

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Kirja tekee hyvää

Erään kuvakirjaproduktin haasteet

Pia Rautio

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu/2010

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Pia Rautio	Sivumäärä 75 + 9 liitesivua
Työn nimi Kirja tekee hyvää – erään kuvakirjaproduktin haasteet	
Ohjaavat opettajat Pekka Vartiainen, Minna Hautio	
Työn tilaaja Syömishäiriöliitto ry, Sami Heimo	
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena on sekä kartoittaa kolmannen sektorin julkaisutoiminnan käytäntöjä että tarkastella työn toiminnallisessa osassa toteutettua sähköisen julkaisun tuotantomallia. Työssä selvitetään, millainen julkaisutoiminnan toimintaympäristö on ja millaisia eroja painetun ja sähköisen julkaisemisen välillä on tuottajan tai järjestön näkökulmasta. Työn pääasiallisina lähteinä on käytetty kirjallisuutta ja verkkomateriaaleja. Näiden lisäksi myös järjestökentälle suunnattu, julkaisutoimintaa koskeva sähköpostikysely ja opinnäytetyön produkti tarjoavat työn teemoille käytännön tarkastelupohjaa.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallinen osa käsittää lapsille suunnatun Tanssiva Talo -kuvakirjan julkaisun suunnittelemisen, materiaalin taittamisen ja sopivan julkaisukanavan etsimisen. Oman itsen hyväksymiseen kannustavan kirjan takana ovat sotkamolainen kirjailija ja kuvittaja, jotka kesällä 2009 etsivät tekstile ja kuville tuottajaa. Kirja päätyikin lopulta Syömishäiriöliiton uudelle nuorten internetsivustolle, jonne kaivattiin vastapainoa informatiivisille sisällöille. Työlle oli siis tilausta kahdelta suunnalta. Omaan kokemukseen perustuen kerrotaan siis lasten kuvakirja Tanssivan Talon tarina, eli kehityskertomus ideoista sähköiseksi kirjaksi.</p> <p>Monet järjestöt harjoittavat julkaisutoimintaa: kolmannella sektorilla tuotetaan raporttien ja tiedotusmateriaalien lisäksi myös jossain määrin kaunokirjallisuutta. Näiden yksittäisten teosten tarkoituksena on usein jonkin järjestön missioon liittyvän ajatuksen tai sanoman välittäminen yleisölle. Kuvakirja-case Tanssiva Taloon liittyen työssä pohditaan myös, soveltuuko kuvakirja käytettäväksi ennaltaehkäisevänä materiaalina ja sosiaalisen vahvistamisen välineenä: millä tavoin kirja tekee hyvää lapselle.</p> <p>Digitalisoituminen on madaltanut julkaisukynnystä paitsi omakustanteiden myös järjestöjen tuottamien materiaalien osalta. Vaikka uudet teknologiat – internet, e-kirjat ja digitaalinen painaminen – ovat helpottaneet kirjanjulkaisun prosesseja ja muuttaneet niitä aiempaa edullisemmiksi, on mukana seurannut muun muassa tekijänoikeudellisiin kysymyksiin liittyviä haasteita, joita työssä pyritään erittelemään.</p> <p>Haastattelututkimus kohdistui sellaisiin hyväntekeväisyys- ja sosiaali- ja terveysalan järjestöihin, jotka harjoittavat julkaisutoimintaa ja jotka ovat tuottaneet materiaaleja myös lapsille. Kysely kartoitti sekä julkaisutoimintaa yleisesti ja lastenmateriaalien osalta että sähköisen ja painetun julkaisun koettuja eroja.</p> <p>Sekä haastatteluiden että kirjallisuuden perusteella voidaan sanoa, että Tanssivan Talon kaltainen lapsille suunnattu kuvakirja voi tehdä hyvää: kirjaa voidaan käyttää sosiaalisen vahvistamisen välineenä. Saduilla on merkitystä itsetunnon ja sosiaalisten taitojen kehittymisen kannalta. Kirjat voivat opettaa terveitä arvoja ja asenteita sekä itseä että muita kohtaan. Kirjalla myös halutaan tehdä hyvää: painetun kirjan tuotantokustannuksista huolimatta järjestökentällä julkaistaan edelleen perinteisiä kirjoja, jotka vastaavat kohderyhmän tarpeisiin epäsuoremmin kuin esimerkiksi oppaat. Kustannuspaineet ovat kuitenkin johdattaneet yhdistyksiä yhteistyöhön kustannus- ja julkaisutoimintaan erikoistuneiden toimijoiden kanssa. Yhteistyömallien kehittäminen kertoo siitä, että lastenmateriaalien julkaisu koetaan tärkeänä: kirja on 2000-luvulla enemmän kuin pelkkä kauppatavara tai taide-, viihde- tai käyttöesineenä. Tanssivan Talon julkaisuratkaisut valittiin sillä perusteella, että työ tulisi julkaistuksi tarkoituksenmukaisesti – sekä sisällöllistä syistä että yhdistyksen toiminta-ajatuksen vuoksi. Kolmannen sektorin luonteesta ja perinteisen kustannustoiminnan kalleudesta johtuen valittiin siis toimintamalli, jolla kaikki parametrit voivat tyydyttävästi toteutua.</p>	
Asiasanat julkaisutoiminta, järjestötoiminta, kolmas sektori, kirjatuoanto, hyväntekeväisyys, lastenkirjallisuus, sähkökirjat, digitaalitekniikka	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management

ABSTRACT

Author Pia Rautio	Number of Pages 75 + 9
Title Books That Make a Difference – Challenges of a Picture Book	
Supervisors Pekka Vartiainen, Minna Hautio	
Subscriber Syömishäiriöliitto ry, Sami Heimo	
Abstract <p>The purpose of this study is to survey the publishing methods used in the third sector and to examine the selections made in the practical part of the study. It is examined what the operational environment is like and what are the differences between printed and electric publishing from the producer's or organization's point of view. The principal sources for the study are literature and web materials. In addition an inquiry and the product of the work offer a more practical baseline. Research was conducted via a questionnaire which was e-mailed to different kind of organizations within third sector.</p> <p>The practical part of the study consists of designing, desktop publishing and finding an opt way to distribute a children's picture book. Behind the picture book entitled <i>Tanssiva Talo</i> are a writer and an illustrator from Sotkamo, who searched for a producer for the book in the summer of 2009. The book which encourages self-acceptance ended up on a website made for young people suffering from eating disorders. There was a need for the product from both the authors' and the organization's side. An organization called Syömishäiriöliitto needed emotionally appealing contents for its the new website and the book's authors were hoping to convey their message and offer the book to readers. Based on my own experiences I tell the story of the development of <i>Tanssiva Talo</i> – all the way from an idea to a digital book.</p> <p>Many organizations publish various materials: along with reports and informational texts literature has also been published to some extent. These books are often related to the organization's mission. Related to case <i>Tanssiva Talo</i> this study also reflects on whether a picture book could be used as a tool for social reinforcement.</p> <p>Digitalization – internet, e-books and digital publication - has made publishing easier and cheaper for organizations but at the same time some challenges, including for example copyrights, have arisen.</p> <p>The inquiry was addressed to charitable, social and health-area organizations that had also produced materials for children. The questionnaire mapped out publication actions generally and with regard to children's materials and the differences between printed and electronic materials.</p> <p>Findings from both the interviews and the literature suggest that a book like <i>Tanssiva Talo</i> can do good: a picture book can be used for social reinforcement. Fairy tales matter for self-esteem and for development of social skills. Children's books can teach healthy self-esteem and attitudes towards both one's self and others. Organizations also wish to do good by means of books: despite of the costs of printed books traditional books are still being published in the third sector. These books meet target groups' needs more indirectly than for example brochures.</p> <p>Financial pressures have lead organizations to cooperate with specialised operators in the publishing and publication field. Cooperational models note that literature for children is seen as important: a book is more than just an item for sale or a piece of art or recreational or functional article. The choices made in the production of <i>Tanssiva Talo</i> were based on their adequacy to fulfill all the parameters set by both the organization's mission and the content of the book itself.</p>	
Keywords book production, organization activity, publication activity, charity, third sector, children's literature, digital technology, electronic books	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TEORIAT JA LÄHTÖKOHDAT	8
2.1 Teoreettista taustaa	9
2.1.1 Kolmas sektori ja nonprofiit-organisaatiot	10
2.1.2 Sosiaalinen vahvistaminen	12
2.1.3 Itsetunto ja ennaltaehkäisy	13
2.1.4 Syömishäiriöt	15
2.1.5 Satujen luonne ja merkitys	17
2.2 Kustannustoiminnan taustatekijät	20
2.2.1 Kustantamisen mallit	21
2.2.2 Digitalisoituminen	22
2.2.3 Tekijänoikeudet ja internet	26
2.2.4 E-kirja	29
2.2.5 Markkinoinnilliset ratkaisut	31
3 CASE TANSSIVA TALO	37
3.1 Syömishäiriöliitto ry	37
3.2 Projektin tavoitteet	38
3.3 Ideasta kirjaksi	40
3.4 Kirjan sanoma	44
3.5 Tanssiva Talo ja internet	46
3.6 Tanssiva Talo sosiaalisessa mediassa	47
4 KIRJOJA MAAILMALLE JÄRJESTÖJEN VOIMIN	51
4.1 Kyselyn laatiminen ja arviointi	52
4.2 Järjestöjen taustatiedot	54
4.3 Julkaisutoiminta yleisesti	56
4.4 Julkaisuprosessi	58
4.5 Sähköinen vai painettu?	59
4.6 Tuotto ja sopimukset	61
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	62
5.1 Kirja tekee hyvää!	62
5.2 Tuottajan osaamisen merkitys kirjaprojekteissa	64
LÄHTEET	70
LIITTEET	76
Liite 1: Tuotantosopimus, osa I	
Liite 2: Tuotantosopimus, osa II	
Liite 3: Järjestöjen haastattelupohja	
Liite 4: Tanssiva Talo kuvina	

1 JOHDANTO

Usein itsestään selvänä pidetty sana 'kirja' edustaa paljota muutakin kuin kansien väliin nidottua paperinippua, jossa on tekstiä. Kirjan voi nähdä tiedon kehtona, ajattelun työkaluna, elämyksen tuottajana, mielikuvituksen siivittäjänä ja historian välittäjänä. Sama kirja voi olla toiselle terapeutti ja opettaja ja toiselle ystävä ja piilopaikka.

Kirjan käsite on aina – sekä määritelmissä että arkikäsitteissä – ollut laaja, mutta 2000-luvulla käsite on avartunut entisestään. Vielä 1960-luvulla Unesco määritteli kirjan eiaikakautisena, kannet pois lukien vähintään 49-sivuisena, painettua julkaisuna (Unesco 1964, 144), mutta perinteisen painetun, paperisen kirjan rinnalle ovat nyt hanakasti pyrkimässä myös sähköiset kirjat, verkkotekstit, äänikirjat, massatallenteet, multimedia ja muut julkaisut, kuten tietokonepelit. Digitaalisuus muuttaa paitsi lukutottumuksia, myös kirjanvälityksen toimintatapoja. Löytävätkö sähköiset kirjat lukijansa tai toisin päin?

Lähes kaikille suomalaisille tutut suuret kustannustalot näyttäytyvät verkostoiltaan, resursseiltaan ja markkinointikoneistoiltaan ylivoimaisina. Koko Suomen kirjamyynnistä valtaosa, jopa noin 80 prosenttia on keskittynyt kymmenelle suurimmalle kustantamolle (Stockmann, Bengtsson & Repo 2005, 22). Vuonna 2003 Suomessa julkaistiin 2,3 kirjaa tuhatta asukasta kohden (mt., 42). Käytännössä tämä tarkoittaa yli 12 000 vuosittaista nimekettä. Kirjailijoista vain harvat ja valitut ylittävät kustannuskynnyksen ja saavat hengentuotteensa myyntiin. Vielä harvemmat saavat tästä elantonsa. Tämä tuntuu ristiriitaiselta siihen nähden, että yleisen kirjallisuuden myynti vuonna 2004 kuitenkin oli 23,5 miljoonaa kappaletta ja 391 miljoonaa euroa, eikä ulkomaisten kirjojen osuus ollut tästä kuin noin 41 miljoonaa euroa (mt., 42).

Kaupallisten kustantamoiden ja omakustannekentän ulkopuolellakin harjoitetaan julkaisu-toimintaa: monet järjestöt tuottavat paitsi raportteja, esitteitä ja opaskirjoja myös jossain määrin kaunokirjallisuutta. Näiden usein yksittäisten teosten teemana on jokin järjestön toimintaan, missioon tai arvoihin linkittyvä tekijä; sanoma, joka halutaan välittää yleisölle.

Kirja onkin hyvä viestinnällinen tuote, joka kestää aikaa ja jota arvostetaan, mutta joka on myös arvokas kustannettava. Uusien tekniikoiden kehittyminen on tehostanut ja muuttanut kirjanjulkaisun prosesseja edullisemmiksi, mutta mukana on seurannut myös tekijänoikeudel-

lisiä kysymyksiä: kuinka sähköisen kirjan tekijänoikeudet turvataan? Millä tavoin kulttuuri-tuottaja voi hyödyntää digitaalisuutta tekstien saattamisessa lukijoille?

Kiinnostukseni tutkimuksen aihepiiriin, julkaisutoimintaan, graafiseen alaan, sähköiseen mediaan sekä järjestö- ja julkaisutoiminnan väliseen yhteyteen ovat syntyneet vähitellen; opintoni ovat painottuneet visuaaliseen kulttuuriin, mediakasvatukseen sekä mediatyöhön ja olen myös aktiivisesti mukana muun muassa Syömishäiriöliiton vapaaehtoistoiminnassa. Kun kirjailija ja kuvittaja etsivät kesällä 2009 tekstile ja kuville tuottajaa niiden saattamiseksi itse-tuntoa tukevana kirjana maailmalle, olin innolla mukana projektissa – tietämättä vielä sen tarkemmin tulevista haasteista. Opinnäytetyöni toiminnallisessa osassa yhdistyivät tämän lapsille suunnatun Tanssiva talo -kuvakirjan julkaisun suunnitteleminen, materiaalin taittaminen ja sopivan julkaisukanavan etsiminen.

Oletukseni tähän produktiin sitoutuessani oli, että suomalaisessa kulttuurissa vaalitaan edelleen, kulttuurin kuvallistumisesta huolimatta, kirjallisia perinteitä. Uskon, että kirjoilla on suomalaisille paitsi tunnearvoa myös kulttuuriarvoa, jotakin vaalittavaa, joka sillan tavoin voi yhdistää sukupolvia toisiinsa. Samalla kuitenkin tiedostin, että Suomessa sinällään pienimuotoinen kirja-ala on kaupallistunut ja elää myyntimenestyksistä; kotimaisista menestyskirjailijoiden teoksista, joita voi huoletta ostaa lahjaksi ja käännettyistä kirjasarjoista, joiden myynti perustuu moniportaiseen markkinointikoneistoon. Odotettavissa oleva myynti, joko kirjailijan tai kirjan teeman perusteella, määrittäisi siis ne kirjat, joista todennäköisimmin solmitaan kustannussopimus.

Tanssiva talo -kuvakirjaprojektia aloittaessani tarkoitukseni oli painottaa opinnäytetyössäni toiminnallista osuutta, kirjan julkaisuprosessia, mutta työn painopiste muuttui päädyttyämme tekijöiden kanssa alkutalven aikana julkaisumallin keventämiseen. Edessä olleet vaihtoehdot julkaisualustan suhteen hämmensivät ja houkuttelivat tutkimaan digitaalisuuden luomia haasteita ja mahdollisuuksia tarkemmin. Mihin kirja on matkalla digitaalisena aikana, lähemmäs vai kauemmas lukijaa?

Tutkimukseni tavoitteena on kuvailla konkreettista ja kevyttä mallia julkaisun tuottamiseksi sekä kartoittaa kolmannen sektorin, suurimpien suomalaisten hyväntekeväisyys- ja kansalaisjärjestöjen, julkaisutoiminnan käytäntöjä. Halusin selvittää, millaisin resurssein sanoilla ja kuvilla voi tehdä hyvää vuoden 2010 Suomessa – riskittömästi ja ilman omarahoitusta. Pysin

myös selvittämään, millaiset mahdollisuudet kolmannen sektorin toimijoilla on toteuttaa julkaisuprojekteja. Tarkemmin sanoen tutkin millainen on järjestötyön julkaisu toiminnan toimintaympäristö ja mitkä ovat painetun ja sähköisen julkaisemisen väliset erot tuottajan tai järjestön näkökulmasta. Samalla selvitin myös, millä keinoin ja millaisin sopimuksin tuottaja voi toimia kustannuskentällä. Tanssiva Talo -projektiin liittyen halusin myös selvittää, voisiko kuvakirjaa käyttää sosiaalisen vahvistamisen välineenä. Omaan kokemukseeni perustuen kerroin siis tuottamani lasten kuvakirjan tarinan, eli sen, miten ideoista syntyi tarina ja kuinka teksti ja kuvat paketoitiin kirjaksi.

Aivan työn aluksi selvitän aiheen taustatekijöitä sekä teorioita liittyen toimintaan kolmannella sektorilla, sosiaalisen vahvistamiseen sekä lastenkirjallisuuden vaikutusmahdollisuuksiin. Taustaselvitys käsittää myös suppeahkon katsauksen kustannustoiminnan taustalla vallitseviin tekijöihin. Tämän jälkeen esittelen työn produktin, Tanssiva Talo -kuvakirjan; käyn läpi tuotannon vaiheet, esittelen produktin tilaajatahon, kirjaproduktin tavoitteet sekä perustelen julkaisualustan valinnan. Casen taustaa vasten analysoin järjestökentälle lähettämäni julkaisu toimintaa käsittelevää kyselyä ja tarkastelen haastattelurungon mukaisesti myös vielä hieman yksityiskohtaisemmin Tanssivan Talon julkaisumallia. Työn lopussa kokoan yhteen sekä kirjallisen että toiminnallisen työn varrella syntyneitä johtopäätöksiä lastenkirjan merkityksestä sekä julkaisu toiminnan tulevaisuudesta ja pohdin kulttuurituottajan roolia kirjatutotannossa.

2 TEORIAT JA LÄHTÖKOHDAT

Opinnäytetyöni koostuu kolmesta laajasta teemasta, joista perustavin on julkaisutoiminta. Tutkin aiheita myös käytännön kautta, toisin sanoen olen käyttänyt kuvakirja Tanssivaa Taloa yhtenä aineistona siten, että tarkastelen produktia eri näkökulmien ja yläotsikoiden valossa. Käsittelen kustannus- ja julkaisutoimintaa sekä digitaalisuuden että kolmannen sektorin näkökulmasta – unohtamatta tuottajan roolia kustannuskentällä.

Tuottamani lastenkuvakirjan johdosta toinen teema on itse lastenkirjallisuus: olen selvittänyt sekä satujen merkitystä lapsen kehityksen kannalta että lastenkirjallisuutta vielä sosiaalisen vahvistamisen näkökulmasta. Työni siis sivuaa lastenkirjan merkitystä erityisesti itsetunnolle nykyisessä mediayhteiskunnassa ja osana syömishäiriöiden ennaltaehkäisyä. Syömishäiriöt liittyvät työhön produktin julkaisualustan kautta: kuvakirja julkaistiin Syömishäiriöliiton ennaltaehkäisevänä materiaalina. Kolmas teema liittyykin kirjojen saattamiseen lukijoille. Markkinointi on kriittistä kohderyhmien tavoittamisen kannalta: kirjoja julkaistaan aina yleisölle, oli kyse sitten kaupallisesta kustannustoiminnasta, omakustanteista tai kolmannen sektorin julkaisuista.



Kuvio 1. Opinnäytetyön teemat

Työssäni käytän pääasiallisena lähteenä kirjallisuutta sekä verkkomateriaaleja, mutta olen tehnyt vuoden 2010 alussa järjestökentälle myös suppeahkon julkaisutoimintaa koskevan sähköpostikyselyn (Ks. luku 4). Koska tutkimukseni aiheena on julkaisutoiminta kolmannella sektorilla, olen etsinyt käsiini vapaaehtoistyötä, yhdistystoimintaa ja erityisesti sosiaali- ja terveysalan kenttää käsittelevää kirjallisuutta. Tarkoitukseni on ollut löytää yhtymäkohtia ja eroavaisuuksia yhdistysten ja yritysten liiketoiminnan välille. Myös melko tuoretta yleisesti kirja-alaa käsittelevää kirjallisuutta on ollut hyvin saatavilla ja kirjat tarjoavatkin vastauksia useimpiin työn kirjoittamisen varrella kohtaamiini kysymyksiin – ainakin niihin teoreettisimpiin. Sen sijaan tämänhetkisten kustannusalan käytäntöjen, kuten sopimusmallien ja palkkioiden suhteen jäin työn kuluessa epätietoisuuteen; sain huomata, että kustannusala on ulospäin melko näkymätöntä ja sopimuskäytännöt ovat osa yritysten liikesalaisuutta.

Olen hakenut tietoa myös kulttuuriteollisuutta ja digitalisoitumista käsittelevästä kirjallisuudesta, sillä uskon, että tavaraistumisella ja markkinaistumisella sekä teknologian kehittymisellä on laaja-alaisia vaikutuksia koko kirjatuohtantoon kaikissa sen vaiheissa. Digitalisoitumisen vaikutukset heijastuvat myös yhteisöjen ja järjestöjen toimintaan, minkä voi päätellä siitä, että lähes kaikilla yhdistyksillä on jo omat internetsivut. Myös verkkokaupat ja varainkeruu tuotemyynnin kautta ovat lisääntyneet toiminnan rahoittajien kenties vähentyessä.

