

# **Eläintuotteiden kulutukseen vaikuttaminen kuvituksen keinoin**

Kampanjamateriaalin suunnittelu Oikeutta eläimille-  
järjestön kalastuksen vastaiseen kampanjaan.

Taru Rantanen

# **Eläintuotteiden kulutukseen vaikuttaminen kuvituksen keinoin**

Kampanjamateriaalin suunnittelu Oikeutta eläimille-järjestön kalastuksen vastaiseen kampanjaan.

Taru Rantanen  
Opinnäytetyö  
48 sivua

LAB-ammattikorkeakoulu  
Muotoiluinstituutti  
Medianomi (AMK)  
Visuaalinen viestintä  
Graafinen suunnittelu

Kevät 2022

# Tiivistelmä

Opinnäytetyö käsitteli kampanjamateriaalien kuvittamista. Työn toimeksiantajana oli Oikeutta eläimille -järjestö. Tavoitteena oli kuvittaa kalastuksen vastainen kampanjamateriaali niin, että kuvitusten avulla voitaisiin vaikuttaa eläintuotteiden kulutukseen. Työprosessin aikana kehityin kuvittajana, sillä työ oli ensimmäinen järjestölle kuvittamani kampanjamateriaali.

Työssä perehdyttiin kalojen uhanalaisuuteen sekä suojeluun Suomessa, ja tutkittiin liikkalastuksen vaikutuksia maailmalla. Työssä myös tutustuttiin tarkemmin kolmeen kalalajiin, jotka esiintyvät kuvituksissa. Tutkimuksessa käsiteltiin kuvituksen voimaa ja keinoja, kuvan suhdetta tekstiin sekä visuaalista markkinointia ja kampanjamateriaalin suunnittelua. Tutkimuksessa myös vertailtiin eri eläinoikeusjärjestöjen ja -tahojen käyttämiä kuvia, sekä pohdittiin niiden vaikutuksia katsojaan.

Työn lopullisena teoksena syntyi tarroja, juliste, esite, ja mainosmateriaalit sosiaaliseen mediaan. Työssä kuvitettiin kolme erilaista kalatarraa suomeksi ja englanniksi, sekä juliste kalastuksesta. Esitteessä sekä mainoskuvissa käytettiin apuna tarrojen ja julisteen kuvituksia. Kaikki kuvitukset toteutettiin digitaalisesti Procreate -ohjelmalla. Niiden tavoitteena oli viestiä katsojalle kalan olevan sosiaalinen ja tunteva eläin.

Opinnäytetyö aloitettiin syksyllä 2021 ja se valmistui keväällä 2022. Työssä kunnioitettiin Oikeutta eläimille -järjestön arvoja ja toiveita. Valmiit kuvitukset onnistuivat välittämään kalojen tunteita, sekä synnyttivät toimivan ja yhtenäisen kokonaisuuden.

## Tutkimuskysymys:

Kuinka vaikuttaa kuvituksilla eläintuotteiden kulutukseen?

## Avainsanat:

eläinsuojelu / eläintuotteiden kulutus / graafinen suunnittelu / journalistinen kuvitus / julistesuunnittelu / kampanjamateriaali / kuvittaminen

# Abstract

The thesis processed the illustration of campaign materials. The work was commissioned by the organization of Oikeutta eläimille (animal rights). The aim was to illustrate the anti-fishing campaign material and thereby influence the consumption of animal products. I grew as an illustrator during the work process, because this assignment was the first campaign material I have illustrated for an organization.

The work explored the endangerment and protection of fish populations in Finland, and the effects of overfishing around the world. The three fish species seen in the illustrated work were explored more in depth. The research addressed the power and means of illustration, the relationship between the image and text, visual marketing and design of campaign material. The research also compared the images used by different animal rights organizations and considered their implications on the viewer.

The final work included stickers, a poster, a flyer and promotional materials for social media. The three stickers were each illustrated with a different fish, and were done in two languages: Finnish and English. There was also a poster about fishing. The illustrations used in the stickers and poster were used when making the flyer and advertising images. All illustrations were done digitally by using Procreate software. The goal was to send a message to the viewer that fish are a social and sensible animals.

The thesis was started during fall of 2021, and it was completed in the spring of 2022. The work respected the values and wishes of the organization, Oikeutta eläimille. The final illustrations managed to transmit the emotions of the fish and created a functional entirety.

## Research question:

How to affect the consumption of animal products by using illustrations?

## Keywords:

animal protection / the consumption of animal products / graphic design / journalistic illustration / poster design / campaign material / illustration

# Sisällys

<b>Tiivistelmä</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Johdanto</b> .....	<b>5</b>
1.1 Aihe ja toimeksiantaja .....	5
1.2 Opinnäytetyön tavoite .....	6
1.3 Tutkimuskysymys .....	6
1.4 Työskentelymenetelmät .....	6
<b>2. Taustoitus</b> .....	<b>7</b>
2.1 Kalojen uhanalaisuus ja suojele .....	7
2.2 Liikakalastus .....	8
2.3 Tuntevat ja tietoiset kalat .....	8
2.4 Hauki .....	9
2.5 Kirjolohti .....	10
2.6 Ahven .....	11
<b>3. Tutkimus</b> .....	<b>12</b>
3.1 Kuvittaminen .....	12
3.1.1 Kuvan voima .....	12
3.1.2 Taiteen ja kuvittamisen ero .....	13
3.1.3 Konnotaatio ja denotaatio .....	13

3.2 Journalistinen kuvitus .....	14
3.2.1 Kuva viestin välittäjänä .....	14
3.2.2 Kuvituksen mahdollisuudet .....	14
3.2.3 Kertovan kuvan keinot .....	15
3.3 Typografia .....	18
Kuvan ja tekstin suhde .....	18
3.4 Visuaalinen markkinointi .....	19
3.4.1 Kampanjasuunnittelu .....	19
3.4.2 Kuvankäyttö eläinsuojelussa .....	20
<b>4. Työprosessi</b> .....	<b>24</b>
4.1 Tarrat .....	24
4.1.1 Kuvitustyyli .....	25
4.1.2 Muutokset ja haasteet .....	26
4.2 Juliste .....	30
4.2.1 Suunnittelu .....	30
4.2.2 Haasteet ja lopputulos .....	32
4.3 Esite .....	34
4.4 Mainosmateriaali sosiaaliseen mediaan .....	37
<b>5. Yhteenvedo</b> .....	<b>39</b>
<b>Lähteet</b> .....	<b>41</b>
<b>Liitteet</b> .....	<b>43</b>

# 1. Johdanto

## 1.1 Aihe ja toimeksiantaja

Olen graafisena suunnittelijana ennen kaikkea kuvittaja, joten minulle oli selvää, että opinnäytetyönäni keskittyisin kuvittamiseen. Alussa minulla oli toisenlainen ajatus opinnäytetyöstäni, mutta totesin, että haluan tehdä opinnäytetyön yhteistyönä jonkun yrityksen kanssa. Aloitin pohtimalla aiheita, jotka ovat minulle tärkeitä, ja mistä todella haluaisin tehdä työn. Luonto ja erityisesti eläimet ovat minulla lähellä sydäntä, ja olisi hienoa, jos työlläni voisin tukea jotakin eläinten hyvinvointia edesauttavaa järjestöä.

Lähetin viestiä Oikeutta eläimille -järjestön digitaalisen markkinoinnin vastaavalle Kristina Oinoselle, olisiko heillä kiinnostusta tehdä kanssani yhteistyötä. Valitsin Oikeutta eläimille -järjestön, sillä se on minulle entuudestaan tuttu. Tiesin myös, että he käyttävät tuotteissaan eri kuvittajien ja tatuojien suunnittelemaa kuvituksia, ja päättelin heidän olevan mahdollisesti kiinnostuneita tällaisesta yhteistyöstä.

Oikeutta eläimille on eläinoikeusjärjestö, jonka tavoite on parantaa eläinten asemaa yhteiskunnassa. Järjestö kyseenalaistaa ihmisen harjoittaman yksipuolisen eläinten hyväksikäytön. Sen kanta on, että eläimet ovat tuntevia ja tietoisia olentoja, joilla on oikeus elämään. Järjestön työhön kuuluu kansalaisvaikuttaminen kuten aktivismi ja keskustelun herättäminen, yrityksiin vaikuttaminen, eläinten olojen paljastaminen ihmisille sekä asenteisiin vaikuttaminen. (Oikeutta eläimille a.)

Oinonen kertoi, että he ovat suunnitelleet kalastuksen vastaista kampanjaa, josta puuttuu vielä kuvittaja. Kampanjaan haluttiin tarroja tavallisista kaloista, juliste, informatiivinen esite sekä mainoskuvia sosiaaliseen mediaan. Innostuin tehtävästä, sillä luvassa olisi paljon kuvittamista tärkeän asian tiimoilta. Sovimme, että kuvitan tämän kampanjan materiaalit opinnäytetyönäni.

## 1.2 Opinnäytetyön tavoite

Kampanjan tavoite on vähentää liikkalastusta innostamalla ihmisiä kasvispainotteiseen ruokavalioon. Tarroihin haluttiin iloisia tavallisia kaloja sekä teksti *Ystävä, ei ruokaa*. Tarrojen lukumäärää ei määriteltä, joten päätin tehdä kolme erilaista tarraa, joihin kuvittaisin hauen, ahvenen ja kirjolohen. Päädyin näihin kaloihin, koska ne ovat suomalaisille ehkä kaikista tavallisimpia kaloja. Julisteesta haluttiin tarroja dramaattisempi, johon suunnittelin kalastusaiheisen kuvan.

Tavoitteeni näissä kuvitustöissä oli herättää tunteita. Halusin kuvituksen viestivän, että kala on tunteva ja sosiaalinen olento. Kuvituksissa tulisi näkyä selkeästi iloa ja surua. Koska kyseessä oli kampanja, materiaalien kuvitusten tulisi olla myös tyyliltään yhtenevät. Olen opintojeni aikana suunnitellut useita julisteita ja koen tällaisen graafisen suunnittelun olevan vahvuuteni. Toivon pääseväni suunnittelemaan julisteita myös jatkossa.

## 1.3 Tutkimuskysymys

Oikeutta eläimille -järjestön kampanjan tavoite on kannustaa kasvisruokavalioon, joten tulini siihen lopputulokseen, että sen tulisi tulla selväksi myös tutkimuskysymyksessä. Tutkimuskysymykseni muodostui *Kuinka vaikuttaa kuvituksilla eläintuotteiden kulutukseen?*

Aluksi pohdin kysymykseksi jotain konkreettisempaa kuten *Kuinka tehdä yhtenäinen kampanjamateriaali tai Kuinka kuvittaa tunteita herättävä kampanjamateriaali*, mutta keskusteltuani ohjaavan opettajani Kaisa Lekan kanssa, tutkimuskysymys alkoi muodostua oikeaan suuntaan. Tutkimuksessa perehdyin vaikuttavan kuvan keinoihin ja siihen, miten kuva saadaan jäämään katsojan mieleen. Tämä on mielestäni välttämätöntä, kun halutaan vaikuttaa kuvituksella katsojan ajatuksiin, mistä tutkimuskysymyksessäni pohjimmiltaan on kyse.

## 1.4 Työskentelymenetelmät

Opintojeni alussa tein kuvitukseni aina käsin, käyttäen välineenä esimerkiksi tusseja tai puuvärejä. Ollessani harjoittelussa Hämeen Sanomilla 2021 ostin tabletin, jolla piirsin kuvituksia sanomalehteen. Harjoitteluni aikana innostuin digitaalisesta kuvituksesta ja päätin käyttää tekniikkaa myös opinnäytetyöni kuvituksissa. Digitaalisen kuvituksen etuna on, että värien määrittäminen on tarkempaa ja piirrosjäljestä saa usein viimeistellympää kuin perinteisillä menetelmillä. Digitaalinen kuvitus on myös helposti muokattavissa, mikäli asiakas toivoo kuvaan muutoksia.

Tutkimuksessani perehdyin alan kirjallisuuteen keskittyen kuvittamisen keinoihin sekä kampanjamateriaalin suunnitteluun. Aineistoa hain paikallisesta kirjastosta, ja lähteeni ovatkin enimmäkseen kirjallisuutta. Etsin myös Theseuksen tietokannasta vastaavia opinnäytetöitä, sekä niiden lähteitä. Tutustuin eri luonnonsuojelujärjestöjen käyttämiin kuviin ja kuvituksiin ja pohdin, miksi kyseiset kuvat olivat valikoituneet kampanjamateriaaleihin sekä tuotteisiin. Ylikalastukseen sekä kalojen suojeluun perehdyin lukemalla aiheen kirjallisuutta sekä katsomalla aiheesta tuoreen dokumentin.

# 2. Taustoitus

## 2.1 Kalojen uhanalaisuus ja suojele

Työssäni suunnittelen kuvituksia, joiden tavoite on saada ihmiset vähentämään kalan kulutusta ja lisäämään kasvisruokavaliota. Tiedonhaussani selviää, kuinka puutteellista kalojen suojele on Suomessa verrattaessa muihin eläimiin. Tutkimuksessa on mielestäni välttämätöntä tuoda esille aiheen epäkohtia ja näin perustella opinnäytetyöaiheeni ajankohtaisuus ja tärkeys.

