



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

## **Kuva vastaa tuhatta sanaa**

Sarjakuva uutena tiedotusvälineenä Naisten Pankille

*Julia Lind ja Trista Ramberg*

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma (210 op)

Arvioitavaksi jättämisaika 4 / 2015

# HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Koulutusohjelman nimi

### TIIVISTELMÄ

<b>Työn tekijä</b> Julia Lind, Trista Ramberg	<b>Sivumäärä</b> 43 ja 0 liitesivua
<b>Työn nimi</b> Kuva vastaa tuhatta sanaa - sarjakuva uutena tiedotusvälineenä Naisten Pankille	
<b>Ohjaava(t) opettaja(t)</b> Tarja Kuula	
<b>Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja</b> Naisten Pankki	
<b>Tiivistelmä</b> <p>Tässä opinnäytetyössä haluttiin tarjota tilaajaorganisaatio Naisten Pankille uudenlainen väline tiedottamiseen sarjakuvista, sekä tuottaa heille uutta materiaalia projektin kautta.</p> <p>Sarjakuva on viime aikoina saanut enemmän huomiota esimerkiksi yhteiskunnallisten asioiden kannanottajana (esimerkiksi Marjane Satrapi 2000 Persepolis), mutta sen täyttä potentiaalia ei ole vielä järjestömaailmassa havaittu. Halusimme selvittää sarjakuvan mahdollisuuksia järjestön tiedotusvälineenä. Selvitämme myös yleisesti sarjakuvan käytön hyötyjä ja mahdollisia haittoja.</p> <p>Opinnäytetyömme kautta pohdimme voisiko sarjakuvat vastata nykyajan ongelmaan informaation tulvasta. Yleisön huomio saavuttamiseksi järjestömaailma voisi käyttää sarjakuvaa hyödyntäen sen helpolukuisuutta ja huomiota herättävää ulkoasua. Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa - sarjakuvat voisivat helpottaa yleisön ajanpuutetta supistamalla suuren määrän tietoa sarjakuvan muotoon.</p> <p>Sarjakuvan kautta järjestö voi levittää sanomaansa helposti luettavassa muodossa, jota myös lukurajoitteinen yleisö, sekä yleisö jolla on kielellisiä vaikeuksia voi lähestyä helpommin. Järjestömaailmalla on entistä suurempi tarve aktivoida nuoria mukaan toimintaansa ja sarjakuva on nuorille helposti lähestyttävä tiedotuksen väline. Sitä voidaan myös levittää helposti netin kautta, jota varsinkin suomalaiset nuoret pitävät pääasiallisena tiedonsaannin lähteenään.</p> <p>Käytännössä kehittämistyöstä syntyy tuotoksena uudenlainen toiminnanmuoto järjestön tiedottamiseen, sekä sarjakuvamateriaalia tilaajaorganisaation käyttöön.</p> <p>Opinnäytetyön kehittämiskysymyksenä pohdimme onko sarjakuvalla paikka järjestön viestin levittämisessä? Tähän vastaamme projektin onnistuneisuuden kautta. Kuinka tilaajaorganisaatio koki uudenlaisen tiedotusvälineen, millaisen vastaanoton uusi materiaali sai Naisten Pankin sosiaalisessa mediassa ja miten ihmiset kokevat yleisesti tiedon saannin sarjakuvan kautta. Näihin kysymyksiin vastaamme Naisten Pankin jäsenten haastatteluilla, tilaajaorganisaation palautteen kautta, sekä vertaamalla sarjakuvatiedotteen vuorovaikutuksellisuutta ja tavoitettujen katsojien määrä Naisten Pankin Facebook-sivustolla.</p> <p>Sarjakuvasta järjestön välineenä ei ole aiemmin kirjoitettu, joten toivomme, että opinnäytetyöstämme syntyy uusia ideoita järjestötyöhön. Tilaajaorganisaatiomme Naisten Pankki oli tyytyväinen tuotokseen, ja ainakin he lupaavat käyttää sarjakuvaa tulevaisuudessakin!</p>	
<b>Asiasanat</b> sarjakuvat, järjestöt, tiedottaminen	

**HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**  
**Name of the Degree Programme**

**ABSTRACT**

<b>Author</b> Julia Lind, Trista Ramberg	<b>Number of Pages</b> 43
<b>Title</b> A picture tells a thousand words – cartoons as a new media for Naisten Pankki	
<b>Supervisor(s)</b> Tarja Kuula	
<b>Subscriber and/or Mentor</b>	
<b>Abstract</b> <p>In our thesis, we wanted to offer with comics our subscriber Naisten Pankki a new kind of tool for communication as well as to produce new material for this organization. Comics have received a lot of attention lately for example as a medium to make statements on issues in society (for example Marjane Satrai's (2000) graphic novel Persepolis) but its full potential has not been realized in the activities of various non-profit organizations. We wanted to study comics' possibilities as a new media for Naisten Pankki. Also, we focused on the usage of comics in general: their possible positive advantages and negative sides.</p> <p>In our thesis, we discussed whether comics could be the answer to the today's problem of information flood. In the competition of getting the attention of more readers, organizations could use comics because of their visual way of communicating and their colourful appearance. A picture tells a thousand words – comics could help the reading audience to access information faster by reducing a huge amount of information into a few pictures.</p> <p>With the help of comics, an organization can spread out its message in an easy-reading format. This format would easily understood by an audience with reading disabilities and lingual barriers. Today, organizations are keen on recruiting young people to join their activities. With this goal in mind, comics will be more easily accessible among young people. Comics can be spread on the Internet with ease, making it visible to especially Finnish youth who use Internet as their main source of information. In practice, through development work, a new kind of tool is made for the organization's communication as well as visual material is created for other use by the subscriber.</p> <p>As the developmental question in our thesis, we discussed the place of comics in dissemination of information by the organization. The answer lies in the success of our project. How the subscriber organization saw the new tool for communication, how the new material of Naisten Pankki was received in the social media and how people in general experience receiving information through comics. These questions are answered with the interviews of the members of Naisten Pankki, through the feedback from the subscriber and by comparing the interactivity of the comics type of bulletin on the Facebook page of Naisten Pankki.</p> <p>With no previous research of cartoons as a communication tool for an organization, we hope that our thesis will bring new ideas to organizational work. At least our subscriber Naisten Pankki was very happy with what we produced and was keen on using cartoons also in the future!</p>	
<b>Keywords</b> comics, non-profit organizations, media	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Työn vaikutus ja tarpeellisuus tilaajalle	9
1.2 Prosessin aikajana	10
1.3 Tilaajaorganisaatio Naisten Pankki	10
2 SARJAKUVA	12
2.1 Sarjakuvan määritelmä	13
2.2 Sarjakuvan ulkomuoto ja rakenne	14
2.2 Sarjakuvan narratiivisuus	16
2.3 Sarjakuvan termistö	18
2.4 Sarjakuvan historia	18
3 TIEDOTTAMINEN	20
3.1 Tiedottaminen ja informaatio käsitteinä	20
3.2 Sosiaalinen media	21
3.2 Tiedottaminen järjestöissä	23
4 SARJAKUVAT JÄRJESTÖN TIEDOTUSMUOTONA	24
4.1 Sarjakuvien käytön hyvät ja huonot puolet	24
4.2 Esimerkkejä sarjakuvan käytöstä ihmisoikeusjärjestöissä	27
5 PROJEKTIN SARJAKUVA TUOTOS	29
5.1 Prosessin kuvaus	29
5.2 Tuotoksemme kuvailut	30
6 OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT JA TULOKSET	36
6.1 Aineiston keruu	37
6.2 Haastattelut	38
6.3 Kvantitatiivinen aineisto	40
6.4 Tilaajaorganisaation palaute	41
6.5 Päätelmä	42
6.6 Opinnäytetyön tekijöiden ehdotuksia	43
LÄHTEET	45

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössämme tahdomme selvittää sarjakuvan mahdollisuuksista tiedottamisen välineenä järjestötyössä, ja etenkin ihmisoikeusjärjestöissä. Olemme painottuneet opinnäytetyssä ihmisoikeusjärjestöihin, sillä tilaajamme on ihmisoikeusjärjestö, sekä esimerkkinä koskevat samankaltaisia organisaatioita. Sarjakuvan käyttö järjestömaailmassa on suhteellisen vähäistä, vaikka sillä on välineenä paljon potentiaalia. Tahdoimme ottaa selvää millaisia puolia sen käytössä on, ja olisiko se varteenotettava keino ihmisoikeusjärjestöille levittämään järjestön sanomaa. Näemme, että sarjakuva on hyvä keino järjestöille saavuttaa laajempaa yleisöä. Se herättää helposti kiinnostusta, se on helppolukuinen ja visuaalisesti houkuttava tiedotusväline. Sarjakuvan kautta voidaan kertoa arkaluonteisistakin asioista sen pehmeiden ansioista. Näin se sopii erinomaisesti ihmisoikeusjärjestöjen käyttöön informaation välittäjänä. Sarjakuvan avulla järjestön toimintaan voidaan houkuttaa uusia toimijoita ja erityisesti nuoria. Sen levittämismahdollisuudet verkossa mahdollistavat järjestöille helpon, usein ilmaisen ja tehokkaan tavan markkinoida järjestöä. Sarjakuvan perusluonteeseen kuuluu, että se ei väitä jonkin asian olevan väärin tai oikein. Asia esitetään tarinan muodossa. Näin lukijalle jää omaa tulkinnan varaa. Se toimii ajatusten herättelijänä, joka onkin sitä mitä ihmisoikeusjärjestöt usein toiminnallaan pyrkivät. Visuaalinen tuki auttaa henkilöitä joilla on lukemisen haasteita tai kielivaikeuksia. Pitkät artikkelit eivät välttämättä sovi kaikelle yleisölle, ja sarjakuvaan saadaan sisällytettyä enemmän informaatiota yksittäiseen kuvaan verrattuna.

Tämä opinnäytetyö on tehty parityönä Trista Rambergin ja Julia Lindin toimesta. Teimme opinnäytetyön parityönä, sillä opinnäytetyö yhdisti molempien kiinnostuksen kohteet. Lisäksi parityönä saimme varmistettua, että opinnäytetyössä syntyvää sarjakuvamateriaalia tulisi vähintään kaksi kappaletta ja niissä olisi erilaiset näkökulmat. Sarjakuvamme kohderyhmänä ovat kaikki Naisten Pankin toiminnasta kiinnostuneet sosiaalisen median käyttäjät.

Opinnäytetyömme on toiminnallinen sekä tutkiva työ. Toiminnallisella opinnäytetyöllä tarkoitetaan ammattikorkeakoulussa toteutettua opinnäytetyötä, jossa opiskelija tuottaa jotakin konkreettista esimerkiksi tapahtuman tai tuotteen, sekä

kirjoittaa siitä raportin osoittaen koko työssään ammatillista tietoa, taitoa ja sivistystä (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9.) Konkreettisenä tuotoksena opinnäytetyömme kautta valmistui tilaajaorganisaatio Naisten Pankille uusi toimintatapa viestintään, sekä sarjakuvamateriaalia. Tutkimuksellisen puolen kautta pyrimme katsastamaan sarjakuvatiedotteen toimivuutta, ja sen käytön mahdollisuuksia järjestömaailmassa. Kannattaisiko muidenkin järjestöjen antaa sarjakuvalla mahdollisuus järjestön tiedottamisen välineenä? Varsinainen tutkimuskysymyksemme on: onko sarjakuvalla paikka järjestöjen tiedotusvälineenä? Kysymykseen pyrimme vastaamaan haastatteleamalla tilaajaorganisaation jäsenten mielipiteitä, josta jäsensimme sarjakuvan käytöstä SWOT- analyysin. Projektin kautta syntyvät sarjakuvat julkaistiin pääasiallisesti Naisten Pankin sosiaalisessa mediassa. Mittasimme järjestön Facebook- sivustojen kautta sarjakuvajulkaisumme suosiota, määritelläksemme sen varteenotettavuutta tiedotusvälineenä. Lisäksi haastattelimme erikseen tilaajaorganisaation edustajaa. Halusimme selvittää kuinka hyvin projektimme onnistui ja tullaanko sarjakuviamme käyttämään tulevaisuudessakin.

Idea opinnäytetyöhön lähti Julia Lindin kolmen kuukauden ammattikorkeakouluun kuuluvasta työharjoittelusta Israelissa ihmisoikeusjärjestö B'Tslemissä. B'Tselem on kansainvälisesti tunnettu ihmisoikeusjärjestö, joka on painottunut parantamaan miehitetyn alueen eli Länsirannikon ja Gazaan palestiinalaisten elinoloja, turvaamaan heidän ihmisoikeuksia, sekä tiedottamaan oloista. Miehitetyn alueen olojen dokumentointi ja siitä tiedottaminen on järjestön päätehtävä.

Työharjoittelussaan video-osastolla Lind pääsi mukaan projektiin, jossa järjestö julkaisi ammattilaisten sarjakuvataiteilijoiden vapaaehtoisesti tekemiä sarjakuvia tiedottamaan palestiinalaisten naisten kokemuksia perheseparaatiosta. Lind sai tilaisuuden tuottaa yhden sarjakuvan järjestön käyttöön neljän ammattilaisen rinnalla (kuva 1). Sarjakuvat perustuivat täysin palestiinalaisten naisten dokumentoituihin lausuntoihin, jotka järjestö oli julkaissut jo aiemmin. Sarjakuvat julkaistiin hepreaksi ja englanniksi järjestön kotisivuilla, sen Facebook- sivuillaan, ja saadessaan suurta huomiota, ne julkaistiin yhdessä Israelin tunnetuimmista lehdistössä Hareetzissa.



Kuva 1. Lindin palestiinalaisten perheseparaatiosta kertova sarjakuva ihmisoi-  
keusjärjestö B'Tselemille (Julia Lind 2014. So Near and Yet So Far: Illustrated  
accounts. B'Tselem 2014).