Työn teoreettisessa osassa en voinut sivuuttaa lasten kuvakirjan merkitysten tarkastelua myös yksilön kannalta; opinnäytetyöni produktin johtoajatuksena on välittää sadun tärkeä viesti lapsille sekä vanhemmille. Kirjan tarina innosti minua tuottajana etsiessäni sopivaa julkaisulustaa ja syvensi luottamusta kirjan merkityksellisyyteen.

2.1 Teoreettista taustaa

Opinnäytetyön produkti on ohjannut teoriaa teemoihin, jotka edellyttävät sekä järjestökentän määrittelyä, kirjallisuuden vaikutusten ja lasten kasvun tukemisen tarkastelua että syömishäiriöiden problematiikan selvittämistä. Seuraavassa kuvatut käsitteet ja teoriat auttavat hahmottamaan järjestöjen harjoittaman julkaisutoiminnan erityislaatua, sen taloudellisia ja yhteiskunnallisia reunaehtoja sekä tavoitteita. Teemat etenevät yleisestä kolmannen sektorin määrittelystä kohti opinnäytetyön produktin taustalla olevia perusteita, siis sitä, miten lastenkirja liit-

tyy edellä kuvattuun tematiikkaan ja kuinka lapsille tarkoitettu kuvakirja voisi tehdä hyvää järjestön käytössä.

2.1.1 Kolmas sektori ja nonprofit-organisaatiot

Hyväntekeväisyysjärjestöt ovat osa kolmatta sektoria, joka puolestaan on hyvin monitahoinen ilmiö: sitä ei voi rajata yksiselitteisesti eikä lopullisesti. Kolmannen sektorin määrittely on sen roolien moninaisuuden vuoksi vaikeaa; kolmas sektori on termi, jonka roolia koskevat kysymykset liittyvät sekä taloudellisiin, poliittisiin että ideologisiin intresseihin (Mykkänen-Hänninen 2007, 16). Kolmas sektori, organisatorisesti pääosin siis järjestökenttä, on syntynyt yksityisen sektorin täsmennyksenä tai eriytymiskehityksenä (Helander 1998, 26). Kolmannen sektorin käsitteellä on pyritty määrittelemään kansalaisyhteiskunnan toiminnan merkitystä. Sektori-sana rinnastaa toimintaa ensimmäiseen ja toiseen sektoriin, yhteiskunnan perusfunktioihin. Kolmannen sektorin toiminnalla voidaan tästä päätellen nähdä olevan merkitystä myös yhteiskunnallisesti. (Rönöberg 1999, 78.)

Suppeasti määriteltynä kolmas sektori on vapaaehtoistoimintaa tai voittoa tavoittelematonta liikeyritystoimintaa (Heiskanen 2005, 49). Laajemmassa mielessä kolmannen sektorin voi sijoittaa yritysten, valtion ja perheiden keskiöön. Vaikka kolmannella sektorilla on itsenäisen sosiaalisen instituution piirteitä, on se kuitenkin aluetta, joka luo vuorovaikutusta edellä lueteltujen tahojen välille. (Rönöberg 1999, 79.) Toisaalta on korostettu myös kolmannen sektorin merkitystä toimintojen tilana ja sosiaalisten kenttien kokonaisuutena verkostojen ja valtion leikkauspisteen sijaan (Siisiäinen 2002, 7–10).

Vaikka kolmannella sektorilla usein tarkoitetaan kansalaisjärjestöjä, hyväntekeväisyysjärjestöjä, vapaaehtoistyötä ja harrastustoimintaa, on sillä muitakin rooleja: se on myös tärkeä hyvinvointi- ja sosiaalipalvelujen tuottaja. Monet kolmannen sektorin toimijat, järjestöt ja palveluntarjoajat ovat myös työnantajia ja työllistäjiä. (Sitra 2003, 59.) Tärkeimpinä järjestöjen tehtävinä voidaan pitää asiantuntijana toimimista, palvelujen tuottamista, etujen valvontaa, jäsenjärjestönä toimimista sekä vapaaehtoistoiminnan harjoittamista. Mitä useampaa intressiä järjestö pystyy toteuttamaan sen turvatumpaa toiminta on sen jatkuvuuden kannalta. (Rönöberg 1999, 81–82.)

Kolmannelle sektorille annettuja nimityksiä on lukuisia, välittävästä verkostosta aina sosiaalitalouteen saakka, mikä kuvastaa paitsi kolmannen sektorin toimintaulottuvuuksia myös sille asetettuja odotuksia. Hyvinvoinnin sekatalouden käsite kuitenkin viittaa siihen, että hyvinvointipalvelujen tuottamiseen osallistuvat järjestöjen lisäksi myös yksityiset yritykset ja yhteisöinstituutiot (Helander 1998, 27).

Yritystoiminnan ja kolmannen sektorin ero on tavassa, jolla ne suhtautuvat voiton tuottamiseen ja tavoitteluun. Siinä, missä yritykset tuottamalla tavaroita ja palveluja tähtäävät nimenomaan lisäarvoon eli voittoon, toimitaan kolmannella sektorilla palveluiden itsensä eli sosiaalisen arvon vuoksi. (Rönneberg 1999, 79.) Eräs kolmannesta sektorista käytetty termi onkin voittoa tavoittelematon sektori. Käsitteen lähtökohta on taloudellinen ja tämä yhdessä verovapauden kanssa erottaa sektorin laajasta ja heterogeenisestä voittoa tavoittelevasta yksityisestä sektorista. (Helander 1998, 39.) Kolmannen sektorin toiminta on kuitenkin siinä mielessä yritysmäistä, että esimerkiksi palvelutuotannon edellyttämät voimavarat on hankittava itse. Erotuksena yrityksiin on se, että useinkaan toiminta ei kata kokonaiskustannuksia, vaan osa tarvittavista varoista tulee vapaaehtoistyöpanoksesta ja osa hankitaan varainkeruuna muulla tavoin. (Rönneberg 1999, 79.)

Monille nonprofit-organisaatioille eli voittoa tavoittelemattomille toimijoille on tyypillistä, että ne toimivat motivoituneiden vapaaehtoisten voimin (Vuokko 2004, 308). Silti, vaikka koko toiminta perustuisi vapaaehtoistyöhön eikä palkattua henkilöstöä olisi, syntyy toiminnasta kustannuksia, joiden kattamiseen tarvitaan rahaa. Se, millä tavalla toiminta rahoitetaan, riippuu organisaation luonteesta. Yksityinen jäsenorganisaatio saa varoja jäsenmaksuista, kunnalta tai taustaorganisaatiolta. Valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöjen toimintaa rahoittavat usein julkiset tahot, kuten esimerkiksi Raha-automaattiyhdistys. Kolmas rahoitusmalli, julkisen sektorin nonprofit-organisaatioiden tapauksessa, perustuu verotuloihin. Nämä organisaatiot kuitenkin liittyvät usein julkisen sektorin palvelutoimintaan, kuten terveydenhoitoon, joten veroina maksetut rahat usein palautuvat verojen maksajalle eli kuntalaiselle. (mt., 21–24.)

Taloudelliseen voittoon pyrkimätön sektori muodostaa talous- ja yhteiskuntatilastoissa oman kategoriansa: Julkisen hallinnon suositusten määrittelemässä sektoriluokitus 2000:ssa on nimikkeet ”kotitalouksia palvelevat voittoa tavoittelemattomat yhteisöt” ja ”muut voittoa tavoittelemattomat yhteisöt”. Sektoriluokitus määrittelee kansantalouden toimijoita ja päätöksente-

koyksiköitä toiminnaltaan, rahoitustavaltaan, omistajatyypiltään ja oikeudelliselta muodoltaan samanlaatuisiin luokkiin. (JHS 2000.)

Nonprofit-organisaatioiden tavoitteena ei ole rahallisen voiton tuottaminen omistajilleen. Kyse voi olla sekä julkisen että yksityisen sektorin organisaatioista; yksityisellä sektorilla järjestöt ja yhdistykset eli kolmas sektori ja julkisella sektorilla kunnat sekä valtion organisaatiot ovat voittoa tavoittelemattomia organisaatioita. Nonprofit-organisaatioissa painottuu ”mission” toteuttaminen, toisin sanoen se, minkä vuoksi ja mille kohderyhmälle toimintaa harjoitetaan. (Vuokko 2004, 9, 14, 16.) Toiminnan tehokkuutta ei siis mitata taloudellisin määrein, vaan sen mukaan, kuinka hyvin niukoilla resursseilla voidaan toteuttaa järjestön missiota (Phills 2005, 8).

Mikäli voittoa tavoittelematon organisaatio tuottaa ylijäämää, eroaa rahan käyttö voittoa tavoittelevasta, eli for-profit-organisaatioista; tuotot käytetään täysimääräisinä mission toteuttamiseen. Lisäarvoa ei jaeta organisaation omistajille tai jäsenille (Helander 1998, 40). Nonprofit-organisaatioilla on tavoitteena mission toteuttamisen lisäksi kuitenkin myös taloudellisten tavoitteiden saavuttaminen: mitä taloudellisemmin organisaatio toimii, sitä enemmän jää varoja pääasiallisille tuen kohteille (Vuokko 2004, 20). Usein resurssit ohjataan suoraan toimintaan ja kohderyhmän palvelemiseen sen sijaan, että kehitettäisiin organisaation kapasiteettia tai tuettaisiin sen ammattimaista kehitystä (Phills 2005, 5).

Nonprofit-organisaatio eroaa voittoa tuottavasta organisaatiosta myös siinä, ettei sillä ole omistajia, minkä katsotaan takaavan sen, että voittoa tavoittelematon yhteisö voi parhaiten palvella yhteistä hyvää. Nonprofit-organisaation toiminnan onnistumista määrittääkin se, miten paljon se vaikuttaa myönteisesti esimerkiksi hyvinvointiin ja kuinka tarkasti järjestö hyvää tehdessään noudattaa alkuperäistä toiminta-ajatustaan. (mt., 8, 48–49.)

2.1.2 Sosiaalinen vahvistaminen

Kolmannen sektorin sisällään pitämän kansalaistoiminnan avulla myös syrjäytymisvaarassa olevat ihmiset saavat tuntea olevansa arvokkaita juuri sellaisina kuin ovat; jokainen kaipaa osallisuuden tunteita ja elämän merkityksellisyyden löytämistä. Kansalaistoiminnan erityis-

merkitys onkin monien sosiaalisten ja terveydellisten ongelmien ennaltaehkäisyssä. (Harju 2003, 137.)

Sosiaalinen vahvistaminen voidaan käsittää ennaltaehkäisevän nuorisotyön ytimeksi, sillä se tarkoittaa lapsille ja nuorille suunnattuja toimenpiteitä elämäntaitojen parantamiseksi ja syrjäytymisen ehkäisemiseksi. (Sosiaaliportti.fi, 2010.) Sosiaalinen vahvistaminen on siis kokonaisvaltaista lapsen ja nuoren elämäntaitojen tukemista (Jyväskylän kaupunki 2010), jonka

(– –) tarkoituksena on tukea nuorten kasvua ja itsenäistymistä, edistää nuorten aktiivista kansalaisuutta ja nuorten sosiaalista vahvistamista sekä parantaa nuorten kasvu- ja elinoloja. Tavoitteen toteuttamisessa lähtökohtina ovat yhteisöllisyys, yhteisvastuu, yhdenvertaisuus ja tasa-arvo, monikulttuurisuus ja kansainvälisyys, terveet elämäntavat sekä ympäristön ja elämän kunnioittaminen. (– –) *Sosiaalisella vahvistamisella* [tarkoitetaan] nuorille suunnattuja toimenpiteitä elämäntaitojen parantamiseksi ja syrjäytymisen ehkäisemiseksi. (Nuorisolaki 2006, 1. luku 1§, 2§.)

Sosiaalinen vahvistaminen tarkoittaa lapsen huomioimista niin, että tämän oma tahto ja järki ohjaavat häntä oikeaan suuntaan. Tiedon jakamisen ohella tulee lapsille ja nuorille tarjota oivaltamisen kokemuksia; sosiaalisesti vahvoja nuoria ei synny valistamalla vaan kasvattamalla. (Vuohelainen 2010.) Sosiaalisella vahvistamisella tarkoitetaan esimerkiksi nuorten omien yhteisöjen rakentamista ja tukemista, nuorten kuulemistä, osallisuuden edistämistä, kannustamista, läsnäoloa ja aikuisena olemista nuoren arkipäivässä (Vuohelainen 2009, 13).

2.1.3 Itsetunto ja ennaltaehkäisy

Perhe-lehden tutkimustietoon nojaavan artikkelin mukaan nuoruus alkaa varhaisemmin kuin ennen. Lapset ryhtyvät rakentamaan omaa identiteettiään yhä enemmän kuluttamisen, ulkonäön ja seksuaalisuuden kautta. Vaikka kriittisyys omaa ulkonäköä kohtaan on aina kuulunut nuoruuteen ja identiteetin kehitykseen, ovat paineet viime aikoina kasvaneet. Lapset alkavat murehtia ulkonäköään yhä nuorempina, sillä suoritus- ja kilpailuhenkinen yhteiskunta on lisännyt paitsi aikuisten myös lasten ulkonäkökeskeisyyttä. (Juusola 2010.)

Perhe-lehdessä haastatellun lihavuustutkija Stiina Hännisen mukaan jo kahdeksanvuotiaat tytöt alkavat kiinnittää huomiota painoonsa ja samassa iässä olevat pojatkin alkavat miettiä, ovatko he sopivan kokoisia. Hänninen kertoo 2000-luvulla tehdystä ruotsalaisesta tutkimuk-

sesta, jonka mukaan niinkin nuorista kuin 7-vuotiaista tytöistä peräti 22 prosenttia on laihduttanut ja 18 prosenttia haluaisi laihduttaa. 16-vuotiaista tytöistä sen sijaan jo 66 prosenttia on laihduttanut. Hännisen mukaan paitsi mediakuvastolla, myös aikuisten sanavalinnoilla ja suh-
tautumisella itseensä on suuri vaikutus lapsiin. Monet pienet tytöt kasvavat jo varhain niin kutsutuiksi "laihduttajiksi". Tutkimusten mukaan suomalaiset 7–13 -vuotiaat lapset kärsivät ulkonäköongelmista huomattavasti enemmän ja varhaisemmassa iässä kuin muut pohjoismaalaiset lapset. (mt.)

Lapsen tyytymättömyys omaan ulkonäköön on yhteydessä masennukseen, epäonnistumisen ja alemmuuden tunteisiin sekä yksinäisyyden ja rakkaudettomuuden kokemuksiin. Tutkijoiden mukaan suomalaiset lapset arvioivat vanhemmiltaan saamaansa huomiota yllättävän ulkonäkökeskeisesti; jos lapsi kokee olevansa ruma, hän ei pidä itseään myöskään vanhempiansa rakkauden ja tuen arvoisena. (mt.)

Syömishäiriöliitto SYLI ry:n arvion mukaan jopa viidennes nuorista naisista sairastaa jonkinasteista syömishäiriötä; kyse ei siis ole aivan pientä marginaalia koskettavasta ongelmasta. Vaikka sitä ei voikaan tieteellisesti todistaa, voidaan sanoa, että jokainen nyky-yhteiskunnassa elävä tyttö on ainakin jossain määrin kyseisen sairauden riskiryhmässä. Riskiryhmän ikäjakama puolestaan on kasvanut sekä yhä nuorempiin että vanhempiin. (Hällström 2009, 9, 11.)

Syömishäiriöiden kokonaisvaltainen ja syvälinen ennaltaehkäisy lähtee syömishäiriöiden hoitoa kehittävän Elämän Nälkään ry:n ylläpitämän Syömishäiriökeskuksen toiminnanjohtaja Pia Charpentierin mukaan lapsen itsetunnon tukemisesta. Varhaisten vuorovaikutussuhteiden rakentama hyvä itsetunto ja itsen hyväksymisen mallit suojaavat lasta tai nuorta, vaikka hän myöhemmin elämässä joutuisikin kohtaamaan syömishäiriölle altistavia tekijöitä. (mt., 23–24, Syömishäiriökeskus 2010.) Myös syömishäiriöliiton suunnittelija Sami Heimo sanoo, että vaikka syömishäiriöistä kannattaa yleisen käsityksen mukaan valistaa vasta yläasteikäisiä, tulisi tätä aikaisemmin kuitenkin puhua itsetunnosta ja itsensä hyväksymisestä (Heimo 2010).

Hällströmin *Painajainen puntarilla – syömishäiriöt ja niiden ehkäisy* -kirjan (2009) keskiössä on teoria ihanuuden kokemisen tarpeellisuudesta. Niin kutsutussa *ihanuusteoriassa* on kyse siitä, kuinka jokaisella ihmisellä on oikeus tuntea oma ainutkertainen ihanuutensa. Kirjan toinen termi, *ihanuusvaje*, selittää syömishäiriöitä varsin kuvaavasti. Kausaalisuhteita pohties-
saan Hällström käyttää kehityspsykologiasta tuttuja kiintymyssuhde- ja temperamenttiteorioi-

ta sekä pureutuu näiden ja syömishäiriöiden keskinäiseen yhteyteen. Ihanaksi voidaan kasvaa ja kasvattaa, mutta ihanaksi voi myös oppia ja opetella. (Hällström 2009.)

Yksi syömishäiriöitä sairastavien keskeisimmistä yhteisistä piirteistä on lapsuuden ja nuoruuden subjektiivinen ja krooninen alemmuuden tunne. Kokemukset riittämättömyydestä ja huonomuudesta voivat seurata aina aikuisuuteen saakka. Jokainen lapsi hakee vanhempien huomiota ja hyväksyntää muodostaen käsityksen itsestään sen mukaan, millaista palautetta hän vanhemmiltaan saa. Vanhemmat luovat lapselle perustavanlaatuisen käsityksen itsestään, joten lapsen vilpittömän ihailu on, jos näin kärjistäen voi sanoa, vanhempien velvollisuus. Syömishäiriöiden näkökulmasta ihailun olisi hyvä kohdistua paitsi lapsen suoritteisiin tai lapsen ulkoiseen olemukseen, myös hänen ainutlaatuisen persoonaansa. (mt., 60–61, 63–64.) Lapsen ihaileminen ja kehuminen nähdään nykyisin hyvän itsetunnon rakentumisen tärkeimmäksi peruselementiksi, ainakin, jos niihin ei liity ulkoa asetettuja vaatimuksia siitä, millainen lapsen tulee olla tai mitä hänen tulee tehdä (mt., 45).

Syömishäiriöliiton suunnittelija Sami Heimon mielestä ihanuusteoria osuu asian ytimeen erityisesti siinä, että lapsi, jolla on riittävästi rajoja ja rakkautta, kasvaa vahvaksi ja osaa sekä arvostaa itseään että ottaa muut huomioon. Lapsi, joka saa kokea itsensä ihanaksi, saa paremmat lähtökohdat elämälle kuin lapsi, joka ei koe arvostusta. (Heimo 2010.) Lapsen kehityksessä läheisillä onkin suuri merkitys; myönteinen ja läheinen vuorovaikutus perheen sisällä saa lapsen tuntemaan itsensä tärkeäksi ja arvokkaaksi juuri sellaisena kuin on. Tämä puolestaan luo pohjan vahvalle itsetunnolle ja kantaa lasta myös tulevaisuudessa, sillä terve itsetunto auttaa lasta muun muassa asettamaan mediasta tulevat ulkonäköpaineet ja rooli-dotukset oikeisiin mittasuhteisiin. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2010.)

2.1.4 Syömishäiriöt

On vaikeaa, ellei peräti mahdotonta, tehdä eroa normaalin ja häiriytyneen syömisen välille; noin 10–20 % ihmisistä myöntää kokeilleensa joskus laihtumisen tehostamiseksi enemmän tai vähemmän arveluttavia keinoja. Oireen sijaan voidaan puhua häiriöstä vasta, jos se toistuu ja alkaa haitata toimintakykyä joko henkilön itsensä tai läheisten mielestä. (Keski-Rahkonen, Charpentier & Viljanen 2008, 11.) Syömishäiriöiden tunnistamista vaikeuttavat nykykulttuurissa trendikkäät ruokavaliot; yhä useammat noudattavat jotain erityisruokavaliota ja yhä har-

vemmin puhtaasti terveydellisistä syistä. Yksilölliset dieetit voidaan nähdä ehkä uutena tapana ilmaista itseään ja erityisesti omia arvojaan. Ruoka, terveys, liikunta, laihduttaminen ja ylipaino ovat myös saaneet monta muuta aihetta enemmän medianäkyvyyttä. Ei siis liene ihme, että erilaisten tutkimusten ja suositusten ristitulella luonnollinen ja normaali ravitseminen ja itsestä huolehtiminen voivat häiriintyä.

Anoreksiassa eli laihuushäiriössä henkilö alkaa säännöstellä ja välttää syömistä. Usein aluksi harmiton laihduttaminen menee liian pitkälle: keho nälkiintyy ja paino laskee romahdusmaisesti. Bulimiassa eli ahmimishäiriössä syömisen hallinta katoaa toisella tavoin: ahmintaa seuraa tyhjentäytyminen eli oksentelu, paastoaminen, suolityhjennys tai yletön liikunta. BED (*binge eating disorder*, lihavan ahmintahäiriö) on bulimian muoto, jossa suurten määrien pakonomaisen syömisen jälkeen tilannetta ei kompensoida tyhjentäytymällä. (mt., 12–17.)