Suomessa useimmat nisäkkäät ja linnut saavat lain suojaa. Myös sammakkoeläimet ja matelijat ovat rauhoitettuja kyytä lukuun ottamatta. Kuitenkin kaloista ainoastaan saimaannierä sekä luonnonvaraiset meri- ja järvitaimen ovat saaneet ympärivuotisen lajin suojan vuonna 2020. Tämän lisäksi joillekin lajeille on määrätty rauhoitusajoja, alamittoja sekä pyydyksiä koskevia rajoituksia kalastusasetuksessa. (Lehtonen & Varjo 2021, 58.)

Monissa muissa Euroopan maissa tilanne on toisenlainen. Saksan eri osavaltioilla on eri rauhoitusmääräykset, mutta esimerkiksi Nordrhein-Westfalenissa on täysin rauhoitettu 21 kalalajia. Hollannissa taas on rauhoitettu 15 kalalajia ympärivuotisesti. Suomessa suojeleutyössä on kuitenkin useita ongelmia. Vaikka vuonna 2019 Suomen lajien uhanalaisuutta arvioinut ryhmä listasi useita uhanalaisia kalalajeja, esimerkiksi kalojen kantojen koosta ei välttämättä ole tarkkaa tietoa, mikä vaikeuttaa asioita. (Lehtonen & Varjo 2021, 58.)

Lehtosen ja Varjon (2021, 59–60) mukaan, uhanalaisuutta aiheuttavien tekijöitä ovat esimerkiksi kutupaikkojen olosuhteet ja niille pääsy. Jos patojen yhteyteen ei ole rakennettu toimivaa kalatietä, jokien

sulkeminen tuhoaa lisääntyvän kalakannan padon yläpuolella. Väärin toteutettu kalastus on myös monille lajeille uhka. Pyynti on liian suurta tai se voi poistaa parhaassa lisääntymisissä olevia kaloja. Myös istutukset voivat joissain tapauksissa vaarantaa luonnonkalan säilymisen. Kaloja istutetaan niin runsaasti, että istutettuja kaloja on vaikea erottaa luonnonkannasta.

Suomessa suoritetaan eliöiden uhanalaisuuden arviointi noin kymmenen vuoden välein. Vuonna 2010 arvioitiin 73 lajia, joista 12 oli uhanalaisia, 6 silmälläpidettäviä ja 10 puutteellisesti tunnettuja. Sinisampi ja monni todettiin kadonneeksi maamme vesistä. Vuonna 2019 arvioituista 75 lajista uhanalaisia oli 12, silmällä pidettäviä 10 ja puutteellisesti tunnettuja 7. Kaikki uhanalaiset kalat kuuluvat lohien heimoon, ankeriasta ja rantanuoliaista lukuun ottamatta. Vesirakentaminen, kalastus ja heikko vedenlaatu ovat syitä lajien uhanalaisuuteen. (Lehtonen & Varjo 2021, 61.)

Viime vuosina huomiota on keskitetty luonnonvaraisten kalakantojen tilan parantamiseen kalakantojen hoito-, tutkimus- ja suojeleutyössä. On myös pyritty parantamaan kalojen luonnonlisääntymisen mahdollisuuksia. Uhanalaisille lajeille olisi merkittävä apu vaellusesteiden poistosta, kalastuksen tarkemmasta ohjauksesta tai nousu- ja alasvaelluspaikkojen parantamisesta. (Lehtonen & Varjo 2021, 62.)

## 2.2 Liikakalastus

Netflixin julkaisema Seaspiracy dokumentti käsittelee liikakalastusta maailmalla ja sen aiheuttamia tuhoja. Dokumentissa tutkitaan esimerkiksi eläinsuojelusertifikaatteja, kuten Dolphin safe -merkkiä. Dolphin safe -merkin tulisi osoittaa, että yritys noudattaa delfiini suojeluun tähtäviä lakeja sekä menettelytapoja tonnikalaa pyytäessään (Calvo 2022). Dokumentista käy kuitenkin ilmi, että Dolphin safe -sertifikaatin alla työskentelevä yritys on tappanut yhdellä kalastusmatkalla 45 delfiiniä sivusaaliina, kun Dolphin safe -merkin alla kalastavan aluksen ei tulisi tappaa ainuttakaan. Noin

300 000 valasta ja delfiiniä kuolee vuosittain teollisen kalastuksen sivusaaliina. (Tabrizi 2021.)

Merten roskasta noin 46 % on kalastusverkkoja ja muita kalastusvälineitä. Dokumentti antaa vertailun avuksi lukuja siitä, kuinka 1000 merikilpikonaa kuolee vuodessa muovin, mutta 250 000 kilpikonaa kuolee kalastuksen sivusaaliina vuosittain pelkästään USA:ssa. (Tabrizi 2021.)

Tällä hetkellä pyydetään noin 2,7 biljoonaa kalaa vuosittain. Valtameret ovat tyhjiä kalasta vuoteen 2048 mennessä, mikäli liikakalastus jatkuu samalla vauhdilla. Tuemme kalastusalaa sekä kuluttamalla että verotuksella noin 35 miljardilla dollarilla vuodessa. YK:n laskujen mukaan tällä summalla korjattaisiin maailman nälänhätä. (Tabrizi 2021.)

## 2.3 Tuntevat ja tietoiset kalat

Ihminen tuntee kipua aivoissa olevalla kuorikerroksella, neokorteksilla, mikä puuttuu kalojen aivoista. Siitä on vedetty johtopäätös, että kala sätkyy pyydyksessä refleksinomaisesti, ei kivusta. Uusimmat tutkimustulokset osoittavat kuitenkin toista. (Lehtonen 2019)

Kaikilla kaloilla on etuaivoissaan samankaltaisia kipua aistivia hermoja kuin nisäkkäillä. Etuaivoit vaikuttaisivat hoitavan samantapaisia tehtäviä kuin neokorteksi. Kalat eivät kuitenkaan herätä samanlaista empatiaa monissa ihmisissä kuin suloiset karvaiset eläimet luultavasti siksi, että niiden ilme ei värähdä kaltoinkohtelun seurauksena. (Lehtonen 2019)

Kalat ovat eläinryhmä, jota ihminen hyödyntää eniten. Kaloja pyydetään sekä ihmisravinnoksi, että tuotantoeläinten rehuksi. Vuonna 2016 YK:n tekemä katsaus merten tilanteeseen paljasti, että noin 90 % merten kalakannoista on ylikalastettuja. Ylikalastus on uhkana merten ekosysteemille. (Oikeutta eläimille b.)

Ihmiskunnan käyttämästä kalasta noin puolet on peräisin kalankasvatamoista. Kasvatettu kala ei kuitenkaan ole kestävä ratkaisu ylikalastukselle, sillä kasvatetulle kalalle syötetään rehua heikolla hyötysuhteella ja kasvatusta myös lisää vesistöjen rehevöitymisongelmaa. Teollisessa kalastuksessa puolestaan heitetään 40 % kalasaalista takaisin mereen ns. sivusaaliina. Mereen heitettäessä suurin osa sivusaaliista on jo kuolleet tai vahingoittuneet. (Oikeutta eläimille b.)

Sivusaalis on asia mitä monet eivät luultavasti osaa ajatella. Aiheesta ei juuri puhuta, vaikka kalojen kuolleisuus sivusaaliina on erittäin suuri. Pyrin välittämään kuvituksillani tätä tietoa mahdollisimman selkeästi katsojalle.

On olemassa tieteellistä todistusaineistoa, joka puoltaa sitä, että kalat tuntevat kipua aivan kuten muutkin eläimet. Kalat reagoivat kudovaurioon esimerkiksi hieromalla kipukohtaa ja heijaaamalla kehoon edestakaisin. Kipukäyttäytyminen myös vähenee kalan saadessa kipulääkettä. Kalastajan koukkuun jääminen aiheuttaa kalalle tuskaa, aivan kuten niistä irrottaminenkin. Kalojen kasvatusta aiheuttaa myös kärsimystä, sillä vankeudessa elävä kala osoittaa samoja merkkejä vankeuden haittavaikutuksista kuten muutkin eläimet. Niillä ilmenee esimerkiksi apatiaa ja kannibalismia. (Oikeutta eläimille b.)

Tavoitteeni on saada katsoja ymmärtämään kuvituksistani, että kalatkin ovat tuntevia eläimiä. Kalat eivät näytä tunteita kasvoillaan kuten ihmiset, ja luultavasti siksi joidenkin on vaikeaa nähdä kaloilla olevan tuntoaistia. Pyrin siihen, että saan kuvituksissani välitettyä kalojen tunteet katsojalle.

Kaloilla on aivoissaan rakenteita, joissa voidaan käsitellä tietoisesti erilaisia aistimuksia ja tunteita. Niillä on myös kyky hahmottaa erilaisia sosiaalisia hierarkioita. Useat kalalajit pystyvät myös äänteleämään ja viestimään esimerkiksi liikkeiden avulla, sekä värin kalpeneminen viestii usein pelosta. Kaloilla on lisäksi aisteja, jotka ihmiseltä puuttuvat kokonaan, kuten kylkiiviiva-äisti. Kalat ovat tietoisia ja sosiaalisia olentoja, ja siksi ne tulisi sisällyttää eettisen huomion piiriin. (Oikeutta eläimille b.)

## 2.4 Hauki

Tarroihin toivottiin kuvituksia tavallisista kaloista. Pohdin tavallisia kaloja suomalaisen näkökulmasta ja yksi mieleeni tullut tavallinen kala oli hauki. Ennen kuin aloin kuvittamaan haukea, etsin siitä tietoa ja kuvia, jotta saisin kuvituksesta todenmukaisen. Tutkin esimerkiksi hauen muotoja, väritystä ja elinympäristöä.

Haukea (*Esox lucius*) ei voi sekoittaa muihin kotimaisiin kaloihin. Sen tunnistaa leveistä leuoista, isosta terävin hampain varustetusta suusta ja pitkästä tasasoukasta vartalosta, jonka evät ovat takaosassa. Hauella on pituutta noin 40–120 cm ja painoa noin 1–5 kg. Kuitenkin maailmalla suurin tavattu hauki on ollut 150 cm pitkä ja painoltaan 30 kg. Hauen elinikä on noin 40 vuotta. (Lehtonen & Varjo 2021, 204.)

Hauen väritys vaihtelee, mutta ”perushauki” on sekoitus vihertävän harmaita kuvioita, joissa on vaaleita laikkuja ja juovia, kuten kuviosta 1 on nähtävissä. Nuorilla hauilla on kyljissä kellertävät pystyjuovat, jotka muuttuvat täpliksi koon kasvaessa. (Lehtonen & Varjo 2021, 205.)

Hauki on maailman laajimmalle levinnyt sisävesikalat. Sitä esiintyy kaikkialla pohjoisen pallonpuoliskon viileillä vesillä ja lauhkeilla vyöhykkeillä Euroopassa, Aasiassa, sekä Pohjois-Amerikassa. Haudet viihtyvät vesikasvillisuuden joukossa ja kasvillisuus tarjoaa suojaa, kutu- ja väijymispaikkoja. Hyvässä haukivedessä onkin paljon vesikasvillisuutta ja suojaisia ranta-alueita. (Lehtonen & Varjo 2021, 206–207.)

Kutuaikaa lukuun ottamatta aikuinen hauki on erakko, joka usein pysyttelee paikoillaan. Yleensä hauki odottaa saalistaan vesikasvillisuuteen piiloutuneena, eikä lähde sitä etsimään. Nuoren hauen eläinplankton ravinto vaihtuu nopeasti hyönteistoukkiin ja muihin selkärangattomiin. 2–3-senttisinä pikkuhaudet alkavat jo kiinnostua kalanpoikasista, ja noin 10 senttimetrin koosta alkaen haudet saattavat syödä lähes itsensä kokoisia lajitovereitaan. Hauen suuresta hampaita täynnä olevasta kidasta saaliskalan on lähes mahdoton päästä karkuun. (Lehtonen & Varjo 2021, 210–211.)



Kuvio 1. Hauki (WWF)



Kuvio 2. Kirjolohi (WWF)

## 2.5 Kirjolohi

Päätin toiseen tarraan kuvittaa kirjolohen. Tutkin kirjolohen piirteitä suhteessa muihin lohikaloihin. Kirjolohen elinympäristö poikkeaa esimerkiksi hauesta, ja tämän tulisi myös näkyä kuvituksessa.

Kuten kuviossa 2 nähdään, kirjolohella (*Oncorhynchus mykiss*) on kiduskansissa ja kyljissä roosan ja violetin värinen leveä pitkittäisjuova, josta se on saanut myös suomenkielisen nimensä. Juova on erityisesti koirailta kutuaikaan voimakkaan värinen. Se on muuten ulkonäöltään lohimainen, mutta pää on pienempi ja sen suupielet ulottuvat silmän takapuolelle. Kirjolohella on myös pienehköjä pilkkuja päässä, kyljissä sekä selkä-, rasva- ja pyrstöevissä. Kirjolohi on pituudeltaan 40–70 cm pitkä ja painoltaan noin 0,6–2 kg. Kirjolohen elinikä on noin 6–8 vuotta. (Lehtonen & Varjo 2021, 230–231.)