Sarjakuvat herättivät paljon keskustelua B'Tselemin Facebook- sivuilla. Face-  
book- käyttäjät levittivät niitä aktiivisesti eteenpäin, eli niistä tuli *viraalisia*. *Viraa-*

*lisuudella* tarkoitetaan ilmiötä, kun videota, kuvaa tai informaatiota aletaan levittämään vilkkaasti ja laajasti eteenpäin internet-käyttäjältä toiselle (Oxford University Press 2015). Sarjakuvissa ollut tieto oli julkaistu jo aikaisemmin artikkelimuodossa, mutta se ei ollut kuitenkaan herättänyt yhtä paljon vuorovaikutusta. Ilmeisesti artikkelit eivät herättäneet samanlaista suurta kiinnostusta tai niitä ei jaksettu lukea.

Sarjakuvat eivät saaneet pelkkää positiivista palautetta. Israelin-Palestiinan konfliktiin suhtaudutaan yleisesti hyvin kiihkeästi monelta kannalta, eivätkä kaikki hyväksy B'Tselemin toimintaa. Tietyt tahot kritisoivat sarjakuvia, vaikka sarjakuvat eivät väittäneet suoranaisesti jonkin asian olevan oikeaa tai väärää, vaan jättivät sen lukijan tulkinnan varaan. Tästä voidaan päätellä, että sarjakuvat aiheuttivat aiemmin julkaistua artikkelia enemmän reflektiota, ja saivat lukijat ajattelemaan lukemaansa. B'Tselem hyötyi sarjakuvakampanjastaan saavuttaessaan suurempaa näkyvyyttä ja aktiivista vuorovaikutusta. Vaikuttaa myös siltä, että sellaiset lukijat, jotka eivät olleet aiemmin lukeneet aiheesta artikkelin muodossa, saivat tietoa perheseparaatiosta nyt sarjakuvan muodossa. Tästä kaikesta Lindille jäi kytemään ajatus siitä, että sarjakuvalla voisi olla paljon potentiaalia järjestömaailmassa.

Lind tahtoi luoda samanlaisen konseptin kuin Israelissa tehdyssä projektissa, jotta opinnäytetyössä olisi myös toiminnallinen puoli, ja jokin suomalainen järjestö pääsisi hyötymään opinnäytetyöstä. Sarjakuvan tekeminen voi olla kuitenkin jo itsessään haastava ja aikaavievä projekti, joten Lind päätti tehdä opinnäytetyötä yhdessä Rambergin kanssa. Ramberg kiinnostui opinnäytetyön aiheesta vahvan kuvataiteen harrastuneisuutensa kautta. Ramberg opiskelee tällä hetkellä kuvataiteiden peruskurssia Lapin avoimessa yliopistossa. Molemmat myös tunsivat, että visuaalinen tuki helpottaa informatiivisen materiaalin lukua. Ehkäpä jotkut oppikirjatkin olisi ollut helpompi sisäistää sarjakuvaromaaneina. Tietopohjaisia sarjakuvaromaaneita onkin jo tehty esimerkiksi filosofian teorioista, kuten Lissu Lehtimajan (2008) *Levinaisen kasvot*.

Päätimme lähestyä muutamaa mieluisinta ihmisoikeusjärjestöä, joille opinnäytetyömme voisi olla hyötyä. Suurin osa järjestöistä, johon otimme yhteyttä, olivat erittäin kiinnostuneita aiheesta. Nopeimmin vastasi ihmisoikeusjärjestö Naisten



Pankki, josta saimme yhteistyökumppanin. Naisten Pankin käytössä ei ollut aiemmin kokeiltu sarjakuvia välineenä, joten oli hienoa, että heille syntyi uudenlainen toimintatapa tiedottamiseen sarjakuvista opinnäytetyömme kautta. Toivomme myös, että erilainen materiaali, voisi saavuttaa uudenlaista yleisöä Naisten Pankille. Julkaisukanavaksi valitsimme sosiaalisen median, sillä sen kautta tiedottaminen on ilmaista, sitä kautta saavuttaa suuren yleisön, sekä sen kautta oli helppo tarkastella sarjakuvien menestystä. Projektin päätyttyä, kuulimme järjestöltä, että se aikoo käyttää sarjakuviamme tulevaisuudessa hyväksi myös painettuna erilaisissa tilaisuuksissa, sekä jatkaa sarjakuvien julkaisua esimerkiksi ruutu kerrallaan järjestön Instantgramissa. Olemme erittäin tyytyväisiä, että järjestö koki sarjakuvamme käyttökelpoisiksi tulevaisuudessakin.

Opinnäytetyön lisähaasteina oli tekijöiden asuminen eri puolilla Suomea, mutta jatkuva sähköpostittelu, videopuhelut ja nettiin lähetetyt valmiit osuuden mahdollisti etätyöskentelymme.

Opinnäytetyö oli erittäin mielenkiintoinen prosessi, ja toivomme, että järjestömaailmassa havahdutaan sen kautta sarjakuvien potentiaalisuuteen.

### 1.1 Työn vaikutus ja tarpeellisuus tilaajalle

Järjestötoiminnan suurin haasteisiin 2000-luvulla kuuluu aktiivisten järjestötoimijoiden ikääntyminen väestön keski-ian noustessa. Jotta järjestötoiminnan tulevaisuus olisi turvattu, tulisi järjestön innostaa nuoria mukaan toimintaansa, etenkin vastuutehtäviin, joita tällä hetkellä vierastetaan. (Harju 2004, 12). Pyrimme vastaamaan tähän haasteeseen hyödyntäen sarjakuvan puoleensavetävyyttä etenkin nuorten parissa. Naisten Pankin tiedottaminen on keskittynyt verkkoon, joka on myös nuorten pääasiallinen tiedonsaannin lähde (lisää kappaleessa *Sarjakuvan käytön hyvät ja huonot puolet*).

Prosessin aikana syntyvät sarjakuvat myös lisäävät monimuotoisuutta Naisten Pankin informaatiota välittäviin välineisiin, joka taas voivat lisätä monimuotoisemman yleisön saavuttamista.

Suomalainen järjestötyö on rakentunut vapaaehtoistyö varaan, mutta yleinen tuntuma on, että se halu vapaaehtoisuuteen on hiipumassa, jolla on dramaatti-

set vaikutukset järjestön toiminnan volyymiin. Vapaaehtoisten rekrytointiin on laitettava entistä enemmän huomiota. (Harju 2004, 13). Naisten Pankille tekemämme sarjakuvat kertovat tarinaa vapaaehtoisuudesta ja pyrkivät innostamaan uusia vapaaehtoisia liittymään toimintaan. Toivomme, että sarjakuva tiedotteet löytävät Naisten Pankille uusia toimijoita.

## 1.2 Prosessin aikajana

Pian idean synnyn jälkeen lähdimme selvittämään mitä opinnäytetöitä ja graduja on tehty sarjakuvista. Tässä vaiheessa meillä oli jo idea siitä, että tahdoimme myös itse tuottaa sarjakuvia jollekin järjestölle. Otimme yhteyttä mahdollisiin tilaajaorganisaatioihin, joista saimme nopeasti tilaajan Naisten Pankista. Projektimme lähti nopeasti vauhtiin ja tapasimme tilaajaorganisaation edustajan jo muutaman viikon päästä siitä, kun olimme tehneet opinnäytetyöstä alustavan suunnitelman. Sopimukset Naisten Pankille teimme 9.helmikuuta. Tapaamisessa Naisten Pankin kanssa selvisi, että heille oli tulossa vuosijuhla, johon he halusivat saada sarjakuvat esille. Priorisoimme siis sarjakuvien tuottamisen opinnäytetyön ensimmäiseksi tehtäväksi. Palautimme sarjakuvien ensimmäiset luonnokset ja viimeiset versiot kuukauden sisällä.

Tämän jälkeen alkoi itsenäinen osuus, jossa työskentelimme päävastuualueidemme parissa. Sarjakuvista oli haastavaa löytää kirjallisuutta, mutta löysimme Helsingistä Aalto yliopiston kirjaston sarjakuvaseuran kokoelman, josta saimme paljon materiaalia.

Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen aineiston keräsimme maaliskuussa ja huhtikuussa haastattelimme tilaajaorganisaation edustajaa. Aineiston kävimme läpi huhtikuussa. Kaikkiaan opinnäytetyöhön meni neljä kuukautta.

## 1.3 Tilaajaorganisaatio Naisten Pankki

Opinnäytetyömme tilaaja ja yhteistyökumppani on ihmisoikeusjärjestö Naisten Pankki. Teimme järjestön käyttöön sarjakuvia, jotka pohjautuvat vapaaehtoistyöntekijöiden kokemuksiin.

Naisten Pankki (2015) on ihmisoikeusjärjestö, jonka kohderyhmänä ovat kehitysmaiden naiset. Tulemme kertomaan heidän toiminnastaan, tavoitteista, menetelmistä ja vapaaehtoistyöstä.

Naisten Pankki kerää lahjoituksia kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kestävän kehityksen periaatteella. Käsite kestävä kehitys on peräisin YK:n komission raportista ja sen idea on muotoilla pohja kansainväliselle ympäristöpolitiikalle (Lähde 2013, 16–17). Kestävä kehitys jakaantuu kolmeen osaluokkaan: ekologiseen, taloudelliseen ja sosiaalis-kulttuurilliseen osioon. Viimeinen osio pitää sisällään esimerkiksi seuraavat aihealueet: köyhyys, koulutuksen puute, terveydenhuollon ongelmat ja sukupuolten välinen tasa-arvo, jotka ovat myös Naisten Pankin toiminnassa tärkeitä. (Wolff 2004, 25). Kestävän kehityksen kautta Naisten Pankki voi saavuttaa pitkäaikaista kehitystä.

Naisten Pankki on vapaaehtoisuusyhteisö, jossa toimii aktiivisten vapaaehtoistyöntekijöiden lisäksi lahjottajat. Järjestöllä on yksi palkattu työntekijä ja koko järjestö toimii suurilta osin vapaaehtoistyövoimalla. Naisten Pankin rahastoa ja hankkeita hallinnoi Kirkon Ulkomaanapu.

Lahjotetuilla varoilla on tarkoitus rahoittaa seuraavanlaista toimintaa:

- Tukea naisten taloudellista toimeentuloa ja osaamista sekä parantaa naisten oikeuksia erinäisten hankkeiden avulla.
- Antaa pienlainoja, ammattikoulutusta ja toimintaa, jotka tähtäävät yrittäjyyteen.
- Kehittää uusia ja innovatiivisia naisten yrittäjyyteen liittyviä pilottihankkeita.

Näitä hankkeita toteutetaan kaiken kaikkiaan 12 kehitysmaassa.

Naisten Pankin tavoitteena on olla tukena kehitysmaiden naisille, jotka taistelevat työllä köyhyyttä vastaan. Kehitysmaissa naiset ja tytöt ovat yleensä yhteiskunnallisen kehityksen näkökulmasta hyödytön voimavara. Naisten aseman ja toimeentulon parantaminen on yksi keskeisistä asioista, jolla voidaan köyhyyttä vähentää, sekä parantaa elintasoja. Kun naisten toimeentulo nousee, se lisää samalla yhteisön tuloja ja sen apu heijastuu koko kyläyhteisöön.

Naisten Pankin arvoihin sisältyvät sellaiset ajatukset kuin kekseliäisyys ja sitkeys vaikeina aikoina; ilolla ja rohkaisemalla eteenpäin; toistensa kunnioitus ja yhteenkuuluvuus auttavat jaksamaan ja jatkamaan; toivo ja sen toteuttaminen todeksi tekojen kautta.

Naisten Pankin unelma on, että yhä useampi kehitysmaiden nainen saisi mahdollisuuden nousta pois köyhyydestä ja että yhä useampi perhe saisi leivän pöytänsä, kylät voisivat paremmin ja ihmisillä ympäri maailmaa olisi halu auttaa tekemään näistä unelmista totta.

Kehitysmaissa naisten asemassa on vielä parantamisen varaa. Naisten Pankki tukee kehitysmaiden naisia kouluttamalla yrittäjyyttä ja auttavat heitä käytännönläheisiin ammatteihin. Se on yksi järjestön tapa taistella köyhyyttä vastaan.

Tämä valtakunnallinen vapaaehtoisuhteisö eli Naisten Pankki käynnistettiin vuonna 2007 keväänä. Naisten Pankki yhdessä Kirkon Ulkomaanavun kanssa saavat kerättyä varoja köyhien maiden naisten elinolojen parantamista varten. Hankkeita toteutetaan yhteistyössä paikallisten avustusjärjestöjen kanssa. Näiden hankkeiden tarkoitus on parantaa naisten työllisyyttä, yrittäjyyttä, luku-, lasku- ja kirjoitustaitoa, sekä tuoda heille lisää tietoisuutta heidän oikeuksistaan.

Tarkoituksena on, että naiset kouluttautuvat ja työllistyisivät ihan perusammattaihin. Työssä tulleiden varoja panostetaan naisten elinolosuhteisiin. Siitä hyötyy myös nainen, kuin yhtäläillä hänen perheensä, lapsensa ja koko kyläyhteisö. Naisten Pankki on järjestönä tehnyt mahdolliseksi sen, että jopa pienellä tuella pystyy auttamaan paljon. Esimerkkisi saksien tai kahvipensaan saanti ovat jo suuri askel yritystoimintaa aloittavalle naiselle.

Naisille annetaan koulutuksen yhteydessä tietoa yrittäjyydestä. Naisten Pankin tehtävä on käytännössä kerätä kehitysmaan naisille rahastoa. Rahat luovutetaan Kirkon Ulkomaanavulle, joka on päävastuussa hankkeiden suunnittelusta ja toteuttamisesta sekä seurannasta kehitysmaissa. Rahastoa kartutetaan eri tavoilla. Rahaa tulee kuukausilahjoittajilta ja yksityishenkilöiltä sekä eri yritysten kertalahjoituksilla. Naisten Pankki järjestää myös rahankeruutapahtumia kuten ”zumbaa naiselle ammatti” tai ”kävele naiselle ammatti”.