Syömishäiriöt voivat johtua lukuisista syistä ja sairastumistarinat ovat hyvin yksilöllisiä, joskin tiettyä yhdenmukaisuutta on havaittavissa. Nykykulttuurissa ruoka on voimakkaasti latautunut aihe. Oikein syöminen liittyy terveyteen ja menestymiseen, mutta ruoka on silti yksi keskeisimpiä mielihyvän lähteitä. Mediassa ruokaan ja ulkonäköön liittyviä aiheita käsitellään jatkuvasti ja viesti siitä, että omalle keholle, ulkonäölle ja hyvinvoinnille pitää tehdä jotakin, on läpitunkeva. Myös heikko itsetunto, herkkyys, kiusatuksi tuleminen, suuret menetykset tai murrosiän keholliset muutokset voivat olla sairauden puhkeamisen taustalla olevia tekijöitä. (mt., 32–35.)

Syömishäiriön taustalta löytyy monen tekijän yhteisvaikutusta; sekä yhteiskunnalla, perheellä, ihmissuhteilla, biologialla kuin nuoruusiän kehitykselläkin on vaikutusta sairastumiseen. Nuoren käsitys omasta kehosta sekä hänen tapansa reagoida eri tapahtumiin vaikuttavat ratkaisevasti sairastumisalttiuteen. Tämän vuoksi itsetunnon vahvistaminen sekä tapa, jolla ulkonäöstä ja painosta puhutaan, ovat tehokkainta aikuisten ja vanhempien suorittamaa ennaltaehkäisyä. (Syömishäiriöliitto ry 2009, 18–20.)

Syömishäiriöiden yleisyydestä ei ole varmuutta, vaikka tarkkoja prosenttilukuja tarjotaankin; voidaan nimittäin olettaa, että suurin osa syömishäiriöistä pidetään salassa ja vain pieni osa syömishäiriöisistä hakeutuu tai pääsee hoitoon. On kuitenkin arvioitu, että länsimaissa naisista noin 2% sairastuu elinaikanaan anoreksiaan eli laihuushäiriöön ja yhtä moni bulimiaan eli

ahmimishäiriöön. Miehillä esiintyvyys on kymmenen kertaa harvinaisempaa. Anoreksia ja bulimia alkavat keskimäärin 10-25 vuoden iässä. (Keski-Rahkonen ym. 2008, 22–23.)

Ihmisen perustarpeet ovat paitsi fyysisiä myös henkisiä; tarvehierarkiassa korkeimmalla ovat eloonjääminen ja ravitseminen, tätä seuraavat yhteenkuuluvuuden tunteet ja turvallisuus sekä rakkauden ja hyväksynnän sekä oman arvon tunteen kokemukset. Näiden lisäksi on olemassa myös itsensä toteuttamiseen liittyviä tarpeita. Henkistä ravintoa, kuten musiikkia, taidetta ja kirjallisuutta, halutaan nauttia ja saada lisää, mutta vasta kun hierarkiassa ylemmät tarpeet on täytetty. (Maslow 1972, 35–47; Kristeri 2005, 99–100.) Henkinen ravinto liittyy myös syömishäiriöiden ennaltaehkäisyyn; itsetunnon vahvistamisen ja kokemuksellisuuden kautta muun muassa ihanausvajetta voidaan ehkäistä. Elämään saadaan rikastuttavia sisältöjä esimerkiksi kirjallisuudesta, jolloin alttius mielen pahoinvointiin ja esimerkiksi syömishäiriöoireiluun vähenee. Mikäli henkiset tarpeet laiminlyödään, voidaan ajautua ruokariippuvuuteen ja tarraudutaan näin tarvehierarkian pohjimmaisiiin tyydytyksen lähteisiin – oli kyse sitten ylensyömisestä tai syömättömyydestä (Kristeri 2005, 7, 101).

2.1.5 Satujen luonne ja merkitys

Satuja kerrotaan lapsen mielihyväksi. Jokainen ilon kokemus myös vahvistaa lasta ja tukee hänen kehitystään henkisen ravinnon muodossa. Sen lisäksi, että tarinat ohjaavat kirjojen rikkaaseen maailmaan, ruokkivat sadut myös mielikuvitusta, johon kaikki luova ajattelu perustuu. Satukokemukset lapsuudessa voidaankin nähdä voimavarana ja suunnannäyttäjänä koko elämää ajatellen. (Haapaniemi-Maula 1996, 7-8; Jokipaltio 1996, 5.) Joka hetki jokainen ihminen elää omaa tarinaansa ja luo elämäntarinastaan erilaisia versioita suhteissa muihin ihmisiin ja tapahtumiin. Erityisesti lapsille tarinoiden tuottaminen ja niiden kautta kokeminen on luontaista. Juuri kirjallisuuden, satujen, tarinoiden ja kertomusten avulla voi auttaa lapsia löytämään oman elämän punaisen langan. (Arvola & Mäki 2009, 21.) Voitaneen sanoa jopa niin, että kaikki se, mikä vaikuttaa todellisuuteen, on totta.

Satu määritellään kertomataiteeksi, joka sisältää eri episodeja ja jossa tapahtuu jotain yliluonnollista, mahdotonta. Kuvakirja puolestaan on yksi lastenkirjallisuuden lajeista, jossa teksti ja kuva yhdessä muodostavat sadun kokonaisuuden. Katselukirjoissa tekstiä on vain vähän, perinteisissä kuvakirjoissa kuvien ja sanojen suhde on tasaisempi tai kuva on hieman suurem-

massa roolissa. Kuvitetussa kirjassa teksti sen sijaan on hallitsevassa asemassa ja kuvat vain tukevat tarinaa. (Ylönen 2000, 9, 46–47.)

Hyvän sadun kaava toistaa tuttuja peruselementtejä: satu alkaa etäännyttävästi, sen juoni ja hahmot ovat selkeitä, hyvä ja paha taistelevat, sankari selviää koettelemuksista ja satu päättyy onnellisesti. Erityisen tärkeä on onnellinen loppu, sillä se antaa lapselle toivoa ja luo uskoa tulevaisuuteen. (Mäki & Arvola 2009, 38.) Sadun välittämä turvallisuus siis rakentaa luottamusta elämää kohtaan (Bettelheim 1992, 178). Lapsi saa huomata, että yksin ei voi selviytyä, vaan apua tarvitaan, saadaan ja sitä voi myös itse antaa. Saduissa onkin usein kriisi, josta selviytymisen jälkeen ongelmat ratkeavat ja sankarin elämässä tapahtuu muutos, joka mahdollistaa ongelmien voittamisen. (Ylönen 2005, 12–13.)

Lastenkirjojen kuvituskuvat muodostavat lapsen eteen uuden todellisuuden, eikä hänen edes tarvitse kuulla tarinaa löytääkseen sadusta viihdykettä. Satukuvan tärkeimpiä ominaisuuksia onkin kyetä houkuttelemaan lasta jatkamaan tarinan aloittamaa mielikuvitusleikkiä. Kuvien välttämättömyyttä on mahdotonta tieteellisesti todistaa, mutta kiistatta kuvilla on viihdyttävä vaikutus ja usein ne myös lisäävät lapsen mielenkiintoa tarinoihin. (Huovinen 2003, 24, 28.) Kirjan äärellä pieni lapsi ei vielä voi ymmärtää sanoja, hän näkee vain merkkejä. Kuvat sen sijaan tuovat sadun hänen ulottuvilleen; toisin kuin suurin osa visuaalisen kulttuurimme kuvastosta nämä kuvat ovat tarkoitettu juuri hänelle. (Laukka 1996, 65.)

Siinä, missä tarinoiden lukeminen lapselle on kielellistä valmennusta edistää kuvien katselu kuvallisen kielen omaksumista. Kuvakirjat kasvattavat myös esteettisesti; satukuvien avulla lapsi tutustuu väreihin, muotoihin ja viivoihin. Kuvat vetoavat lapsen eläytymiskykyyn ja mielikuvitukseen kokonaisvaltaisesti. Kun kuvakirjaa tarkastellaan aikuisen kanssa yhdessä, saa lapsi läheisyyttä sekä kokemuksen kuunnelluksi tulemisesta, mikä on tunne-elämän ja identiteetin kehityksen kannalta tärkeää. (Heinimaa 2001, 144, 155, 161.)

Sadut ovatkin arvokkaita sekä itsessään että välineellisesti. Sadun itseisarvo muodostuu sen kiinnostavuudesta lukijalle tai kuulijalle. Välineellinen merkitys syntyy sadun sanomasta, sen välittämistä yleisesti hyvänä pidetyistä arvoista. (Ylönen 2005, 12.) Satu on hyvä eettisen kasvatuksen väline, sillä lapsen saduista tekemät omat havainnot ja oivallukset ovat moninkertaisesti arvokkaampia kuin valmiiksi annetut vastaukset. Eettinen kasvatus tapahtuu arjen sosiaalisessa vuorovaikutuksessa; lapsi oppii arvoja vanhempien kanssa toimimisen lisäksi

myös tarinoista. Abstrakteista arvoista tulee lapselle merkityksellisiä vain, kun ne liittyvät omaan elämään. (mt., 8, 10.) Lapsen luettua kirjan tai kuultua sadun jatkuu sen tarina hänen mielessään; lapsi eläytyy tarinoihin voimakkaasti ja samastuu niiden hahmoihin syvästi. Samalla hän omaksuu alitajuisesti teoksen sisältämiä asenteita, arvoja ja käyttäytymismalleja. (Laulajainen 2009, 53–54.)

Bettelheimin (1975) mukaan lastenkirjallisuuden tärkein tehtävä on kaaoksen jäsentämisen juuri muiden ihmisten tai hahmojen elämästä kertomalla (Bettelheim 1992, 111, 68). Ikonen korostaa lisäksi kirjojen tärkeää tehtävää myötäelämisen kyvyn kehittämisessä ja neuvonantajana elämässä selviytymiseen. Kirjan pariin lapsi voi halutessaan paeta ja saada lukemisesta lohdutusta ja rohkaisua. (Ikonen 1978, 8, 22–23.) Lastenkirjallisuudella on lukuisia muitakin kehitystehtäviä, kuten tiedon tarjoaminen ja opettaminen, tiedon soveltamiskyvyn lisääminen, asenteiden muovaaminen, ongelmien ratkaisemisessa auttaminen, tunnekokemusten rikastuttaminen sekä virkistäminen. Omalta osaltaan lastenkirjat myös siirtävät kulttuuriperinteitä eteenpäin. (Liikanen 1978, 69; Tossavainen 1979, 22; Bettelheim 1992, 68.) On todennäköistä, että nämä yli kolmekymmentä vuotta vanhat näkemykset lastenkirjojen merkityksestä pitävät edelleen paikkaansa, multimedia-aikakauden lieveilmiöistä huolimatta.

Satuikäisellä lapsella tarkoitetaan usein 4–8 -vuotiasta lasta, mutta määritelmä ei ole ehdoton: sadut ovat ajankohtaisia aina, kun lapsi on niistä kiinnostunut. Sadun merkitys syntyy kyseessä olevan sadun, lapsen ja lukutilanteen vuorovaikutuksesta. (Ylönen 2000, 7.) Lapsuuden on pelätty lyhenevän kulttuurin medioitumisen myötä ja satujen merkitys on saattanut joissain perheissä jäädä taka-alalle. Mediakulttuuri onkin läsnä yhä nuorempien lasten elämässä; puhutaan jopa medialapsuudesta (Kupiainen 2007, 16).

Kiistatta mediaympäristö on muutaman vuosikymmenen aikana muuttunut radikaalisti ja medialapsuus-määritelmä on perusteltu, mutta se ei tarkoita sitä, että satukirjoja ei tarvittaisi, tai että sadut eivät voisi kuulua kaikille lapsille. Mediamaailmalta, televisiotarjonnalta ja verkkosisällöiltä voi kirjojen avulla lunastaa terveellistä lisääikää lapsuudelle. Mediasisältöjen rinnalle tarvitaan turvallisia, kahdenkeskisiä hetkiä vanhempien kanssa.

Median tarjoamat mallit edellyttävät kriittisyyttä aina, kun ne edustavat väkivaltaista toimintatapaa tai ylivoimaisia menestymisen tai kauneuden tavoitteita. Mannerheimin Lastensuojeluliiton mukaan leikki-ikäinen tarvitsee tarinoihin selkeät roolimallit: hyvän ja pahan kamppai-

lua – ja hyvän voittoa. Samastamalla sadun hahmoihin voidaan vahvistaa omaa itsetuntoa ja päästä osalliseksi sankarin hyvistä ominaisuuksista. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2010.)

Turvallisuus erottaa kirjan monista muista mediasisällöistä; se, että saman sadun voi aikuisen lukemana kuulla ilta illalta uudelleen luo lapsen ja kirjan välille erityisen suhteen. Yhteinen lukuhetki eroaa esimerkiksi liikkuvaa kuvaa ja kuultua kerrontaa sisältävästä, usein lapsen itsenäisesti katsomasta televisiotarjonnasta. Pysähtynyt kuva myös mahdollistaa kuvaan syventymisen, siihen palaamisen ja arjen ärsykepommituksesta rauhoittumisen; kirja on turvallinen. Joka kerta, kun aikuinen kääntää sivun, avautuu lapselle uusi ja kiehtova maisema, joka saattelee tarinan syvälle mieleen.

Tietotekniikka on avartanut maailmaa, mutta lapsen mieli ei ole muuttunut; hänellä on yhä samat tarpeet kuin ennen ykkösiä ja nolliä sekä tietoverkkoja. Lapsi siis tarvitsee aikaa, rajoja, läheisyyttä, turvallisuutta ja myös toisen todellisuuden tarjoavia kirjoja. Vaikka lapsille tarjottu maailmankuva koostuu keskenään ristiriitaisista ja synkistäkin aineksista, on lastenkulttuurin pohja samanlainen kuin ennen: hyvää on kaikki se, mikä palvelee elämää. Pahaa ei voi piilottaa lapsilta, mutta on muistettava hyvän mahdollisuus ja sen näkeminen. (Laulajainen 2009, 54–55, 58.) Saduissa kerrotaan, että on muitakin mahdollisuuksia kuin mitä arkielämässä voi nähdä ja nämä mahdollisuudet voivat ilahduttaa, rohkaista ja lohduttaa (Ylönen 2000, 126). Kieli ja mieli ovat siis välineitä omaan hyvinvointiin vaikuttamiseen. Satujen avulla lapsi saa tuntumaa tähän kielen ulottuvuuteen mielessä ja myöhemmin, aikuisiässä, taitoa rakentaa omaa sisäistä tarinaa tarvitaan edelleen.

2.2 Kustannustoiminnan taustatekijät

Käsittelen seuraavaksi kustannuskentän toimintamalleja ja eri julkaisutapoja. Erityinen painotukseni on digitaalisuudessa, jolla on vaikutuksia sekä kustantamoiden, painotyön, julkaisujen jakelun, lukijan, tekijänoikeuksien että markkinoinnin kannalta. Digitaalisuuden korostaminen on olennaista myös opinnäytetyön produktin kannalta, koska kuvakirja tuotettiin lopulta digitaaliseen muotoon.

2.2.1 Kustantamisen mallit

Kustantajalla tarkoitetaan henkilöä tai organisaatiota, joka valitsee, mitkä käsikirjoitukset julkaistaan. Vastaavasti kustantaja voi myös etsiä tekijät julkaisulle, jonka se on päättänyt kustantaa. Kustantaja on koordinaattorin roolissaan kirjaketjun ratkaiseva toimija; kustantaja sekä tuottaa, markkinoi että jakelee lopputuotteen. Kyse on siis myös taloudellisten, teknisten ja henkilöresurssien hankkimisesta tuotantoa varten. (Saarinen, Joensuu & Koskimaa 2001, 86, 91, 93–94.)

Yleiskustantaminen on ammattimaista kustannustoimintaa, joka suuntautuu suurelle yleisölle. Bestsellereiden osuus on usein markkinoita ja kirjakauppojen hyllyjä hallitseva (mt., 89). Kaupallinen kustannustoiminta perustuu siihen, että kustantaja tavoittelee liiketoiminnan jatkuvuutta. Olennaista toiminnassa on riittävä volyymi niin kirjojen lukumäärän kuin yhteenlaskettujen painosmäärienkin suhteen. Tuotannossa voi hyvin kannattavien eli bestsellereiden lisäksi olla myös jopa tappiollisia kirjoja. (Vakkuri 2005, 13.)

Pienkustantamisella tarkoitetaan usein säännöllistä, mutta pienimuotoista kustannustoimintaa. Kustannusmalli on erityisen otollinen ja joustava sekä teknisiin että liiketoimintamalleihin liittyviin kokeiluihin. (Saarinen ym. 2001, 87.) E-kirjojen edellyttämät pilotoinnit esimerkiksi formaatteihin liittyen ovatkin Suomessa pitkälti pienkustantamojen varassa (Airaksinen 2010).

Omakustantaminen tai *itsekustantaminen* tarkoittaa sitä, että kirjoittaja kirjoittaa tuotteen siihen muotoon, josta se voidaan teknisesti monistaa useaksi kappaleeksi. Kirjoittaja myös kustantaa omista varoistaan tekemisen ja markkinoinnin. Tavoitteena on usein saada sijoitetut rahalliset panokset takaisin. (Vakkuri 2005, 13.) Liiketaloudellisesti toiminta on parhaimmillaankin vain huonosti kannattavaa. Kirjan tuotannon digitalisoituminen on kuitenkin alentanut kustantamisen kynnystä; on-demand -palveluihin voi sisältyä omakustantamista helpottavia työvälineitä, kuten kirjan kannen tekeminen tai valmiit sivupohjat. (Saarinen ym. 2001, 87.)

Omakustannustapoja on erilaisia. Vakkuri (2005) kutsuu *kimppakustantamiseksi* järjestelyä, jossa kustantamiseen sisältyvä taloudellinen riski ja mahdollinen tuotto jaetaan kahden osapuolen välillä. Yhä useammin toinen näistä on kimppakustantamiseen erikoistunut pienkustantamo, joka hoitaa kirjan taiton, markkinoinnin ja jakelun sekä huolehtii ISBN-numeroista

ja EAN-koodeista. Kirjoittaja sitoutuu usein ostamaan prosenttimääräisellä summalla tietyn osan painoksesta, mikä pienentää kustantajan riskiä. (Vakkuri 2005, 14.)

Rahtikustantajaa käytettäessä kirjoittaja maksaa yritykselle, jotta se suorittaa toimenpiteet, jotka tarvitaan kirjan valmistamiseksi markkinoille. Yritys tilittää sitten kirjan tuloksen kirjoittajalle täysimääräisenä. Näin rahtikustantajalle ei synny minkäänlaista taloudellista riskiä, vaan yritys saa määriteltyä tulonsa suoraan kirjoittajalle osoittamassaan laskussa. (mt., 15.)

Saattokustantamisessa puolestaan käytetään apuna konsulttia, joka edistää kirjan valmistamista myytäväksi tuotteeksi kokoamalla yhteen eri alojen ammattilaisia, kuten freelance-pohjalta työskentelevän graafikon ja kustannustoimittajan. Kyseessä on siis ammattitaitoisen avun antamisen tapa, jossa kirjailija yhdessä konsultin kanssa etsii edullisimmat tavat kirjan saattamisessa maailmalle. Erityisesti edullisimman tai sopivimman painopaikan löytäminen on kustannuksien hallinnan tai kirjatuantoprojektin onnistumisen kannalta oleellista. (mt., 15–16.)

2.2.2 Digitalisoituminen

Digitalisoitumisen vaikutus markkinarakenteeseen ja kilpailukeinoihin on selvä, mutta ei yksinkertainen. Kustantamoiden määrä on viime vuosina kasvanut, mutta merkittävien kustantajien määrä on pysynyt ennallaan. Suomalaisia kirjamarkkinoita on kutsuttu oligopolistisiksi, mikä tarkoittaa, että tietyillä kirjallisuuden aloilla on monopoli tuotteen erityisyyden kautta. Monopolihinnoittelusta syntyneet voitot ovat myös vaikeuttaneet uusien toimijoiden markkinoille pääsyä muun muassa rajahinnoittelun muodossa; monopoliasemaa pitävä toimija on voinut vertailla mahdollisia markkinoilta saamiensa voittoja hintapäätöksiä tehdessään ja pitänyt näin kilpailijat pois markkinoilta. Uusien toimijoiden on pitänyt valita, ryhtyvätkö he hintakilpailuun vai erikoistuvatko he luomalla uniikkeja palveluja tai tuotteita. (Saarinen ym. 2001, 169.)

Digitaalinen kulutuskulttuuri on kuitenkin parantamassa markkinoiden tasapainoa ja lisäämässä tervettä kilpailua; digitalisoitumisen myötä sekä valmistamis- että jakelukustannukset ovat laskeneet merkittävästi. Tuotantotehokkuuden kasvun lisäksi varastointikustannukset ovat pienentyneet. Kirjojen toimittamiskustannuksia on kuitenkin edellä mainittuja kuluja

vaikeampi pienentää. Kustannustehokkuutta on saatettu parantaa lähinnä ulkoistamalla varsinaista painotoimintaa sekä keskittämällä jakelua. (Saarinen ym. 2001, 167–169.)