Ihmisen toiminnan seurauksena kirjolohen levinneisyys on laajentunut ja nykyään sitä voi tavata miltei kaikkialla. Kirjolohi on kenties siirrettyin kalalaji maailmassa. Alun perin sen elinalueisiin kuului kuitenkin vain Tyynenmeren pohjoisosa ja sinne laskevat vesistöt Kalliovuorten länsipuolella Alaskasta Meksikon pohjoisosiin. Aasiassa Kirjolohi elää Kamtšatkan niemimaan joissa ja järvissä. Kirjolohen sietokyky on parempi kuin lohen ja taimenen, mitä tulee veden korkeampiin lämpötiloihin ja alhaisempaan happipitoisuuteen. Tästä syystä laji on kotiutunut paremmin eri puolille maapalloa. (Lehtonen & Varjo 2021, 232–233.)

Kirjolohi vaeltaa merellä, kunnes nousee pieniin ja keskisuuriin ha- pekkaisiin jokiin kutemaan. Kun poikaset ovat viettäneet 1–3 vuotta joessa, ne siirtyvät mereen tai järveen. (Lehtonen & Varjo 2021, 234.)

## 2.6 Ahven

Ahven on myös tuttu kalalaji kaikille suomalaisille, joten tämä valikoitui kolmanteen tarraan. Halusin, että kaikki kolme tarroihin kuvittamaani kalalajia olisivat mahdollisimman erinäköisiä. Otin selvää myös ahvenen lajinomaisista piirteistä ja liikkeistä kuvitusta varten.

Ahvanta (*Perca fluviatilis*) ei voi väriensä perusteella sekoittaa mihinkään muuhun kotimaiseen kalalajiin. Ahvenen vatsa-, perä- ja pyrstöevät ovat kirkkaan punertavia ja sillä on tummia pystyjuovia vihertävissä kyljissään. Sen selän etummaisessa selkäevässä on yleensä 14 terävää piikkiruotoa. Ahven sulautuu väriensä ansiosta hyvin kasvillisuuden sekaan, ja pienissä tummissa metsäjärvissä ne saattavat olla väriltään lähes mustia. Sen selkäevät ovat harmaita, ja lajille tyypillisesti sillä on etummaisen selkäevän takaosassa tumma läiskä kuten kuvioista 3 voi havaita. Ahven on pituudeltaan noin 15–35 cm pitkä ja painoltaan noin 100–800 grammaa. Ahvenen elinikä on noin 30 vuotta. (Lehtonen & Varjo 2021, 348–349.)

Ahvenen levinneisyysalue on laaja, ja Euroopassa sitä esiintyy lähes kaikkialla, lukuun ottamatta Espanjaa, Portugalia, Balkanin niemimaan länsiosaa, Pohjois-Atlantin saaria ja Norjan tunturialueita. Ahvenen yleisyys johtuu paljolti sen kykyyn pärjätä erilaisissa vesistöissä. (Lehtonen & Varjo 2021, 350.)



Kuvio 3. Ahven (Suomen kalat 2015)

# 3. Tutkimus

## 3.1 Kuvittaminen

Työssäni kuvitukset ovat suurimmassa roolissa. On siis tärkeää perehtyä kuvittamiseen yleisesti. Pohdin hieman taiteen ja kuvittamisen eroja, kuvan voimaa sekä kuvan sisältöjä.

Pohdin, miten saan omat kuvitukseni erottumaan muista vastaavien kampanjoiden kuvituksista. Kuvan tulisi saada kiinnitettyä katsojan huomio, sekä välitettyä haluttu viesti.

### 3.1.1 Kuvan voima

Ennen kuvitusten aloittamista, tutustuin kuvituksen merkitykseen. Kuvalla on julkaisussa suuri voima katsojansa mielikuvaan. Haluan kuvitusten vetoavan tunteisiin, ja tutkin siihen käytettäviä keinoja, mitä voisin hyödyntää kalastuskampanjan kuvituksissa.

Kuva huomataan usein tekstiä helpommin, mutta pelkkä huomaaminen ei riitä kuvan sanoman välittämiseen. Esimerkiksi mainoskuvan tulisi saada ihminen haluamaan mainoksen tuotetta, vaivautumaan kauppaan ja ostamaan tuote. Kun taas opinnäytetyöni kuvitusten tulisi vedota katsojan tunteisiin ja saada katsoja välttämään kalan syömistä. Kuvien valtava määrä saa ne kilpailemaan keskenään väriensä, viivojensa, sommittelunsa, typografiansa tai sanomansa suhteen. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 7)

Kuvalla on pitkä ja merkityksellinen historia. Ihmiset ovat pyrkineet kuvan avulla vaikuttamaan esimerkiksi luontoon, jumaliin ja tulevaisuuteen. Kivikautisten luolamaalausten uskottiin lepyttävän luonnonhenkiä ja lisäämään metsästyssaaliita ja hedelmällisyyttä.

Usein kuvaa myös kunnioitetaan pelonsekaisin tuntein. Monissa uskonnoissa uskotaan, että jumala toimii kuvan välityksellä, ja kuvia pidetään pelastavina tai parantavina. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 8.)

Aiemmin sarjakuvan uskottiin pilaavan nuorison, ja sittemmin tv, rockvideot, tietokone ja internet on nähty syntipukeiksi nuorten väkivaltaisuuksiin ja antavat uskon mukaan virikkeitä monenlaiseen pahuuteen. Kun uudentyyppinen kuva muuttuu osaksi nuorisokulttuuria, se mystifioidaan ja sen voimaa aletaan pelätä. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 9.)

Kuvalla voidaan myös huijata ja pettää katsojaa. Kuvankäsittely ja manipulointi ovat yhtä vanhoja kuin valokuva, vaikka tietokoneiden myötä käsittely on muuttunut helpommaksi. Kuvan manipulointia ovat hyödyntäneet kautta aikojen poliittiset sekä uskonnolliset henkilöt sekä markkinatalous. Kuvan epäuskottavuus dokumenttina on jo monesti todistettu, mutta silti niihin uskotaan ja kuvan dokumentoivaan voimaan tukeudutaan yhä enemmän. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 10–11.)

### 3.1.2 Taiteen ja kuvittamisen ero

Kuvataiteen ja kuvittamisen ero on hyvin pieni. Monet taiteilijat ovat toimineet kuvittajina ja toisinpäin. Taidetta pidetään mysteerinä ja vaikeasti ymmärrettävänä. Taiteilija visualisoi omia tuntemuksiaan ja asioita, joita haluaa välittää muille. Taide on itseilmaisua, kun taas kuvittaminen toimii aina jonkin muun apuna tai rinnalla. Kuva toimii tällöin jonkin asian, esimerkiksi tekstin tai musiikin, tukena, havainnollistavana, korostavana tai ohjaavana elementtinä. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 14.)

Kuvitukseni ovat tässä tapauksessa tekstin tukena. Iloiset kalat korostavat tarrojen sanomaa *Ystävä, ei ruokaa*, ja julisteen surulliset kalat sekä valtava kalastusverkko tukevat tekstiä *Ole kaloille kaveri* sekä piiloilmaisua *Älä kalasta*. Esitteen kuvitukset ovat tukena lehtiseen kerätylle informaatiolle, ja vievät mielikuvia aiheesta haluttuun suuntaan.

Kuvituskuvat ovat muutakin kuin katsojan viihdyttämistä varten. Kuvat luovat mielikuvan ja välittävät visuaalista viestiä. Parhaimmillaan se elää omaa elämäänsä ja ruokkii katsojan mielikuvitusta tekstin tukemisen lisäksi. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 15.)

Opetuskuvat havainnollistavat ja auttavat ymmärtämään tekstiä. Myös erilaiset kaaviot ovat kuvittamista. Kuvilla välitetään tietoa. Joistain kuvista on muodostunut myös kuvamerkkejä, kuten liikenne-merkit. Kuva herättää tunteita ja mielikuvia, joten siihen on helpompi samaistua kuin kuultuun tai luettuun tietoon. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 16.)

### 3.1.3 Konnotaatio ja denotaatio

Semiotiikka on tieteenala, joka tutkii kuvan merkitystä. Kuvan sisältöjä on kaksi, konnotaatio ja denotaatio. Konnotaatio on kuvan sovittu merkitys, kun taas denotaatio on yleismerkitys. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 17.)

Kauppojen tuotehyllyjen pakkauksissa näkyy kahta tapaa myydä tuotteita. Yhdessä pakkauksessa näkyy tuotteen sisältö, esimerkiksi hunaja. Mutta toisessa pakkauksessa voi olla myös karhun kuva, vaikka tuote ei karhua sisälläkään. Tässä tapauksessa pakkauksen kuvitukseen vaikuttaa konnotaatio, missä karhu yhdistetään hunajaan hunajan syöjänä. (Ahjopalo-Nieminen 1999, 17.)

Pohdin, pystyisinkö tarrojeni kuvituksilla vaikuttamaan ihmisten luomaan konnotaatioon kalasta, ja vaihtamaan sen ruuasta eläinystäväksi. Toivon saavuttavani tämän kuvitusteni lopputuloksella.

## 3.2 Journalistinen kuvitus

Työni kuvitukset ovat journalistisia kuvituksia, joten perehdyn myös tutkimuksessani aiheeseen. Selvitän, miten kuvalla voidaan välittää viestiä, sillä tavoitteeni on saada viesti välittymään myös omissa kuvituksissani.

Tutkin myös kuvituksen keinoja ja mahdollisuuksia. Halusin selvittää, mitä keinoja voisin käyttää opinnäytetyöni kuvitusten kohdalla saadakseni mahdollisimman vaikuttavan lopputuloksen.

### 3.2.1 Kuva viestin välittäjänä

Kuvituksella välitetään sanoma ja näin ollen se on selkeä viestintäväline. Kuvan merkitys perustuu kokonaisuuteen, jonka asyayhteys määrittelee. Kuvallinen ilmaisu on toisinaan myös melko epätarkkaa: kuvat ovat tulkinnanvaraisempia kuin kieli, ja vaativat tekstiltä tukea saavuttaakseen yksiselitteisyyden. Esimerkiksi värien merkitykset kuvissa ovat hyvin yksilöllisiä ja kulttuurista riippuvia. (Hatva 1993, 29–30.)

Asyayhteys on erittäin tärkeää kuvituksissa. Tämän aiheen parissa pohdin, miten kuvitusteni merkitys muuttuisi täysin, mikäli kuvan ohessa oleva teksti vaihdettaisiin.

Ikonisuuden käsite voidaan jakaa kolmeen ryhmään: ikoni, indeksi ja symboli. Ikonista voidaan puhua, kun kuvaus tunnistettavasti muistuttaa merkitystään. Kuva on indeksi, jos ei siinä suoranaisesti näy tarkoitettua asiaa, mutta on pääteltävissä vihjeiden perusteella. Symboli taas on merkki, jonka merkitys on sovittu. Pelkästään symbolia katsomalla ei välttämättä voi tietää mistä on kyse. Tätä jaottelua kooditeoriaan on kuitenkin arvosteltu soveltumattomaksi. Mikä tahansa kuva voi edustaa mitä tahansa objektia, eikä merkityyppien jaottelu ikoneihin, indekseihin ja symboleihin ole mielekäästä, paitsi kun pohdiskellaan ilmaisukeinoja. (Hatva 1993, 31–32.)

Jos taiteilija valitsee uuden ilmaisukäytännön ja toteuttaa sen eri tavalla kuin aiemmin on tehty, voidaan puhua keksinnöstä. Luovuutta

tarvitaan jo siinä, että havainnon perusteella tehdystä mielikuvas- ta luodaan vastaava sisältö ilmaisutasolle, esimerkiksi maalatessa paperille. Mikäli taiteilija ohittaa havaintomallin, voidaan puhua jo huomattavasta keksinnöstä. On jo luovaa kykyä vaativaa jäljentää elävää mallia, mutta laadullisesti vaativampaa on luoda mielikuvi- taan. Taideteoksissa on selittämätön lisä, *surplus of expression* sekä sisällössä että muodossa. Tässä tapauksessa voidaan puhua esteet- tisestä käsialasta, joka tunnetaan myös taiteilijan omana *tyylinä*. Mitä enemmän työtään haluaa kaupallistaa, sen standardisemmaksi sen tulee muuttua. Mutta mitä standardimmaksi työ muuttuu, sen vähemmän siinä on luovuutta. (Hatva 1993, 35–36.)

### 3.2.2 Kuvituksen mahdollisuudet

Kuvituksella on paljon mahdollisuuksia. Halusin tutkia tarkemmin näitä mahdollisuuksia, jotta voin soveltaa niitä kalakuvituksiini.

**Käsittekuvituksessa** syvennyttään pohdintoihin ja analyyseihin. Kuvituksilla voi käsitellä laajastikin abstrakteja aiheita ja ilmiöitä. Näissä tapauksissa kuvituksella voi täydentää tekstiä aistimalla asioita rivienvälistä sanomatta niitä. Hyvä idea on tähän paras keino. Kannat- ta luottaa lukijan havainnointikykyyn. Lukija paitsi lukee artikkelin, tulkitsee myös sen kuvakerrontaa. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 6.)