Naisten Pankki haluaa muistuttaa, että pienmuotoisilla vapaaehtoisten teoilla ja avustuksilla on suurta merkitystä. Kaikilla meillä voi olla haaveita ammateista. Kehitysmaissa tämä voi kaatua niin pienestäkin asiasta, kuin että ei ole rahaa

ostaa saksia. Ei tietenkään yksi ihminen voi pelastaa koko maailmaa, mutta Naisten Pankki muistuttaa, että voimme pelastaa yhden ihmisen koko maailman pienellä avullakin. (Naisten Pankki 2015.)

## 2 SARJAKUVA

Mitä sitten sarjakuva oikein on? Sarjakuvan määrittelemisen on ollut todellinen pähkinä, ja monet eri tahot ovat pyrkineet kuvaamaan sen luonnetta viimeisten vuosikymmenten aikana. Vieläkään kaikki eivät edes yksimielisesti hyväksy sitä mitä pidetään ensimmäisenä varsinaisena sarjakuvana. Tässä kappaleessa käymme läpi sarjakuvaa siten, että lukija, joka ei tunne sarjakuvia voisi ymmärtää sen perusluonnetta. Sarjakuva saattaa herättää joillekin mielikuvaa sen olevan koominen tai lapsellinen. Tämä mielikuva on tärkeää opinnäytetyömme kannalta ottaen huomioon miten järjestöt haluavat itsensä esitettävän. Tämän vuoksi käymme läpi sarjakuvan termistöä ja historiaa, jotta lukija voisi ymmärtää mistä tällaiset miellekuvat kumpuavat.

### 2.1 Sarjakuvan määritelmä

Ensimmäinen tunnettu sarjakuvan määritelmä on Coulton Waughtilta vuodelta 1947, kun hän kuvaili kirjassaan *The Comics* sarjakuvan olevan sellainen, jossa on: ”

- 1) kuvasarjan avulla kerrottu kertomus
- 2) pysyvä päähenkilöryhmä
- 3) dialogi ja/ tai muu tekstin liittäminen kuvan yhteyteen (Waugh, 1947, 14. ; Manninen 1995, 9.)”

Määritelmässä on monenlaisia kohtia, jotka eivät sovi nykyajan monimuotoiseen sarjakuvatarjontaan. Pekka A. Manninen (1995) käyttää väitöskirjassaan *Vastarinnanvälineistö*, sarjakuvan määritelmän pohjana niitä piirteitä Waughin (1947) sarjakuvan määritelmästä, jotka ovat hänen mielestään onnistuneet ja lisää vähän omaakin:

”Sarjakuva on kuvasarjan avulla kerrottu kertomus, jossa kuvien yhteyteen on voitu liittää dialogia tai muuta tekstiä” Tässä oleellinen korjaus on ilmaisu ”on voitu, joka ei sulje tekstittömiä sarjakuvia

määritelmän ulkopuolelle. Jos määritelmää haluttaisiin vielä yksityiskohtaistaa, siihen voitaisiin lisätä seuraava: ”Kuviin voidaan myös sisällyttää ääntä, liikettä, tunnetilaa tms. kuvaavia symboleja.” (Manninen 1995, 9.)

Sarjakuvassa on tärkeää nimenomainen kuvien sarjamaisuus ja kuvien sisältämä kertomus. Harri Flippa (2011) muistuttaakin Pro Gradu tutkielmassaan Tiedettä ja sarjakuvaa - ruutujen Kaupalla 2011, että vaikka kuvitus sisältäisi puhekuplia, symboleita ja muita sarjakuvallisia piirteitä, ei sitä voi luokitella sarjakuvaksi ilman sarjamaisuutta.

”Lähtökohtaisesti sarjakuvan tulee sisältää kertomus. Etenkin kuvitettujen ohjeiden ja valokuvasarjojen määrittäminen sarjakuvaksi tai ei-sarjakuvaksi on hankalaa. Olennaiseksi määritelmäksi tällöin muodostuu kertomus. Jos kuvasarja on yhtenäinen ja siitä on havaittavissa tarina niin voidaan olettaa sen olevan sarjakuva.” (Flippa 2011, 11.)

Sarjakuva saa vaikutteita muista medioista, kuten elokuvasta, kirjallisuudesta ja maalaustaiteesta. Samalla se vaikuttaa myös vastavuoroisesti. Sarjakuvaa voidaan pitää taiteiden välisenä ilmaisumuotona, mutta sitä tulisi kuitenkin pitää itsenäisenä ilmaisumuotona, tähdentää Manninen (1995) väitöskirjassaan. Manninen (1995) pohdiskelee, että vaikka sarjakuvaa verrataan elokuvaan, se on kuitenkin lähempänä kirjallisuutta välityskanaviensa kautta. (Manninen 1995, 36-37.) Välityskanavilla hän tarkoittaa painotuotteita. Nykyään sarjakuvaa levitetään kuitenkin paljon myös sähköisesti internetin kautta.

## 2.2 Sarjakuvan ulkomuoto ja rakenne

Ruutua voidaan pitää sarjakuvan perusosana. Se on sen tärkein kerronnallinen yksikkö. Yksittäiset ruudut toimivat vuorovaikutuksessa toisten ruutujen kanssa. Sarjakuva on pysäytettyä liikettä, mutta lukijan silmän siirtyessä ruudusta toiseen syntyy niiden välille jatkumo. Kuvat lähtevät ikään kuin liikkeelle. (Flippa 2011, 24-25.)

Kooltaan sarjakuvat voivat olla muutamasta ruudusta koostuvia strippejä, sivun kokoisia kokonaisuuksia, muutaman sivun kertomuksia tai vaikkapa kirjan muotoon painettuja laajoja graafisia novelleja. Ne voivat olla yksittäisiä episodeja tai

jatkuva juoninen tarina. (Manninen 1995, 33-34.) Myös yksittäiset episodit voivat olla osa jatkuva juonista tarinaa. Opinnäytetyössämme olemme keskittyneet moniruutuisiin sarjakuviin.

Sarjakuvat voivat noudattaa jotakin säännöllistä kuvarivijakoa, jolloin niiden sanaan olevan sivusommittelultaan sidottu tai sommitelma voi olla vapaata sivusommittelua. Sivusommittelun muuttamista voidaan käyttää graafisen tehokeinona. (Manninen 1995, 34.)

Sarjakuvien lukutapa voi olla länsimaalainen vasemmalta oikealta tai esimerkiksi japanilaisessa mangassa yleisesti käytetty oikealta vasemmalle. Sarjakuvien julkaisukanavana voi toimia painotuotteet, ja nykyisin niitä julkaistaan paljon myös sähköisesti. Sarjakuvan sivu on jo itsenäinen kokonaisuus, jota vilkkaamalla saa vihjeen tulevasta kertomuksesta. Sivua kuitenkin luetaan kuva kerrallaan sarjakuvapiirtäjän rakentamaa polkua pitkin. (Manninen 1995, 36.) Sarjakuvassa voi myös liikkua helposti harpaten, palaten takaisinpäin tai pysähtyen tutkimaan ruudun yksityiskohtia.

Sarjakuvat eroavat monista kuvitetuista kirjoista, kuten lastenkirjoista siten, että sitä voi olla melkeinpä mahdotonta seurata jos joku toinen pelkästään lukee sitä ääneen. (Manninen 1995, 34). Kuvat ovat voimakkaasti kerronnallisia, niin että tekstin osuus voi olla hyvin vähäistä, tai sen voi jättää kokonaan pois. Joskus sarjakuvalliset kuvakulmat voivat olla elokuvaan verrattavissa, mutta elokuvat ovat ”elävää” informaatiota, kun taas sarjakuvan informaatio on ”kuollutta”. (Manninen 1995, 36).

Sarjakuvapiirtäjä voi selkeyttää tarinan kerrontaa erilaisten tekniikoiden avulla, jotka helpottavat jäsentämään tarinaa ja muovaamaan tietynlaista tunnelmaa. (Manninen 1995 36-37.) Sarjakuvapiirtäjä voi muuttaa sarjakuvansa kerrontaa esimerkiksi muuntelemalla kuvakokoja ja -kulmia. Perspektiivin muuntaminen ja liioitellut kulmat syventävät lukijan sarjakuvasta saamaa kokemusta. (Flippa 2011, 23.) Lukijalla on aina jonkinlaista itsesäätelymahdollisuutta, sillä tapahtumien nopeus, äänikulissi ja dialogin painotus ovat joissain määrin tulkinnallista. (Manninen 1995 36-37.)

Ominaista sarjakuville on, että teksti voi esiintyä ruudussa kertovana tekstinä, dialogina, äänitehosteina ja detaljitekstinä neljässä eri kerroksessa. (Manninen 1995 36-37.) Sarjakuvien äänitehosteisiin liitetään tyypillisesti graafisia muotoja. (Flippa 2011, 18.) Näitä graafisia muotoja voi olla esimerkiksi erilaiset tavat kuvata liikkeen muotoa ja nopeutta esimerkiksi vauhtiviivoin ja muotoilla ääneen liittyvä teksti esimerkiksi suurilla kirjaimilla kertomaan lukijalle vihjeen ääneen kovuudesta. Sarjakuvista löytyy paljon tällaisia tiettyjä merkkejä, jotka voivat kuvastaa ääntä, liikettä, tunnetilaa jne. Tottunut sarjakuvan lukija, ei tulkitse näitä merkkejä piirroksiksi vaan koodaa ne tiedottomasti esimerkiksi ääneksi. Yksi näistä merkeistä on puhekupla. Puhekuplaan saa erilaisia tunnelmia muuttamalla kuplan muotoa ja ääri viivoja. Näin voidaan kuvata esimerkiksi huutoa ja ajatusta. (Manninen 1995, 33-56.)

### 2.3 Sarjakuvan narratiivisuus

Sarjakuva on perusluonteeltaan narratiivinen. Narratiivisuus voidaan suomentaa sanalla kerronnallisuus. Kerronnallisuudella tarkoitamme erilaisia näkökulmia sisältäviä kokemuksia. Ne voivat liittyä tiettyyn järjestykseen ja ne kulkevat läpi ajanjaksojen tai ne voivat edetä juonen mukaan. Juoni on elämämme kertomuksien merkitys, se on elämämme punainen lanka. (Morgan 2008,13.)

Ihmisillä on tapana tulkita kaikkea. Näillä tulkinnoilla yritämme antaa päivittäiselle kokemuksille merkitystä. Meillä kaikilla on elämästä paljon tarinoita kerrottavana. Voimme tuottaa tarinoita esimerkiksi omasta itsestämme, kyvyistämme, saavutuksistamme, perhesuhteistamme, urastamme, harrastuksistamme, epäonnistumistamme jne. Elämämme tarinat kehittyvät sen mukaan kuinka yhdistelemme asioita ja millaisia merkityksiä olemme niille antaneet sekä missä kronologisessa järjestyksessä kokemuksemme ovat syntyneet. Tarinoiden ei tarvitse kertoa pelkästään yhdestä ihmisestä. Ne voivat kertoa ihmisen yhteisöstä, perhesuhteista tai erilaisista ihmissuhteista. (Morgan 2008,13-17.)

Sarjakuvat antavat meille mahdollisuuden kommunikoida visuaalisesti. Sarjakuvassa teksti ja kuva muodostavat kokonaisuuden joka on enemmän kuin osat



yksinään. Kuva ja teksti osallistuvat yhdessä kertomuksen syntymiseen. (Mikkonen 2005, 295–296.) Jo yksi kuva sisältää tuhansia elementtejä. Visuaalisella näkemisellä voimme ymmärtää sen tarkoittavan - katson ajatuksella eli ymmärrän. Visuaalinen kuva ja kieli voivat täydentää toisiaan. Sarjakuva täyttää narratiiviset kriteerit eli siinä ei esiinny vain yhtä yksittäistä kuvaa, vaan kuvasarjoja. Kokemusten tavoin kertomus ei ole valmiina vaan se syntyy kun sitä kerrotaan esimerkiksi kirjoittamalla, kuvaamalla, musiikilla, tanssilla ja sarjakuvilla. (Kaasila, Rajala, Nurmi 2008, 8-15.)

Opinnäytetyössä tuotetuista sarjakuvista tekee narratiiviseksi sen, että tarinat ovat syntyneet vapaaehtoistentyötekijöiden haastattelujen lausunnoista, joista syntyi sarjakuviemme juoni ja kuvitus. Narratiivisella sarjakuvalla halutaan tehdä oma elämä ymmärrettäväksi sarjakuvan keinoin muille ihmisille. Vapaaehtoistentyötekijöiden haastattelun pohjalta tehty sarjakuva viittaa, että ne ovat todellisia tarinoita ja että ne eivät ole keksittyjä ajatuksia. (Mäkiranta 2008, 37-38.) Narratiivisessa sarjakuvassa on se hyvä puoli, että niitä pystyy tulkitsemaan monin tavoin ja ne jäävät avoimeksi. Huono puoli on se, että ne voivat olla merkityksiltään ristiriitaisia. Sillä jokainen tulkitsee sarjakuvan omalla tavallaan, kuten jokainen kertoo oman tarinasakin eritavalla. (Mäkiranta 2008, 40-43.) Sarjakuvilla voidaan koostaa sekä henkilökohtaista, että yhteisöllistä identiteettiä ja työstetään näiden välistä vahvaa keskinäistä sidettä (Mäkiranta 2008, 66-65).