Painotuotteita valmistettaessa voidaan tänä päivänä käyttää erilaisia painomenetelmiä. Menetelmät vaihtelevat erilaisten digitaalisten painopintojen käytöstä kokonaan digitaaliseen painamiseen, jossa kyse on siitä, että painettava aineisto on elektronisessa muodossa. Digitaalisen painamisen suurimmiksi eduiksi voidaan lukea tuotannon ja toimittamisen nopeus. Muita digitaalisen painamisen etuja ovat tarvepohjainen tuotanto (print on demand) ja hajautettu painaminen. Tarvepohjainen tuotanto tarkoittaa, että tuotteita tehdään tarpeeseen sen sijaan, että niitä varastoitaisiin. Hajautetussa painamisessa sen sijaan hyödynnetään tietoliikenneverkkoja. Digitaalinen painoaineisto voidaan siis jakaa tietoverkkoja pitkin tulostettavaksi mihin tahansa maahan. (Repo 1999, 41–42; Lehtonen, Mattila, Veilo & Raninen 2003, 14, 17–18.)

Perinteisissä painomenetelmissä useat eri työvaiheet ja koneiden valmistelutyöt muodostavat niin suuren osan kustannuksista, että esimerkiksi kirjoja on usein painettu kerralla enemmän kuin niitä luultavasti edes tultaisiin tarvitsemaan. Perinteisillä menetelmillä romaaneja kannatti painaa kahdesta kolmeen tuhatta kappaletta käsittäviä painoksia, vaikka keskimääräinen myynti jäi alle tuhanteen. Myymättömien kirjojen varastointi on kuitenkin kallista, joten myymättömät kirjat oli edullisinta kierrättää uudelleenkäytettäväksi paperisilppurin kautta. Digitaalisessa painatuksessa kaikki painetut kappaleet sen sijaan ovat samanhintaisia, eikä painosmäärä digitaalisissa painomenetelmissä ole enää tärkein hintaan vaikuttava tekijä; myös pienet painokset ovat siis kannattavia. (Lehtonen ym. 2003, 17, 26.)

Kirjojen menekin arvioiminen on paitsi omakustantajille myös esimerkiksi satunnaista julkaisutoimintaa harjoittaville järjestöille usein hankalaa. Tämän kaltaisten toimijoiden näkökulmasta digitaalisella painotekniikalla onkin monia etuja: se mahdollistaa lisäpainosten ottamisen pienen ensipainoksen jälkeen, jolloin myös virheet voidaan korjata tai tietoja päivittää ajantasaisiksi (Vakkuri 2003, 16).

Koska kustannukset ovat laskeneet ja teknologiat muuttuneet, on rajahinnoittelu vaikeutunut. Uusien markkinoille tulijoiden keskimääräisiä kustannuksia pidemmällä aikavälillä on vaikea arvioida. Lisäksi asiakasryhmittäinen hintasyrjintä on hankaloitunut, sillä internet mahdollistaa vertailun ja pääsyn lukemattomiin kirjakaappoihin ympäri maan ja maailman. (Saarinen

ym. 2001, 169–170.) Globaalit digitaaliset teknologiat merkitsevätkin asiakkaan, kirjan lukijan, näkökulmasta sitä, että kaiken kirjallisuuden, siis kaikenkielisen ja kaikentyyppisen kirjallisuuden, saatavuus on parantunut merkittävästi.

Mikko Lehtonen käsittelee teoksessaan *Post Scriptum* (2001) kirjaa medioitumisen aikakaudella eli aikana, jolloin mediasta on tullut ihmiselämää läpäisevä tekijä. Koska mediateknologia on lisääntynyt valtavasti, ovat myös ihmisten kokemukset muuttuneet mediavälitteisiksi. Tyypillistä tämänhetkiselle mediakulttuurille on mediakohtaisten rajojen liudentuminen, johon kentän voimakas digitalisoituminen on johtanut. Mediakohtaisten rajojen häviämiseen liittyy vahvasti myös mediatuotannon keskittyminen jättiläismäisiin mediakonserneihin. (mt., 93–94, 96–100.)

Medioitumisella on vaikutuksensa kirjan kulttuuriseen asemaan: kirjat arkistuvat massatuotannon ja muihin mediatuotteisiin rinnastamisen myötä (mt., 95). Tietoteknistymisen ja ohjelmistojen kehittymisen myötä on myös syntynyt uusi sähköisten tekstien muoto, jota kirja välineenä ei rajoita. Siinä, missä painettu teksti on ollut pysyvää, on digitaalinen teksti muuttuvaa. Muuttuvuus voi epäluotettavuuden ja vähempiarvoisuuden sijaan tarkoittaa elävyyttä ja sisällön merkityksen kasvua. Digitaalisuus sinällään ei siis välttämättä ole uhka kirjalle, vaan se voi laajentaa kirjallisen ilmaisun mahdollisuuksia. On kuitenkin muistettava, että nykyviestinnässä on mukana aina media, eli jokin teknologinen välittäjä, ja tällöin myös kaupallisuuden vaikutus kasvaa.

Tekstit ovat aina multimodaalisia eli kieli kohdataan aina jossain materiaalisessa muodossa, oli kyse sitten äänestä, eleistä, merkeistä tai näiden yhdistelmistä kuten esimerkiksi audiovisuaalisista teksteistä. Multimodaalisuuden käsitteellä korostetaan siis sitä, ettei mikään mediamuoto ole olemassa autonomisesti, vaan myös tekstit kytkeytyvät muihin medioihin. (mt., 85–86.) Lehtonen ei siis aseta kirjallisuutta vastakkain digitaalisen median kanssa, sillä multimodaalisuudella hän tarkoittaa kulttuuria, jossa eri mediamuodot toimivat vuorovaikutuksessa rinnakkain. Vuonna 2008 e-kirjaa käsittelevässä seminaarissa Lehtonen totesikin painetun kirjan esineellisyyden olevan ylivoimainen e-kirjaan verrattuna, sillä ”elektroninen kirja ei voi korvata painettua vastinettaan ruumiillisessa, avaruudellisessa tai sosiaalisessa mielessä” (sit. Nurminen & Partanen 2008).

Suurimpana uhkana mediakulttuurissa kiinteästi elävien lasten kasvulle voidaan nähdä moraalien ja arvomaailman kehittyminen (Herkman 2001, 70). Media, jonka alun perin ehkä eettisetkin lähtökohdat ovat hukkuneet median paljouteen, voi olla riittävän voimakas luodakseen arvotyhjiön, johon osa uuden vuosituhannen kasvateista on joutunut. Eettisen tietoisuuden merkitys on kiistattomasti olennainen. Eettisesti johdonmukaista, humanin kasvatuksen ja tasapainoisen kehityksen synnyttämää pohjavirettä ei mediakaan muuta. Arvomaailma on luotava lapsuudessa, mutta siihen eivät uusmediaa jo tottuneesti seuraavat lapset yksin pysty; tarvitaan aikuinen, välittävä ihminen. Apunaan aikuinen voi käyttää vaikkapa kirjaa, sähköistä tai painettua. Kirjojen lisäksi tarvitaan kuitenkin mediakasvatusta ja tietoisuutta kirjallisten verkostojen rakenteesta, sillä kirjallisuus hajautuu kaikkialle arkeen kuin mikä tahansa muukin medium (Lehtonen 2001, 102).

Intermediaalisuus luonnehtii merkityksen muodostumista nykykulttuurissa, jota multimodaalisuus vahvasti leimaa. Intermediaalisuudella tarkoitetaan multimodaalisten mediumien välisiä suhteita. Siinä missä intertekstuaalisuudella tarkoitetaan tekstien yhteyttä toisiin teksteihin ja lukijan tekstuaaliseen tietopohjaan, on intermediaalisuudessa kyse siitä, että toiset tekstit tai tekstuaalinen tietämys eivät välttämättä ole peräisin samasta mediumista eli viestintävälineestä kuin esillä oleva teksti. Kulttuuriset resurssit eivät ole siis peräisin vain yhdestä välineestä; ihmiset vastaanottavat tietoa ja hakevat ajanvietettä sekä televisiosta, verkosta, radiosta että kirjallisuudesta. Ja mitä mediavälitteisemmäksi kokemusmaailma kasvaa, sitä vähemmän merkitystä tulee olemaan sillä, missä mediamuodossa kohdattu teksti on. (mt., 91–92.) Digitalisoituminen ja medioituminen eivät siis ehkä haasta kirjaa, mutta ne horjuttavat kertomusten rakenteiden sekä niiden vaikutusten teorioita. Tekstien määrä ja ristiriitaisuudet kyseenalaistavat myös totuuden; digitaalisuus vaikeuttaa fiktion ja faktan rajanvetoa sekä median erottamista todellisuudesta. (Lehtonen 2001, 101.)

Digitaalisella konvergenssilla on vaikutuksia paitsi tuotantokustannuksiin myös teosten erilaistamiseen. Kustantaja pystyy digitaalisuutta hyödyntämällä muuntelemaan teoksia varsin edullisesti ja näin palvelemaan asiakkaiden tarpeita aiempaa paremmin. Myös kirjailijat suhtautunevat erilaistamiseen myönteisesti, sillä yhä useampi asiakas todennäköisesti löytää juuri itseään miellyttävän ”paketin”. Muuntelu kuitenkin edellyttää sitä, että kustantajalle on myönnetty oikeudet muunteluun. Kaikesta päätellen tekijänoikeuskysymysten merkitys tulee nykyisestä vain kasvamaan. (Saarinen ym. 2001, 170.)

2.2.3 Tekijänoikeudet ja internet

Internet, digitaalitekniikka ja laitteiden jatkuvasti kasvava tallennuskapasiteetti ovat muuttaneet kulttuurisisältöjen kulutus- ja jakelutapoja. Vaikka kehitys luo sisältöalalle ja kuluttajille uusia mahdollisuuksia hyödyntää teoksia, voi digitaalisen ajan mahdollisuuksia myös käyttää väärin; vertaisverkoissa tapahtuvan laittoman jakelun vuoksi sisältöjen tekijät ja tuottajat jäävät ilman heille kuuluvia korvauksia. Suomi ei ole globaalien ongelmien ulkopuolella; niin kutsuttu internet-piratismi on huomattava haaste myös suomalaiselle kulttuurialalle. Suomessa on nimittäin arvioiden mukaan yli 100 000 aktiivista luvatta aineistoa vertaisverkossa jakavaa nettipiraattia. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2010a.)

Siinä, missä musiikkiteollisuudessa vinyyleistä siirryttiin mp3-tiedostoihin ja sitä myötä myös piratismiin, on kirjallisuus kohtaamassa digitoinnin myötä saman formaattimurroksen ja samat tekijänoikeudelliset haasteet. E-kirjojen laitton kopiointi ja jakelu huolettavat syystäkin kustannusalaan. Vaikka on luultavaa, että kirjojen levittäminen helpottuu ja kirjallisuuden moninaisuus on turvattu, tulisi kuitenkin kiinnittää huomiota kielteisiin lieveilmiöihin, toisin sanoen siihen, kuinka luovien alkutuottajien oikeudet turvataan.

Ajatus teoksesta on kirjailijalla ideana, eikä pelkkä idea voi saada tekijänoikeuslain suojaa. Myöskään aihe ilman fyysistä muotoa ei voi saada tekijänoikeuslain suojaa. Vasta kun kirjailija on idean ja aiheensa pohjalta luonut itsenäisen omaperäisen teoksen ja kiinnittänyt sen alustaan, esimerkiksi analogisesti paperille tai digitaalisesti tietokoneen kovalevyn muistiin, tulee tekijänoikeussuoja ajankohtaiseksi. (Finnfoto 2010.)

Tekijänoikeussuojan saavat siis kaikki työt, jotka ovat itsenäisen ja omaperäisen luomistyön tulosta ja jotka ylittävät niin kutsutun teoskynnyksen eli saavuttavat tietyn teostason (Haarman 1999, 48–49). Digitalisoituminen ja verkkolevitys ovat kuitenkin tuoneet haasteita tekijänoikeuskysymyksiin. Tekijänoikeushan perustuu sen haltijan oikeuteen määrätä kappaleen valmistamisesta eli kopioinnista millä tekniikalla tahansa muutettuna tai muuttamattomana. Siinä missä aiemmin oikeuksien hallinnointi oli kohtuullisesti järjestettävissä, ei internetissä tapahtuvaa kopiointia voi aukottomasti kontrolloida. (Saarinen ym. 2001, 154, 156.)

Mikäli tekijä ei julkaise teostaan, ei kenelläkään muulla ole siihen oikeutta, mutta myöskään työn hyödyntäminen taloudellisessa tai muussa mielessä ei ole mahdollista. Teoksen julkista-

misesta puhutaan, kun työ on luvallisesti saatettu yleisön saataviin. Verkkoympäristöä voi hyödyntää sekä kirjan julkistamisessa että julkaisemisessa. (mt., 158–159.) Teos on yleisön saatavissa, kun se esitetään julkisesti tai kun teoksen kappale tarjotaan myytäväksi tai muulla tavoin levitetään yleisön keskuuteen (Tekijänoikeuslaki 404/1961, 2 § 3).

Tekijänoikeuksien ongelmat verkkomaailmassa ovat liittyneet pitkälti itse digitaalitekniikkaan, verkon globaaliuteen ja oikeuksien valvonnan haasteisiin. Eri maissa tekijänoikeudet tulkitaan eri tavoin ja internetissä liikkuvan materiaalin ollessa kyseessä, on tekijänoikeusloukkauksien käsittely tulkinnanvaraista sen sijaan, että olisi olemassa yksiselitteinen laki, jota soveltaa. Myös käsitteet ”kappaleen valmistus” ja ”yleisön saataviin saattaminen” saavat laajempia merkityksiä verkossa. Perinteisessä mielessä alkuperäistä, originaalia, kappaletta kun ei enää ole, vaan kaikki kappaleet ovat toistensa kaltaisia. (Saarinen ym. 2001, 164.)

Internetin ja intranetin käyttö sekä muu digitaalinen käyttö edellyttävät kaikesta huolimatta samanlaista lupa- ja nimikäytäntöä kuin analoginenkin käyttö. Vielä internetin alkuaikoina verkkoa saatettiin pitää alueena, jossa muun maailman lait ja säädökset eivät ole voimassa. Kansainvälistä ja kansallista tekijänoikeuslainsäädäntöä on kuitenkin määrätietoisesti kehitetty ottamaan yksityiskohtaisesti huomioon digitaalisen käytön asettamat vaatimukset teosten ja lähioikeuksien suojalle. Internetin käytön suosio ja laajuus edellyttää erityistä teosten käytön valvontaa. Erilaiset hakuohjelmat, suojaus- ja jäljitysohjelmat sekä teostiedostoissa oleva metadata mahdollistavat digitaalisen materiaalin käytön seuranta. Tekijänoikeuslaissa on sanktioitu teosta suojaavien tietojen, näkyvien tietojen tai metadatan poistaminen ilman tekijän lupaa. (Finnfoto 2010.)

Tilanne internetin aikakaudella ei ole kirjailijoiden näkökulmasta niin lohduton kuin ensin saattaisi kuvitella. Verkkoympäristöhän luo tekijälle aivan uudenlaisen mahdollisuuden vahvistaa asemaansa tekijänoikeuden haltijana; tietoverkon arkkitehtuuri mahdollistaa kirjan käytön kontrollin aivan eri tavalla kuin fyysisen kirjan tapauksessa. Kirjan ostettuaanhan asiakas on voinut päättää, myykö kirjaa eteenpäin, tekeekö siihen merkintöjä, ottaako siitä kopioita tai lainaako kirjaa tutuilleen. Digitaalisen materiaalin ollessa kyseessä tekijä voikin määrittellä, onko asiakkaalla oikeus lukea kirja kerran vai useampaan otteeseen, kauanko kirja on luettavissa internetissä, voiko teosta kopioida verkosta omalle tietokoneelle, voiko tiedostoa lähettää eteenpäin tai jakaa verkossa vapaasti. (Saarinen ym. 2001, 154–155.)

Teoskappaleiden myynnistä ollaankin siirtymässä käyttöoikeuksien kauppaan, jolloin kuluttajalla on mahdollisuus hankkia itselleen vain ne teokset tai oikeudet, joita hän tarvitsee. Tällaiset ratkaisut edellyttävät kuitenkin suojaa niille tekniikoille, jotka määrittävät teoksen käyttöoikeudet kyseessä olevan sopimuksen mukaisiksi. Myös esimerkiksi e-kirjojen lainaaminen kirjastoista edellyttää tekniikoita, joiden avulla kirjan lukeminen rajattu tiettyyn aikaan. Tekijänoikeuslakia on täytynyt päivittää uusien teknologioiden mukaisiksi. Esimerkiksi vuoden 2006 alussa voimaan tullessa uudistuksessa laissa määriteltiin teoksia suojaavien teknisten suojausten oikeudellinen suoja. Laki kieltää teoksiin asetettujen tehokkaiden teknisten suojausten kiertämisen. (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2010b.)

Tekijänoikeuslaki on sopimuksenvaraista eli dispositiivista lainsäädäntöä. Tämä tarkoittaa sitä, että materiaalin käytössä ratkaisevaa on se sopimus, joka ostajan kanssa on tehty. Tämä sopimus menee tekijänoikeuslain säännösten ohi materiaalin käyttöä määriteltäessä. Kun asiakas ostaa digitaalisessa muodossa olevan kirjan, hän ostaa siihen käyttöoikeuden. Käyttöoikeus puolestaan voi olla rajoitettu tai rajoittamaton taloudellinen oikeus. (Finnfoto 2010.) Tekijän moraaliset oikeudet pysyvät kuitenkin aina kirjailijalla (Tekijänoikeuslaki 404/1961, 3 §). Myös taloudellinen tekijänoikeus säilyy tekijällä, ellei hän ole myynyt kaikkia taloudellisia oikeuksia edelleen luovuttamisoikeus mukaan lukien (Tekijänoikeuslaki 404/1961, 28 §, Finnfoto 2010). Kustantaja ei siis voi luovuttaa saamaansa oikeutta eteenpäin ilman asiasta kirjailijan kanssa solmittua erillistä sopimusta (Niiranen 2004, 86).

Käyttöoikeuden laajuus määritellään sopimuksessa ja sen hinta liittyy käytön laajuuteen. Ne oikeudet, joita ostajaosapuoli ei voi todistaa hänelle siirtyneen, jäävät tekijänoikeuden haltijan omaisuudeksi. Tämän vuoksi kirjallinen sopimus tekijänoikeuksien ja muiden teokseen liittyvien oikeuksien siirtymisen laajuudesta ja yksityiskohdista on välttämätön myös ostajan kannalta. (Finnfoto 2010.)

Tekijänoikeuksien ja lähioikeuksien siirtymisen laajuudesta ja yksityiskohdista on aina hyvä tehdä kirjallinen sopimus. Kauppaa voidaan käydä erilaatuisista oikeuksista, kuten yksinoikeudesta, jolloin taiteilija ei itse enää saa käyttää teosta, ei-yksinomaisen -oikeuden, jolloin taiteilija voi myydä oikeuksia samaan teokseen myös muille tahoille tai sole right -oikeuden, jolloin kirjailija voi itse käyttää teosta, mutta ei voi enää myydä käyttöoikeuksia kolmannelle osapuolelle. (Finnfoto 2010.)

Kirja-alalla kustannussopimus tai muu sopimus on ratkaiseva määriteltäessä sitä, missä laajuudessa oikeudet ovat siirtyneet kirjailijalta kustantajalle tai julkaisijalle. Kaikkien osapuolten on tärkeää myös tietää sopimusten sisällöstä sekä merkityksestä käytännössä. Sopimusten tulkintataito on tärkeää erityisesti kiistanalaisissa tapauksissa, kuten silloin, kun kustantaja miettii, miten kustannettavaksi ja julkaistavaksi luovutettua aineistoa voisi hyödyntää sähköisten jakelukanavien kautta ilman uuden kustannussopimuksen solmimista. (Niiranen 2004, 75, 96, 95.)

Kustannussopimuksia koskevia tekijänoikeuslain määräyksiä sovelletaan harvoin, sillä useimmiten kustannussopimuksissa määrätään muun muassa painosten suuruudesta. Laki kuitenkin täydentää niitä tilanteita, joissa kaikista asioista ei ole sovittu perussopimuksen puitteissa. Useimmiten kustannussopimuksissa määritellään kustantajan oikeudet päättää painosmäärästä, lisäpainoksista, myyntihinnasta, nimestä sekä markkinointitoimenpiteistä. (mt., 2004, 96, 103–104.)

2.2.4 E-kirja

E-kirja voi melko tarkalleen jäljitellä painettua teosta, mutta aivan yhtä hyvin siinä voi olla lisäominaisuuksia, joita fyysisessä teoksessa ei ole mahdollisia toteuttaa. Sisältönä sähkökirjaa voi lähestyä kolmesta näkökulmasta. Kapeimman tulkinnan mukaan e-kirjat ovat kädessä pidettäviä lukulaitteilta luettavia tekstejä. Tätä hieman laajempi näkemys määrittelee myös muilla ohjelmistoilla, kuten Adobe Readerilla luettavat tekstit e-kirjoiksi. Kaikkein laajimmassa mielessä e-kirja on mikä tahansa tietyn pituuskriteerin täyttävä lineaarinen teksti, joka voidaan lukea tietokoneen näytöltä. Jälkimmäisen määritelmän perusteella on e-kirjoja ollut siis olemassa jo vuosikymmeniä. E-kirjan käsite ei vielä ole vakiintunut kulttuuriimme, eikä se tarkoita mitään radikaalisti painetuista kirjoista poikkeavaa kirjamuotoa. Tilanteen mukaan e-kirja voi olla laite, elektroninen tallenne tai teksti. (Paavonheimo 2006, 54–55.)