**Kärjistetyssä** kuvassa korostetaan olennaista, se herättää huomi- on sekä ajatuksia. Kärjistetyissä kuvissa käytetään usein ääripäitä ja vastakkainasettelua. Suurilla kontrasteilla, kuten iso-pieni, hyvä-paha, musta-valkoinen, tuetaan tekstiä ja ne myös toimivat visuaalisesti. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 52.) Julisteessa hyödynnän kärjistä- misen mahdollisuutta: ylhäällä paha kalastusalus, alhaalla viattomat kalaystäväät.

Kuvituksen käyttö on erityisen käytännöllistä silloin, kun haastateltua ei saa valokuvata, tai aihe on erityisen **arkaluontoinen**. Kuvituksella voi ratkaista valokuvaongelman. Se myös antaa vihjeen lukijalle, että on luvassa tavallista mielenkiintoisempi juttu. Kohdetta tai lukijaa ei ole kuitenkaan tarkoitus loukata. Tapausta ei sovi vähätellä, muttei

myöskään suurennella. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 56.) Kalastus on myös aiheena arkaluontoinen, ja sitä on haastava valokuvata kalojen kuvakulmasta, joten kuvitus on tähän toimiva vaihtoehto.

Kuvituksien avulla voi **konkretisoida** monimutkaisia asioita, ja antaa abstrakteille asioille hahmon. Konkretisoida voi artikkelin jotain yksityiskohtaa, tai se voi syntyä yhdistämällä asiasisällön uuteen kontekstiin. Yksinkertaisuus ja yksinkertaistus eivät ole sama asia. Lukukokemus on sitä palkitsevampi, mitä yllättävämpi konkretisointi on. Kannattaa luottaa vastaanottajan älyyn ja oivalluskykyyn. Osa kuvan katsojista ymmärtää kuvan päätaason, osa myös muita ulottuvuuksia. Valitettavasti on kuitenkin myös ihmisiä, jotka eivät paneudu kuvan lukemiseen. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 62.)

Kuvituksilla voidaan nostaa tekstin piilotettuja merkityksiä esiin. Niillä saadaan ilmaistua **piiloviestejä**, äänenpainoa ja tunnelmaa uskaliaammin kuin muilla keinoilla. Kuvittaja lukee tekstin usein ensimmäisten joukossa ja siksi hänen näkemyksellään on merkitystä. Taidokkaan kuvituksen avulla voidaan nostaa esiin merkityksiä, jotka eivät välttämättä välity tekstistä. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 78.)

Yksi kuvituskuvan parhaista mahdollisuuksista on **kiteytys**. Kuvituksella saa jäsennettyä pieneen tilaan paljon informaatiota, ja vaikka tiivistää visuaalisesti kokonaisen ajanjakson. Kuvituskuva voi antaa käytännön selitysoimaa monimutkaiselle käsittekokonaisuudelle kompaktissa muodossa. Tehokkuus saadaan aikaan rajauksesta ja kohdistuksesta. Merkittävät asiat pystytään kuvituksen avulla irrottamaan häiritsevästä ympäristöstä, ja merkityksettömämpiä asioita voidaan pienentää tai poistaa. Toisin kuin valokuvassa, kuvituksen osat voidaan esittää halutulla tavalla ja epäolennaisen voi jättää pois. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 110.)

Kuvituksia käytetään usein propagandavälineenä, sillä se sopii hyvin **kannanottoon** ja vahvoihin väittämiin. Tehokkaalla kuvalla saa herätettyä huomion ja se painuu mieleen. Historiasta löytyy lukemattomia esimerkkejä, joissa varsinkin sota aikana rajatun kommunikaation oloissa julisteella on ollut huima tehovoima. Siksi usein jokaisella

diktatuurilla on oma propagandayksikkönsä ja siinä julistetaiteilijoita. Kun käsitellään aiheita, jotka herättävät voimakkaita mielipiteitä, edellyttää se samanmielisyyttä kirjoittajan, kuvittajan ja julkaisijan välillä. Jos kuvittaja on täysin erimielistä julkaisun linjan kanssa, kannattaa miettiä ottaako toimeksiantoa vastaan. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 114.)

Toisinaan tekstiä voi kyseenalaistaa kuvalla, toisinaan se herättää vain hämmennystä. Rikastava näkökulma ei kuitenkaan ole sama asia kuin ristiriitainen viestintä. Jos teksti on neutraali, kuvittaja voi ottaa myös enemmän vapauksia. Kantaaottavaa tekstiä ei kuitenkaan kannata latis-taa mitäänsanomattomalla kuvituksella. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 114.) Kannanottoa hyödynnän myös kampanjan kuvituksissa. Julisteen ja tarrojen tarkoitus on herättää katsojan huomiota ja painua mieleen.

### 3.2.3 Kertovan kuvan keinot

Kuvituksessa kannattaa hyödyntää erilaisia keinoja, jotta kuvasta saadaan entistä mielenkiintoisempi. Kun kuvituksessa tapahtuu jotain odottamatonta, se painuu katsojan mieleen. Tutkin erilaisia kertovan kuvan keinoja ja pohdin, mitä niistä voisin hyödyntää opinnäytetyössäni.

Kuvittaja voi hyötyä **optisista illuusioista**. Visuaalisilla tempuilla voi luoda arvaamattoman tunnelman ja hämäykset saavat katsojan yllättymään. Muodonmuutokset ja illuusiot ovat tuttuja muun muassa kubistien ja dadaistien taiteesta. Illuusiot ovat silmänkääntötemppejuja kuten monet yhteiskunnalliset ilmiötkin. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 120.)

Kuvittaja voi käyttää kerronnassaan **odottamattomia yhdistelmiä**. Usein surrealistit eivät pohdi vain sitä mitä on, vaan myös sitä mitä voisi olla. Tarkoituksena on herättää katsoja ajattelemaan. Odottamattomat ja humoristiset yhdistelmät ovat pysäyttäviä. Taitava kuvittaja luottaa omaan intuitioonsa, mutta kunnioittaa alkuperäisen tekstin sanomaa. Sitten hän repii sen palasiksi ja luo jotain aivan uutta. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 124.)

Maailma muodostuu esineiden ja käsitteiden lisäksi myös mielikuvista. Liitämme tuttuun ilmiöön tiettyjä ajatuksia ja tunnistamme ne pienistäkin vihjeistä. Esimerkiksi tuotemerkit ja niiden markkinointi perustuvat mielikuvien kehittämiseen ja vahvistamiseen. Kun **muutamme** tutun kuvan käsitteen ajatusta, herättää se uteliaisuutta. Ihminen ei ole informaatiotulvan vuoksi kovin herkkä muutokselle, mutta kun kuvassa on jotain normaalia sekä jotain siitä häiritsevästi poikkeavaa, se herättelee katsojaa. Journalistisen kuvan muuntelu on aina osa artikkelikokonaisuutta ja perustuu tarkkaan sisällölliseen harkintaan. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 128.)

Olemme vuosisatojen brändäyksen johdosta oppineet yhdistämään ristin kristinuskoon, poikkipuolen ristin ortodoksisuuteen ja punaisen ristin kansainväliseen hyväntekeväisyysjärjestöön. Niistä on tullut osa kollektiivista tajuntaamme. Pienikin vihje kuten värimaailma merkittävistä tunnuskuvista herättää jo mielikuvan. **Symbolit** tunnetaan ja tunnustetaan, mutta ovat myös kliseisiä. Silti symboleihin voidaan liittää myös uusia konnotaatioita. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 132.)

**Väri** on tärkeä osa kuvan viestiä. Siksi kuvittaja voi rajata usein palettiinsa vain viestiä vahvistavia värejä. Usein värikylläisyys kasvaa, kun lähestytään kuvituksen tärkeimpiä elementtejä. Väreillä on voimakas yhteys tunteisiin, miellehtymisiin ja symboleihin, ja esimerkiksi värien poliittiset sekä uskonnolliset yhteydet kannattaa pitää mielessä. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 136.) Tarrakuvituksista tein erityisen värikäitä, jonka halusin viestivän iloa. Julisteen kalat ovat värytykseltään yksinkertaisempia ja viestivät pelkoa. Kalastusalueelta valuu punaista verta mereen ja harmaata savua taivaalle, joiden on tarkoitus luoda vaarallista ja kaaoksenomaista tunnelmaa.

Mainonta perustuu toiston voimaan. Usein kuitenkin pienet muutokset ovat tärkeitä ja ne luovat yhdessä kokonaisuuden. Kuvitus perustuu usein **toiston ja variaatioiden** yhdistelmään. Toisto on voimakas, mutta pelkkä toisto voi tuntua monotoniselta. Toiston ja variaatioiden avulla saa yhdistettyä esimerkiksi artikkelikokonaisuuden. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 140.) Kuvituksissani toistuu sama

kuvitustyyli, joka nitoo materiaalit yhteen. Jokaiseen kuvaan olen piirtänyt tekstin samankaltaiseksi, kuitenkin eri väreillä. Näin saan yhdistelmän toistoa ja variaatioita.

Koska kuvitus ei **liiku**, kuvittajan pitää ohjata lukijaa. Lukijan silmää saadaan ohjattua huomaamatta kuvan osasta toiseen. Länsimaissa tekstin lukusuunta on usein vasemmalta oikealle, ja näin se on myös kuvien lukusuunta. Jos kuvassa jokin kävelee oikealta vasemmalle, tämä on lukijan silmissä paluumatkalla. Lukusuunnan lisäksi tulee pohtia, miten liikettä saa kuvattua tehokkaimmin. Käytetäänkö esimerkiksi sumennusta, liike-epäterävyyttä, muodon taipumaa, tai vaikka vauhtiviivoja. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 152.) Tarroissa kalan liikettä kuvaan kalan asennon avulla sekä ympäristöllä. Lohi kuvituksessa kala loikkaa vedestä ja ympäröivät aallot pärskyvät. Julisteessa kalalauma yrittää uida pakoon verkkoa oikealta vasemmalle.

Meillä on taipumus kiinnittää huomiota **kokoon**. Kokoerot antavat maailmalle hierarkian ja järjestyksen. Kuvituksissa koolla pystytään esittämään asioiden painoarvo ja suhteet. Usein vähäpätöisemmät asiat esitetään pienikokoisempina. Koolla voidaan kuvata myös valtasuhteita, ja tärkeät henkilöt tai asiat esitetään kookkaampiina ympäristöönsä nähden. Kokoeroilla saadaan kuvaan voimaa ja kontrastia. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 158.) Julisteessa hyödynnän myös tätä keinoa. Kalastusalue on kaukana pinnalla pienenä, ja mitä lähemmäs tullaan kuvan alareunaa, kalat suurenevät.

Kuvittaja pystyy käyttämään vaihtelevasti **kaksi- ja kolmiulotteisuutta** kuvituksissaan. Kuvaan voidaan lisätä tai poistaa syvyysvaikutelmaa. Viestin ja tunnelman tavoittamiseksi voidaan sekoittaa kuperaa ja koveraa tai esimerkiksi pysty- ja vaakatasoja. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 160.)

**Valon ja varjon** vaihteluilla saadaan aikaan vahvoja tunnelmia. Valon ja varjon määrä kuvissa herättää mielikuvia, jotka voivat liittyä esimerkiksi pelkoon, pahaan, pimeyteen ja salaperäisyyteen, kun taas toisaalta hyvään, selkeyteen, valoisuuteen ja turvaan. Säätelemällä valoja ja varjoja saadaan kuvalle tietty tunnelma, ja voidaan korostaa

haluttuja seikkoja. Mustavalkokuvissa valo ja varjo kohtaavat pelkistyneimmin, eikä niissä pohjimmiltaan ole mitään muuta. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 164.)

**Positiivin ja negatiivin** käyttö toimii parhaiten, kun kuvataan vastakkain asetteluja. Vastakohdilla voidaan muodostaa kahden kuvan pienoistarinoita. Yleensä lukija hahmottaa kontrastisemman muodon ensin, ja sävyiltään tasaisemman pinnan myöhemmin. Muotojen hahmottaminen aktivoi aivoja ja saa kuvan jäämään herkemmin mieleen. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 166.)

Kuvallisen kerronnan kannattaa olla selkeää, mutta se ei tarkoita, että sen tulisi olla yksinkertaistavaa. Kuvitus hyötyy persoonallisesta **monitulkintaisuudesta**. Samalla muodolla voi olla useampi merkitys tai se voi muodostaa useita mielikuvia. Usein asian muoto voi olla tuttu, mutta se hahmottuu eri tavalla. Kuva painuu hyvin mieleen, jos ensin nähdään jotain tuttua, ja sitten yllätetään. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 170.)

Kuvittajan ei tarvitse ottaa kuvaan mukaan mitään epäolennaista. Tärkeä osa kuvan dramaturgiaa on myös **tyhjän tilan** käyttö. Se voimistaa kuvan tehoa ja antaa tilaa ajatuksille. Tyhjä tila voi myös jossain tapauksissa olla kuvan merkityksellisin osa. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 174.) Julisteessa tyhjän tilan käyttö jäi minulla lähes olemattomiin, ja suunnittelin kuvan täyteen kaloja kuvaamaan verkkojen suuruutta ja kalasaaliiden runsautta.