Opinnäytetyössämme visualisoimme sarjakuvan avulla Naisten Pankin vapaaehtoisten kokemuksia sarjakuvan keinoin ja viestitämme niiden avulla järjestön toiminnan ideaa erityisesti sosiaalisen median kautta. Tehdessämme sarjakuvaa siihen sekoittuvat omat mielikuvat Naisten Pankista, jotka ovat muodostuneet, teksteistä, vapaaehtoisten haastatteluista, keskusteluista, artikkeleista ja sosiaalisen median materiaalista. Nämä asiat muodostavat uuden kokonaisuuden meidän tulkitsemina. Tarinoissa tulee ilmi väkisinkin myös, miten me koemme vapaaehtoisuuden, sillä me teemme päätökset mitä sarjakuva tarinoihin päättyy. (Kaasila, Rajala & Nurmi 2008, 12-13.) Me koemme, että sarjakuvan avulla on todella helppoa kertoa tarinaa. Sarjakuvat ovat voimakkaita, koska niissä on tilaa tulkinnalle ja ne omaavat monta ulottuvuutta. Niillä voimme kommunikoida kuvien avulla ja ei välttämättä tarvitse tekstiä tuekseen tai edes yh-

teistä kieltä. Jokainen sarjakuvan antaa mahdollisuuden olla vapaa, olla noudattamatta mitään tiettyä sääntöä tai ennalta määrättyjä ohjeita.

#### 2.4 Sarjakuvan termistö

Suomalainen "sarjakuva" ja ruotsalainen "tecknade serie", ovat sarjakuvaa hyvin kuvaavia käsitteitä. Englanninkielinen "comics" viittaa sarjakuva sisällön olevan humoristista, ja lapsenomaista. "Comics" termi on vaikeuttanut sarjakuvan vakavasti otettavuutta ja Yhdysvalloissa onkin pyritty keksimään vaihtoehtoisia termejä, jotka sopisivat paremmin vakavamielisiin sarjakuviin ja edistäisivät sen markkinointia. Yhdysvaltalainen Will Eisner, yksi sarjakuvan tunnetuimpia kehittäjiä, pyrki muuttamaan termin käsitteellä "sequential art", eli sarjallinen taide. Muita yrityksiä termin muuttamisesta on Charles Brionin käyttämä "illustrations", ja Bill Gainesin "pictofiction". 1964-luvulla Yhdysvalloissa nousi julkisuuteen sarjakuvakriitikon ja lehtikustantajan Richard Kylan termi "graphic novel", joka usein suomennetaan sarjakuvaromaaniksi. "Graphic novel"- termi on saanut osakseen kritiikkiä, sillä "graphic" tuntuu viittavan aikuisviihteeseen. Samoin toisille tämä käsite antaa mielikuvan pojille suunnatuista toimintaelokuviin rinnastetuista supersakari- sarjakuvista. Samoin sana romaani "novel", viittaa siihen, että sarjakuvaromaani on lähinnä kuvitettu versio kirjasta. "Graphic novel" ja "comics" ovat vakiintuneet käyttöön kriitikistä huolimatta, ja vaikka sarjakuva on kasvanut yli käsitteestään "comics" on sitä vakiintuneena terminä vaikea syrjäyttää. ( Manninen 1995, 11 ; Gravett 2007 8-9. )

#### 2.5 Sarjakuvan historia

Kun sarjakuvaa käytetään järjestöjen tiedotusmuotona, on hyvä ottaa huomioon millaisen imagon voi se luoda. Sarjakuvien historia selkeyttää miksi se voi herättää tietynlaisia mielikuvia.

Kuvallinen kerronta on ollut luonnollinen ilmaisutapa jo ennen kirjoituksen syntymä. Myös kirjoitusta ja kuvaa on yhdistelty keskenään kautta historian.

Keskiajalta on löydetty jopa myös puhekuplien käyttöä, vaikkakaan näitä ei voida pitää vielä varsinaisina sarjakuvina. (Manninen 1995, 12.)

Sarjakuvan synnyn taustalla voidaan pitää kansanomaisten painokuvien tuotantoa ja poliittisten pilapiirrosten tekemistä. (Kaukoranta & Kempainen 1982, 29-31 ; Manninen 1995, 12-13.)

Tunnetuimpiin sarjakuvan esimuotoihin kuuluu sveitsiläisen sisäoppilaitoksen opettajan Rodolphe Töpfferin(1799-1846) karikatyyrialbumit 1830-1840- luvuilla, ja Gustave Dorén(1833-1883) piirroskirjoja, joista tunnetuin lienee Pyhän Venäjän historia, joka julkaistiin ilman suurempaa suosiota vuonna 1854. (Gravett 2007,8-9 ; Manninen 1995, 13-14 ; McCloud 1993,17.) Teollistuminen ja kulttuurin levityksen kaupallistuminen mahdollisti sarjakuvamaisen esitystavan leviämisen Yhdysvalloissa ja Isossa-Britaniassa 1800-luvulla. (Manninen 1995,14.)

Sarjakuvan varsinaiseksi syntyvuodeksi määritellään yleensä 1896, jolloin yhdysvaltalainen The New York World julkaisi R.F Outcaultin piirtämän The Yellow Kidin. The Yellow Kid ei kuitenkaan juurikaan muistuttanut modernia sarjakuvaa. (Manninen 1995, 14.)

Ensimmäiset sarjakuvat olivat luonteeltaan yleensä humoristisia, mutta niiden yleistyttyä alkoi niiden rinnalle poikia uusia sarjakuvalajityyppejä, kuten seikkailusarjakuvat, sekä erilaisia julkaisumuotoja sanomalehden rinnalle. Sarjakuvalehden lyödessä itsensä läpi mahdollistui monimuotoisemman kerrontatekniikan kehittyminen, kun sarjakuvat eivät olleet enää rajoittuneita päivälehtien suppeaan sarjakuvasivun tilaan. Toisen maailmansodan aikaansaamien kulttuurimutosten myötä, alkoivat sarjakuvalehdet levitä laajamittaisesti muuallekin maailmaan. Myös Länsi-Euroopassa innostuttiin tekemään sarjakuvia esimerkiksi Englannissa, Belgiassa ja Ranskassa.

1950-luvun alussa sarjakuvat kokivat paljon vihamielisyyttä Yhdysvalloissa, ja niitä syytettiin mm. nuorisorikollisuuden levittämisestä. Tästä seurasi sarjakuvalehtien tarkastuslautakunnan perustaminen, joka valvoi tiukasti sarjakuvien sisältöä 60-luvulle asti, jolloin Yhdysvalloissa syntyi sarjakuvien underground-liike omaehtoisen kustannustoiminnan kautta. Underground-sarjakuvat kehittivät sarjakuvaa monimuotoisemmaksi ottaen paljon vaikutteita mm. modernista kirjallisuudesta, ja keskittyen usein systemaattisesti tabujen rikkomiseen. Tätä ny-

kyä vaihtoehtoissisällölliset sarjakuvat ovat löytäneet paikkansa ja vakiintuneet käyttöön. (Manninen 1995, 12-31. ; Gravett 2007, 185.)

Yhteistä sarjakuvien historiassa Yhdysvalloissa, ja Länsi-Euroopassa on sen arvostelu köyhempänä kulttuurillisen sisällön tuottajana, ja pelko siitä, että sarjakuvat veisivät rappiolle lapset, jotka ovat olleet sen suuri lukijakunta. Vaikka sarjakuvia alettiin tehdä myös varta vasten aikuisille, on niistä voinut jäädä mielikuva niiden olevan pääosin lapsille. Arvostelua sen kulttuurillisesta köyhydestä on tuonut Yhdysvaltalaisen sarjakuvien puhekuplissa käytetty puhekieli, ja aihepiirit joissa sarjakuvat ovat liikkuneet kuten kauhu. Yhdysvaltalaisen pop-kulttuurin aiheuttaessa arvostelua maailmalla, kärsi siitä myös sarjakuvien maine.

Englannissa oltiin 50-luvulla niin huolestuneita sarjakuvien tekstin määrän mitättömydestä ja arvottomasta sisällöstä, että 1955 säädettiin lapsille ja nuorille haitalliset julkaisut kieltävä laki, jonka kautta saatettiin estää amerikkalaisten sarjakuvien päätyminen englantilaisten käsiin. Laki löytyy vieläkin Englannissa lakikirjoista, vaikka sitä ei käytännössä enää harjoiteta. (Manninen 1995, 12-31. ; Gravett 2007,185.)

### 3 TIEDOTTAMINEN

Opinnäytetyössämme olemme keskittyneet sarjakuvan paikkaan tiedottamisessa järjestöissä painottuen ihmisoikeusjärjestöihin. Työt julkaistiin sosiaalisen median kautta, joten avaamme lukijalle myös tiedotusta yleisellä tasolla, sekä kerromme mitä sosiaalinen media on.

#### 3.1. Tiedottaminen ja informaatio käsitteinä

Sanat tiedottaminen, viestintä ja kommunikaatio kuvaavat kaikki yhteiskunnan käyttämää viestijärjestelmää (Nordenstreng 1975, 13 ; Niiniluoto 2004, 1). Yleisesti viestintä voidaan jakaa kahteen erilaiseen prosessiin. Joukkotiedotuksen

avulla erilaiset järjestöt voivat ohjalla yleistä mielipidettä ja sen ominaisuuksia ovat julkisuus, suuri yleisö ja valikoitumattomuus. Toisaalta voidaan käyttää myös suppeampaa tiedotusta kohdeviestinnän muodossa, josta esimerkkinä ovat koulutustilaisuudet ja järjestölehdet. (Nordenstreng, 1975 s.24.) Joukkotiedotuksen vaikutukset yhteiskunnassamme näkyvät kahdella tavalla. Toisaalta valitsevaa yhteiskunnallista tilaa tukevina ja toisaalta vallitsevia ajattelutapoja ravistelevina joukkotiedotusmuotoina. (Nordenstreng, 1975, 125–126.)

Naisten Pankin ideologia nojaa jälkimmäiseen ajattelumalliin ja se tähtää pitkäaikaisiin vaikutuksiin (Naisten Pankki 2015). Tiedottamisen eräs tarkoitus on siirtää sanomaa järjestelmästä toiseen. Viestin siirtämistä kutsutaan informaatioksi. Informaatio sana pitää sisällään tietoa. Nämä tiedot ovat sama asia kuin että ihminen koostuu monista soluista. Informaatiosta ei siis voida sanoa sen tarkoittavan yhtä tietoa. Voimme sanoa, että kun informoimme, me tiedotamme (Wiio 1998, 62.) Informaation tarkoitus on vähentää epätietoisuutta, tuoda järjestystä epäjärjestykseen ja sen tulee sisältää jotain uutta (Wiio 1998, 58). Ihmisillä on aina ollut suuri tarve saada tietoa ympäröivästä maailmasta ja ymmärtää sitä. Tämän takia informaatiota ei ole olemassa, jos kukaan ei ole vastaanottamassa tietoa. Informaation olemassa olo vaatii, että on joku käsittelemässä sen tuomaa viestiä tiedosta (Wiio 1998 63.) Joukkotiedotuksen suunnitteluun kuuluu tiedon hankinta, muokkaus ja jakelu (Nordenstreng 1975, 203). Opinnäytetyössämme osallistuimme Naisten pankin hankkiman tiedon muokkaukseen ja jakeluun ja sen suosion arviointiin.

### 3.2 Sosiaalinen media

Nykyään informaatiota on tarjolla ympäri vuorokauden ja sitä tulee monesta suunnasta. Tänä päivänä tietoa välitetään niin paljon, ettei yksikään ihminen pystyisi sisäistämään sitä kaikkea. Tiedotusvälineillä on tiukka ote ihmisten elämään ja ne syöttävät koko ajan tietoa maailmasta reaaliajassa. Median tehtävänä on jakaa erilaisia informaatioita maailmalla. Medialla on erilaisilla tiedotuskanavia (radio, TV, Internet), joilla pystytään näkemään laajemmin ja ymmärtämään paremmin asioita. Median tarkoitus on välittää nopeasti informaatiota isolle joukko eli massalle. Media on joukkotiedotuksen tärkein työkalu. Lähes kaikki ihmiset altistuvat joukkoviestinnälle päivittäin (Uimonen & Ikävalko 1997,

15.) Median syntyä on helpottanut se, että eri maiden väliset rajat ja kielimuurit eivät enää rajoita tiedotteen kulkemista. Yksi median muoto nostaa päätään ylitse muiden - Internet. Internet koostuu nykyään eri viestintämuodoista, erilaisista tiedotteista ja rajattomasta informaation määrästä. Internetissä tietoa voidaan tuoda esille eri muodoissa: kuvalla, äänellä, videolla ja tekstillä. Internet on tiedottamisen runsauden sarvi, sillä melkein jokaisella vakiintuneella tiedotusvälineellä ja järjestöllä on siellä omaa tarjontaansa.

TSK-sanastokeskuksen mukaan (ks. Haasio 2011, 123) sosiaalinen media on tietoverkko, joka hyödyntää tietotekniikan avulla viestintämuotoa. Tietoverkossa ollaan vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa ja siinä tuotetaan käytännönlähtöisesti sisältöä. Tämän tietotekniikan avulla myös luodaan ihmissuhteita ja ylläpidetään yhteyttä niihin. Andreas M. Kalpan ja Michael Haenlein ovat taas määritelleet sosiaalista mediaa näin:

”Sosiaalinen media on joukko Internet-sovelluksia, joiden ideologinen ja tekninen perusta on Web 2.0:ssa (Web 2.0 tarkoittaa sosiaaliseen mediaan kuuluvia palveluja, esimerkiksi Wikipedia, Instagram, Twitter, jne.) ja jotka mahdollistavat loppukäyttäjien tuottaman sisällön luomisen ja välittämisen”. (Haasio 2011, 123.)