E-kirjan käsite ei ole vielä vakiintunut kielenkäyttöön, minkä siitä käytettävät erilaiset kirjoitusasut kuten e-kirja, eKirja, elektroninen kirja, sähköinen kirja, sähkökirja osoittavat. Kirjoitustapojen lisäksi myös merkitykset voivat sekoittua; puhutaan samanaikaisesti e-kirjasta, verkkokirjasta tai erillisestä lukulaitteesta. E-kirja-alalla ei ole vielä myöskään saatu kehitettyä yhtä tiedostomuotoa, joka toimisi kaikissa laitteissa ja käyttöympäristöissä, mistä johtuen

monet kustantamot päätyvätkin toteuttamaan kirjansa varmuuden vuoksi useaan eri formaattiin (Kairisalo 2010a).

E-kirjan etuja ovat sen tarjoama riippumattomuus ajasta ja paikasta, kirjojen rajaton ja välitön saatavuus (Kairisalo 2010b) sekä kirjojen hyvä luettavuus niiden koosta riippumatta (Stenman 2010). Myös omakustanteiden levitysmahdollisuudet ja pienkustantamoiden asema tulevat sähköisen julkaisun myötä parantumaan nykyisestä. Vaikka tällä hetkellä lukulaitteita on jo saatavilla, on luultavaa, että niiden hinta tulee laskemaan olennaisesti. (Airaksinen 2010, Stenman 2010, Kairisalo 2010b.) Samalla ennustetaan, että lukulaitteiden sisältämien toimintojen määrä tulee myös kasvamaan; ihmiset kaipaavat yhtä mukana kuljetettavaa laitetta, joka tarjoaa nettiyhteyden, puhelinominaisuudet, musiikin kuuntelun ja varastoinnin, kirjojen lukemisen ja liikkuvan kuvan katselun. On luultavaa, että e-kirjat tulevat johdattamaan kirjalaa kohti musiikkiteollisuuden levitys- ja jakelutrendiä ja tämä murros mitä luultavimmin tulee muistuttamaan matkapuhelimien yleistymistä ja hintakehitystä. (Airaksinen 2010.) Kyseenalaisena sivutuotteena mukana seurannevat myös mainokset, sillä kustantamoiden ja kirjakauppojen on paitsi mietittävä hinnoittelua uusiksi, myös harkittava uusia tulonlähteitä (Airaksinen 2010, Stenman 2010). E-kirjojen julkaisukustannukset kun eivät lopulta ole merkittävästi painetun kirjan kustannuksia alhaisemmat (Airaksinen 2010).

Muualla maailmassa jo yleistyneitä lukulaitteita odotetaan isommassa mittakaavassa Suomen markkinoille vuoden 2010 aikana ja jää nähtäväksi, syntyykö lähivuosina jonkinlaista standardia tai ratkaisua lukulaitteiden moninaisuuteen ja epäyhteensopivuuteen. Huhtikuun alussa 2010 Yhdysvaltojen markkinoille tuli Applelta uusi kosketusnäyttölinen laite, iPad, jolla voi paitsi lukea kirjoja ja lehtiä myös pelata, käyttää internetiä, karttapalveluja ja kalenteria, katsoa valokuvia ja videoita sekä kuunnella musiikkia (Helsingin Sanomat 2010, Apple 2010). Tällä hetkellä pdf-muodossa olevilla julkaisuilla kuitenkin on Suomessa vielä eniten potentiaalisia lukijoita.

Invalidityö-lehdessä haastateltu toimittaja Aarno Laitinen toimi sähkökirjan koelukijana ja hänen käyttökokemuksensa olivat rohkaisevia: laitteen fonttikoko oli säädettävissä heikonäköisellekin sopivaksi ja laite oli kevyt kuljettaa ja käsitellä. Liikuntarajoitteiselle lukulaitte on myös tervetullut hyödyke, sillä kirjastokäynneiltä voi säästyä, kun aineisto on ladattavissa internetistä. Toistaiseksi suomenkielistä materiaalia kuitenkin on vasta vähän, vain murtoosa kaikista sähkökirjoista. E-kirjojen myyntiin, markkinointiin ja teknologiaan erikoistuneen

yrittäjien Ellibs Oy:n toimitusjohtaja Jarmo Heikkilä kertoo yhdeksi syyksi tekijänoikeudet, joita on toistaiseksi ollut vaikea saada kirjailijalta. Myöskään kysyntää ei ole vielä lukulaitteiden vähyden ja kauppapaikkojen puutteen vuoksi syntynyt. (Peltonen 2010, 34–36; Ellibs Oy 2010.)

2.2.5 Markkinoinnilliset ratkaisut

Markkinoinnin merkitys kirjojen tunnettuudelle on kiistaton, etenkin nykyisin, kun kirjatarjontaa on reilusti yli useimpien tarpeiden. Myyinnedistämistoimenpiteillä ei voi enää laatu- ja kustannuskulmasta tarkasteltuna pelastaa tuotantoa, mutta huonolla markkinoinnilla varmasti on peruuttamattomia seurauksia tuotteen taloudellisen tuottavuuden tai suosion kannalta. (Laitinen 2001, 17–18.) Verkkotuotannoissa näkymättömyys on selvästi kohtalokkaampaa kuin mitä se on kirjakauppojen hyllyillä lepääville teoksille. Kirjakaupassa aina joku saattaa tarttua tuntemattomaankin niteeseen, mutta ilman linkityksiä, markkinointityötä ja tiedotusta digitaalisessa muodossa oleva kirja voi kertakaikkisesti hukkua bittiavaruuteen.

Markkinointibudjetin laadinta on yksi konkreettisimpia osoituksia kulttuurin ja liiketoiminnan rajapinnoista. Koko kirjan tuotantoketjun tulisi tähdätä kustannukset kattavaan ja julkaisijasta riippuen myös myyntikatetta tuovaan myyntimäärään. (Tulisalo 2004, 299.) Kulttuurin tuottaminen onkin käännettävissä markkinoinnin kielelle; esimerkiksi ajatus uudesta kirjasta voi olla tuoteidea. Idean toteutustapaa miettiessään kulttuurituotteen suunnittelija ja tuottaja ottavat kantaa tuotteistamisen kysymyksiin: toteutustapaan ja -tyyliin, muotoon, keston, laatuun, sisältöön, ulkoasuun ja muihin erityisalojen perusasioihin. Tuotteeseen liittyvät perusratkaisut ovat kulttuurialalla niitä hyväksyttävimpiä tuotteen markkinointikeinoja – ne liittyvät tuotteen laatuun ja paremmuuteen. Tässä mielessä kulttuuriala eroaa muista liiketoiminnan aloista. Monilla muilla aloilla taloudellinen menestys, toiminnan kannattavuus ja tuotto voivat olla jopa tärkeämpiä kuin tapa, jolla ne saavutetaan. (Hoivala 2003, 77–78.) On kuitenkin huomattava, että kaikesta huolimatta on tuotteen laadulla ratkaisevaa välinearvoa näitä rahalla mitattavia tuloksia tehdessä; on vaikea kuvitella, että laaduttomalla tuotteella saavutetaan pitkäaikaisista voittoa.

Suurelle osalle kulttuurialan toimijoista, erityisesti kolmannella sektorilla, ei toiminnan tärkeimpänä tarkoituksena kuitenkaan ole taloudellinen voitto, vaan oman kohderyhmän palve-

leminen. Usein nonprofit-organisaatioiden toiminta perustuu vapaaehtoisuuteen ja ajatus toiminnan markkinoinnista saattaa tuntua vieraalta. Kuitenkin jo sidosryhmiin vaikuttaminen on markkinointia (Vuokko 2004, 10). Markkinoinnin tarkoituksena on luoda ja lisätä tuotteiden ja palveluiden kysyntää ja niihin positiivisesti vaikuttavia seikkoja (mt., 50). Mainonta myös vahvistaa nonprofit-organisaation legitimitettä ja toimii eräänlaisena yhteiskunnallisen omantunnon äänenä. Markkinoinnin avulla voi siis kasvattaa yhteisön tunnettuutta, hankkia uusia jäseniä, muodostaa ja vahvistaa toimintaverkostoja sekä luoda ihmisille parempaa mielikuvaa yhteisön toiminnasta. On myös erittäin tärkeää markkinoida järjestöä ja sen tuottamia palveluita tai tuotteita tukipäätöksistä vastaaville tahoille.

Digitaalisen aikakauden markkinointiajattelussa tulisi ajatella tuotelähtöisyyden sijaan ennen kaikkea asiakkaan tai kohderyhmän näkökulmasta; markkinoinnin on oltava houkuttelevaa ja sen tulee tuottaa asiakastyytyväisyyttä (Juslén 2009, 17, 20–21). Samat säännöt pätevät myös kolmannen sektorin tiedotukseen, jossa on tarkoitus paitsi tavoittaa oma kohderyhmä, myös antaa tietoa valtaväestölle ja vaikuttaa myönteisesti yleiseen asenneympäristöön. Markkinatalousyhteiskunta asettaa kolmannelle sektorille kuitenkin viestinnällisesti yhä suurempia vaatimuksia; on luultavaa, että järjestökentän luonteen ja toimintamallien sekä rahoitus pohjan muutokset kannustavat myös nonprofit-organisaatioita yritysmaailmasta lainattujen keinojen käyttöön.

Perinteinen markkinointi on siis perustunut ajatukseen, jossa asiakkaita houkutellaan tietyn tuotevalikoiman käyttäjiksi. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0 -kirjassa (Salmenkivi & Nyman 2007) esitellään uudenlainen näkökulma yrityksen ja asiakkaan välisistä rooleista ja vuorovaikutuksesta. Ydinkysymys ei enää ole, miten organisaatio saavuttaa kohderyhmänsä ja miten se onnistuu vaikuttamaan siihen tehokkaasti, vaan millä tavalla ihmiset saataisiin tuottamaan paitsi itselleen myös organisaatiolle arvokasta sisältöä. (mt., 59.) Uusien markkinointivälineiden käyttö ei enää myöskään perustu taloudellisiin voimavaroihin, sillä henkiset voimavarat, luovuus ja aito halu palvella omia sidosryhmiä ovat budjettia tärkeämpiä. Yhdistysten tai yritysten tulee vain löytää itselleen sopiva verkkomarkkinointimalli, jolla kohderyhmään kuuluvat voidaan kohdata silloin, kun he etsivät ratkaisuja juuri siihen ongelmaan, jota varten organisaatio aikanaan on perustettu. (Juslén 2009, 17, 368.) Järjestöille internet hakukoneineen onkin tarjonnut aivan uusia ulottuvuuksia, jotka eivät ole kiinni budjetin asettamista reunaehdoista.

Digitaalisten sisältöjen muokattavuus, edullinen tallennettavuus ja liikuteltavuus muokkaavat median käyttötottumuksia. Uudet palvelukonseptit ja sosiaalisten verkostojen luominen verkossa tarkoittaa kuluttajan vallan kasvua – ja toisaalta myös uhkia (liike-)toiminnalle. Media-sisältöjä kun voidaan myös levittää ja jakaa reaaliaikaisesti ympäri maailmaa. (Salmenkivi & Nyman 2007, 60–61.) Kun tieto leviää nopeasti ja hallitsemattomasti, voi se tarkoittaa organisaatioille joko myönteistä tai kielteistä maineen kiirimistä, useimmiten ehkä jälkimmäistä. Erityisesti huonot kokemukset niin yrityksistä kuin yhdistyksistäkin jaetaan tuhansille nopeasti verkon keskustelufoorumeilla.

Internetistä on tullut kokoomamedia, jonne ihmiset ohjataan sujuvasti muista medioista. Keskeistä kuluttajakäyttäytymisen muutoksessa on ymmärtää, mikä tekee tietyistä digitaalisista kanavista ja käyttäjäyhteisöistä tärkeitä, kuka näitä palveluja hallitsee ja kuinka näitä kanavia voi lähestyä. Markkinoinnin murrostekijät, digitaalisuus, mediakentän pirstaleisuus, vuorovaikutuksellisuus, uudet palvelut ja sosiaaliset verkostot, ovat kyseenalaistaneet paitsi markkinoinnin mediavalinnat, myös koko sen mallin. (mt., 60.)

Samalla kun markkinat ovat tunkeutuneet yhä enemmän kulttuurin alueelle, on kansalaisista tullut enenevässä määrin kulttuurin kuluttajia. Kirjapainotaidon alusta alkaen on kirjoja tehty ensisijaisesti myytäväksi, ne ovat olleet markkinoilla siis jo vuosisatoja. Myös kaupallinen kustannustoiminta asettuu jonnekin kulttuuritehtävän ja kaupanteon välille; voiton maksimointi ei voi toimia yksinomaisena intressinä, vaan myös kulttuuriarvoilla on painoa. (Paa-vonheimo 2006, 158.) Sisällölliset asiat nousevat erityisen tärkeiksi, kun kyseessä on kolmannen sektorin harjoittama kirjatutuotanto, jolla usein ei edes tavoitella voittoa.

Internetin käytön yleistyessä pyritään siitä luomaan sähköinen tiedon ja elämysten valtaväylä. Kirja on kohdannut täysin uuden ympäristön, jossa klassiset sivistysihanteet asettuvat vähintäänkin kyseenalaiseksi. Sisältö ei koskaan kuitenkaan saisi jäädä tekniikan jalkoihin. Kirjala on kiistatta tavarastunut, mutta silti kirja voi inspiroida ja tarjota uusia ajatuksia. Ja mikä lohdullisinta, kirjaa käytetään muita mediamuotoja pitkäkestoisemmin. Jotta kirjallisuutta voidaan tuottaa taloudellisesti kannattavasti, tulee kulttuurin ja voitontavoittelun pysyä tasapainossa. (mt., 159–160.)

Uudet teknologiat ja sovellukset muuttavat tälläkin hetkellä markkinoinnin kenttää – ehkä jopa peruuttamattomalla tavalla. Kalliin printti- ja televisiomainonnan rinnalle on jo kauan

sitten tullut ja on vielä tulossa paljon lisää vaihtoehtoja, joilla voi tavoittaa yleisöä aiempaa kohdennetummin. Se, onko tästä vain hyötyä kulttuuritoimialalle vai köyhdyttävätkö kohdennetut markkinointitoimenpiteet ihmisten kokemusmaailmaa, jää nähtäväksi.

Markkinoinnin muutos siirtää siis yleisön huomiota massamedioista, eli kanavista, joiden sisältö on kaikille sama, sosiaalisiin kanaviin ja erityisesti internetiin. Vaikka IRC-Galleriassa käy satoja tuhansia käyttäjiä ja Facebookilla sekä MySpacella on jo satoja miljoonia käyttäjiä, ei näistä kuitenkaan voi puhua massamedioina. Ne koostuvat lukemattomista pienemmistä yhteisöistä, kaveripiireistä tai ryhmistä, jonka jäsenillä on yhteisiä kiinnostuksen kohteita. (Salmenkivi & Nyman 2007, 61–62.)

Monet yhä suosituimmiksi käyvistä sosiaalisista kanavista ja verkon palveluista ovat maksuttomia, mikä on poikkeuksellista kaupallisuuden lävistämässä kulttuurissamme. Esimerkiksi useimmat sähköposteista ovat käyttäjälleen ilmaisia, tiedonhaku Wikipediasta tai Googlen avulla on maksutonta, YouTuben sisällöistä voi nauttia veloitusetta, Facebookin ja Twitterin käyttö ei maksa mitään, monia lehtiä voi selailta verkossa, ilman että siitä tarvitsee maksaa ja maailmanlaajuisia sää- sekä karttapalveluja voi kuka tahansa käyttää – ihan ilmaiseksi. Tarkemmin ajatellen, suurin osa verkkosisällöistä on vapaasti käytettävissä. Vielä joitain vuosikymmeniä sitten ilmainen oli ”ilmainen” mutta nyt ilmainen on jotain aidosti maksutonta (Anderson 2009, 15).

Kuinka massamediaa ja vakiintuneita kulttuurin instituutioita uhmaava uusi ilmaisuuteen perustuva jakelujärjestelmä on syntynyt ja miten se on mahdollinen? Andersonin mukaan (2009, 15) rajattoman hyllytilan eli loputtoman valikoiman edellytys on hyllytilan ilmaisuus. Digitaalisen jakelun minimaalisten marginaalikustannusten ansiosta niin kutsuttua portinvartijamenettelyä ei tarvita: ei tarvitse arvioida, onko jokin sisältö maailmanlaajuisen levityksen arvoista vai ei. Jakelujärjestelmä sopii yhtä hyvin massoille, lokeroille, valtavirralla kuin erikoisuuksillekin. Avoin kilpailu on aiheuttanut historian laajimman verkon sisältämän inhimillisen tiedon ja ilmaisun kumuloitumisen. (mt., 14–15.)

Sotala ja Apajalahti käsittelevät 22.3.2010 ilmestyneessä pamfletissaan Jokapiraatinoikeus piratismikysymyksiä kattavasti. Heidän mukaansa kiistanalaiset taloudelliset menetykset ovat vain yksi puoli piratismia; kyseessä ovat myös sananvapaus, viestintäsalaisuus sekä muut perus- ja kansalaisoikeudet. (Sotala & Apajalahti 2010.)

Teoksen kirjoittajat uskovat digitaalisen kopioimisen muuttavan maailmaa demokraattisemmaksi. Vaikka kustantamot ja muut kulttuuriteollisuuden edustajat antavat ymmärtää piratismiin uhkaavan heidän liiketoimintaa, tulisi tiedostonjakamisen vaikutukset heidän mukaansa nähdä laajemmin. Mikäli teoksen voi saada ilmaiseksi, madaltuu kynnys tutustua teokseen ja näin se myös leviää tehokkaasti. Kulttuurituotteiden myyntimenekkiin vaikuttaa suoraan se, kuinka laaja potentiaalinen asiakaspohja on; mitä enemmän teos leviää verkossa, sen suuremmaksi asiakaspohja kasvaa ja sitä useampi lukija myös päätyy tukemismielessä ostamaan teoksen laillisen version tekijältä tai kustantamolta. (mt., 48–49.)

Kirjoja voidaan pitää painotuotteiden erikoistapauksena, sillä useimmat käyttäjät suosivat niiden fyysistä muotoa luultavasti kirjojen viehättävän ulkonäön ja tuntuman vuoksi. Näin on siitäkkin huolimatta, että kirjoilla on hintansa, paitsi rahallinen myös ympäristöä verottava. (Anderson 2009, 166.)

Eräs painettujen kirjojen myyntilukuihin vaikuttava tekijä voi olla internetissä laillisesti jaettava ilmainen sisältö. Verkko on täynnä ilmaiseksi jaettavaa tekstiä; kun kirjailijoilla on mahdollisuus saattaa töitään ihmisille ilmaiseksi, käyttävät he tilaisuutta hyväkseen. Nytemmin onkin syntynyt uusia liiketoimintamalleja, jotka – näennäisestä ristiriidasta huolimatta – perustuvat maksuttomuuteen. (Sotala & Apajalahti 2010, 91, 97.) Seuraavassa esitellään yksi ilmaisuuteen perustuva markkinointistrategia.

Digitaalisten kirjojen kuten äänikirjojen, e-kirjojen ja verkkolatausten markkinat tyydyttävät sellaista kysyntää, johon painetut kirjat eivät ulotu. Digitaalinen aineisto on tietoa, joka on saatavissa olinpaikasta ja ajankohdasta riippumatta. Sähköinen muoto on keino antaa joko muutaman luvun tai koko kirjan käsittävä näyte kirjasta mahdollisimman suurelle joukolle. (Anderson 2009, 166.) Niin kutsutun freemio- eli lahjoittamisstrategian avulla voi siis edistää myös fyysisen tai maksullisen kirjan mainetta ja myyntiä. Strategia muistuttaa kulutustavaroista jaettavia ilmaisenäytteitä, mutta erotuksena on, että digitaalisten näytteiden lahjoittajalle ei aiheudu merkittäviä kustannuksia tuotteiden valmistamisesta ja jakamisesta. Tässä suosituksessa verkkobisnessmallissa yksi tuotteen ostaja voi rahoittaa jopa 19 ilmaiskäyttäjää. (mt., 37–38.)

Kustantaja Tim O'Reilly (2006) on todennut, että ”kirjailijan pahin vihollinen ei ole piratismi, vaan tuntemattomuus”. Samalla hän toteaa, että tiedostojen jakaminen internetissä ei uhkaa

kirjojen kustantamista, vaan olemassa olevia kustantamoja (mt.). Ilmainen jakelu on kuitenkin kustannuksiltaan halvin keino saavuttaa suuri määrä ihmisiä. Niin kauan, kun bittien piirittämässä maailmassa ihmiset haluavat kirjansa edelleen atomimuodossa, he saavat myös maksaa niistä, mikä tarkoittaa, että edellä käyvät kirjailijat ja kustantamot voivat onnistuessaan saada tulonsa tämän uuden, ilmaisuudesta ammentavan markkinointistrategian ansiosta. (Anderson 2009, 168.)

Tammikuussa 2008 pidetyssä Digital - Life - Design -seminaarissa menestyskirjailija Paulo Coelho kertoi kantansa ilmaiseen jakeluun. Kirjailijan keskeinen sanoma oli, että kamppailu tekijänoikeuksien puolesta piratismia vastaan on tuomittu epäonnistumaan. Myös hänen mukaansa kaikkien sisällön tuottajien tulisi hyväksyä tosiasiat ja oppia käyttämään uuden digitaalisen maailman olosuhteita hyväkseen. Coelho sanoi kirjailijoiden voivan hyötyä omien kirjojensa ilmaisesta jakelusta hänen kokeilemansa piraattimallin mukaisesti; hänkin sai tuhansittain uusia ostavia asiakkaita oman piraattioperaationsa, ilmaiseksi jaettavien elektronisten tekstien, ansiosta. Ihmiset siis päätyivät ostamaan Coelho'n kirjoja, koska piraattikopioiden lukeminen oli herättänyt heidän kiinnostuksensa. (Coelho 2008.)