Asioiden **päälaelleen kääntö** ja kärjistys päinvastaisella näkökulmalla auttaa sisäistämään ilmiön. Vastinpareja kuten pieni-suuri, rikas-köyhä voi konkretisoida kuvalla ja saada ne eloon uudella tavalla. Ilmiöiden piirteet saa hahmottumaan selkeämmin vaihtamalla mittakaavaa. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 178.)

Kuvittajan kannattaa hyödyntää **kollektiivista tietoa**, sillä kulttuuri vaikuttaa vahvasti ajatteluun. Sekä tietoiseen että tiedostamattomaan kulttuuritajuntaan kuuluu esimerkiksi symboliikka, historia, mytologia, ja taidehistoria. Kuvittajan on hyvä pohtia valintoja tehdessään, kykeneekö lukija ymmärtämään kuvan viittaukset. Kliseet

ovat siinä mielessä käypää visuaalisen viestinnän materiaalia, koska ne tunnustetaan heti. Käsitekuvituksissa käytetään usein symboleja, mutta niille voidaan antaa uusia ja erilaisia merkityksiä. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 190.)

Sekä kuvissa että tekstissä pätee se, että kaikkea ei kannata selittää. Ihmisaivot osaavat täydentää havaintoa. Kuvittajan kannattaakin hyödyntää tätä piirrettä. Kuvituksen jatkuessa reunoihin herättää lukijassa ajatuksia siitä, **mitä jää rajauksen ulkopuolelle**. Näkymätön kiinnostaa ja voi synnyttää mielikuvia jopa jostain mystisestä. Tulee kuitenkin pitää mielessä, ettei ratkaisu toimi missä tahansa kuvassa. Jonkin kuvaaminen niin suurena, ettei se mahdu sivulle, lisää sen painoarvoa. Hyvä kuvitus korostaa asioita, joita ei voisi valokuvalla ilmaista yhtä mielenkiintoisesti. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 192.) Kuvittaessani julistetta, suunnittelin kalaparven sekä kalastusverkon jatkumaan julisteen rajojen ulkopuolelle. Siten sain kalaparven tuntuun suuremmalta katsojan silmissä.

Kuvitusta suunnitellessa kannattaa muistaa kertovan kuvan keinot, mutta samalla tiedostaa, ettei esimerkkien kopiointi toimi kuvallisessa viestinnässä. Jotta kuvan viesti herättäisi huomiota, sen tulee olla jollain tapaa erityinen. Mikäli kaikki ymmärtävät kuvan, se on luultavasti liian helppo ja perustuu stereotypioihin. Jos osa lukijoista ymmärtää kuvan, siinä saattaa olla ainesta. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 199.)

## 3.3 Typografia

Typografian osuus työssäni on pienempi kuin kuvitusten, mutta esitteessä se on tärkeässä osassa. Otin selvää, mitkä asiat ovat tärkeitä, kun yhdistellään tekstiä ja kuvaa, kuten kuvan aiheisällön riippuvuus suhteessa kuvatekstiin. Julisteessa ja tarroissa päätin piirtää tekstit käsin, sillä päättelin sen tukevan kuvitusten tyyliä parhaiten. Esitteessä on kuitenkin enemmän kirjallista informaatiota, joten sen käsin kirjoittaminen ei olisi toimivaa luettavuuden kannalta.

Hyvä typografia on sekä esteettisesti kaunista että helposti luettavaa. Typografiseen suunnitteluun sisältyy kirjainten valinta ja ladelman muotoilu, mutta myös paperin värin ja kuvitusten valinta. Typografialla tarkoitetaan graafista ulkoasua, ja se vaikuttaa oleellisesti viestin perille menoon. Se on keino saada lukija kiinnostumaan julkaisusta. (Loiri & Juholin 1998, 32)

Typografia on voimakas visuaalinen elementti, ja se voi joskus jopa korvata kuvan, vaikka kuva onkin useimmiten voimakkaampi ilmaisukeino. Kun kuvassa on paljon asiaa, sitä ei tarvitse korostaa typografisin keinoin, mutta jos kuva ei ole kovin informatiivinen, typografialla voidaan parantaa asian painoarvoa. Parhaimmillaan typografia ja kuva tukevat toisiaan. (Loiri & Juholin 1998, 33.)

### Kuvan ja tekstin suhde

Myös kirjaimet ovat olleet alun perin kuvia tai kuvista abstrahoituneita. Kun liittyy abstrakteja muotoja yhteen, syntyy sanakuvia. Kirjainten kuvallisuuden huomaa selviten tarkastellessaan vanhojen kirjojen koristeellisia anfangia, eli lukujen alkukirjaimia. Myös esimerkiksi yritysten logot ja merkit mielletään usein kuvina tekstistä. Hyvä kuvittaja osaa ilmaista ajatuksiaan myös sanallisesti. Pään sisällä muhiva idea pitää usein konkretisoida ensin puheella. Tässä mielessä myös kuvitusten suunnittelu alkaa sanoista. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 94.)

Kuvan ja typografian yhdistäminen vaatii tiivistä yhteistyötä kuvittajan ja toimituksen välillä, jotta saadaan kiinnostavia kokonaisuuksia. Typografian voi suunnitella osaksi kuvitusta, tai kuvituksen osaksi tekstiä. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 100.) Koska opinnäytteeni pääpaino on kuvituksissa, suunnittelin tekstin kuvittamalla osaksi kuvaa.

Taitossa kuvituksella voidaan parhaiten säätää aukeaman dynaamisuutta. Tällöin kuvitus istuu kokonaisuuteen ja erottuu siitä positiivisesti. Kuvitus saa erottua lehden taitosta muodollaan esimerkiksi olemalla suorakaiteen muotoinen valokuva, syvävävä tai vaikka häipyä taustaan. (Tietäväinen & Hänninen 2018, 104.)

Hyvä kuvateksti voi pelastaa huonon kuvituksen. Kuvan aiheisältö on täysin riippuvainen suhteesta tekstiin. Tekstiä muuttamalla kuvasta saadaan esiin täysin erilaisia kuvan käytön funktioita. Yleisin lähestymistapa aihealueisiin on kuvittaa valmiista tekstistä. Jos esimerkiksi tekstinä on *Puu on kaatunut* on helppo lisätä rinnalle kuvituskuva, jossa on kaatunut puu. Jos taas tekstinä on *Mikä tämä on?* ei teksti pärjää ilman kuvaa. Toisaalta jos kuvan, jossa on puu, rinnalla on teksti *Elämä*, kuvitus on siirtynyt symboliselle tasolle. (Hatva 1993, 110.)

## 3.4 Visuaalinen markkinointi

Suurin osa kohtaamastamme informaatiosta tulee näköaistin kautta. Jopa 75 % mainonnasta kulkee silmien kautta ajatusmaailmaamme. Mitä ihminen näkee, kuulee ja kokee synnyttää muistijäljet, ja tätä mahdollisuutta ei kannata yritysten jättää huomioimatta mainostessaan itseään tai tuotettaan. (Nieminen 2004, 8.) Suunnittelemani kampanjamateriaali on visuaalista markkinointia, joten visuaalisen markkinoinnin tehtäviin perehtyminen on olennaista tutkimuksessani.

Visuaalisen markkinoinnin tehtävänä on muun muassa vahvistaa yrityksen tuotteiden tuotekuvaa ja saada ne näkyväksi, rakentaa mielikuvia ja vahvistaa asiakkaan ostohalua visuaalisin keinoin. Visuaalista markkinointia voidaan käyttää esimerkiksi tuotteiden esillepanossa, myymälämainonnassa, tapahtumamarkkinoinnissa, tuotekatalogeissa, messuilla ja näyttelyissä sekä niiden mainonnassa. (Nieminen 2004, 9.)

### 3.4.1 Kampanjasuunnittelu

Kampanjasuunnittelussa on tärkeää, että asiakkaalle tulee ilmi yrityksen liikeidea ja se, millä markkinoilla yritys on, mitä ollaan tekemässä ja miten. Tunnistaminen on kaikista keskeisintä. Se mitä asiakas näkee, lukee ja kuulee erilaisista mainoskanavista kuten radiosta ja televisiosta, tulee olla yhteneväistä sen kanssa, mikä hänelle tulee vastaan yrityksen nettisivuilla tai myymälämiljöössä. Jos asiakas ei tunnista kampanjaa yritysympäristössä, se on epäonnistunut. Toisin sanoen kaikkien viestimien tulee yhtenäisesti ilmaista samaa teemaa samoilla visuaalisilla elementeillä ja samalla verbaalisella kampanjaan valitulla kieliasulla. Verbaalinen viesti on parhaimmillaan lyhyt ja ytimekäs, ja se on visualisoitu tunnistettavaksi kampanjan omalla väriteemalla, joka lisäksi erottuu myös yrityksen muusta viestinnästä. (Nieminen 2004, 232–233.)

Kampanjointi lähtee liikkeelle liikeideasta, asiakkaista ja yrityksen toimintatavasta. Tässä tulee ottaa huomioon tavoiteltavan kampanjan imagon piirteet. On kuitenkin myös tiedostettava kilpailijoiden tuotteet ja viestintä saadakseen paras osumatarkkuus omalle viestinnälle. Tärkeää on löytää kohderyhmien mukaiset mediat viestinnälle. Kampanjalla on aina oltava tavoite, joka liittyy oleellisesti yrityksen kokonaisvaltaiseen markkinoinnin suunnitteluun. Kampanjan tavoitteita ovat muun muassa yrityksen tunnetuksi tekeminen, asiakassuhteiden ylläpito sekä uusien kontaktien saaminen, myynti, erottuminen kilpailijoista sekä yritysmielikuvan luominen. (Nieminen 2004, 233–234.) Suunnittelemani kampanjamateriaalin tavoitteena on kalastuksen vähentäminen kannustamalla kasvispainotteiseen ruokaan. Kuvittamillani kalakuvituksilla pyrin vetoamaan katsojan tunteisiin.

Visuaalinen suunnittelu kulkee käsi kädessä yrityksen muun markkinoinnin kanssa. Kaikkien visuaalisten materiaalien tulee olla yhteneväisiä. Tuotekatalogit, ulkomainonta, tv-mainonta ja printti toteuttavat yrityksen yhtenevää ja tunnistettavaa linjaa. Kampanjatapahtumista voidaan käyttää myös nimitystä promootiot. Tällöin on usein kyse lyhytaikaisista tai irrallisista kampanjoista. (Nieminen 2004, 235.)

Promootioiden toteutuksessa kannattaa käyttää hyvää makua ja maalaisjärkeä. Tulee olla tarkkana brändien imagosta ja arvoista sekä varottava kampanjoimasta niiden vastaisesti. (Nieminen 2004, 242.) Oikeutta eläimille pyrkii parantamaan eläinten asemaa yhteiskunnassa. Kampanjamateriaalien suunnittelussa olen pitänyt järjestön arvot mielessä koko suunnitteluprosessin ajan.

### 3.4.2 Kuvankäyttö eläinsuojelussa

Eräs eläinsuojeluaiheiden kuvittaja on Weronika Kolinska. Hänen kuvituksiaan löytyy esimerkiksi Menima -brändin tuotteista. Kolinskan kuvituksissa on usein tekstejä, kuten *Save the ocean*, *Love all animals*, *Not your fur*. Kuvitukset ovat tyyliältään yksityiskohtaisia, melko realistisia sekä lempeitä kuten kuvio 4 ja kuvio 5 osittavat. Koen kuvitukset kauniina hyvän mielen kuvina, joiden kohdeyleisönä ovat eläinrakkaat ihmiset.



Kuvio 4. *Love all animals* (Kolinska)



Kuvio 5. *Until every cage is empty* (Kolinska)

Pidä Saaristo Siistinä ry:n Suomen Roskakalat -mainoskampanja oli Pro Bono -kategorian voittaja Markkinoinnin, teknologian ja luovuu- den liiton MTL:n järjestämässä Finnish Comms Awards 2019 -kilpai- lussa (Pidä saaristo siistinä ry 2019). Kampanjassa esitettiin merten todellisia roskakaloja, kuten tupakantumppeja, muovipulloja sekä muovipusseja. Kampanjan kuvituskuvien tyyli on mielestäni melko ironinen, synkän humoristinen ja tunteita herättävä. Kohdeyleisönä kampanjalle on kaikki roskaavat ihmiset.

Kampanja on kaikessa vaikuttavuudessaan ollut onnistunut jo saamiensa palkintojen perusteella. Kampanjan viesti on selkeä, ja siihen kuuluva materiaali on visuaalisesti yhtenäinen ja toimiva kuten kuvioista 6, 7 ja 8 on havaittavissa.



Kuvio 6. Suomen roskakalat (Väänänen, K. & Kouvo)



Kuvio 7. Röökikala (Väänänen, K. & Kouvo)



Kuvio 8. Suomen roskakalat 2. (Väänänen, K. & Kouvo)



*Kuva 1. Anna talviunen lahja (Animalia)*



*Kuva 2. Auta minua hoivaamaan (Animalia)*



*Kuva 3. Päästä minut kaivamaan (Animalia)*

Tutustuessani eri eläinsuojelujärjestöjen kampanjoihin huomasin, että kampanjoissa käytetään usein valokuvia kuvituskuviin sijaan. Valokuvat ovat tunteita herättäviä ja kuvaavat usein eläimiä häkeissä ja huonoissa oloissa tai toisaalta vapaana luonnossa. Kuvat 1, 2 ja 3 ovat Animalian *Tämä on kotini* -kampanjasta. Kampanjan kohdeyleisönä on varmasti kaikki eläinrakkaat ihmiset, joille halutaan tuoda tietoon millainen on tuotantoeläinten koti tällä hetkellä. Sitä kautta kampanjalla yritetään kerätä lahjoittajia parantaakseen eläinten olosuhteita.