Sosiaalinen media tarkoittaa konkreettisesti sitä, että on verkkopalvelu, jossa näiden palveluiden käyttäjät jakavat niiden kautta omaa sisältöä. Sen kautta voi itse jakaa esimerkiksi kuvia, tekstejä, linkkejä, videoita ja omia ajatuksiaan. Käyttäjien jakamia eri sisältöjen avulla he kommunikoivat toisten käyttäjien kanssa. Sosiaalisen median varmasti tunnetuimmat sovellukset ovat Facebook, Twitter, Instagram ja kaikki Internetissä olevat blogit (Haasio 2011, 123.). Sosiaalista mediaa käytetään nykyään osana työtehtäviä. Se ei ole pelkästään vain yksityishenkilön viihdefoorumi. Se on otettu isoksi osaksi eri ammattien käyttöön. Muun muassa Naisten Pankilla on Facebookissa oma käyttäjätili. Sen kautta voivat erilaiset yritykset, palvelut ja järjestöt tuoda omaa toimintaansa esille, seurata omaa käyttäjätiliään esimerkiksi kuinka monta tykkäystä jaettu sisältö on saanut. Se toimii myös informaatiokanavana muille käyttäjille (Haasio 2011,124.) Sosiaalinen media on myös nykyään normalisoitunut tiedonhankintakanava. Esimerkiksi voimme vilkaista nopeasti jonkun käsitteen Wikipediasta, mitä emme tiedä ja lueimme blogeista ruokaohjeita ja elämäntapavinkkejä. Fa-

cebookin kautta kysymme apua muilta käyttäjiltä muun muassa sairauksiin ja etsimme työpaikkoja. Siitä on tullut meille jokapäiväinen tärkeä ja helppo tiedonhankintaforumi. (Haasio 2011, 124.)

### 3.3 Tiedottaminen järjestöissä

Järjestön toiminta ja viestintä muodostavat kokonaisuuden. Järjestön viestinnän kanavia ovat esimerkiksi verkkosivut, sähköposti, sähköiset uutiskirjeet, verkkolehdet, keskustelufoorumit, blogit ja bannerit. (Seppälä 2011, 11.) Nykyaikaisen järjestön on tehtävä tavoitteellista viestintää monen kanavan kautta. Näin saadaan aikaan helposti lähestyttävä järjestö, jonka kanssa on helppo kommunikoida. Sosiaalisen media kanavat luovat monimuotoisia paikkoja järjestön tiedonjaolle, keskusteluille ja esimerkiksi ryhmätyöskentelylle. Järjestön sosiaalisen median toiminnan valintoihin liittyy järjestön koko, tarpeet ja tavoitteet. Sosiaalisen median kautta järjestön viesti voi kulkea ihmiseltä ihmiselle. (Seppälä 2014, 39.) Sosiaalisessa mediassa järjestö seuraa sen aihepiiriin kuuluvia keskusteluita ja reagoi niihin. Lisäksi järjestö jakaa käyttöön uutta sisältöä. (Seppälä 2014, 69.)

Järjestöt valitsevat tiedotuksensa kanavat sen perusteella keiden kanssa järjestö haluaa olla vuorovaikutuksessa. (Seppälä 2014, 48). Järjestöt käyttävät erilaisia sosiaalisen median palveluita, kuten Facebook, Instagram, Twitter ja blogit. (Seppälä 2014, 48-78). Näiden palveluiden avulla järjestöillä on helppo jakaa informaatiota ja tiedottaa oman järjestönsä ideaa, toimintaa, arvoja sekä tavoitteita. Järjestöt voivat asettaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa viestinnässä tavoitteita, kuten järjestön näkyvyyden lisäyksen, vuorovaikutuksen mahdollistaminen suoraan ihmisten kanssa ja järjestön brändin ja maineen vahvistamisen (Seppälä 2014, 13).

Havaitsimme erilaisten ihmisoikeusjärjestöjen, kuten Amnesty, Setan ja Ihmisoikeusliiton sivuilla esimerkiksi pelejä, joissa kerrotaan ihmisoikeuksista ja niiden tärkeydestä, vetoomuksia, blogeja, videoita, artikkeleita ja animaatioita. Monet järjestävät myös verkkokursseja ihmisoikeuksista. . (Kepa 2015 ; Punainen Risti, 2015 ; Ihmisoikeusliitto 2015 ; Seta 2015 ; Amnesty 2015 ; Naisten Pankki 2015). Tiedotteiden avulla voidaan myös kertoa lukijoille siitä, miksi kannattaa tehdä lahjoituksia tai miten voi liittyä mukaan toimintaan. Erilaisilla testeil-

lä tai osallistumiskoneilla voi kokeilla, mikä olisi testin tekijälle mahdollinen tapa vaikuttaa ihmisoikeusasioihin ja osallistua toimintaan. Järjestöt myös jakavat sekä tiedottavat kotisivuillaan ja sosiaalisen median palveluissa paljon ajankoh-  
taisia uutisia, jotka liittyvät itse järjestöön, käyttävät sivuillaan tietoiskuja, sekä tarjoavat opetusmateriaalia. Tietoa löytyy lyhyistä artikkeleista pitkiin raportteihin, sekä vaikuttavia kuvia.

#### 4 SARJAKUVAT JÄRJESTÖN TIEDOTUSMUOTONA

Tässä kappaleessa pohdimme sarjakuvan käyttöä välineenä järjestöissä. Tarkastelemme millaisia puolia sen käytöllä voi olla. Lisäksi annamme esimerkkejä millaisessa käytössä sarjakuvat ovat jo ihmisoikeusjärjestöissä.

##### 4.1 Sarjakuvien käytön hyvät ja huonot puolet

Olettamuksemme oli, että informaation laaja tarjonta voi saada lukijan torjumaan uutta tietoa, ja sarjakuva voisi tarjota kevyemmän tavan houkutella heitä. Sarjakuva on myös nopeasti luettavissa, joten se voi kilpailuttaa artikkelit sellaisille lukijoille, joilla on vähemmän aikaa.

Herkullisesti kuvitettu sarjakuva voisi jo ensisilmäyksellä kertoa lukijalle mistä asiassa on kyse, ja kenties toimia visuaalisesti houkuttelevampana kuin esimerkiksi pitkät artikkelit. Leif Packalén ja Frank Odoi (1999) vertaavat kirjassaan *Comics with an Attitude a Guide to the Use of Comics in Development Information* sarjakuvia informatiiviseen materiaaliin, jota tukee vain yksi kuva. Heidän mukaansa tekstin liittäminen kuvaan, saa sen erottumaan joukosta, mutta sarjakuva erottuu ja vetää puoleensa yksittäistä kuvaa enemmän. (Packalén & Odoi 1999, 8)

Sarjakuvan lukemisessa on käytettävä mielikuvitusta arvellakseen mitä ruudun takana tapahtuu ja mitä jää kahden ruudun väliin (Packalén & Odoi 1999, 8). Mielikuvituksen käyttö sarjakuvassa voi saada lukijansa kokemaan tietoa syväl-



lisemmin ja laajemmin omatulkinnallisesti. Sarjakuvalla luonteenomaista on, että se ei suoranaisesti väitä jonkun asian olevan väärää tai oikeaa vaan lukija saa tehdä omat johtopäätöksensä tarinan draaman kautta (Packalén & Odoi 1999, 8-9).

Sarjakuvia pidetään epäaggressiivisena, joten se on hyvä väline kertomaan arkaluontoisista asioista, kuten kuolemasta, seksistä ja väkivallasta. Tiedotusvälineenä se on pehmeämpi, kuin esimerkiksi raadolliset valokuvat, joita kaikki eivät ehkä halua nähdä. Sarjakuvissa on läsnä sen inhimillinen tekijä. Lukija ymmärtää, että tarinan takana on toinen ihminen. (Packalén & Odoi 1999, 10)

Sellaiset henkilöt jotka eivät ole välttämättä tietoisia järjestön toiminnasta, saattaisivat helpommin tutustua siihen sarjakuvan kautta sen helppolukuisuuden vuoksi. Myös sellaiset ihmiset joilla on lukemisen rajoitteita tai kielellisiä vaikeuksia näkevät yleensä sarjakuvat mielenkiintoisina (Packalén & Odoi 1999, 9). Tähän varmastikin vaikuttaa sarjakuvien visuaalinen tuki. Sarjakuvaan sisällytetty informaatio tulee myös tarinamuodossa, joka tekee informaation omaksuntaa kevyemmäksi. (Packalén & Odoi 1999, 8.)

Sarjakuva on helppo levittää internetissä. Internetissä voidaan tavoittaa suurempaa yleisöä ja sen kautta julkaiseminen on myös usein ilmaista. Yle Internet teetti syksyllä 2010 15/30 Research -tutkimusyhtiöllä tutkimuksen, jonka mukaan 15-74-vuotiaat suomalaiset kokivat internetin kaikkein tärkeimmäksi tiedotusvälineeksi. Tutkimuksen mukaan 15-24-vuotiaat kokivat, että internet on lähes ainoa media jota he käyttivät säännöllisesti. (Keränen 2001.) Omien havaintojemme kautta tunsimme myös, että voimakkaasti visuaalisuutta sisältävät tiedotukset voivat sosiaalisessa mediassa tulla *viraaliseksi*, eli lukijat saattavat herkemmin jakaa tämänkaltaista materiaalia. Vaikka opinnäytetyömme on keskittynyt pikemminkin sarjakuvaan tiedotusvälineenä sosiaalisessa mediassa, on hyvä ottaa huomioon myös, että painettuna se voi olla helposti levitettävää, nopeaa ja kevyttä lukemista järjestön toiminnasta sen kohderyhmille.

Mielenkiintoista sarjakuvissa verrattuna muihin tiedotusmuotoihin on sen mahdollisuudet jatkuvajuonisuudessa. Toisin kuin artikkelissa, voi järjestö jatkaa

sarjakuvallista tarinaa osissa aina uudessa tiedotteessaan. Tällaisena esimerkkinä voisi olla järjestön sarjakuvablogi jonkin asian puolesta.

Sarjakuvan käytössä, kuten kaikissa tiedotusmuodoissa voi olla myös huonoja puolia. Sen käyttöön voi liittyä esimerkiksi imagollinen ongelma. Imagon voidaan pelkistetysti sanottuna olevan henkilön subjektiivinen eli henkilökohtainen käsitys jostain asiasta. Tiedot, asenteet, tuntemukset ja uskomukset yhdessä muodostavat imagon tarkasteltavaa asiaa kohtaan. (Rope 2005, 176). 50 ja 60-luvulla Yhdysvalloissa sarjakuvien lukijakunnan ajateltiin olevan lapsia. Graafisia novelleja lukevan aikuisen katsottiin olevan suorastaan idiootti. (Eisner 1985, 141.)

Tämänlaiset asenteet sarjakuvia kohtaan menneisyydessä vaikuttanee vieläkin siihen miten ne koetaan. Vakavat järjestöt saattavat karttaa sarjakuvaa välineenä, mikäli se voisi luoda kuvaa järjestön olevan lapsellinen. Tämän voi kääntää kuitenkin myös mahdollisuudeksi jos järjestö haluaa imagoonsa nuorekkuutta ja tavoittaa nuorta jäsenkuntaa. Tämä on niin sanottua mielikuvamarkkinointia. Mielikuvamarkkinoinnissa pyritään rakentamaan valitulle sidosryhmälle mielikuvaa, joka saisi sidosryhmän henkilön toimimaan myönteisellä tavalla järjestön toimintaa kohtaan. (Rope 2005, 177.) Sarjakuvien käyttö saattaa myös erilistaa järjestön tiedotteita ja saada sen näin erottumaan kilpailusta. Sarjakuvat voivat siis toimia järjestön myyntivalttina. (Rope 2005, 201.)

Sarjakuvassa on yhtä monta ulkoasua, kuin tekijääkin, joten jonkun sarjakuvan voimakkaasti tietynlainen visuaalinen ilme ärsyttää lukijoita. Sarjakuvapiirtäjän tekemä sarjakuva on myös jo yhden ihmisen tulkinta, joten voisiko se jossain tapauksissa luoda harhaanjohtavuutta? Joissain yhteyksissä sarjakuva saattaa vaikuttaa vähemmän objektiivisemmalla ilmaisutavalla, sillä sarjakuvan visuaalinen ilme voi olla toisinaan voimakkaasti tunteisiin vetoava symboliikkansa kautta.

Sarjakuva voi olla myös hintavampi tapa informaatiivälineenä verrattuna pelkän tekstin tuottamiseen, mutta tässä opinnäytetyössä emme keskittyneet vertailemaan sarjakuvan ja muiden informaalisten medioiden mahdollisia hintoja, sillä järjestötyössä monet tiedotukseen ja informaatioon liittyvä työ, kuten muunlais-

takin työtä, tehdään paljon vapaaehtoisena. On hyvä ottaa kuitenkin huomioon, että sarjakuvan luominen voi olla myös muita tiedotteita aikaavievämpi prosessi.

Sarjakuvan tärkeisiin piirteisiin kuuluu sen narratiivisuus, joten sarjakuvaa ei voi tehdä ihan mistä tahansa aiheesta. Esimerkiksi tilastollinen ja numeraalinen tieto voi olla vaikeaa saada sarjakuvan muotoon, sillä sarjakuvan tulisi olla kertomus.

#### 4.2 Esimerkkejä sarjakuvan käytöstä ihmisoikeusjärjestöissä

Sarjakuvan käyttö suomalaisten ihmisoikeusjärjestöjen tiedotusvälineenä oli yllättävän vähäistä. Tutkituista kymmenestä järjestöstä vain kaksi järjestöä (Amnesty International ja Seta ry) olivat käyttäneet sarjakuvaa tiedotusvälineenä omassa toiminnassaan. (Amnesty International 2015 ; Seta 2014)

Amnesty International -järjestössä niiden käyttö oli laajinta (kuva 2). Transihmisten oikeudet-sarjakuva oli järjestön sekä koti- että Facebook-sivulla ja se oli varustettu myös selventävällä tekstiosuudella, jolla haluttiin tarkentaa ja laajentaa tiedollista viestiä (Amnesty International 2014. Facebook Amnesty International - Suomen osasto. ; Amnesty International 2015.)



Kuva 2. Amnesty Internationalin sarjakuvista esimerkki. (Wolf 2014. Amnesty International 2014. Facebook Amnesty International - Suomen osasto.)