Coelho'n omilla kotisivuilla on Pirate Coelho -välilehti, josta kirjailijan tekstejä voi ladata ilmaiseksi eri kielillä. Sivun yläosassa kirjailija esittää tosin pyynnön, että mikäli teksti paitsi ladataan ja luetaan, se myös miellyttää, niin teos myös ostettaisiin. Tämä tulisi tehdä osoituksiksi siitä, että sisältöjen jakaminen verkossa ei uhkaa kirja-alaa. Lisäksi kirjailija kehottaa - siinä tapauksessa, että kirjasta pidetään, tulostamaan ja antamaan kirjaa eteenpäin esimerkiksi paikallisille kirjastoille ja sairaaloille. Ilmaisten materiaalien ensisijainen tarkoitus Coelho'n itsensä mukaan on jakaa ajatuksia sellaisten ihmisten kanssa, joilla ei ole varaa ostaa kirjoja. (Coelho 2010.)

Kirjojen ostamista ja lukemista mittaavissa Suomi lukee -tutkimuksissa on selvinnyt, että eniten kirjoja ostavat henkilöt ovat myös aktiivisimpia kirjojen lainaajia (Stockmann, Bengtsson & Repo 2005, 107). Ilmainen lainaaminen ei siis ole ainakaan vähentänyt kirjojen ostohalukkuutta; kirjan ystävä haluaa myös omistaa tiettyjä teoksia ja tukea ostoksellaan joko kirjailijaa tai kirjallisuutta ylipäätään. On todennäköistä, että sama malli pätee myös sähköisten ”piraattikirjojen” tai laillisesti jaettujen teosten tapauksessa. Tällainen kopio voi siis toimia näyttönä, johon uuteen kirjailijaan tutustuminen pohjautuu.

3 CASE TANSSIVA TALO

Seuraavassa kerron kuvakirjaproduktin vaiheista kesästä 2009 kevättalveen 2010. Olen tietoisesti jättänyt teknisen toteutuksen pinnallisen tarkastelun tasolle ja keskityn lähinnä yhteistyökuvioiden ja eri julkaisuratkaisujen sekä näihin liittyvien sopimusten, markkinointiratkaisujen ja tavoitteiden selvittämiseen. Aloitan kertomalla produktin jakelun kannalta oleellisesta yhteistyökumppanista Syömishäiriöliitto SYLI ry:stä. Lopuksi selvitän, millä tavoin työn toiminnallisessa osassa, kuvakirjaproduktissa on hyödynnetty digitaalisuutta sekä viestinnässä, tiedonsiirrossa että julkaisutavassa ja kuinka sosiaalista mediaa sekä muita ilmaisia markkinointikeinoja tullaan käyttämään mahdollisimman laajan julkisuuden saamiseksi Tanssivalle Talolle.

3.1 Syömishäiriöliitto ry

Syömishäiriöliitto, SYLI ry, on verrattain nuori, vuonna 2004 perustettu syömishäiriöön sairastuneita ja heidän läheisiään edustava valtakunnallinen järjestö. Liiton tehtävänä on viedä edustamiensa ryhmien kokemuksesta nousevaa viestiä eteenpäin ja pyrkiä rakentamaan kaikilla tasoilla ”vapaampaa ja omannäköisempää maailmaa”. Päämääränä on alueellisten jäsenyhdistysten toiminnan tukeminen, syömishäiriöön sairastuneiden hoidon ja kuntoutuksen edistäminen sekä jäsenistön oikeuksien valvonta. Tavoitteena on myös SYLI ry:n edustamien ryhmien erityispiirteiden tunnetuksi tekeminen. (Syömishäiriöliitto ry 2010.)

SYLI ry:n toiminta pohjautuu kokemustietoon ja -osaamiseen. Paikallisesta toiminnasta, kuten juuri vertaistukitoiminnan ylläpitämisestä, vastaavat liiton alueelliset jäsenyhdistykset, joita vuonna 2010 on viisi. Jäsenyhdistyksistä vain kahdella on palkattuja työntekijöitä, muut yhdistykset toimivat täysin vapaaehtoisvoimin. Jäsenyhdistyksissä on yhteensä noin 500 henkilöjäsentä. (mt.)

Liiton keskustoimisto sijaitsee Turussa. Keskustoimistolla työskentelee toiminnanjohtajan lisäksi suunnittelija ja osa-aikainen toimistotyöntekijä. Liitolla on käynnissä kaksi kehittämisprojektiä: nelivuotisen, vuonna 2007 aloittaneen Olet arvokas!-projektin tavoitteena on käynnistää 12-18 -vuotiaiden nuorten vertaistukitoimintaa sekä tuottaa nuorille suunnattua syö-

mishäiriöitä ennaltaehkäisevää materiaalia. Väli-Suomen alueella toimivan ENSISYLI-projektin (2008-2012) tavoitteena puolestaan on ensitietotoiminnan kehittäminen sekä syömishäiriöön sairastuneille että heidän läheisilleen. (mt.)

Olet arvokas! -projektiin liittyy muun muassa Nettisyli-nimisen nuortensivuston lanseeraaminen. Sivuston suunnittelu on alkanut jo vuonna 2008. Tiedottamisen verkostossa ovat mukana muun muassa Terveystieteiden edistämisen keskus, STKL, Toimintasuomi-sivusto sekä liiton aluesihteerien kautta alueelliset verkostot. Turun kaupungin opetuspalvelukeskus puolestaan tarjoaa mahdollisuuden tehdä luentoja verkkoon ja luennot tulevat olemaan osa Nettisyliä. (Heimo 2010.)

Liiton internet-sivuilla (www.syomishairioliitto.fi) tarjotaan tietoa liiton ja jäsenyhdistysten toiminnasta, vertaistuesta ja syömishäiriöistä. Sivuilta löytyy myös syömishäiriöaiheinen kirjallisuus- ja linkkilista. Nettisivuilla toimivat myös keskustelupalstat sekä syömishäiriöön sairastuneille että heidän läheisilleen. Sivuilta löytyvät lisäksi tiedot eri puolilla maata koontuvista vertaistukiryhmistä ja tarjolla olevasta sähköpostivertaistuesta. (Syömishäiriöliitto ry 2010.)

Syömishäiriöliiton toiminnan mahdollistaa taloudellisesti Raha-automaattiyhdistyksen (RAY) tuki, jonka RAY myöntää yleis- ja projektiavustuksina. Yhteistyökumppanina toimii myös Unilever Finland Oy:n Dove-tuotemerkki, joka on mainonnassaan näkyvästi liputtanut ”Aidon kauneuden puolesta” ja kampanjoinut kauneuden stereotypioita vastaan. Yhteistyön tavoitteena Syömishäiriöliiton näkökulmasta on muun muassa tehdä liiton toimintaa tunnetuksi. (mt.)

3.2 Projektin tavoitteet

Kuvakirjaprojekti sai osaltani alkunsa nähtyäni seuraavan kirjailija Tarja Leinosen jättämän viestin oppilaitoksen intranet-sivustolla Humak kulttuurituottajat -foorumilla 16.4.2009:

Tarvitsetko toiminnallisen opinnäytetyön produktia?

Tule tuottamaan lasten kuvakirja maailmalle! Kyseessä on työ, jossa valmis värikuva- ja tekstiaineisto taitetaan, painatetaan ja työlle hankitaan esimerkiksi sponsorirahoitus.

Myös markkinointi, tiedottaminen ja muu jakeluun liittyvä työ kuuluvat produktiin. (– –) Kirjan teemana on erilaisuus ja sen hyväksyminen, ja kirjan tuotto lahjoitetaan kokonaisuudessaan nuorten mielenterveystyön tukemiseen. (– –)

Produktin tavoite oli siis selvä: saattaa tekstistä ja kuvista koostettu hyvää tekevä tarina maailmalle. Alkuperäisenä kirjailijan asettamana tavoitteena oli tavallinen painettu kuvakirja, joka rahoitettaisiin sponsoreiden rahoilla ja josta syntyvä tuotto olisi luovutettu Kainuun keskussairaalan lastenpsykiatrian osastolle (Leinonen 2010). Kirjan teeman, erilaisuuden hyväksymisen, ja sanoman merkitys lapsille on tietysti projektin taustalla lepäävä tavoite. Tarja Leinonen (2010) näkee kohderyhmänsä tavoittavalla lastenkuvakirjalla olevan mahdollisuuksia vaikuttaa ja toimia sosiaalisen vahvistamisen välineenä sekä arvojen ja asenteiden muokkajana. Voiko lastenkirja siis olla suorastaan terapeutti?

Vaikka lukemista ei voi sinänsä vielä kutsua terapiaksi, voivat kirjojen vaikutukset todellakin olla terapeutteja. Yksilön näkökulmasta tekstit voivat nimittäin edistää muutosta ja kasvua. Tarinoiden avulla abstraktit asiat voidaan esittää ymmärrettävästi ja konkreettisesti: sanoista muodostuu elävä kokemus. Kirjallisuuden käytön tavoite voi olla terapeutti tai toiminnan tavoitteena voi olla tuottaa materiaalia ja kasvupohjaa tunteille, asenteille sekä oivalluksille. (Linnainmaa 2008, 12, 24.) Sadun terapeutteisuus perustuu siihen, että tarinasta voi löytää omat yksilölliset ratkaisut mietiskelemällä kaikkea sitä, mitä satu voisi kertoa itsestä juuri sillä hetkellä. Satujen epärealistinen luonne on ratkaiseva, sillä se ilmaisee selkeästi, ettei tarinoiden tarkoitus ole antaa informaatiota maailmasta, vaan ohjata yksilön sisäisten prosessien äärelle. (Bettelheim 1992, 33–34.) Muun muassa lasten kirjallisuusterapiassa satuja ja tarinoita käytetäänkin sekä ennaltaehkäisevästi että kuntouttavassa mielessä. Jo kasvua ja kehitystä tukevan kirjallisuuden käyttäminen voidaan nähdä ennaltaehkäisevänä toimintana. (Arvola & Mäki 2009, 13.)

Hyvässä lastenkirjassa on myös useita eri tasoja ja näkökulmia, joita voi tarkastella toiminnallisesta näkökulmasta. Satu- ja kuvakirjoilla voi siis olla useita eri käyttömahdollisuuksia ja tehtäviä - sekä aikuisten että lasten maailmassa. Lasta viihdyttävä tarina voi avautua aikuiselle elämänviisauksia tai rivien väliin piilotettuja ironisia viittauksia tarjoavana kokemuksena. (Heinimaa 2001, 142.) Ei kuitenkaan pidä unohtaa, että viihdyttäväkin satu voi opettaa lasta ja vaikuttaa tämän asenteisiin sekä maailmankuvaan, usein lapsen sitä tiedostamatta (mt., 144). Mikäli tarina on monitasoinen ja kumpaakin ikäpolvea innostava juoni, viihtyvät kummatkin

kirjan äärellä. Lasta ei voi huijata – ei suullisesti eikä kirjallisesti: lapsi kyllä huomaa, jos jompikumpi, kirjailija tai kertoja, ei ole juonessa täydellä sydämellään mukana, kuten sadun kirjoittanut Leinonenkin haastattelussa (2010) totesi.

3.3 Ideasta kirjaksi

Alun perin kirjailija Tarja Leinonen osallistui tekstillään ja kuopiolaisen kuvittajan kuvilla vuonna 1999 Tammen kuvakirjakilpailuun. Vuonna 2005 kirjailija otti yhteyttä Liisa Karjalaiseen, jonka hän tiesi tekevän korttien kuvituksia. Liisa Karjalaisen kuvittamalla laitoksella Leinonen lähestyi sitten muun muassa Karistoa, Tammea, Lasten Keskusta, Myllylahtea sekä Rajalla-kustantamoa. Kirjailija muokkasi tekstiä vielä vuonna 2008, sen jälkeen kun se oli hylätty monessa kustantamossa. (Leinonen 2010.)

Aivan yhteistyömme aluksi sain tutustua Liisa Karjalaisen vesiväritöiden kuvajäljennöksiin. Pian tämän jälkeen laadimme yhdessä kirjailija Tarja Leinosen kanssa kaikkia osapuolia koskevan tuotantosopimuksen, jonka olimme jakaneet kahteen osaan. Vasta allekirjoitettuamme sopimuksen ensimmäisen osan lähetti kuvittaja Karjalainen minulle postitse A3-kokoiset kuvaoriginaalit.

Tanssivan Talon tuotantosopimuksen ensimmäinen osa (liite 1) koski tekijänoikeuksia, kirjan suunnittelua ja rahoitusta sekä määritteli tuottajan tehtävät. Kuvakirjan painatus ja markkinointi, rahoituksen suunnittelu sekä varsinainen varainhankinta esimerkiksi sponsorirahoituksina, lahjoituksina tai avustuksina kuuluivat tuottajan vastuulle. Jälkimmäisessä osassa (liite 2), joka oli tarkoitus tehdä, kun mahdollinen kustantaja ja sopiva julkaisuformaatti ovat löytyneet, käsiteltiin itse taittotyötä, markkinointia ja jakelua.

Sopimusten tekemistä, niiden sisällön määrittelyä ja solmimista hidasti epätietoisuus tulevas- ta. Toisin sanoen, en tiennyt julkaisualustasta, yhteistyökumppanista saati tämän aikatauluista ja niin edelleen. Tuotantoprosessia oli mahdotonta ennustaa tai määrittellä sopimukseen etukä- teen. Ensimmäinen sopimus solmittiin kuitenkin hyvissä ajoin ja väljyydessään se jätti minul- le tuottajana liikkumatilaa.

Lähtiessäni tuottamaan kuvakirjaa, ajattelin ottaa aluksi yhteyttä isoihin kustantamoihin. Samanaikaisesti toivoin kuitenkin pääseväni itse tekemään taittotyötä. Oli selvää, että mikäli saisin kustantajan kiinnostumaan – oli kyseessä sitten pienkustantamo tai jokin Suomen suurista – olisi edessä pitkä prosessi, jossa kustantamo ottaisi vastuulleen ison osan tuotannon tehtävistä, kuten esimerkiksi taiton, jakelun ja markkinoinnin. Omakustannepohjalta lähdettäessä tekijöiden taloudelliset riskit puolestaan kasvaisivat ja painosmäärä jäisi huomattavasti pienemmäksi. Ajankohta taloustilanteen kannalta ei sekään ollut sponsorirahoitukselle suotuisa.

Minun täytyi siis harkita sähköistä julkaisua, joko internetissä tai CD-levyllä. Internet houkutteli julkaisualustana levyä enemmän – tällä välineellä lukijoita saataisiin satoja, tai peräti tuhansia enemmän. Vaikka kirjan arvo artefaktina, kauniina kädessä pideltävänä esineenä, oli saavuttamattomissa, ajatus kirjan saattamisesta suuren yleisön eteen verkkoon melko pienin kustannuksin alkoi tuntua lopulta jopa hyvältä idealta kompromissin sijaan.

Aistimellinen tuntuma teokseen on monille kirjan lukijoille tärkeä. Sähköisten materiaalien tapauksessa vähintäänkin kansikuvan näkeminen tai kolmiulotteinen visualisointi kirjasta voi auttaa luomaan myös sähköiselle kirjalle esinearvoa ja antamaan lukijalle tunnetta vuorovaikutuksellisuudesta. Selailtavat kirjat ovat käyttöliittymältään lähempänä aitoa kirjaa kuin näyttöllä vieritettävät tekstit, ja tätä käyttäjät usein arvostavat. (Paavonheimo 2006, 103.) Sivujen selailutoiminto edellyttää ohjelmalisenssiä, joka on suhteellisen kallis, joten päätin tyytyä tavanomaiseen pdf-formaattiin. Lähtökohtaisesti Tanssiva Talo -kuvakirjan muoto on kuitenkin pelkkää kaunokirjallista tekstiä kiinnostavampi, onhan siinä kuvitus. Verrattain vähäinen sanamäärä sekä kuvien värikyvyys ja elävyys tekevät kirjasta kevytlukuisen ja mieleenpainuvan – jopa verkossa ja vieritettävässä muodossa.

Ollessani Syömishäiriöliiton järjestämässä ryhmänohjaajakoulutuksessa syksyllä 2009 kuulin pian lanseerattavasta nuorten sivustosta. Tätä ennen en vielä ollut keksinyt sopivaa tahoja, jolle tarjota kuvakirjaa. Kerroin alustavasti SYLI ry:n edustajalle produktistani ja keskustelin sähköpostin ja sosiaalisen median välityksellä kirjailijan ja kuvittajan kanssa tästä mahdollisesta julkaisualustasta, sopimusten yksityiskohdista sekä korvauksista. Vielä tuossa vaiheessa oli epäselvää, olisiko Syömishäiriöliitolla mahdollisuutta maksaa kirjasta korvausta tekijöille. Tämä asia ei taiteilijoita kuitenkaan haitannut, sillä heille tärkeää oli saada kirja maailmalle ja

sitä kautta tehdä hyvää. Joka tapauksessa heidän tarkoituksensa oli ollut lahjoittaa mahdolliset tulot hyväntekeväisyyteen.

Tekijöiltä saamasta palautteesta rohkaistuneena kerroin kuvakirjasta tarkemmin Sami Heimolle, joka toimii suunnittelijana Syömishäiriöliiton eli SYLI ry:n Olet arvokas! -projektissa. Tuleva sivusto on osa tuota nuorten syömishäiriöitä ennaltaehkäisevää projektia, jonka keskiössä ovat 12–18 -vuotiaat nuoret, mutta myös lapset ja heidän vanhempansa. Verkkosivuille olikin Heimon mukaan kaivattu juuri tällaista ilmaisullista ja tunteisiin vetoavaa materiaalia. Lisäksi, koska kyse on ennaltaehkäisystä ja koska myös oman näkemykseni mukaan itsetunto ja itsearvostus rakentuvat jo lapsuudessa, päätimme yhdessä, että kuvakirjalle sopiva koti verkossa oli löytynyt.

Koska kuvakirjasta ei syntyisi tekijöille tai hyväntekeväisyyteen tuottoa, aloin suunnitella Tanssiva Talo -tuotetta pidemmälle. Esimerkiksi Tanssiva Talo -aiheisten postikorttien myynnillä tai kuvakirjan maksullisilla ja painetuilla jatko-osilla voisi saada tuottoa myös tekijöille ja hyväntekeväisyyteen. SYLI ry:n Heimo piti jatkokehittelyä koskevia ideoita hyvinä. Oli selvää, että näitä jatkotuotteita tulisi suunnitella jo hyvissä ajoin ennen luovaa tuotantoa, siis toisinpäin kuin tässä Tanssivan Talon mahdollisen tuoteperheen pilottiprojektissa oli tehty.

Tanssiva Talo -tuotteen paketointi digitoinnista aina taittotyöhön saakka kuului tuottajan tehtäviin. Käytännössä tämä tarkoitti teknisistä yksityiskohdista, kuten kirjan koosta, kuvien resoluutiosta ja kirjasintyypeistä päättämistä sekä kuvien digitointimenetelmän valintaa ja kansikuvan tekemistä. Kuvien digitoinnin osalta päädyin saattamaan vesiväriytyöt sähköiseen muotoon valokuvaamalla ne kesäisessä luonnonvalossa, jolloin värit hehkuivat heleästi ja käytetty kultaväri korostui kauniisti. Olin aiemmin todennut akvarellipaperin lähes mahdottomaksi skannattavaksi sen epätasaisen pinnan johdosta. Tietysti jälkikäsitteilyllä oli vielä mahdollista säätää sävyjä toivotunlaisiksi ja entistä puhtaammiksi. On myös huomattava, että näytöllä katseltavat kuvat todella kirjaimellisesti hehkuvat, sillä näyttötaulutekniikat perustuvat taustavaloihin. Sama taustavalo tekee pitkien tekstien lukemisen rasittavaksi silmille. Mikäli kirja painettaisiin, tulisi reprotyö tehdä hyvin, jotta vaikutelma olisi yhtä kuulas ja raikas kuten vesivärioriginaaleissa ja verkkoversiossa. Lisäksi kultaukset tulisi folioida, jotta lopputulos olisi yhtä onnistunut.

Syksyllä, taittotyön edistyessä, lähetin kirjailijalle ja kuvittajalle säännöllisesti matalalaatuisia pdf-versioita, nk. leiskoja, katsottavaksi ja arvioitavaksi. Kun kirjan taitto marraskuun lopulla oli valmis, toimitin InDesign-ohjelmalla taittamani aineiston pdf-muodossa Heimolle, joka puolestaan välitti materiaalit nuortensivustoa työstävälle mainostoimistolle. Minulle jäi projektista kuitenkin tunne, että kokonaisuudesta puuttuu jotakin. Ehkä toivomani, mutta turhan hintavan ja melko hankalasti hankittavan selailutoiminnon, nk. page-flip:in, puuttuminen sai minut miettimään kirjan käyttöliittymää ja mahdollisuuksia tarkemmin.

Toimiessani Laura Voutilaisen tarinallisella joulukiertueella valokuvaajana sain kuulla draamapedagogi ja näyttelijä Lasse Kantolan tarinankerrontaa. Pian ymmärsin, että tällaista Tanssiva Talokin tarvitsee: verbaalista tulkintaa. Eräänlaisena vastapalveluksena tekemistäni kuvauskeikoista rohkenin kysyä Kantolalta hänen kiinnostustaan osallistua projektiin ja hän suostuikin siltä istumalta. Kantolalla oli kontakteja äänitysstudioihin ja -teknikoihin, joten kirjailijan ja kuvittajan sekä SYLI ry:n edustaja Heimon mielipiteet saivat ratkaista asian. Sekä sotkamolaiset sana- ja kuvataiteilija että sivuston suunnittelija innostuivat ideasta ja saatoinkin jättää toteutuksen Kantolan vastuulle. Keskustelin vielä ääniteknikko Ilmari Myllyniemen kanssa tiedoston äänikulisista ja sivunvaihtokohtien tauotuksista. Tulimme siihen tulokseen, että verkkoon tulisi aukeamittain pätkitty versio.