Tutkin myös eri eläinystävällisten yritysten tuotteita kuten Plant faced clothing -vaatekaupan tarjontaa. Suurin osa kuvituksista perustui typografiaan, kuten kuviossa 9. Teksti *Stop eating animals* muodostaa tyylikkään kuvion. Vaikka vaatteet ovat visuaalisesti miellyttäviä, pelkkä kaunis teksti ei herätä minussa juurikaan tunteita. Pohdin, että tulevatko nämä vaatteet ostetuiksi tyyliä vai sanomansa vuoksi.



Kuvio 9. Hoodie (Plant faced clothing)

Kysyin Oikeutta eläimille -järjestön yhteyshenkilöltäni Kristina Oinosenlta mikä sai heidät valitsemaan kalastuksen vastaiseen kampanjaansa lempeät kalakuvitukset, vaikka monet eläinsuojelujärjestöt lähestyvät aihetta surullisilla ja toisinaan järkyttävilläkin valokuvilla.

Oinosen (2022) mukaan, he haluavat lempeillä kuvituksilla muistutella ihmisiä eläinten yksilöarvosta, kuinka jokainen on elävä, tunteva ja kompleksi olento. Oinonen kertoo, että kalat ja kanat eivät herätä ihmisissä samanlaista myötätuntoa mitä muut eläimet kuten koirat, possut ja ketut. Tästä syystä on ollut vaikeaa herättää keskustelua kalastuksesta ja kalatuotannosta. Oinosen mukaan tämä on ollut haasteena monissa eläinoikeusjärjestöissä. Monet ihmiset näkevät kalat vain ruokana ja kalastuksen rentouttavana harrastuksena. Hän kuitenkin toteaa, että todennäköisesti kampanjaan on tulossa myöhemmin myös karumpaa kuvamateriaalia kaloihin liittyen, ja toivoo ihmisten olevan vastaanottavaisempia ja ymmärtäväisempiä kaloja kohtaan lempeämmän keskustelunavauksen jälkeen.

# 4. Työprosessi

## 4.1 Tarrat

Aloitin työprosessin tarroista. Minusta suunnittelussa oli helpoin lähtö liikkeelle tarroista, sillä koin ne kuin hahmosuunnitteluna. Tarroissa tulisi olla tavallisia suomalaisia kaloja, sekä teksti *Ystävää ei ruokaa*. Valitsin kaloiksi hauen, kirjolohen sekä ahvenen. Sain Oikeutta eläimille järjestön yhteyshenkilöltä esimerkkikuvan kuvio 10, minkä tyylisiä tarroja he toivovat. Kuvassa oli iloinen kala, jota ympäröi sydämet ja simpukat sekä teksti *Friend not food*. Pohdin, että aihetta tulisi lähestyä lempeästi kuvakulmasta, ja kuvitusten tulisi olla ystävällisiä ja herttaisia. Kokosin aluksi moodboardin tunnelmasta, minkä halusin kuvituksista välittyvän. Moodboardiin keräsin kuvia pastellinsävyistä, sekä lempeistä kalakuvituksista.



Kuvio 10. Esimerkki (Jane, J.)



Kuvio 11. Ensimmäinen luonnos

#### 4.1.1 Kuvitustyyli

Minulla oli aluksi vaikeuksia löytää sopiva kuvitustyyli. Teen paljon eläinkuvituksia, mutta tyylini on niissä usein ironinen ja synkkä, mitä en halunnut näihin kuvituksiin. Luonnostelin ensimmäisen tarran kuvio 11 useita kertoja, eikä lopputulos miellyttänyt silmääni.

Samaan aikaan tein toista projektia, jossa suunnittelin vintage -tyylisen julisteen. Tutkin paljon 80-luvun elokuva- ja matkailujulisteita sekä kuvituksia, ja innostuin niistä. Päätin hyödyntää retrotyyliä myös kalastuskampanjan materiaaleissa. Retrokuvituksissa on paljon värejä, ja hahmot ovat usein tehty pilke silmäkulmassa. Pohdin, että retrokuvituksilla varustetut vaatteet ja asusteet ovat tällä hetkellä muodissa, joten kalakuvituksia voisi halutessaan hyödyntää myös vastaavaan.

Tein uuden moodboardin ja poimin sieltä väripaletin mihin ihastuin. Aloitin ensimmäisen tarran suunnittelun kirjolohesta. Valitsin tarran muodoksi ympyrän, ja päädyin käyttämään samaa muotoa jokaisessa tarrassa. Suunnittelin ja piirsin tarrat käyttäen iPad:in Procreate sovellusta. Piirrän myös paljon käsin eri tekniikoilla kuten tusseilla, puuväreillä ja vesiväreillä. Totesin kuitenkin, että tässä tapauksessa paras vaihtoehto on digitaalinen kuvitus, jotta voin muokata kuvia asiakkaan toiveen mukaan.

Kirjoloihen suunnittelin hyppäämään iloisesti, piirsin sen ympärille aallot symbolina kalan vaeltamisesta. Lopuksi piirsin tekstin *Friend not food*. Pohdin myös erilaisia fonttivaihtoehtoja, mutta päädyin piirtämään tekstin käsin. Halusin saada sanat istumaan ympyrään mahdollisimman luonnollisesti, ja koin, että tällä tavalla se onnistuu parhaiten.

Seuraavaan tarraan suunnittelin hauen vesikasvien seassa. Hauki viihtyy kasvustossa ja vaanii saalistaan maastoutumalla vesikasvien joukkoon. Kolmanteen tarraan suunnittelin iloisen ahvenen lumpeiden alle. Kaikkiin tarroihin käytin samaa tekstiä eri väreillä.

## 4.1.2 Muutokset ja haasteet

Lähetin tarroista kuvat ohjaavalle opettajalleni Kaisa Lekalle sekä Oikeutta eläimille yhteyshenkilölleni Kristina Oinoselle. Kuvituksesta pidettiin kovasti, mutta niihin toivottiin muutamaa muutosta. Oikeutta eläimille logo tuli sisällyttää tarroihin ja tekstiä *Friend not food* toivottiin myös suomenkielisenä vaihtoehtona, sillä ei oltu tehty vielä päätöstä, tulisiko materiaali olla suomeksi vai englanniksi. Lisäksi kalojen suut haluttiin kiinni. Olin piirtänyt kaikille kaloille iloisen avonaisen suun kuten kuviossa 12 nähdään, mutta yhteyshenkilö kertoi kalojen suun olevan vedessä lähes aina kiinni ja kuolleena auki.

Opettajani toivoi, että kokeilisin haukitarran tekstiä vielä eri väreissä. Olin suunnitellut tekstin keltaiseksi oranssilla varjolla, ja mahdollisesti jokin toinen väriyhdistelmä saisi hauen enemmän näkyviin kuvassa. Haukitarran värikokeiluja nähdään kuviossa 13.

Kuvituksia muokatessani kohtasin muutamia haasteita. Olin suunnitellut tarrat niin täyteen, että logoa oli vaikea saada mahtumaan kuvaan. Lohitarrassa logo istui hyvin, mutta sekä ahven- että haukitarrassa oli sille liian vähän tilaa. Tein logon taakse värialueen kuten Kuviossa 14 havaitaan, mutta se näytti huonolta. Minun tuli siirrellä ja muokata kuvaan piirtämiäni elementtejä saadakseni logon istumaan kunnolla.

Tekstin muuttaminen suomeksi tuotti ongelmia. Yritin jäljentää mahdollisimman hyvin luomaani kirjasintyyliä, kuitenkin niin, että teksti YSTÄVÄ veisi saman tilan tarrasta kuin teksti *FRIEND*. Tässä tuotti haastetta ä-pisteet, joista johtuen en saanut kirjaimista tarpeeksi korkeita ja kapeita. Muokkasin tekstiä lukuisia kertoja saadakseni ne mahdollisimman yhdennäköisiksi. Tämä vei yllättävän paljon aikaa. Suomenkielinen teksti on nähtävissä kuviossa 14.

Lopputuloksena syntyi kuusi tarraa. Lohi, hauki sekä ahven tarrat suomeksi ja englanniksi. Tarroista pidettiin, ja olen myös itse tyytyväinen lopputulokseen. Halusin, että tarroista välittyvät kalan tunteet. Tähtäsin myös värikkääseen retrotyyliin, joka onnistui mielestäni hyvin.



Kuvio 12. Lohi- ja Ahventarrat ennen muutoksia



Kuvio 14. Suomenkielinen teksti



Kuvio 13. Haukitarran värikokeiluja

## Valmiit tarrat englanniksi



## Valmiit tarrat suomeksi



## 4.2 Juliste

Olin suunnitellut tarrat lempeiksi ja iloisiksi kalakavereiksi, joiden tavoite on kannustaa kasvisruokavalioon. Halusin kuitenkin Seaspiracy dokumentin inspiroimana tehdä julisteesta aiheeltaan synkemmän ja vetoamaan kalastajiin ja kannustamaan kalastuksen vähentämiseen. Pidin sivusaaliin tuomista ihmisten tietoon myös tärkeänä asiana, ja halusin sen näkyvän julisteessa.

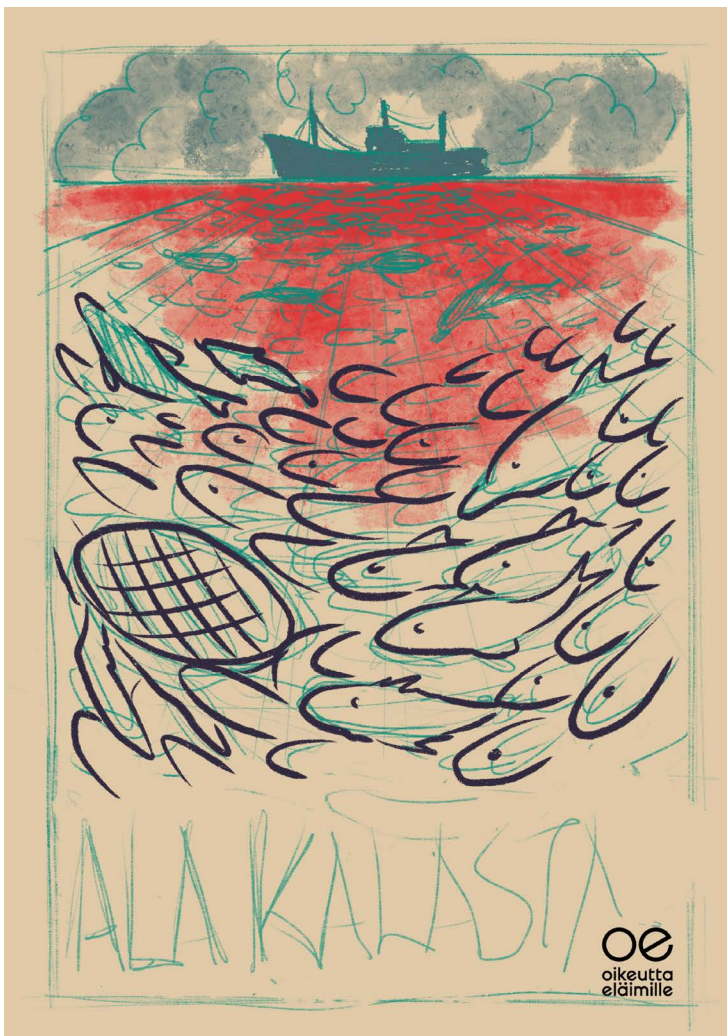
### 4.2.1 Suunnittelu

Aloitin suunnittelun tekemällä muutamia luonnoksia. Oikeutta eläimille -järjestö halusi tarrojen kuvituksista lempeitä, joten tiedustelin, voisiko juliste olla aiheeltaan tarroja dramaattisempi. He pitivät ajatuksesta, ja aloin suunnitella kaloja kalastusverkoissa. Halusin pitää kiinni kuvitustyylistä ja värimaailmasta, jotta kampanjamateriaali pysyisi yhtenäisenä. Lähetin ensimmäisen luonnoksen kuvio 15 ohjaavalle opettajalleni, joka kannusti tekemään kuvituksesta vielä dramaattisemman.

Julisteeseen piirsiin yläreunaan troolarin seilaamassa merellä ja saastuttamassa ilmaa mustalla savulla kuten kuvioista 16 havaitaan. Veden alla valtava verkko täynnä erilaisia kaloja. Tabrizin (2021) Seaspiracy dokumentissa kerrottiin, kuinka paljon kaloja, delfiinejä, merikilpikonnia ja muita eläimiä jää kiinni valtaviin kalastusverkkoihin sivusaaliina. Verkkoihin vahingossa jääneet eläimet ja kalat usein kuolevat tai loukkaantuvat pahoin ennen kuin ne heitetään takaisin mereen. Halusin myös tämän puolen näkyvän selvästi julisteessa.