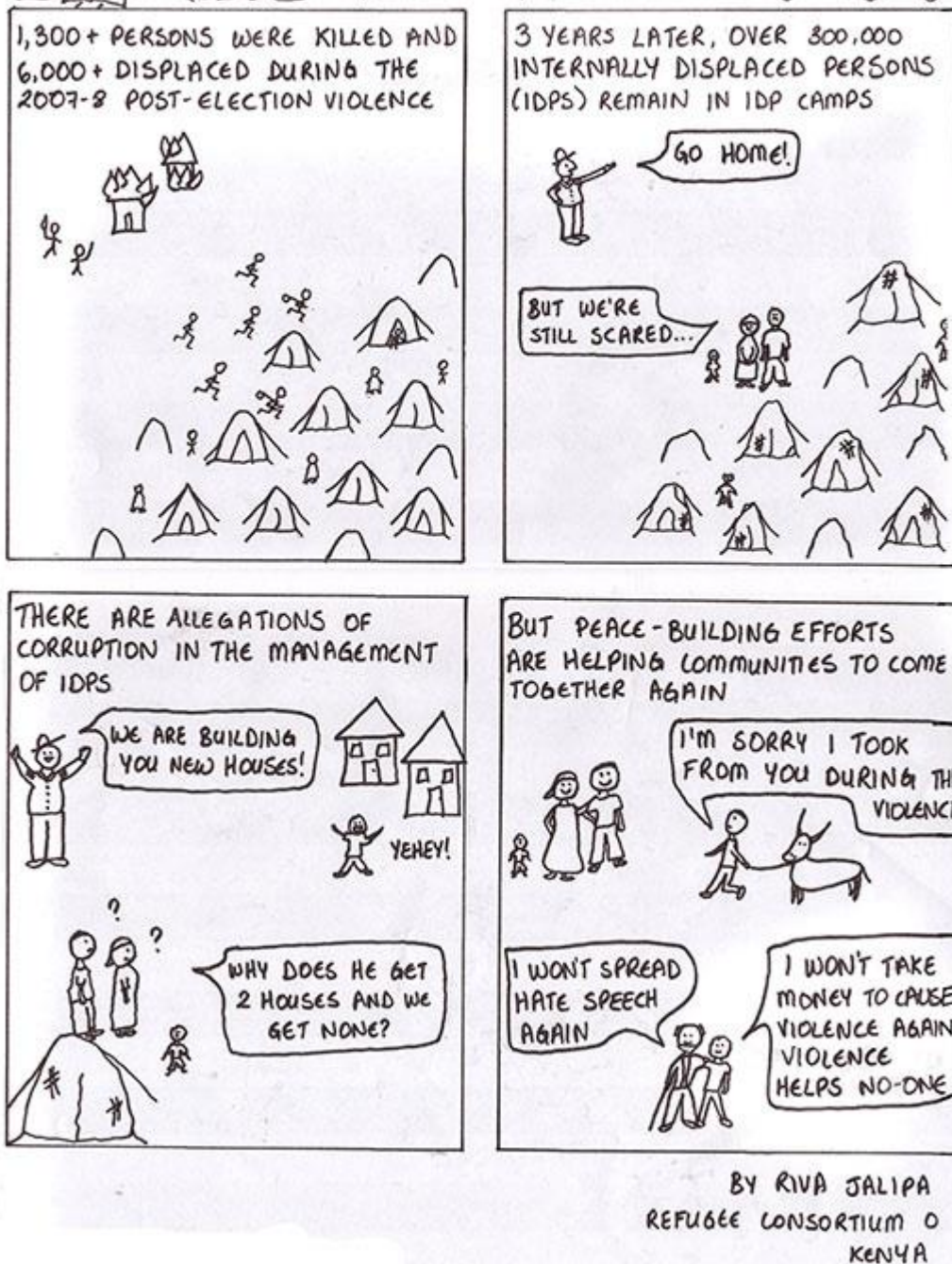
Seta ry:n Tarinoita moninaisuudesta lapsille ja nuorille- sarjakuva-albumi on materiaalit otsikon alla järjestön kotisivulla (Seta 2014).

Suomen Punainen Risti hyödyntää sarjakuvaa osana rasismien vastaisen-viikon ohjelmaa järjestämällä aiheeseen liittyviä sarjakuvatyöpajoja (Hintsu 2014). Samoin Kepa ry on käyttänyt samaa menetelmää kouluvierailuissaan (Kepa ry 2015).

Vähäinen sarjakuvan käyttö ihmisoikeusjärjestöjen toiminnassa on yllättävää sillä esim. piirtäjillä ja kansalaisjärjestöaktiiveilla on oma yhdistys Maailman sarjakuvat- Världens serier ry (kuva 3). (World Comics Finland 2015.)

Tämä järjestö on perustettu jo 1997 ja sen toimintaan kuuluu tarjota valmiita oppimateriaaleja sarjakuvien tuottamisesta ja käytöstä erilaisissa kehityshankkeissa ja esim. Kepa ry:n nettisivuilla on linkki tämän järjestön kotisivuille. (World Comics Finland 2015.)

# HEALING FROM THE P.E.V.



Kuva 3. Esimerkki Maailman sarjakuvat -sarjakuvista. (Jalipa Riva 2011. Healing from the P.E.V. World Comics Finland 2015.)

## 5 PROJEKTIN SARJAKUVA TUOTOS

### 5.1 Prosessin kuvaus

Projektimme kautta teimme Naisten Pankille kaksi sarjakuvaa. Halusimme sarjakuvamme sisällöllisesti vastaavan heidän järjestön tarpeisiinsa, joten haastatelimme järjestön koordinaattoria, siitä millaisia sarjakuvia järjestö toivoi käyttöönsä. Tapaamisessa koordinaattori kertoi, että Naisten Pankilla on meneillään kampanja herätelläkseen mahdollisia uusia vapaaehtoistyöntekijöitä, johon sarjakuvakuvat voisivat liittyä. Järjestö toivoi myös, että sarjakuvista voisi välittyä Naisten Pankin arvoja. Sarjakuvien ulkoasuun saimme vapaat kädet, mutta saimme myös Naisten Pankin virallisen visuaalisen ohjeistuksen, jota voisimme käyttää apuna. Näissä ohjeistuksessa oli mainittu millaista värimaailmaa ja mitä fontteja järjestö suosii. Saimme myös järjestöltä paljon materiaalia siitä mitä Naisten Pankki edustaa, heidän luentoja järjestöstä, sekä lausuntoja järjestön vapaaehtoisilta. Sovimme ensimmäisten luonnosten jättämissäpäivästä, jolloin järjestö voisi tarkistaa onko sarjakuvamme järjestön imagoon sopivia visuaalisesti, sekä vastaako käsikirjoitus järjestön sanomaa ja käytämmekö esimerkiksi samoja termejä. Ensimmäisen luonnoksien hyväksynnän jälkeen, jatkoimme viimeistelyyn. Viimeistelyssä versiossa järjestö pystyi vielä pyytämään muutostarpeita. Saimme tehtäväksemme muutaman pienen korjauksen, jotka liittyivät lähinnä käsikirjoituksen viimeistelyyn.

Maaliskuussa 2015 Naisten Pankki julkaisi heille tekemämme sarjakuvat järjestönsä Facebook päivityksenä, julkaisi sarjakuvista 3 kuvaa Instantgramiinsa, sekä yhden twiitin sarjakuvista Twitteriinsä. Tämän lisäksi sarjakuvista oli artikkeli Naisten Pankin kotisivuilla, johon oli linkki Facebookista, Instantgramista ja Twitteristä. Sarjakuvat olivat myös esillä julisteina Naisten Pankin vuosijuhlassa 10.3.2015, jossa olimme mukana kertomassa sarjakuvistamme ja haastatellaksemme järjestön jäsenten mielipiteitä tuotoksistamme.

## 5.2 Tuotoksemme kuvailut

Tässä osiossa kuvailemme sarjakuvatuotoksiamme yksilöllisesti. Osioon on liitetty sarjakuvamme sekä niiden luonnokset, jotta lukija pääsee näkemään miten prosessi ideasta tuotokseksi on tapahtunut.

”Naisten Pankki puolelta esitettiin toivomus, että sarjakuvat kertoisivat vapaaehtoistyöntekijöistä, järjestön arvoista, sekä sarjakuvien visuaalinen ilme olisi mahdollisimman värikäs. Muita toivomuksia ei järjestöllä ollut. Lähdin suunnittelemaan sarjakuvaa Naisten Pankin vapaaehtoistyöntekijöiden kokemuksista. Halusin heidän kokemuksilla tuoda esille järjestön toimintaa ja asennetta. Kuvat kertovat tarinaa

ja tekstit ovat iskulauseita, joiden tarkoitus on vahvistaa kuvien muodostamaa viestiä. Tekstit on lainattu Naisten Pankin osa vuosikatsauksesta ja rekrytointikampanja materiaalista. Valitsin materiaalista vapaaehtoistyötä parhaiten kuvaavat kommentit ja ne mihin itse koin samaistuvani. Halusin jättää lukijalle tulokinnan varaa ja tehdä tarinasta sellaisen, että se ei olisi liian johdattelleva. Tarkoitukseni oli, että sarjakuvien visuaalisessa ilmeessä näkyisi järjestön arvoja, asennetta ja tavoitetta: Yrittäjäisyys, kansainvälisyys, perhe, unelmat, yhteisöllisyys ja kuinka toivo toteutuu tekojen kautta. Tämän takia sarjakuvassani ei ole kertomusta yhdestä vapaaehtoisesta. Aloitin piirtämään hahmotelmaa sarjakuvasta ja laadin siihen käsikirjoituksen. Lopullinen versio on toteutettu piirtöpöydällä.” Trista Ramberg 16.4.2015 (kuva 4 & 5)





Kuva 4. Trista Rambergin sarjakuvan ensimmäinen luonnos.





Kuva 5. Trista Rambergin valmis sarjakuva Naisten Pankille.

”Naisten Pankista lukiessani huomasin järjestön painottavan vapaaehtoisten tekevän vapaaehtoistyötä juuri sillä erityisosaamisella mitä he omaavat, ja mahdollisuuden olla toiminnassa mukana vapaaehtoisen oman elämän ajallisilla ehdoilla. Sama tuli myös ilmi vapaaehtoisten lausunnoista siitä materiaalista mitä saimme Naisten Pankilta. Mielestäni tämä oli tärkeää tietoa mahdollisille vapaaehtoisille, sillä esimerkiksi ajanpuute voi olla huolenaiheena vapaaehtoisuutta harkitsevalla. Pyrin esittelemään järjestön arvoja keskimmaisissä ja viimeisimmässä ruudussa. Toiseksi viimeinen ruutu on tulkintaani siitä mikä voisi motivoida uusia ihmisiä liittymään toimintaan pohjautuen Naisten Pankin vapaaehtoisten lausuntoihin, sekä omiin näkemyksiini vapaaehtoisuudesta. Tein erilaisista ideoista luonnoksia, joista päädyin valitsemaan version, jossa tarinalla on ikään kuin kertoja.

Ulkoasullisesti pyrin ottamaan huomioon sen, että myöhemmin sarjakuva tulisi mm. Naisten Pankin Facebook – sivulle, jolloin kuvien määrä ja tekstin koko tulisi olla sellainen, että sen voi helposti erottaa pienemmältäkin näytöltä. Värit sarjakuvaan löytyivät järjestön visuaalisesta ohjeistuksesta. Järjestö käyttää tiedotuksissaan samoja värejä, mutta kirkkaammin. Itse halusin säilyttää jonkinlaista maanläheisyyttä ja luonnollisuutta sarjakuvan ulkoasussa. Sarjakuvan tekstin fontti on myös valittu Naisten Pankin virallisesta visuaalisesta ohjeistuksesta. Pyrin sarjakuvan olevan tarinallinen, ilmeeltään kevyt ja positiivinen. Koko sarjakuva on tehty digitaalisella medialla.” Julia Lind 16.4.2015 (kuva 6 & 7)



Kuva 6. Julia Lindin sarjakuvan ensimmäinen luonnos.





Kuva 7. Julia Lindin valmis sarjakuva Naisten Pankille.

## 6 OPINNÄYTETYÖN MENETELMÄT JA TULOKSET

## 6.1 Aineiston keruu

Käytimme haastattelua opinnäytetyömme tiedonkeruumenetelmänä. Haastattelu oli hyvin luonteva tapa kerätä tietoa opinnäytetyömme kannalta olennaisista asioista, sillä yksilöt pystyivät tuomaan esiin itseään ja mielipiteitään mahdollisimman vapaasti, mahdollistaen näin myös monien erilaisten näkökulmien esilletulon. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2009, 95). Keräsimme haastatteluja harjunnan varaisen näytteen periaatteiden mukaisesti kohdentaen haastateltavat Naisten Pankin vuosijuhlasta, jotta voisimme kerätä tietoa sellaisilta henkilöiltä, jotka tuntevat Naisten Pankin toimintaa jo ennestään. (Eskola & Suoranta, 2014, 18). Haastateltavat olivat eri ikäisiä aikuisia miehiä ja naisia. Haastattelutilanteessa käytimme nauhuria, jotta voisimme haastattelijoina vapautua tilanteeseen, ja palata haastatteluihin aina uudestaan havainnoimaan kerättyä tietoa mahdollisimman tarkasti ja löytämään mahdollisimman monia näkökulmia. Haastattelumme oli avointa, jossa molemmat osapuolet olivat aktiivisesti ja tasavertaisesti osallisia keskustellen yleisesti aiheesta eli sarjakuvista. Valitsimme avoimen haastattelun, sillä se on käyttökelpoinen, kun tutkitaan jonkun ilmiön merkityksiä yksilöille, eli mitä yksilöt todella ajattelevat jostain asiasta. Tässä tapauksessa sitä kuinka haastateltavat kokivat sarjakuvat järjestön tiedonantajana. (Ojasalo ym. 2009, 42-97.)

Avoimen haastattelun pohjana käytimme Albert Humhpreyn nelikenttäanalyysia eli SWOT-analyysia. SWOT-analyysi on tehokas tapa yhdistää eri tekijät. Se ryhmittelee ne havainnolliseen, käsiteltävään muotoon. Sen vahvuus on, että voidaan tarkastella kokonaisuutta ja näkymiä yhden peruskehikon avulla. SWOT-peruskehikko sisältää tutkittavan eli sarjakuvan käytön järjestöissä vahvuudet, heikkoudet (sisäiset tekijät), sekä mahdollisuudet ja uhat (ulkoiset tekijät). Nelikenttäanalyysissä on myös lohkojen ristiinvaikutusta esimerkiksi vahvuuksien parantaminen tarjoaa mahdollisuuksia. (Rope & Vahvaselkä 1994, 95-96.)

