie_001_fi.html)> (luettu 9.11.2019).

## Liite 1. Taija Kovalaisen vastaukset kysymyksiin Kainuu Pride -vapaaehtoistyöstä

### 1. Miten ja miksi tapahtuma sai alkunsa?

- Kainuu Pride vuonna 2016 oli lyhyessä ajassa erään Kainuuseen palaavan henkilön päähänpisto, johon yhtyi useita hänen tuttujaan ja paikallisia. HLBTIQ-ihmisten tukeminen todettiin olevan on tärkeää myös Kainuussa. Lisätietoja voit kysyä Mira Haatajalta, joka oli toimellepanija tuolloin. 2019 järjestetty Kainuu Pride on Kainuu Seta ry:n jokavuotinen tavoite - tehdä siitä perinne mutta myös vaikuttaa ajankohtaisiin sateenkaarevien asioihin. Tuomaan esille oikeuksia ja epäkohtia yhteiskunnassa, jotta yhdenvertaisuus ja tasa-arvo toteutuisivat.

### 2. Kuinka monta henkilöä (arviokin riittää) on ollut järjestämässä tapahtumaa?

- 4 henkilöä ydinporukassa vetämässä naruista, muita vapaaehtoisia oli varmasti kymmeniä, jotka osallistuivat sekä pienillä että suurilla tavoilla tapahtuman onnistumiseen. Heittämällä sanoisin että 20-30 kun kaikki siivoamiseen osallistuvatkin lasketaan.

### 3. Millainen merkitys vapaaehtoistyöllä on ollut tapahtuman onnistumiselle?

- Hurjan suuri. Kukaan ei ollut palkallisena hoitamassa asioita. Yhteisö ja aktiivit hoitaa suurin piirtein kaiken, paria tilattua esiintyjää lukuunottamatta.

### 4. Mikä on motivoinut vapaaehtoistyöntekijöitä? Mikä saa järjestäjiä tekemään vapaaehtoistyötä? Oletteko saaneet toiminnasta palkkaa?

- Vapaaehtoistoimijoita on varmasti motivoinut sateenkaarevien tukemisen tarkeys. Sukupuoleltaan moninaisten sekä seksuaaliselta suuntautumiseltaan moninaisten ihmisten asiat ovat olleet viime aikoina enemmän tapetilla, ja monet havahtuvat myös epäkohtiin esim. saadessaan tietää asioista lähemmin, ja kun läheisissä on sateenkaarivähemmistöön kuuluvia. Paljon kiitosta on tullut myös, mikä on tärkeää motivaation ylläpitämisessä. Joskus saamme myös lisää aktiivisia vapaaehtoisia, mikä helpottaa työtaakkaa ja auttaa meitä järjestämään enemmän vaikuttamistyötä.

### 5. Onko Kainuu Pride tapahtuman järjestämisessä ollut haasteita, mitä?

- Järjestämisestä vastuuta ottavia kaivataan aina uusia joka vuosi, koska sen järjestäminen vie niin paljon aikaa ja energiaa. Tietty myös miettään aina, mihin keskitytään ja kuinka saamme oikeasti merkittävää ohjelmaa aikaiseksi. Ehkä itse mietin että on hyvä saada tieto ja hupi balanssiin aina Pride-tapahtumissa, koska se ei liity vain moninaisuuden juhlistamiseen ja kivaan tekemiseen, vaan tärkeää on myös vaikuttamistyö. Siihen tarvitaan monesti enemmän ammattitaitoa kuin on välttämättä tarjolla pienessä porukassa. Raha on myös aina kysymysmerkki, ja henkilökohtaisella tasolla sitä haluaisi aina miellyttää mahdollisimman monia ihmisiä.

### 6. Miten tapahtumat ovat onnistuneet järjestäjien näkökulmasta?

- Monet kokevat onnistumista, kun vain saamme tapahtuman aikaan. Usein tapahtuma on lähtenyt kasvamaan alku suunnitelmia paljon suuremmaksi. Vuonna 2019 otimme tapahtuman aika myöhään hoitaaksemme, ja päätimme pitää tapahtuman sen verran pienenä kun vapaaehtoisten voimavarat riittää - ja onnistuimme mielestämme ainakin siinä.