Kuvio 15. Ensimmäinen julisteluonnos



Kuvio 16. Toinen julisteluonnos

Ensimmäiseen julisteluonnokseen kuvio 15 verrattuna, toisessa luonnoksessa kuvio 16 on huomattavasti runsaammin kaloja. Toinen luonnos on myös synkempi johtuen verestä sekä kalastusaluksesta. Halusin julisteesta värikkään, mutta ensimmäinen luonnos oli liian räikeä dramaattiseen aiheeseen.

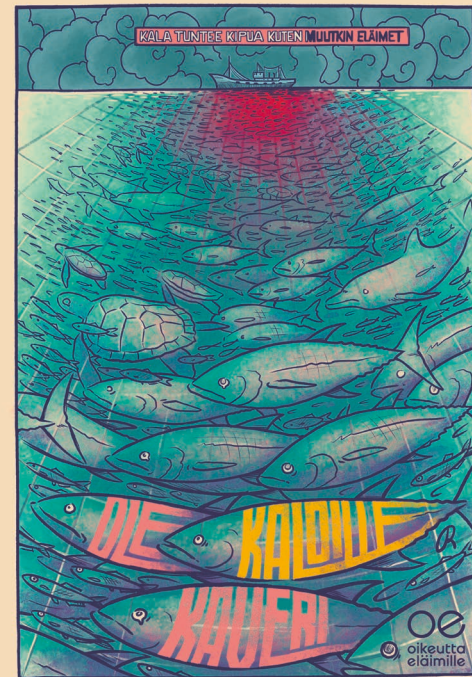
Suunnittelin verkkoon kalojen lisäksi myös kilpikonnaa sekä delfiinejä kuvaamaan sivusaalista. Piirsin kalastusaluksen pienenä horisonttiin, ja kalat suurenemaan kohti kuvan alareunaa. Tällä tavoin loin jäävuoriefektin, jossa vain jäävuoren huippu näkyy pinnalla ja suurin osa vuoresta on vedenalla.



Kuvio 17. Julisteluonnos



Kuvio 18. Julisteluonnos



Kuvio 19. Julisteluonnos

#### 4.2.2 Haasteet ja lopputulos

Työstäessäni julistetta eteenpäin yritin pitää kiinni samasta tyylistä kuin tarroissa, vaikka tunnelma julisteen kuvituksessa onkin eri. Aluksi pohdin, voinko saada kuvituksista yhtenäisiä ja yhdistetäänkö juliste samaan kampanjaan tarrojen kanssa, jos tarrat ovat iloisia ja juliste taas dramaattinen. Pohdin mitkä kaikki asiat vaikuttavat siihen, että tyyli pysyy yhtenäisenä. Kokeilujeni jälkeen tulin siihen tulokseen, että väri-maailma, viivan käyttö sekä tekstin tyyli ovat tässä tärkeässä asemassa.

Valitsin julisteeseen tekstit *Kala tuntee kipua kuten muutkin eläimet* ja *Ole kaloille kaveri*. Aluksi pohdin tekstiä *Älä kalasta*, mutta keskusteltuani ohjaavan opettajani kanssa totesimme, ettei suora käsky olisi toimiva. Ihmiset eivät yleensä vastaanota tämän tyyllisiä käskyjä yhtä avoimesti, kuin kehotusta, joka saa katsojan pohtimaan.

Tekstien piirtäminen tuotti haasteita, sillä *Ole kaloille kaveri* on paljon pidempi kuin *Älä kalasta*. Halusin päätekstin olevan kuvassa mahdollisimman isolla. Kokeilin tekstiä kuvaan eri tavoilla, mutta

koska ne poikkesivat tarrojen tekstin tyylistä, se ei sopinut kokonaisuuteen. Pidin julisteen kuvituksesta, mutta piirtämäni teksti ei sopinut kuvaan kuten kuvio 17 ja kuvio 18 osoittavat. Julisteen alaosa oli haastava saada toimimaan. Lopulta päätin kuvittaa kalat julisteen alareunaan asti kuten kuviossa 19, jolloin juliste muuttui huomattavasti paremmaksi. Julisteen värien pohtiminen tuotti myös haasteita. Olin suunnitellut tarrat värikkäiksi, joten halusin myös julisteen olevan värikäs. Julisteen aihe oli kuitenkin synkempi, joten jos käyttäisin paljon värejä, pohdin olisiko julisteen sanoma yhtä tehokas.

Lopulta asettelin tekstin kahdelle riville. Piirsin tekstin mahdollisimman samankaltaiseksi kuin tarroissa. Valitsin tekstiin väreiksi punaisen ja keltaisen. Punainen väri teki julisteen kokonaisuudesta värikkäämmän, mutta säilytti kuvan dramaattisuuden. Tein tekstille *Kala tuntee kipua kuten muutkin eläimet* tilaa poistamalla pilviä taustalta, jolloin teksti istui kuvaan paremmin. Olin tyytyväinen lopputulokseen, kuten myös yhteistyökumppanini.

## Valmis juliste



## 4.3 Esite

Esitteen kooksi haluttiin joko A5 tai A6, joista valitsin A6 koon. Päätin suunnitella esitteestä haitarimaisen, joka on kaksipuolinen ja kolme sivuinen. Kanteen sijoitin suunnittelemani julisteen. Sain opettajaltani Kaisa Lekalta ajatuksen, että esite olisi postikorttikartonkia, ja kannen saisi repäistyä irti ja käytettyä postikorttina. Oikeutta eläimille -järjestön yhteyshenkilöni pitivät tästä ajatuksesta myös, joten lähdin toteuttamaan suunnitelmaa.

Aluksi tein kartongista mallin kuvan 4 mukaisesti havainnollistamaan itselleni, millainen esite tulisi olemaan konkreettisesti. Oikeutta eläimille -järjestön yhteyshenkilö Oinonen pyysi, että esitteessä käytettäisiin brändin fonttia Gilroy, sekä brändin violettia väriä.

Tein esitteen InDesign-ohjelmalla. Oikeutta eläimille käyttää nettisivuillaan paljon brändin violetta sekä valkoista kuvion 20 tavoin, joten halusin toistaa näitä värejä myös esitteessä. Kanteen sijoittelin suunnittelemani julisteen, ja takakanteen sijoitin haukihahmoni. Sain Oinoselta tekstejä, joista poimin pääkohtia esitteen välisivuille. Esitteeseen tuli myös nettiosoite, mistä löytyy lisätietoa kampanjasta.

En ole vastaavaa esitettä suunnitellut aiemmin, joten tämä tuotti haasteita. Aluksi lähdin melko perinteisellä linjalla tekstien asettelun suhteen, joka näytti vähän tylsältä. Toin mukaan julisteeseen suunnittelemani osia kuvittamaan tekstiä, joka teki kokonaisuudesta yhtenäisemmän. Korostin myös tekstistä muutamia avainsanoja helpottamaan lukukokemusta vaihtamalla fontin leikkauksen Boldiksi.

Suunnittelin esitteen kannen olevan irtirepäistävä postikortti, joten kannen ja ensimmäisen sivun välissä tulisi olemaan perforointi, eli pieniä lävistyksiä helpottamaan irtirepäisyä. Esitteen materiaaliksi suunnittelin mattapintaisen päällystämättömän kartongin, jotta kortin kääntöpuolelle olisi helpompi kirjoittaa. Tein valmiista esitteestä mock-up kuvat, eli mallit hahmottamaan miltä lopullinen painotuote näyttäisi. Olin tyytyväinen lopputulokseen kuten myös asiakkaani.



**Video paljastaa, miten turkistarhojen oloja salakuvataan**



**Nämä kuvat osoittavat, miksi broileriteollisuus on tehotuotannon äärimmäisin muoto**

Kuvio 20. Kuvakaappaus Oikeutta eläimille järjestön nettisivuilta (Oikeutta eläimille)



Kuva 4. Kartonkimalli

# Valmis esite

## TUNTEVA KALA

Tieteellinen todistusaineisto on vahvasti sen puolella, että kalat **tuntevat kipua**. Esimerkiksi kirjolohet reagoivat kudusvaurioon samankaltaisella liikehtimisellä kuin nisäkkäät. Kalatkin kokevat kipuaistimuksen yhteydessä tietoista, psyykkistä epämukavuutta.

**Kalastajan kaukkuun tai verkkoon jääminen on kaloille tuskallista**, samoin niistä irtottaminen. Teollisessa kalastuksessa kalat jätetään kuolemaan hitaasti tukehtumalla.

**Myös kalojen kasvatusta aiheuttaa kärsimystä**. Vankeudessa elävät kalat osoittavat samoja merkkejä vankeuden haitallisista vaikutuksista kuin muutkin eläimet.

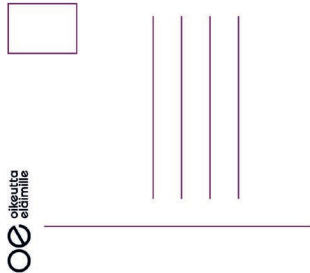


## SOSIAALINEN KALA

Kalat eivät ole mykkiä. Useat kalalajit **ääntelevät**. Ääntely voi olla korkeaa ulinaa, pehmeä kehrystä tai kovaa rummutusta. Äänen lisäksi kaloilla on paljon muitakin tapoja viestiä muille mielialaansa: liikkeet viestivät kalojen tuntemuksista, ja esimerkiksi värin kalpeneminen viestii yleensä pelosta.

Perheryhmissä elävät kalat ja todennäköisesti myös monet isomoin parviin kuuluvat kalat **tunnistavat muita yksilöitä**. Joissakin parvissa on myös tarkka sosiaalinen arvojärjestys.

Kaloilla on jopa **aisteja, jotka ihmisiä puuttavat kokonaan**: tällaisia ovat esimerkiksi kylkiviivoaisti ja sähköaisti. Näistä eroista huolimatta on selvää, että kalat ovat tietoisia, tuntoisia ja sosiaalisia olentoja, jotka tulisi sisällyttää eettisen huomion piiriin.



oe oikeutta eläimille



Kalahaaste  
Instagram: @kalahaaste

## ÄLYKÄS KALA

Kalojen aivoissa on rakenteita, joissa erilaisia aistimuksia ja tunteita voidaan käsitellä **tietoisesti**. Tietoisuuden määrittelyä voidaan pitää kykyä olla lesnä maailmassa ja kokea arsykkeita, kuten kipua, pelkoa, nälkää, janoa ja mielihyvää.

Kaloilla on kehittynyt ympäristön hahmottamisen ja suunnistamisen kyky, joidenkin kalalajien on **havaittu käyttävän työkaluja** esimerkiksi simpukoiden avaamiseen, ja usalla lajeilla on hyvin kehittynyt **kyky hahmottaa sosiaalisia verkostoja ja hierarkioita**.

Lisätietoja osoitteessa:  
<https://vegaanhaaste.fi/tuntevat-ja-tietoiset-kalat>



oe  
oikeutta  
eläimille

## 4.4 Mainosmateriaali sosiaaliseen mediaan

Kampanjaa varten minua pyydettiin tekemään mainoskuvat Instagramin tarinaan ja julkaisuun. Kuvat päätin muokata tarra- ja julistekuvitusten pohjalta. Instagram julkaisu on kooltaan 1080x1080px, eli neliön muotoinen. Valitsin ahventarran kuvituksen Instagram julkaisuksi, sillä se oli mielestäni parhaiten muokattavissa neliön muotoiseen kuvaan.

Vaihdoin hieman tekstin asentoa, jotta se sopisi uuteen muotoon paremmin. Tarrat olin suunnitellut ympyrän muotoon, joten minun tuli muuttaa asettelua uudelleen. Jatkoin myös lumpeenlehtiä pidemmälle reunoja kohti kuten kuviossa 18 voidaan nähdä. Lopputulos oli mielestäni toimiva. Aloin suunnitella myös haukitarran kuvitusta Instagram julkaisua varten, mutta kuvituksen osat eivät toimineet yhtä hyvin neliössä kuin ympyrässä, joten en vienyt haukikuvaa loppuun asti.

Minulta pyydettiin myös 1920x1080px kokoinen kuva Instagram tarinaa varten. Tähän valitsin julisteen kuvituksen, sillä se oli muodoltaan lähimpänä tarinan muotoa. Julisteen olin suunnitellut A2 kokoon, joten se on muodoltaan leveämpi kuin tarinan kuva. Julisteen kuvituksen kalaparven olin suunnitellut jatkumaan yli julisteen reunojen, joten siitä oli helppo rajata kapeampi. Tekstin ja Oikeutta eläimille logon paikkaa ja kokoa oli muokattava, etteivät ne rajautuisi taustan mukana. Lopputulos oli onnistunut, ja julisteen kuvitus istui hyvin Instagram tarinan formaattiin.



Kuvio 18. Ahventarran muokkaaminen Instagram formaattiin

## Valmis kuva Instagram julkaisuun



## Valmis kuva Instagram tarinaan



# 5. Yhteenveto

Kampanjan tavoitteena oli vähentää liikkalastusta, sekä innostaa kasvispainotteiseen ruokavalioon. Opinnäytetyössäni otin tavoitteeksi tehdä tunteita herättävät kuvitukset, jotka viestivät kalan olevan tunteva olento. Materiaalien tuli myös olla tyyliiltään yhtenevät. Ammatillinen tavoitteeni oli kehittyä kuvittajana projektin aikana.