Toinen tutkimusmenetelmämme oli kvantitatiivinen. Tahdoimme selvittää aineistollamme lisäkö sarjakuvat tilaajaorganisaation yleisön määrää sosiaalisessa mediassa, ja kuinka varteenotettava väline sarjakuva on muiden julkaisutyyppe-

en rinnalla. Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän kautta pystyimme saavuttamaan haastatteluja suuremman ja monipuolisemman yleisön. Aineisto on kerätty järjestön Facebook-sivustolta, sillä järjestön muut sosiaalisen median kanavat olivat niin vähän aktiivisia, että virhemarginaali olisi ollut suuri. Aineisto on kerätty Naisten Pankin Facebookin ylläpidon tilastotieto osiosta. Vertasimme erilaisien julkaisutyyppien kaiken aikaista keskiarvoista aktiivisuutta ja näkyvyyttä sarjakuvajulkaisuun. Vertailuun emme ottaneet mukaan videoita, sillä toisin kuin muut julkaisutyyppit videot olivat usein maksullisesti promotoitu.

## 6.2 Haastattelut

Haastattelimme Naisten Pankin jäsenten ajatuksia sarjakuvista yleisesti, tuotoksemme onnistuneisuutta, ja mm. miltä tuntuisi saada tietoa vaikeista asioista esimerkiksi ihmisoikeusrikkomuksista sarjakuvien kautta. Haastatteluun vastasi 13 henkilöä : 1 mies ja 12 naista.

Haastateltavien mielestä kaikkein tärkeimmät positiiviset asiat sarjakuvissamme olivat viestin ymmärtämisen helppous ja selkeä informatiivisuus. Haastateltava mies kommentoi sarjakuvia: *”Tärkeä asia tulee helposti ymmärrettävässä muodossa”*. Työmme visuaalista ulkoasua kiiteltiin ja sen katsottiin olevan lähellä Naisten Pankin aikaisempaa visuaalista ilmettä ja sopivan ihmisoikeusjärjestölle. Haastattelemamme osanottajat ehdottivat sarjakuvillemme jatkokäyttöä taidelijusteina ja postikortteina, sekä julkaisua lehdistössä tai tietoisuutena esim. liikennevälineissä.

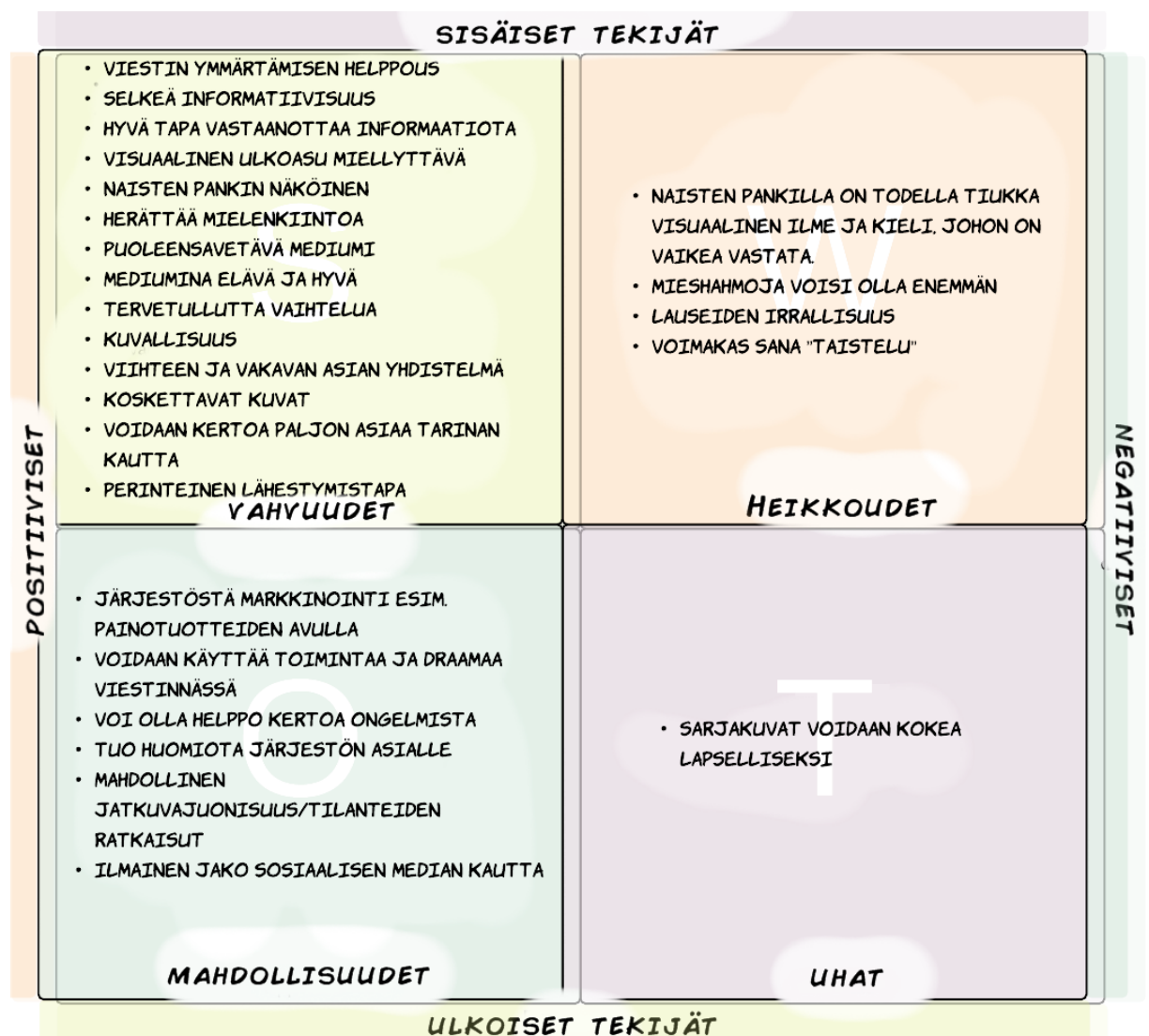
Sarjakuva tiedotusmuotona synnyttää heti kiinnostusta. Sarjakuviamme kuvailtiin uteliaisuutta herättäväksi eikä niihin liitetty negatiivisia tunteita. Positiivisena asiana pidettiin sitä, että sarjakuvamme eivät suoraan viitanneet mihinkään tiettyyn maanosaan. Luotuja hahmoja pidettiin puhuttelevina erityisesti kasvokuvia, sekä kahden mieshahmon mukana olo sai kiitosta. Sarjakuvaruutujen määrää pidettiin sopivana. Tekstin määrä suhteessa kuvien määrään oli haastateltavien mielestä hyvä. Useat haastateltavat kiinnittivät huomiota sarjakuvistamme välittyviin tunteisiin. Niitä pidettiin tunteikkaina ja alitajuntaan vaikuttavina, mutta ei sorruttu liian tunteisiin vetoaviksi. Heistä tuntui että sarjakuvissamme huumori ja syvällisempi viesti esitettiin yhdessä. Eräs haastateltava nainen kommentoi



minkä takia sarjakuvan käyttö voisi olla hyvä tapa järjestöissä: ”Yhdistyy viihde ja vakava asia. En ole asian kohteena, vaan katsojana. Tulen katsoneeksi.” Eräässä haastattelussa tuli ilmi, että haastateltava koki, että sarjakuvissamme käytettiin nuorten kieltä. Tätä voisi hyödyntää, jos viestinnän kohderyhmänä ovat nuoret. Kritiikkinä tuotiin esiin sarjakuvan käytössä järjestön välineenä yleisesti, sitä että osa ihmisistä saattaa pitää sitä liian lapsellisena tiedotusmuotona. Myös sarjakuvan tyyli voi olla lukijaa ärsyttävä. Eräs haastateltava sarjakuvalla voi olla helppo kertoa ongelmista, mutta rakentavien ratkaisuehdotusten esittäminen voi olla vaikeampaa.

Yksittäisinä puutteina haastateltavat pitivät Naisten Pankille tehdyissä sarjakuvissa liian irrallisia lauseita, mies hahmojen vähyyttä ja liian voimakkaan taistelusanan käyttöä.

Ohessa haastattelujen perusteella jäsennetty Swot-analyysi. (kaavio 1)

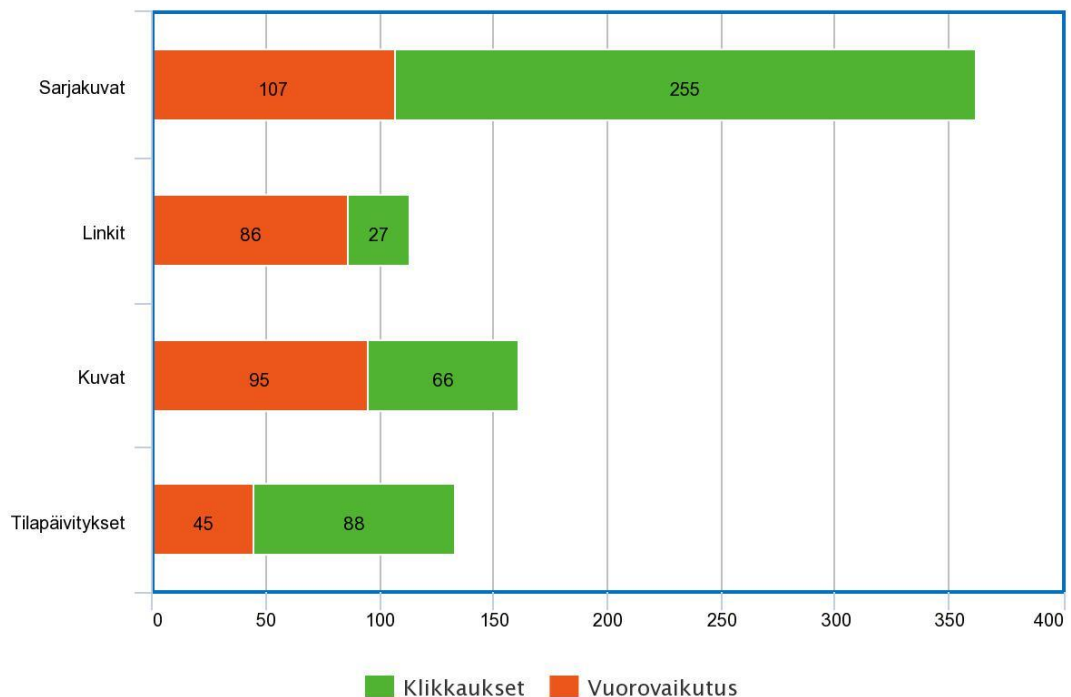


## Kaavio 1. Swot-analyysi haastattelujen pohjalta

Swot-analyysistä nähdään, että haastateltavat kokivat sarjakuvien käytössä paljon vahvuuksia ja mahdollisuuksia. Heikkoudet liittyivät esitettävien sarjakuvien tiettyihin piirteisiin. Uhista nousi esiin sarjakuvan mahdollinen lapsellinen imago. Kuten jo edellä mainitti, tämän voi kuitenkin kääntää myös mahdollisuudeksi nuoremman jäsenkunnan houuttelemiseksi toimintaan.

### 6.3 Kvantitatiivinen aineisto

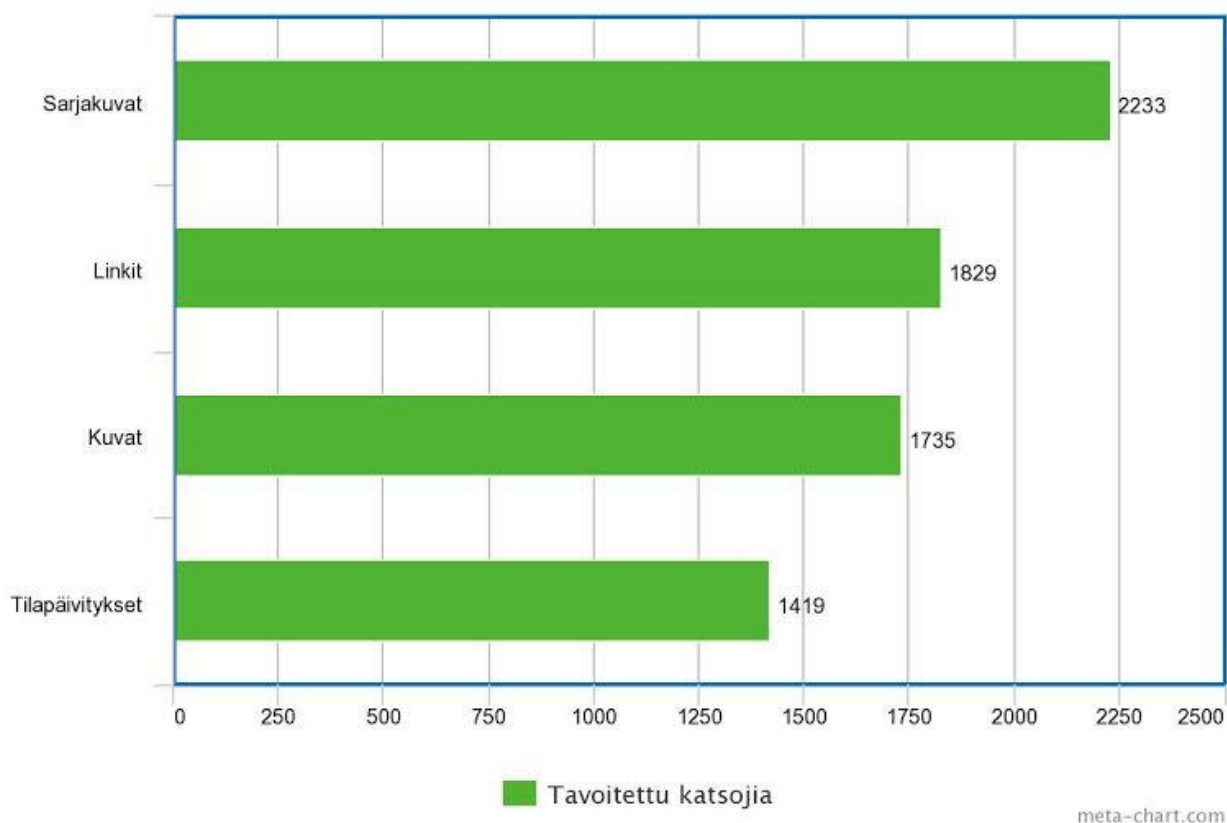
Naisten Pankin Facebookin kautta kerätyn aineiston kautta selvisi, että verrattuna muiden julkaisutyyppien keskiarvoon, sarjakuvajulkaisu oli aktiivisempi. Sarjakuvajulkaisun vuorovaikutuksellisuus oli keskiarvoa vähän suurempi, sekä sitä klikattiin huomattavasti useammin. Vuorovaikutus sisältää julkaisun tykkäyksien, eteenpäin jakamisen, sekä kommenttien määrän (kaavio 2).