### 7. Oletteko saaneet tapahtumista palautetta, millaista?

- Useasti palaute liittyy mainostamiseen, ajankohtaan ja paraatin/kulkueen lisäämiseen. Joskus toivotaan enemmän iltajuhlaua ja muita ohjelma-ideoita. Kiitosta on sananut myös paljon, monet ovat kokeneet tapahtuman voimaannuttavana ja tarpeellisena, mikä on aina tärkeää kuulla vapaaehtoisena tekijänä. Toivomme tekevämme paljon hyvää tapahtumalla.

### 8. Millainen rooli tapahtuman graafisella ilmeellä on ollut tapahtumalle?

- Joka vuosi on aina tuntunut tarpeelliselta erottua edellisestä vuodesta, pelkästään koska järjestäjät vaihtuvat ja he haluavat hieman erilaisia asioita tapahtumasta. Graafinen ilme auttaa mainonnassa, on tärkeää tehdä näyttävä ilme jonka ihminen tunnistaa helposti ja pystyy yhdistämään tapahtumaan ja sen teemaan. Graafinen ilme on ainakin porukan paikalle saamiseksi tärkeää! Omasta mielestäni! Selkeys ja värikkyys kuuluu varmasti Prideen - sateenkaaren värit ovat melkein pakko olla jossain.

### 9. Millainen rooli tapahtuman markkinoinnilla on ollut tapahtumalle?

- Hyvin tärkeä. Ihmisille on hyvä saada tieto ajoissa, jotta he voivat suunnitella kesälomansa tai vapaapäivänsä tapahtuman ajankohdan mukaan.

### 9. Onko markkinointi lisännyt tapahtuman näkyvyyttä?

- Varmasti. Saimme nopeasti tiedon esim. tapahtumapaikan vaihtumisesta sosiaalisen median markkinointikanavia käyttäen. Osallistujien on hyvä saada pysähtymään lukemaan esim. juliste tai tapahtuman ajankohta.

### 10. Mitkä on ollut mainonnan tavoitteet?

- Saada tietoa tapahtuman ajankohdasta, paikasta, ohjelmasta ja kohdeyleisöstä. Monesti meillä on pääohjelma tai vertaistapahtumia, joihin toivomme tulevan erityisesti sateenkaarevat ihmiset.

### 11. Miten koette mainonnan onnistuneen?

- Ilmeensä puolesta Kainuu Pride on ollut hieno, selkeä ja monipuolinen! Olemme saaneet myös yhteistyökumppanit hyvin ja nopeasti esille sosiaaliseen mediaan, kiitos graafikkomme nopean työn!

### 12. Koetteko avunpyynnön olevan vaikeaa vapaaehtoistyössä? Onko järjestäjien puolesta helpompaa jos apua tarjotaan?

- Se varmasti riippuu vapaaehtoistyöntekijän kokemuksesta ja persoonallisuudesta, mutta ilmaisen avun kysymisessä on aina riski että tulee väärinkäsityksiä, ilkeää vastalauseita ja hurja määrä kieltäytymisiä. Ja useasti ainoa tapa kuulla avun saannin mahdollisuudesta on vain, jos apu tarjotaan! Monien vapaaehtoistenkin verkostot voivat olla suppeat jos kaikki liikkuvat samoissa piireissä - ei välttämättä jotain tahoja edes tule mieleen elleivät he tarjoudu ensin yhteistyöhön! Mutta molemminpuolinen pyyntö ja tarjonta on yhtä tärkeää, mielestäni.

## Liite 2. Vapaaehtoistyötä graafisena suunnittelijana tehneille esitetyt kysymykset

Kysymyksiä vapaaehtoistyöstä.

1. Mikä on saanut juuri sinut tekemään vapaaehtoistyötä? Pystytkö nimeämään päälimmisiä motiiveja työhön?
2. Miten asiakaskontakti syntyi? Suunnittelijan vai asiakkaan aloitteesta?
3. Koetteko vapaaehtoistyön eroavan normaaleista palkallisista toimeksiannoista? Miten?
4. Miten ajankäytöllisesti vapaaehtoistyö on sopinut arkeesi?
5. Mitä hyötyjä vapaaehtoistyöstä koet olevan juuri sinulle? Saako suunnittelija hyötyä tekemästään työstä?
6. Onko vapaaehtoistyössä ollut haasteita? Mitä?
7. Mikä saa suunnittelijan/työntekijän säilyttämään motivaationsa vapaaehtoistyöhön? Onko jotain konkreettisia keinoja?