Ennen äänitystä keskustelin Kantolan ja kirjailija Leinosen kanssa sopimuskäytännöistä. Kuinka huomioisimme äänitysasiat yhteistyösopimuksen II-osassa? Päädyimme yhdessä Kantolan kanssa siihen tulokseen, että tekemämme suullinen sopimus riittää meille; Myllyniemi ja Kantola luovuttaisivat korvauksetta äänitiedoston SYLI ry:n käyttöön Nettisyli.fi-sivustolla Tanssiva Talo -kuvakirjan yhteydessä. Kirjallisessa sopimuksessa sen sijaan vain mainitaan, että ”tuottaja hankkii tekijät äänitiedostolle” ja he työstävät materiaalin ”korvauksetta”. Ainoa ehto ja mielestäni itsestäänselvyys oli se, että äänitiedoston tekijöiden nimet ja mahdollinen taustayhteisö, Kantolan työpaikka Lahden diakonian instituutti, mainittaisiin kirjan yhteydessä selkeästi. Myös linkityksistä omille sivuille oli keskustelua, mutta sekä kuvittaja Karjalainen että Myllyniemi ja Kantola ilmoittivat, että he eivät tarvitse linkkejä kotisivuilleen. Minä sen sijaan, yhdessä kirjailija Leinosen kanssa, olin halukas lisäämään nettinäkyvyyttäni.

Tammikuun alussa sain sähköpostilla linkin äänitiedostoihin ja lähetin ne edelleen Heimolle SYLI ry:n keskustuimistoon Turkuun. Vielä tuolloin sivusto oli tarkoitus avata 20.1.2010. Hieman myöhemmin sain kuulla, että lanseerausta oli lykätty Syömishäiriöliiton huhtikuiseen

vuoden 2010 kevätkokoukseen saakka. Vuosikokousta pidettiin hyvänä ajankohtana, koska silloin vapaaehtoisia olisi paljon läsnä ja asia saisi kerralla paljon lisää näkyvyyttä (Heimo 2010). Lanseeraus ei kuitenkaan ehtinyt vielä vuosikokoukseen, vaan siirtyi myöhempään kevääseen. Ainakin materiaalimme oli ollut hyvissä ajoin valmis; Tanssiva Talo oli vihdoinkin paketti, josta saattoi saada satuelämyksen kuunnellen, katsellen ja lukien.

Kuvakirjasta tulee uuden sivuston ensimmäinen etusivun materiaali. Etusivun poiminta tulee vaihtumaan aika ajoin. Tuottajan tekemän markkinoinnin ja tiedottamisen lisäksi Syömishäiriöliitto tulee suuremmassa mittakaavassa hankkimaan näkyvyyttä nuortensivuille ja sen sisällyksille. Sivuston markkinointia tullaan tekemään paitsi internetissä, myös kaikissa Syömishäiriöliiton tapahtumissa: vuonna 2011 sivustoa markkinoidaan valtakunnallisilla Syömishäiriöpäivillä sekä Olet arvokas! -projektin järjestämässä nuorten taidenäyttely- ja luentokiertueella. (mt.)

3.4 Kirjan sanoma

Tanssiva Talo edustaa perinteistä kuvakirjaa, jossa tarinaa kannattelee tasapuolisesti sekä teksti että kuvitus. Eläinsatuna se sopii hyvin nuorillekin lapsille, sillä heidän on helpompi samastua eläimiin kuin ihmisiin ja nimenomaan eläinhahmojen kautta on myös turvallisempaa käsitellä asioita etäännytetysti (Arvola & Mäki 2009, 59). Tarina (liite 4) keskittyy useisiin pieniin tapahtumiin sekä näitä yhdistävään erilaisuuden hyväksymiseen itsessä. Tarinan päähenkilö, Oona-kani, murehtii ja suorastaan vihaa kömpelöitä korviaan, eikä hän tunne kuuluvansa Tanssivan Talon rytmikkäiden asukkaiden joukkoon. Yrittäessään tanssia muiden mukana kompuroi Oona aina pitkiin korviinsa siitä lannistuen.

Tanssiva Talo -kuvakirja noudattelee selviytymistarinalle tyypillistä saturakennettä varsin selvästi. Talon asukkaat ovat ystävällisiä Oonaa kohtaan ja kutsuvat häntä mukaan tansseihin, mutta aina Oona kokee epäonnistuneensa, tulee surulliseksi ja jää yksin. Perhosten avulla Oona kuitenkin löytää ratkaisun tanssimisvaikeuksiinsa; korvat ruseteille solmittuina hänkin voi liihotella kauniisti. Kavereiden tuella Oona-kani oppii rakastamaan rusetikorviaan. Hän pääsee myös osalliseksi Talon asukkaiden vilpittömästä ihailusta ja kaikki kääntyy parhain päin.

Vaikka sadun pääteemana on erilaisuuden hyväksyminen – sekä itsessä että toisissa – ja erilaisuuden kääntäminen voimavaraksi, on myös kavereiden tuella tärkeä rooli. Satu kertoo siis myös siitä, kuinka helposti voi jäädä syrjään. Ilman välittäviä läheisiä tai kavereita ei ratkaissua ongelmaan ehkä löydy. Mitä herkemmin kiusaamiseen, masennukseen tai huonoon itsetuntoon puututaan, sen paremmin syrjäytymisvaarassa oleva pääsee jaloilleen ja oman elämänsä sankariksi. Sanoma voimaannuttaa sen vastaanottajaa ja kirja voikin toimia itsetunnon vahvistajana ja osana kokonaisvaltaista lapsen elämänhallinnan tukemista.

Tarina tarjoaa aikuisille useita tulkintamahdollisuuksia: teksti voi sisältää piilotetun viestin siitä, millaisia toisinaan kohtuuttomiakin odotuksia aikuiset tai yhteiskunta asettavat lapsille ja nuorille. Kuinka väärin onkaan olettaa, että kaikkien tulee osata tanssia tunteakseen ylpeyttä itsestään ja saadakseen osaksi ihailua. Onko erilaisuuden hyväksyminen sittenkin näennäistä, onko kyse vain samankaltaiseksi tulemisesta? Tanssitaithan on vain yksi lahjakkuuden muoto, miksi kaikkien tulisi pärjätä siinä? Tästä ristiriidasta ja näkökulmien moninaisuudesta huolimatta ainakin lasten silmin tarinassa kuitenkin on positiivinen perusvire ja satu todennäköisesti ilahduttaa pientä kuulijaa ja antaa tälle toivoa.

Kirjoittamaani johdantotekstiä lainaten:

(– –) On harmillisen helppo kiinnittää huomiota sellaisiin asioihin, joiden mielestämme tulisi olla toisin. Useimpia asioista emme kuitenkaan voi muuttaa, toisin kuin asenteitamme. (– –) jokaisella on oikeus hyväksyä itsensä juuri sellaisena kuin on. Oman itsen arvostamisen kautta vapautuu myönteistä energiaa elämästä nauttimiseen. (– –) Elämä voi käydä kuin tanssi.

Tämä kirja on kirjoitettu rohkaisuksi aitouteen ja erilaisuuden arvostamiseen (– –) Tanssimisen voi nähdä metaforana onnellisuudelle: se merkitsee elämälle antautumista ja siitä nauttimista – ehdoitta. Juuri itsensä hyväksyminen on tanssimisen kannalta kriittinen taito, jota kannattaa harjoitella ja välittää eteenpäin. Se on kykyä kohdata itsensä aidosti ja rehellisesti. Tämä on arvokas oivallus elämässä; oivallus, joka tarjoaa vapautuksen täydellisyyden tavoittelusta. Toivomme kirjan muistuttavan tästä lempeästä asenteesta itseä – ja muita – kohtaan. Maailman voi nähdä uusin silmin, niin lapsena kuin aikuisenakin. Joskus siihen tarvitaan kaverin apua, joskus oivallus syntyy itsestään.

Kirjan johdannossa halusin korostaa, että sadulla ei ole merkitystä vain lapsille, vaan ne tarjoavat myös aikuisille tärkeän oven lapsen kokemusmaailmaan. Satua lapselle lukiessaan tai sitä yhdessä lapsen kanssa kuunnellessaan aikuinen voi hetkeksi tulla osalliseksi isokorvaisen kanin seikkailusta kohti itsensä hyväksyntää. Sadun yhteinen kokeminen luo läheisyyttä, jota tarvitsevat kaikenikäiset – puhumattakaan sadun sanomasta.

3.5 Tanssiva Talo ja internet

Tanssiva Talo -kirja toteutettiin lukuisista vaihtoehdoista huolimatta omakustannuspohjalta. Omaehtoisen toiminnan nopeus ja varhain löytynyt yhteistyökumppani ratkaisivat julkaisumallin. Kulttuurituottajana olisin hyvin voinut toimia saattokustantamisessa käytettävänä konsulttina; sen sijaan, että tein kaiken itse, olisin voinut koota ammattilaisista työryhmän, jonka voimin olisi syntynyt valmis kirja. Tällöin tosin tuotantokustannukset olisivat nousseet huomattavasti. Tanssivan Talon kustantaminen olisi voinut myös sopia pienkustantamojen intresseihin ja tuotanto olisi saattanut käynnistyä ja valmistua nopeassakin aikataulussa. Kuitenkin, kun julkaisija kolmannelta sektorilta oli löytynyt, ei kuvakirjaa tarjottu enää kaupallisille yrityksille.

Yhteydenpito kirjan tekijöihin ja Syömishäiriöliittoon tapahtui sähköpostin ja Facebookin välityksellä; ainoastaan kuvitusmateriaali ja allekirjoitetut sopimukset kulkivat postin kautta. Tietokonepainotteinen viestintä säästi aikaa ja luonnollisesti myös rahaa. Myös dokumentoinnin kannalta sähköpostiviestintä oli hyvä ratkaisu.

Tanssivan Talon tiedostomuoto internetissä on tietokonekäyttöön ja verkkosivuston materiaaliksi soveltuva pdf-formaatti. Tämä oliärkevin ja tuottajalle tutuin tiedostomuoto, joka tukee hyvin visuaalisesti näyttäviä kokonaisuuksia. E-kirjaformaattien luominen edellyttää aivan erityistä osaamista, jota ei Suomessa ole vielä kovinkaan monella sisältötuottajalla (Kairisalo 2010b).

Tanssivan Talon tekijänoikeudet kuuluvat kirjan verkkojulkaisusta huolimatta edelleen kirjailijalle ja taiteilijalle: Syömishäiriöliitto saa ainoastaan julkaista kirjan nuortensivustollaan. Myös kuvitusoriginaalit on palautettu tekijälleen. Internetissä kirja on helppo kopioida, mutta tästä huolimatta aineistoa ei saa ottaa muuhun kuin omaan lukukäyttöön ilman erillistä tekijöiden lupaa. Tätä korostamaan tulee verkkosivuilla kirjan yhteydessä käyttää (c)-merkkiä. Tekijänoikeudet huomioitiin lähinnä sopimustasolla, sillä perusteita teknisiin suojauksiin ei varsinaisesti ollut; teos ei ole maksullinen ja sen toivottiinkin saavuttavan mahdollisimman suuren yleisön. Materiaalin maksuttomuus ja toisaalta tekijänoikeuden säilyminen kirjailijalla ja kuvittajalla määriteltiin Tanssiva Talo -kuvakirjan tuotantosopimuksen ensimmäisessä osassa:

Tällä sopimuksella (I) kirjailija Tarja Leinonen ja kuvittaja Liisa Karjalainen luovuttavat maksutta teksti- ja kuvamateriaalin Tanssiva Talo -nimisen lasten kuvakirjan tuotantoprojektiin (– –). (– –) Teksti- ja kuva-aineisto luovutetaan ainoastaan tähän projektiin ja kaikki tekijänoikeudet säilyvät Tarja Leinosella ja Liisa Karjalaisella.

Toisessa osassa tarkennettiin vielä korvauksetta SYLI ry:lle luovutetun materiaalin käyttöön liittyviä rajoituksia. Muutin jo aiemmin luonnosteltua sopimus pohjaa erityisesti tekijänoikeuksien suhteen kattavammaksi kirjailijan toiveiden mukaan. Sopimuksessa tekijät edellyttivät, ettei kirjaa julkaista muussa muodossa tai muualla kuin Nettisyli.fi-osoitteessa. Ilman erillistä lupaa ei teoksesta irrotettuja kuvia myöskään saisi painattaa tai tekstejä käyttää.

Kuvakirja julkaistaan ainoastaan sähköisenä Syömishäiriöliiton Olet arvokas! -projektin nuortensivuilla Nettisyli.fi. (– –) Aineistosta ei saa painattaa ilman tekijöiden kanssa solmittua erillistä sopimusta mitään kirjallista materiaalia, tehdä cd-julkaisua tai vastaavaa. Syömishäiriöliitto voi halutessaan käyttää teoksen (ja nuorten sivuston) markkinoimiseen teoksesta irrotettuja kuvia ja/tai tekstejä, joita voi painaa esimerkiksi esitteisiin.

Tanssivan Talon ilmaisella internet-jakelulla ei kuitenkaan ole nk. piraattikirjojen kaltaista välitöntä markkinoinnillista ulottuvuutta, koska sitä ei kirjailijan toiveesta tulla julkaisemaan painettuna. Toki näkyvyydestä on hyötyä tekijöille esimerkiksi muiden kirjallisten ja kuvataiteellisten töiden kannalta. Verkossa ilmaiseksi luettavan, nähtävän ja kuultavan kuvakirja Tanssivan Talon voidaan ajatella toimivan sen tekijöiden mainoksena, osaamisnäytteenä, johon ei ole hinta- tai saatavuuskynnystä. Samalla kirja vie erilaisuuden ja oman itsen hyväksymisen tärkeää sanomaa eteenpäin.

3.6 Tanssiva Talo sosiaalisessa mediassa

Internetin käyttäjien toiminnalla, sisällöntuottamisella ja leikillisyydellä on ollut suuri merkitys tietoverkkojen kulttuurisen omaksumisen kannalta. Internetin alkuperäinen tarkoitus oli toimia viihdyttäjänä ja sosiaalisena välineenä. 2000-luvulla tätä tarkoitusta toteuttavat yhteisöpalvelut, kuten Twitter, MySpace, Flickr, YouTube, IRC-Galleria ja näistä tällä hetkellä suosituimpana Facebook. Internetistä on tullut kiinteä osa yhä useamman arkipäivää. (Saarikoski, Suominen, Turtiainen & Östman 2009, 259, 262–263.)

Sosiaalisten verkostojen välityksellä ja muotisovelluksia, kuten Facebookia, hyödyntämällä markkinoija pääsee lähelle käyttäjää ja heitä kiinnostavia aiheita. Näissä verkostoituspalveluissa voi olla mukana joko markkinoijan ominaisuudessa tai keskustelemassa kuin yksi käyttäjästä. Erityisesti tuotteiden ja palveluiden lanseeraamiseen sosiaalista mediaa on käytetty innovatiivisesti. (Salmenkivi & Nyman 2009, 128, 132.)

Facebookin on sanottu olevan seuraava Google. Tällä tarkoitetaan, että Facebook tekee yhteisölliselle medialle samanlaisen käänteen, kuin minkä hakukone Google teki tiedonhauille. Facebook on palvelu, joka tarjoaa ihmisille verkostoituspalveluiden perusominaisuudet: alustan, jolle voi rakentaa oman profiilin ja jonne voi luoda omia verkostoja. Facebook on kasvanut eksponentiaalisesti ja se uhkaa kasvaa internetin suurimmaksi sivustoksi, jopa ohi musiikkipalvelu MySpacen. Facebookin suosio perustuu sen ilmaiseen käyttöön, käyttäjän mahdollisuuksiin liittyä eri yhteisöihin ja mahdollisuuteen etsiä juuri itseään kiinnostavia sisältöjä eri kriteerein, hallittavaan yksityisensuojaan sekä käyttöliittymän selkeyteen. (mt., 121–122.)

Facebook on yllättänyt monet vetoavuudellaan, on puhuttu jopa facebook-riippuvuudesta. Suurin syy suosioon on luultavasti se, että tämä menestysesimerkki sosiaalisen mediasta yhdistää ihmisiä toisiinsa toimivammin kuin ehkä mikään muu keksintö puhelimen jälkeen. Sen lisäksi, että Facebook tarjoaa lukemattomia sovelluksia, testejä ja pelejä sekä päivitettyä tietoa ystävien kuulumisista, toimii se tehokkaana markkinointikanavana yrityksille, projekteille ja tuotteille. (Awl 2009, 1–2.)

Facebookin suosio suomalaistenkin keskuudessa ja erityisesti sen soveltuvuus kuvallisten aineistojen jakamiseen sai myös minut perustamaan kuvakirjaproduktille oman Sivun nimeltä Tanssiva Talo. Facebookin Sivun tarkoitus on paitsi promotoida Syli ry:n nuortensivusto Nettisyliä, myös nostaa meitä tekijöitä esiin ja ennen kaikkea välittää kirjan viesti erilaisuuden arvostamisesta mahdollisimman laajalle. Sivun faniksi voi liittyä ja henkilön liittyessä faniksi kulkee tieto liittymisestä kaikille hänen Facebook-kavereilleen, joten eksponentiaalinen fanien kertyminen on mahdollista. Luonnollisesti kysyin kirjailijalta ja kuvittajalta suostumuksen oman Sivun perustamiselle. Sivun tullaan ottamaan käyttöön vasta kun SYLI ry:n nuortensivusto on avattu.

Facebookin Sivut luovat julkisuuden henkilöille, yhteisöille ja yrityksille kanavan viestiä sidosryhmille vaivattomasti. Sivut tarjoavat ylläpitäjilleen mahdollisuuden tarkastella Sivujen

kävijätietoja ja -tilastoja. Sivuilta voi lähettää päivityksiä rajoittamattomalle määrälle kannattajia eli Sivujen faneja. Lisäksi kaikki faneiksi haluavat pääsevät Sivujen kannattajajäseniksi ilman, että ylläpitäjän tarvitsee hyväksyä ystäväpyyntöjä. Sivun kannattajaksi ryhtyvän henkilön kaikille ystävien Seinälle tulee tieto faniksi ryhtymisestä ja tämä helpottaa kannattajamäärän kasvattamista eksponentiaalisesti. (mt., 172–174.)

Sivujen suosio on suoraan verrannollinen sisältöön: sivujen tulisi tarjota tarkoitukseen sopivia sisältöjä kävijöilleen. Myös keskusteluun kannustavilla päivityksillä voi lisätä vuorovaikutteisuutta kannattajien kesken. Muussa tapauksessa fanit kaikkoavat tai käyvät Sivuilla vain sen kerran. Lisäksi esimerkiksi valokuvakommentit ja kirjoitukset Seinälle näkyvät Uutisvirrassa, eli lisäävät Sivujen näkyvyyttä. (mt., 182.) Ihmiset tarvitsevat syyn liittyä Sivujen kannattajiksi ja Sivut puolestaan tarvitsevat faneja toimiakseen markkinoinnin tukena tuotteille tai yhteisöille. Fanit kuljettavat Sivuilla olevan sisällön myös ystäviensä tietoisuuteen ja vain tällä tavoin voi Sivun verkosto laajentua. Myös lisäämällä linkkejä Facebookin ulkopuolelle, kuten omille kotisivuille, sähköpostien allekirjoitukseen ja blogiin voi kasvattaa Sivujen suosiota. (Juslén 2009, 315.)

Facebook luo omat haasteensa sisällön hallinnan ja tekijänoikeuden tulkinnan suhteen: käyttöehdoissa on määritelty, että yhtiö voi käyttää ihmisten palveluun lataamia tietoja kuten valokuvia ja kirjoituksia. Facebookin oikeudet tietoihin päättyvät vain siinä tapauksessa, että käyttäjä on poistanut oman Sivunsa palvelusta. (Facebook 2010.) Tämän vuoksi lisäsin Sivulle aluksi ainoastaan kirjan kansikuvan ja perustiedot. Kieliasetuksiksi määritin suomen, mutta en rajannut näkyvyyttä maittain, sillä suomenkielisiä asuu myös ulkomailla. Kirjaan pääsee tutustumaan sivun tietoihin lisätystä tekstilinkistä, joka vie Nettisyli.fi-osoitteeseen. Toivoin, että kuvakirjan fanisivuilla keskusteltaisiin erilaisuuden hyväksymisestä, syömishäiriöiden ennaltaehkäisystä, kaverien merkityksistä lapsuudessa ja muista kasvatukseen sekä lastenkirjallisuuteen liittyvistä asioista. Lisäksi Facebook tarjoaa kirjan tekijöille, Sivun ylläpitäjille, mahdollisuuden kerätä palautetta kirjan lukijoilta. Vuorovaikutus lukijoiden ja kuulijoiden kanssa ei olisi näin vaivatonta, mikäli mahdollistakaan, mainostoimiston ylläpitämällä Nettisyli-sivustolla.