Kalastuksen ympäristöhaitat olivat minulle entuudestaan melko vieraita, joten tutkittuani liikkalastusta opin, kuinka suureen vaaraan se on asettanut vesistöjen ekosysteemit ja monet merissä elävät lajit. Mielestäni olisi tärkeää tuoda kalastuksen haittoja enemmän ihmisten tietoon, jotta yhä useammat ymmärtäisivät sen ympäristöhaitat ja voisivat tehdä valinnan kohti kestävämpiä elintapoja. Itse olen jo pitkään vältellyt lihatuotteiden ostamista, mutta aloitettuani tutkimukseni olen jättänyt kalan syönnin kokonaan.

Tutkiessani kuvituksen mahdollisuuksia ja keinoja opin paljon uutta siitä, miten suunnitella nokkela ja mieleenpainuva kuvitus. Kuvitus ei aina ole vain tukemassa tekstiä, vaan voi herättää myös katsojan mielenkiinnon. Kuvitus on hyvä väline kannanottoon ja monimutkaisten asioiden konkretisointiin. Kuvituksesta voi saada mielenkiintoisen esimerkiksi suunnittelemalla siitä monitulkintaisen, tai käyttämällä hyödyksi ison ja pienen hierarkiaa sekä värien synnyttämiä mielikuvia.

Kampanjamateriaalien suunnittelun kannalta oli myös olennaista perehtyä visuaaliseen markkinointiin, sillä sen avulla visualisoidaan yrityksen arvoja ja identiteettiä. Vertailllessani eri eläinsuojelu tahojen eläinkuvia ja -kuvituksia huomasin, että aihetta lähestytään usein joko suloisilla, tai järkyttävillä kuvilla.

Suunnitteluprosessin aikana opin itsestäni ja tyylistäni kuvittajana. Lempäät sävyt ja aiheet ovat minulle haastavia, kun taas dramaattisempiin aiheisiin minun on helpompi tarttua. Kampanjamateriaalien suunnittelussa tuli pitää koko ajan mielessä kuvitusten yhtenäinen tyyl. Onnistuin tässä hyvin, vaikka välillä se olikin vaikeaa. Eniten haasteita tuotti tekstin piirtäminen ja sen pitäminen tyyllisesti samankaltaisena kaikissa kuvituksissa.

Lopulliset materiaalit ovat mielestäni onnistuneita. Tarrat ovat leikkisiä ja värikkäitä, ja omalla persoonallisella kuvitustyyllilläni luotuja. Tarrojen kalakuvitukset välittävät ilon tunteita ja inhimillistävät kalaa. Julisteessa sen sijaan kaloista välittyy surullisuus ja pelko, mitä kalastusverkkoon joutuminen aiheuttaa. Ahvenkuvitus toimii hyvin Instagramin neliöformaattissa, sekä julisteen kuvitus istuu onnistuneesti Instagramin tarinaformaattiin. Esite on informatiivinen ja tyylikäs.

Oikeutta eläimille -järjestön kalastuksenvastainen kampanja ei ole vielä käynnistynyt, joten kampanjan tavoitteiden toteutumiseen on tässä vaiheessa hankala ottaa kantaa. Kuitenkin opinnäytetyöni tavoitteet koen saavuttaneeni. Kuvituksista välittyy kalojen tunnetilat, ja ne ovat kampanjan tavoitteiden mukaiset. Materiaaleista voidaan havaita, että ne kuuluvat selvästi samaan kampanjaan. Tämä välittyy kuvitustyylistä, värimaailmasta sekä letteringistä, eli piirretystä tekstistä. Kuvitusprosessin aikana koen oppineeni ongelmanratkaisukykyä pohtiessani kuvitusten yhteneväisyyttä ja näin ollen kehittyneeni kuvittajana.

# Lähteet

## Kirjalähteet:

- Ahjopalo-Nieminen, T.** 1999. Kuvittajan keinot. Jyväskylä: Gummerus
- Hatva, A.** 1993. Kuvittaminen. Helsinki: Rakennustieto Oy
- Lehtonen, H. & Varjo, M.** 2021. Suomen kalat. Helsinki: Readme.fi
- Nieminen, T.** 2004. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WSOY
- Tietäväinen, V. & Hänninen, V.** 2018. Kertova kuva. Helsinki: SKS (Suomen Kirjallisuuden Seura)
- Yrjölä, S., Lehtonen, H. & Nyberg, K.** 2015. Suomen kalat. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Nemo

## Elokuvalähteet:

- Tabrizi, A.** 2021. Seaspiracy. A Netflix original documentary. Dokumentti. Viitattu 13.2022. Saatavissa: Netflixin suoratoistopalvelu

## Haastattelu:

- Oinonen, K.** 2022. Digitaalisen markkinoinnin vastaava. Oikeutta eläimille. Haastattelu 13.2022

## Sähköiset lähteet:

- Calvo.** Sertifikaatit. Viitattu: 13.2022. Saatavissa: <https://www.calvo.fi/vastuullisuus/vastuullisuus-sertifikaatit/>
- Lehtonen, H.** 2019. Tiede. Millaista on kalan kipu? Viitattu: 16.4.2022 Saatavissa: <https://www.tiede.fi/artikkeli/millaista-kalan-kipu>
- Oikeutta eläimille a.** Viitattu 11.4.2022. Saatavissa: <https://oikeuttaelaimille.fi/oikeutta-elaimille>
- Oikeutta eläimille b.** Tuntevat ja tietoiset kalat. Vegaanihaaste. Viitattu: 4.4.2022. Saatavissa: <https://vegaanihaaste.fi/tuntevat-ja-tietoiset-kalat>
- Pidä saaristo siistinä ry.** 2019. Kuinka pieni oivallus sai aikaan suuren muutoksen – Suomen roskakalat -kampanja palkittiin jälleen! Pidä saaristo siistinä ry. Viitattu: 1.3.2022. Saatavissa: [https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/kuinka\\_pieni\\_oivallus\\_sai\\_aikaan\\_suuren\\_muutoksen\\_-\\_suomen\\_roskakalat\\_-\\_kampanja\\_palkittiin\\_jalleen!.5184.news](https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/kuinka_pieni_oivallus_sai_aikaan_suuren_muutoksen_-_suomen_roskakalat_-_kampanja_palkittiin_jalleen!.5184.news)

## Kuvalähteet:

**Kuvio 1.** WWF. Viitattu 5.4.2022. Saatavissa: <https://wwf.fi/ruoka/kalaopas/laji/hauki/>

**Kuvio2.** WWF. Viitattu 5.4.2022. Saatavissa: <https://wwf.fi/ruoka/kalaopas/laji/kirjolohi/>

**Kuvio 3.** Yrjölä, S. 2015. Teoksessa Yrjölä, S., Lehtonen, H. & Nyberg, K. 2015. Suomen kalat (s. 222). Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Nemo

**Kuvio 4.** Koliska, W. Viitattu 1.3.2022. Saatavissa: <https://www.instagram.com/w.kolinska/?hl=fi>

**Kuvio 5.** Koliska, W. Viitattu 1.3.2022. Saatavissa: <https://www.instagram.com/w.kolinska/?hl=fi>

**Kuvio 6.** Väänänen, K. & Kouvo, A. Suomen roskakalat. 2019. Viitattu 1.3.2022. Saatavissa: [https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/suomen\\_roskakalat\\_-\\_kampanja\\_on\\_vuoden\\_mainos.5058.news](https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/suomen_roskakalat_-_kampanja_on_vuoden_mainos.5058.news)

**Kuvio 7.** Väänänen, K. & Kouvo, A. 2018. Viitattu 1.3.2022. Saatavissa: [https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/taalta\\_tulee\\_roskakalalive\\_suomen\\_vanhimmat\\_roskakalat\\_elavat\\_jopa\\_1000-vuotiaiksi%21.4796.news](https://www.pidasaaristosiiistina.fi/viestinta/uutisia/taalta_tulee_roskakalalive_suomen_vanhimmat_roskakalat_elavat_jopa_1000-vuotiaiksi%21.4796.news)

**Kuvio 8.** Väänänen, K. & Kouvo A. 2019. Viitattu 1.3.2022. Saatavissa: <https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kulttuuri/rookikala-ja-pussikala-voittivat-mainoskisan-katso-skn-muotoilutarpit/>

**Kuvio 9.** Plant faced clothing. Viitattu: 1.3.2022. Saatavissa: <https://plantfaced-clothing.com/collections/hoodies-sweaters-men/products/illusions-hoodie-stop-eating-animals-beige>

**Kuvio 10.** Jane, J. Viitattu: 14.2022. Saatu sähköpostilla Oikeutta eläimille järjestön yhteyshenkilöltä

**Kuvio 20.** Oikeutta eläimille. Kuvakaappaus nettisivuilta. Viitattu: 13.4.2022. Saatavissa: <https://oikeuttaelaimille.fi/>

**Kuva 1.** Animalia. Tämä on kotini -kampanja. Viitattu: 1.3.2022. Saatavissa: <https://animalia.fi/kampanjat/tamaonkotini/>

**Kuva 2.** Animalia. Tämä on kotini -kampanja. Viitattu: 1.3.2022. Saatavissa: <https://animalia.fi/kampanjat/tamaonkotini/>

**Kuva 3.** Animalia. Tämä on kotini -kampanja. Viitattu: 1.3.2022. Saatavissa: <https://animalia.fi/kampanjat/tamaonkotini/>

# Liite 1

Tarrat englanniksi



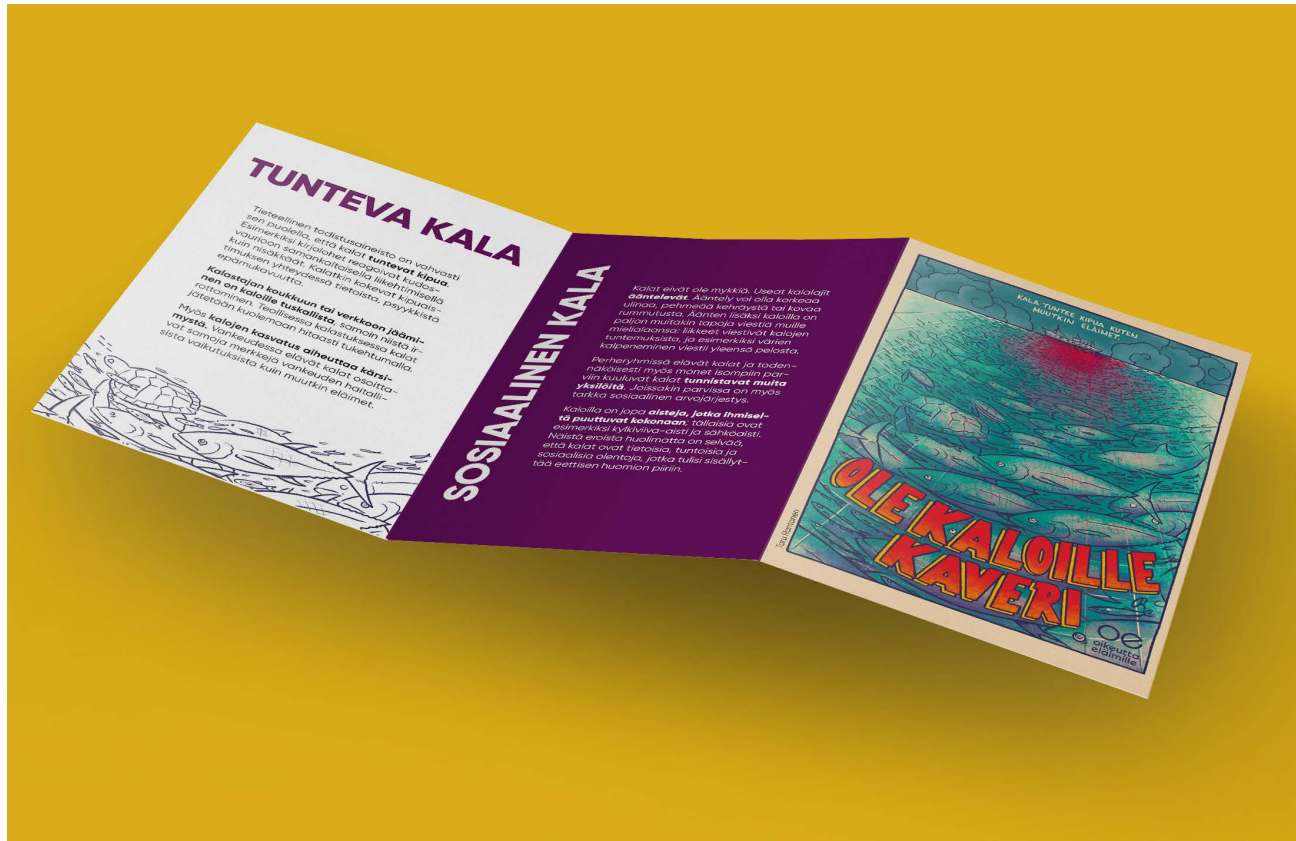
# Liite 2

Tarrat suomeksi



# Liite 3

## Esite





# Liite 4

Mainosmateriaalit sosiaaliseen mediaan



# Liite 5

Juliste