## Kaavio 2. Naisten Pankin erilaisten julkaisutyyppien aktiivisuus

Vertasimme myös sarjakuvien näkyvyyttä muiden julkaisujen keskiarvoon. Näkyvyydellä tarkoitamme tässä, kuinka monta katsojaa tavoitettiin, eli kuinka monta ihmistä näki julkaisun. Aineistosta selvisi, että sarjakuvat olivat muiden julkaisutyyppien keskiarvoon verrattuna suosituimpia (kaavio 3).



Kaavio 3. Tavoitetut katsojat

## 6.4 Tilaaajaorganisaation palaute

Projektimme lopussa haastattelimme Naisten Pankin koordinaattoria. Hän vastaa järjestön näkökannasta siihen, miten sarjakuvaprojektimme onnistui. Syy miksi Naisten Pankki alun alkaen lähti mukaan oppinäytetyöhömme, oli se että järjestön mielestä se oli loistava idea, se ei tulisi vaatimaan itse organisaatiolta lähes mitään eikä sarjakuvia oltu ennen käytetty järjestön tiedottamisen välineenä. Kouluarvosanaksi tilaaja antaisi koko projektille 10, koska sarjakuvaprojekti oli itsenäisesti ja tehokkaasti hoidettu. Naisten Pankki koki, että sarjakuvat eivät saaneet sen enempää huomiota sosiaalisessa mediassa verrattuna mui-

hin tiedotusmuotoihin, joita se oli ennestään käyttänyt. Kuitenkin järjestön mielestä sarjakuvista irtosi heille käyttökelpoista materiaalia, josta on pitkäaikainen hyöty organisaatiolle. Sarjakuvia on helppo käyttää yhä uudelleen sosiaalisessa mediassa. Järjestön mielestä sarjakuvien visuaalinen ilme ei vastannut Naisten Pankin ilmettä, sillä sarjakuvien värimaailma poikkesi järjestön omasta värimaailmasta. Toisaalta järjestö ei koe, että se oli lainkaan ongelmallinen asia, sillä se haluaa luoda kuvaa olevansa moniääninen ihmisoikeusjärjestö. Naisten pankki tulee hyödyntämään jatkossakin meidän tekemiämme sarjakuvia ja ylipäätään sarjakuvia tulevaisuudessa. Sen pitää vain etsiä joku taho, joka tuottaisi lisää sarjakuvamateriaalia järjestön käyttöön. Meidän sarjakuviamme tullaan jatkossa käyttämään siten, että niitä jaetaan sosiaalisessa mediassa tulevaisuudessakin. Niitä tullaan myös hyödyntämään erinäisissä koulutustapahtumissa. Naisten Pankki suosittelee muidenkin järjestöjen tarttuvan tämän kaltaisiin sarjakuvaprojekteihin. Järjestön mielestä sarjakuvilla pystytään elävöittämään markkinointia sekä tiedottamaan heidän toiminnastaan sosiaalisessa mediassa. Sen mielestä sarjakuvien hyviä puolia on se, että ne tuovat mukavalla tavalla esille tietoa järjestöstä. Järjestö huomautti, että sarjakuvat olisivat voineet ulkoasultaan sopia yhteen paremmin. Tähän olisi ollut kuitenkin vaikea vastata, sillä sarjakuvat ovat aina sarjakuvataiteilijoidensa näköisiä. (Palautahaastattelu, Naisten Pankki 16.4.2015.)

## 6.5 Päätelmä

Aineistomme tuloksista päätellen sarjakuvatuotoksemme Naisten Pankille oli menestyksenkäs. Niistä pidettiin, niille nähtiin erilaisia mahdollisuuksia tulevaisuudessa ja niitä tullaan käyttämään jatkossakin. Tämän puolesta tunnemme onnistuneemme opinnäytetyön toiminnallisessa puolessa. Halusimme myös selvittää sarjakuvan vartenotettavuutta järjestömaailmassa tiedotusmuotona, ja kvantitatiivisen aineiston perusteella sarjakuvamme oli keskivertoa vuorovaikutteisempi ja tavoitti myös muita tiedotusvälineitä enemmän katsojia.

Jälkeenpäin ajattelimme, että sarjakuvamme olisi voinut olla vielä vuorovaikutteisempi ja laajemmalle yleisölle, mikäli olisimme käsitelleet niissä hiukan erilaisia aiheyyppiä. Sosiaalisessa mediassa on tärkeää, että tuotettu sisältö on



- Voit mahdollisesti mukauttaa järjestön visuaalisen ilmeen mukaan sarjakuvaan.
- Ota huomioon, kuka on kohderyhmäsi. Kenelle kaikille sarjakuvasi on suunnattu?
- Sarjakuvaan pohjautuvaa materiaalia valitessa ota huomioon, että sen olisi mukauduttava tarinalliseen muotoon.
- Sarjakuvan perusluonteena on olla väittämättä onko jokin asia oikein tai väärin – jätä lukijalle tilaa tehdä omat johtopäätökset.
- Voit tehdä sarjakuvastasi puoleensavetävämmän käyttämällä draamaa, huumoria ja toimintaa.
- Sarjakuvat ovat pehmeä keino, jolla voit saattaa arkaluontoiset aiheet tapetille.
- Ensimmäisen luonnoksen avulla voit esitellä ideaasi järjestölle. Luonnos voi olla todella raakile versio. Tässä vaiheessa järjestö voi vaikuttaa vielä suurestikin lopputulokseen. Kysy palautetta ennen kuin siirryt viimeistelyyn.
- Miten sarjakuva julkaistaan? Jos sarjakuva tulee esimerkiksi sosiaaliseen mediaan ota huomioon, että kuva tulee usein pienikokoisena, joka pitää ottaa huomioon sarjakuvan ja tekstin koossa. Muista myös, että sarjakuvalla on monia mahdollisuuksia erilaisissa julkaisukanavissa. Sarjakuvan kautta voit tehdä esimerkiksi jatkuvajuonista blogia tai sitä voidaan vaikka julkaista ruutu kerrallaan Instantgramissa.
- Ota huomioon, että sarjakuvan teko voi viedä aikaa. Laadi itsellesi ja järjestölle aikataulu.

## LÄHTEET

Amnesty International 2014. Facebook Amnesty International - Suomen osasto. Viitattu 17.04.2015.

<https://www.facebook.com/amnestyfinland/photos/pb.134934386349.-2207520000.1429714296./10153283865431350/?type=1&theater>

Amnesty International 2015. Kotisivut. Viitattu 17.04.2015.

<https://www.amnesty.fi/tyomme/teemat/itsemaaraamisoikeus-sukupuoleen/>

B'Tselem 2014, Kotisivut. Viitattu 17.04.2015.

[http://www.btselem.org/publications/so\\_near\\_and\\_yet\\_so\\_far](http://www.btselem.org/publications/so_near_and_yet_so_far)

Eisner, Will (1985) Comics & Sequential Art. Florida: Poor House Press

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2014). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: vastapaino

Flippa, Harri (2011). Tiedettä ja sarjakuvaa – ruutujen kaupalla. Helsingin yliopisto. Pro gradu-tutkielma. Loimaa: Kustannus HD

Gravett, Paul (2007). Sarjakuvaromaani ja kuinka se voi muuttaa elämäsi. Helsinki: Otava

Haasio, Ari (2011). Mitä iloa internetistä. Hyödyt verkkopalveluista, sukella sosiaaliseen mediaan. Vantaa: BTJ Finland Oy, Helsinki.

Harju, Aaro (2004). Järjestön kehittäminen. Helsinki: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi

Heikkala, Juha (2001). Järjestön strategia. Tampere: Tampere university press

Hintsa, Tero 2014. Punainen risti. Rednet. Punainen Risti sarjakuva paja : Sarjakuva pajan esittely, tuotokset 2014. Viitattu 17.04.2015.

<https://rednet.punainenristi.fi/node/23585>

Isokangas, Jouko & Kinkki, Seppo (2006). Yrityksen perustoiminnot. Basic Business Operations. Helsinki: Sanoma Pro Oy

Ihmisoikeusliitto 2015. Kotisivut. Viitattu 27.4.2015.

<http://ihmisoikeusliitto.fi/>

Jurvansuu, Sari (2002). Paikallisyhdistysten menestystekijät. Tutkimus kansalaistoiminnan hyvistä käytännöistä. Vantaa: Nykypaino OY

Kaasila, Raimo & Rajala, Raimo & Nurmi, Kari E.(2008). Narratiivikirja: Menetelmiä ja esimerkkejä. Tampere: Juvenes Print.

Kaukoranta, Heikki & Kempainen, Jukka (1982) Sarjakuvat. (2. laajennettu painos). Helsinki: Otava

Kepa Ry 2015. Kotisivut. Viitattu 17.04.2015.  
<https://www.kepa.fi/jasensivut/jasenrekisteri/1069>

Keränen, Markus 2011. Yle Internet & 15/30 Research –tutkimus : Suomalaiset verkossa, 2010: (15/30 Research) esitys tutkimuksesta 2011. Viitattu 20.4.2015.  
<http://www.slideshare.net/ylefi/yle-esitys-ppt?ref=http://www.1530.fi/2011/02/1530-research-yle-suomalaiset-verkossa/>

Kuitunen, Jonna (2013). Possibilities of comics as innovation tools. Muotoilun koulu-tusohjelma, ammattikorkeakoulu Karelia. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö.

Levinainen, Lissu (2008). Levinaisen kasvot. Helsinki: Like

Lähde, Ville (2013) Niukkuudenmaailmassa. Tampere: Eurooppalaisen filosofia seura Ry.

Manninen, Pekka. A. (1995) .Vastarinnan välineistö. Sarjakuvaharrastuksen merkityksiä. Kasvatustieteiden tiedekunta. Akateeminen väitöskirja. Tampere: Tampere University Press

McCloud, Scott (1993). Understanding Comics – The Invisible Art. New York: Harper Collins Publishers

Mikkonen, Kai (2005). Kuva ja sana. Kuvan ja sanan vuorovaikutus kirjallisuudessa, kuvataiteessa ja ikonoteksteissä. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Morgan, Alice (2008). Johdatus Narratiiviseen Terapiaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Mäkiranta, Mari (2008). Kerrotut kuvat. Omaelämäkerralliset valokuvat yksilön, yhteisön ja kulttuurin kohtaamispaikkoina. Tampere: Juvenes Print.

Naisten Pankki 2015. Kotisivut. Viitattu 17.04.2015. <https://www.naistenpankki.fi>

Niiniluoto, Ilkka(2004). Informaatio, tieto ja yhteiskunta teoksessa Kaarle & Iiris Ruoho(toim.) Tiedotusopin peruskurssin lukemisto. Tampere. Tampereen Yliopisto Oy, 1-21.

Nordenstreng, Kaarle (1975). Tiedotusoppi. Johdatus yhteiskunnallisten viestintä-prosessien tutkimukseen. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo (2009). Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy

Oxford University Press 2015. Viitattu 27.4.2015.  
<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/virality>

Packalén, Leif & Odoi, Frank (1995). Comics with an Attitude. A Guide to the Use of Comics in Development. Helsinki: Ministry for Foreign Affairs of Finland

Riessman, Catherine Kohler (2008). Narrative methods for the human sciences. Uni-tes states of America, Boston: Sage Publications, Inc.

Rope, Timo & Vahvaselkä, Irma (1994). Suunnitelmallinen markkinointi. Suunnitelu, tutkimus ja kansainvälistyminen. Helsinki: WSOY

Rope, Timo (2005). Suuri markkinointikirja. Helsinki: Talentum

Satrapi Marjane (2000) Persepolis. Paris: L'Association

Seta 2014. Kotisivut. Viitattu 17.04.2015. <http://seta.fi/materiaali/>.

Seppälä, Piritta (2011). Kiinnostu & kiinnosta. Näin markkinoit järjestöäsi sosiaalisessa mediassa. Helsinki: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.

Seppälä, Piritta (2014). Kuuntele & keskustele. Näin järjestösi toimii tavoitteellisesti sosiaalisessa mediassa. Helsinki: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry.

Uimonen, Risto & Ikävalko, Elisa (1997). Mielikuvien maailma. Miten mediajulki-suutta muokataan ja imagoja rakennetaan. Jyväskylä: Kustannus Oy Tamara Press.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina (2003). Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi

Waugh, Coulton (1947). The comics. Jackson: University press of Mississippi

Wiio, Osmo A.(1998). Johdatus viestintää. Helsinki: WSOY

Wolff, Lili-Ann (2004) Ympäristökasvatus ja kestävä kehitys, 1960-luvulta nykypäivään. Teoksessa Hannele Cantell (toim.) Ympäristökasvatuksen käsikirja. Juva: PS-kustannus WS Bookwell Oy, 25

World Comics Finland 2015. Kotisivut. Viitattu 17.04. 2015. <http://www.worldcomics.fi/>