Verkkoyhteisöt ovat haaste yrityksille ja yhteisöille; varsinkin uudet sukupolvet haluavat tulla kohdatuiksi uusilla tavoilla. Verkko edustaa monille ihmisille yhteisöllisyyttä ja vertaisryhmiä. Monille yhteisöillekin se toimii jo aivoriihenä, ilmoitustauluna ja neuvottelutilana. Inter-

net sosiaalisine medioineen voi parhaimmillaan tukea demokratiaa ja toimia laajan osallistumisen kanavana, joka mahdollistaa järjestökentän entistä paremmat vaikutusmahdollisuudet erityisesti kansallisesti, mutta myös kansainvälisesti. Kansalaisten tavoittamiseksi on myös kolmannen sektorin siis sukeltettava verkkoon – vaikka Sivu tai kirja kerrallaan.

4 KIRJOJA MAAILMALLE JÄRJESTÖJEN VOIMIN

Yhdistysten toiminnasta voi löytää yhtymäkohtia sekä yrityksiin että julkisen sektorin organisaatioihin. Yhdistysten tarkoitus, tehtävät ja talous poikkeavat kuitenkin muiden organisaatioiden vastaavista. Yhdistysten toiminnassa tuotanto sinällään ei ole keskeisessä asemassa eikä toiminnalla tavoitella voittoa. Yhdistykset tuottavat silti osittain samoja palveluja kuin julkinen sektori, joko yhteistyössä julkisen sektorin kanssa tai sen kilpailijoina. Hyvin usein yhdistystoiminta kuitenkin täydentää julkisen sektorin tehtäviä.

Yhdistykset siis toimivat samoilla markkinoilla yritysten kanssa. Yhdistysten palvelut, kuten julkaisutoiminta, voivat kuulua niiden varsinaiseen toimintaan. Julkaisutoiminnan avulla voidaan kerätä varoja myös muihin yhdistyksen tehtäviin. (Virtanen & Näsi 2003, 167.) Vaikka monesti puhutaan, että liikemaailmasta tuttuja toimintamalleja ja strategioita pitäisi oppia hyödyntämään järjestökentällä, olisi myös voittoa tavoittelevilla yrityksillä paljon opittavaa yhdistyksiltä esimerkiksi luovuudessa. Toisin sanoen siinä, kuinka hyvinkin niukoin resurssein voi toteuttaa organisaation sisällä merkityksellisenä pidettyä missiota.

Päätin laatia julkaisutoimintaa käsitteleviä kysymyksiä sellaisille kolmannen sektorin toimijoille, joiden internetistä löytyvän materiaalin perusteella päättelin harjoittavan julkaisutoimintaa. Kyselyn lähettämisessä keskityin lähinnä hyväntekeväisyys- ja sosiaali- ja terveysalan järjestöihin, jotka muun julkaisutoiminnan ohella tuottavat materiaaleja myös lapsille.

Tanssiva Talo -kuvakirjan tuotantoprosessin johdosta olin erityisen kiinnostunut juuri sellaisten julkaisujen tuottamisesta, joilla ei ole suoranaista tiedotusarvoa, vaan jotka edustivat enemmän kaunokirjallisuutta. Lähdin siis etsimään verkosta tietoja suurimmista suomalaisista järjestöistä. Järjestöillä kuten Plan Suomi, Unicef, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Autisliitto vaikutti verkkosivujen ja verkkokauppojen mukaan olevan myös kaunokirjallista julkaisutoimintaa. Löysin yhteensä viitisentoista sosiaali- tai terveysalan järjestöä tai yhdistystä, joille kyselyni osoitin.

4.1 Kyselyn laatiminen ja arviointi

Jaoin kyselyni (liite 3) teemoittain: alussa selvitin järjestön taustatietoja ja julkaisutoimintaa yleisesti. Lisäksi esitin tarkentavia kysymyksiä julkaisuprosessista lastenmateriaalien osalta. Kysyin myös sähköisen ja painetun julkaisun eroista sekä sopimuskäytännöistä. Joka teemaan lisäsin loppuun myös avoimen kohdan, johon saattoi lisätä huomioita kysymyksiin tai teemoihin liittyen.

Julkaisutoiminta-kohdassa keskeisimpänä tavoitteena oli selvittää, mitkä asiat koetaan haasteellisimmiksi lasten materiaalien ja yleisön tavoittamisen osalta ja kuinka kustannukset on saatu hallintaan. Lastenmateriaalien julkaisuprosessi -teemassa selvitin työryhmän kokoa ja koostumusta sekä sitä, mistä tilaus materiaaleille oli tullut. Myös julkaisun tuotantocyklin keskimääräinen pituus kiinnosti minua. Sähköisen ja painetun materiaalin vertailussa tarkoitukseni oli selvittää, mitkä ovat kummankin julkaisutavan käytännössä koetut heikkoudet ja vahvuudet sekä mikä on sähköisten julkaisujen osuus kaikesta julkaisutoiminnasta. Viimeisessä kohdassa tarkoitus oli selvittää sopimuskäytäntöjä.

Jätin siis viimeiseksi ehkä kaikkein tärkeimmän kohdan, mikä näin pitkän kyselyn ollessa kyseessä saattoi olla virhe. Tämä oli kuitenkin loogisesti ajatellen luontevin paikka myös kaikkein vaikeimmalle aiheelle. Lopussa pyrin nimittäin selvittämään tekijänoikeudellisia ja taloudellisia ratkaisuja: millaisia sopimuksia on tehty mahdollisesti kirjojen hyväntekeväisyyteen ohjatun tuoton suhteen, kuinka kirjoittajan ja kuvittajan palkkio on sovittu maksettavaksi ja kenelle tekijänoikeudet kuuluivat. Halusin myös saada selville, onko materiaalien ensisijainen tarkoitus ollut tuottaa rahaa hyväntekeväisyyteen tai järjestön toimintaan, tuottaa suvaitsevaisuusmielessä hyvää tekevää materiaalia vai tehdä jokin yhteistyökuvio näkyväksi.

Kun vastauksia ei ollut saapunut helmikuun alkuun mennessä, tein kaikki kyselyn vastaajanottajat käsittäneen puhelinoittokierroksen. Vastauksia puhelimitse pyytäessäni selvisi, että monet sosiaali- ja terveystieteiden hyväntekeväisyysjärjestöt antavat perinteisen kirjallisen julkaisutoiminnan jonkun toisen yrityksen tehtäväksi.

Esimerkiksi vuonna 1970 perustettu Näkövammaiset lapset ry toimii yhteistyössä Celia-kirjaston kanssa: lasten ääni- ja koskettelukirjat ovat Celia-kirjaston tuottamia tai hankkimia ja kirjastolta myös lainattavissa (Honkanen 2010). Celia on valtion ylläpitämä erikoiskirjasto,

joka tuottaa ja välittää kirjallisuutta saavutettavassa muodossa kaikille niille, jotka eivät sairauden tai vamman vuoksi voi lukea tavallisia painettuja kirjoja. Celian tavoitteena on ”edistää näkövammaisten ja muiden lukemisesteisten tasa-arvoa kirjallisuuden ja tiedon saannissa”. (Celia 2010.) Tarvetta omalle, lapsille suunnatulle julkaisutoiminnalle valtakunnallisella näkövammaisten lasten vanhempainyhdistyksellä ei siis ole (Honkanen 2010).

Tekemäni puhelinsoitot tuottivat kuitenkin myös tulosta, sillä sain lopulta kolme vastausta. Maaliskuussa 2010 esitin julkaisutoimintaan liittyviä kysymyksiä myös SYLI ry:n suunnittelija Sami Heimolle ja häneltä saadut vastaukset sekä Tanssiva Talo -kirjan tarkastelu ovat vertailukohtana analyysilukujen lopussa.

Kyselyn suurimmat heikkoudet olivat sen laajuus ja sen myötä suuri vastausten kato. Sain tekemälläni puhelinsoittokierroksella nimittäin sellaista palautetta, että kysymykseni olivat vaikeita ja laajoja – jopa siinä määrin, että niihin ei ole mahdollisuutta vastata. Sain myös kuulla, että jos kysymykseni olisivat olleet rasti ruutuun -tyyppisiä, vastauksia olisi voitu antaa. Toisin sanoen järjestökentällä ei ole aikaa antaa vastauksia tai sitten ei ole olemassa yksittäistä henkilöä, joka olisi osannut vastata edes suurimpaan osaan kysymyksistä. Halusin kuitenkin tarkoituksella tehdä laadullisen kyselyn määrällisen sijaan, sillä valitsemassani kohderyhmässä ei ollut kuin toistakymmentä toimijaa, eikä näin ollen tilastollisilla menetelmillä olisi aineistosta voinut saada juuri mitään tulkittavaa irti, vaikka kaikki olisivat vastanneet.

Liikesalaisuudet puolestaan vaikuttivat saamieni vastausten laatuun; Lasten Keskus Oy ei voinut kertoa yksityiskohtia sopimus- ja tuottoasioista, sillä teeman kysymykset olivat niin lähellä yrityksen strategiaa, ettei niistä voitu kertoa yrityksen ulkopuolisille. Kustannussopimusten sisältö puolestaan on tekijöiden ja Lasten Keskuksen välistä luottamuksellista tietoa.

Laatimani kyselyn vahvuuksia olivat sen jäsenyys ja kohdistaminen; kysely lähetettiin vain toimijoille, joilla on viimeaikoina ollut kyselyn kannalta keskeistä julkaisutoimintaa. Myös sähköpostin käyttäminen oli vastaajan kannalta helppoa, sillä hän saattoi täyttää kyselyn sopivana ajankohtana. Toisaalta henkilökohtaisempaa olisi ollut lähestyä ensin puhelimitse ja vastata sitten sähköpostilla. Uskon, että antamani neljä viikkoa vastausaikaa oli riittävä.

4.2 Järjestöjen taustatiedot

Seuraavaksi kerron tarkemmin toimijoista, jotka vastasivat kyselyyni. Vastaajat edustavat kolmea erityyppistä nonprofit-sektorin toimijaa: mukana on sekä voittoa tavoittelematon kustannusliike, oppimateriaalikeskus että kolmannelle sektorille tyypillinen sosiaali- ja terveystieteiden alan järjestö.

Lasten Keskus

Lasten Keskus Oy on vuonna 1974 perustettu kustannusliike, joka tunnetaan erityisesti lasten kuvakirjoista sekä kasvatukseen liittyvästä tietokirjallisuudesta. Lapsille yritys tuottaa kirjoja, jotka tarjoavat taiteellisten ja viihteellisten tekijöiden lisäksi itsetuntoa ja kasvua tukevia aineksia. Kirjat ottavat usein kantaa eettisiin kysymyksiin, kuten toisten auttamiseen ja erilaisuuden hyväksymiseen. Käännettyjen kuvakirjojen lisäksi Lasten Keskus julkaisee myös kotimaisia kuvakirjoja, satuja ja lasten tietokirjoja. (Lasten Keskus 2010.)

Lasten materiaalin lisäksi Lasten Keskus tuottaa myös aikuisille tarkoitettuja kirjoja. Kasvatukseen liittyvää kirjallisuutta, ohjelmistoja ja oppaita kodeille, päivähöön, nuorisotyöhön, kouluille ja seurakunnille se julkaisee tuotemerkillä LK-kirjat. Lasten Keskus Oy tekee tiivistä yhteistyötä kasvatustieteiden eri toimijoiden kanssa. Lasten Keskus Oy:n omistavat evankelis-luterilaisen kirkon palvelujärjestöt nimeltä Seurakuntien Lapsityön Keskus ry (SLK) ja Nuorten Keskus ry (NK). Lasten Keskus tekee yhteistyötä myös Suomen Poikien ja Tyttöjen Keskus PTK ry:n ja Motivan kanssa. (mt.)

Lasten Keskus Oy työllistää 12 henkilöä ja tuotantoa on sekä kotimaahan että ulkomaille. Verkkokauppa on aloitettu vuonna 2001. Lasten Keskuksen toiminta perustuu arvoihin, jotka auttavat asiakkaita hyvän lapsuuden ja nuoruuden vaalimiseen. Lasten Keskus määrittelee itsensä dynaamisena ja maan parasta asiantuntemusta edustavana kustantajana, joka tukee ja edistää hyvää lapsuutta ja nuoruutta kustantamalla perheiden, seurakuntien ja ammattikasvat-tajien tarpeisiin sopivaa laadukasta materiaalia. (Poskela 2010.)

Yhtiön kirjatuoannolle onkin myönnetty lukuisia palkintoja: jo vuonna 1980 Leena Erkkilän ja Ulla Vaajakallion kirja Satakieli, Marian lintu voitti Arvid Lydecken -lasten kuvakirjapalkinnon. Suomalainen kuvakirja -palkinto puolestaan on myönnetty Lasten Keskuksen kustan-

tamalle Pirkko Vainion kirjalle Lumihanhi vuonna 1993. Suomen Kirjasäätiön Finlandia Junior -palkinnot myönnettiin Lasten keskuksen kustantamille kirjoille vuosina 1997 ja 2005. (Suomen Nuorisokirjallisuuden Instituutti 2010.)

Opike

Oppimateriaalikeskus Opike tuottaa ammattikirjallisuutta ja kotimaisia oppi- ja kuntoutusmateriaaleja erilaisille oppijoille. Opike mukauttaa myös ulkomaisia kuntoutus- ja opetusmateriaaleja Suomen oloihin. Kaikki materiaalit perustuvat pedagogiseen tietoon ja kentällä tapahtuvaan testaukseen. Vuosittain Opikkeelta valmistuu toistakymmentä uutta nimikettä: oppikirjoja, opetuspelejä, selkokirjoja, tietokoneohjelmia, verkkomateriaalia, av-materiaalia sekä menetelmä- ja käsikirjoja. Opike järjestää myös materiaaleihin liittyvää käyttökoulutusta ja opastusta. (Kehitysvammaliitto 2010.)

Oppimateriaalikeskus Opike perustettiin Kehitysvammaliiton alaisuuteen reilut kaksikymmentä vuotta sitten. Siitä lähtien toiminta-ajatuksena on ollut tuottaa materiaalia, jota tarvitaan opetuksessa, kasvatuksessa ja kuntoutuksessa, mutta jonka tuottaminen on taloudellisesti kannattamatonta. Viime vuosina Opike on kehittänyt muun muassa digitaalista tuotantoprosessia, jonka avulla asiakkaille on voitu tarjota palvelutuotteita. Digitaalisuuden myötä tuotteita on voitu myös päivittää ja asiakkailta on mahdollisuus saada uusinta tietoa. (Kehitysvammaliitto 2008.)

Autismi- ja Aspergerliitto

Autismi- ja Aspergerliitto ry on perustettu vuonna 1997. Se on valtakunnallinen keskusjärjestö, jolla on 28 jäsenyhdistystä eri puolilla Suomea. Yhdistyksissä on jäseniä yhteensä n. 3.400. Kattojärjestön luonne on edunvalvonnallinen ja arvot perustuvat tasa-arvoisen yhteiskunnan periaatteisiin. Liiton tehtävänä on yhteiskunnallisten muutosten avulla edistää ja valvoa autismin kirjon henkilöiden ja heidän perheidensä perusoikeuksien toteutumista. Päärahoittajana toimii RAY, minkä lisäksi liitolla on myös omaa varainkeruuta. Julkaisuja on tuotettu alusta alkaen, mutta verkkokaupan kautta tilaaminen on tullut mahdolliseksi vuosina 2004–2005. (Mäkelä 2010.)

4.3 Julkaisutoiminta yleisesti

Kustannuspäällikkö Tanja Poskela Lasten Keskus Oy:stä kertoo, että jokaisen kirjan kanssa on omanlaisensa etenemistapa. Jokaisen kirjan takaa löytyy mielenkiintoinen "syntytarina". Lasten Keskukselta ilmestyy keskimäärin 50–60 julkaisua vuosittain, joista kuvakirjojen osuus on noin kolmannes. Peruskuvakirjojen painos on keskimäärin 1500–2000 kappaletta. Haasteena on ”kolmen E:n periaatteen” toteutuminen: kirjojen on oltava eettisesti, esteettisesti ja elämyksellisesti kannattavalla perustalla. (Poskela 2010.)

Yleisön tavoittamista Poskela kommentoi isona ikuisuusksymyksenä, johon on mahdotonta vastata lyhyesti. Kirjojen saatavuus esimerkiksi kirjakauppojen kautta on viime vuosina hankaloitunut, sillä kirjakaupat ovat supistaneet valikoimiaan. Kaupat suosivat nopeakiertoisia eli toisin sanoen paljon julkisuudessa olevia kirjoja. Markkinointi lehdissä puolestaan on kallista. Nettikaupan merkitys onkin näihin tosiasioihin perustuen kasvanut. (mt.)

Oppimateriaalikeskus Opikkeella tai Autismiliitolla ei ole tavoitteita tai ohjearvoja vuosittaiselle julkaisumäärälle. Julkaisuja ilmestyy Opikkeelta vuosittain kymmenkunta ja Autismiliitolta jäsenlehden lisäksi yhdestä viiteen julkaisua. Alle puolet Opikkeen tuottamista materiaaleista on lasten julkaisuja, määrä tosin riippuu lasten materiaalin tulkintatavasta. Autismiliiton lasten julkaisujen osuus puolestaan on vain murto-osa kaikista julkaisuista. (Mäkelä 2010, Mäki 2010.)

Ensimmäisen painoksen kappalemäärät ovat Opikkeella kolmen- ja viidensadan välillä, Autismiliitolla viidestä sadasta pariin tuhanteen. Painosten välisen eron selittää se, että aina voi ottaa tarpeen vaatiessa uuden painoksen, kuten Opikkeelta sanotaankin tehtävän. Haasteena lapsille suunnattujen julkaisujen tuotannossa Mäki näkee sellaisen materiaalin tuottamisen, että se kävisi mahdollisimman monenlaiselle lapselle. Yleisön tavoittamisessa hän kokee haasteellisimmaksi Kehitysvammaliiton nimen aiheuttamat ennakkoluulot. Mäkelän vastaus on samansuuntainen: haasteita tuottaa markkinoinnin rajaaminen ja ennakkoluulot. Autismiliiton julkaisu voi olla kohdennettu tietylle ryhmälle, mutta siitä huolimatta materiaali voi sopia myös muille. Mäkelä pohtiikin, kuinka voisi tavoittaa myös ne, jotka tyrmäävät materiaalin pelkän otsikon perusteella. (Mäkelä 2010, Mäki 2010.)

Kustannuksia on Opikkeella koetettu pitää hallinnassa suunnittelulla ja rajaamalla materiaali-tuotantoa ja myös Autismiliitolta kerrotaan kustannusten olevan tuotannon haasteellisin osa. Kustannuksia on Mäkelän mukaan pidetty kurissa kilpailuttamalla painotaloja sekä tekemällä taitto ja toimitustyö itse. Myös toimintastrategiaa julkaisujen suhteen on muutettu kriittisyyttä lisäämällä. Toisin sanoen Autismiliitto ei julkaise ”pelkästä julkaisun ilosta”, vaan tuotteen tarvetta ja kohderyhmää pohditaan tarkkaan. Oman julkaisun tuottaminen on Mäkelän mukaan hyväksi liiton profiilille ja toimii samalla väylänä tiedonvälitykselle. (mt.)

Syömishäiriöliitto on julkaissut kaksi syömishäiriöön sairastuneille ja heidän läheisilleen suunnattua Tiimalasi-lehteä vuosina 2003 ja 2004. Lehtien levikki on ollut muutamia satoja. Sairastuneen läheisille on julkaistu ”Kun nuorella on syömishäiriö” -opas, sekä suomeksi että ruotsiksi. Suomenkielistä opasta otettiin aluksi 10 000 painos ja se myytiin loppuun. Vuonna 2009 oppaasta otettiin uusi painos nimellä ”Syömishäiriöt – mistä on kyse?”. Liiton lehti SYLILLINEN ilmestyy kaksi kertaa vuodessa. Toistaiseksi ilmestyneistä neljästä kaksi ensimmäistä numeroa julkaistiin Mielenterveyden keskusliiton Revanssi-lehden välissä ja niiden levikki oli 30 000. Kaksi jälkimmäistä ovat olleet itsenäisiä lehtiä ja niistä on otettu 1000 kappaleen painos. Lehti korvasi liiton muutaman kerran vuodessa postitettavan jäsenkirjeen. Syömishäiriöliitto on julkaissut myös kyselyjen raportteja, kaksi vuonna 2008 ja yksi vuonna 2010. Raporttien yhteydessä on julkaistu kannanotot teemoihin. Raportit löytyvät netistä. (Heimo 2010.)

SYLI:llä ei ole viestintästrategiaa, mutta liiton ensisijainen tehtävä on tarjota ensivaiheen kokemustietoa niille, jotka ovat tekemisissä syömishäiriön kanssa. Syömishäiriöliiton tehtäviin kuuluu myös hoitaviin tahoihin vaikuttaminen niin, että hoitoa olisi tarjolla enemmän ja se myös kohdistuisi oikein. Kolmas merkittävä viestinnän kohde ovat jäsenyhdistykset, näiden hallitukset ja vertaistukiohjaajat. (Heimo 2010.) Viestinnän ja julkaisutoiminnan kustannukset pysyvät hallinnassa sillä, että ”mitään mihin ei ole varaa, ei tehdä”. Kotisivut ja niiden ylläpito ovat etusijalla ja painotuotteet ovat toissijaisia viestintämuotoja. (mt.)

Julkaisutoiminta on vastauksista päätellen järjestökentällä tarkkaan harkittua, sillä sosiaali- ja terveysalan järjestöjen missio liittyy vahvasti käytännön työhön. Myös voittoa tavoittelemattomien kustannusalan toimijoiden on noudatettava sisäisiä kriteerejä julkaistavien materiaalien valitsemiseksi; vaikka ei tavoitellakaan suurta yleisöä, tulee teoksien silti soveltua niiden käsittelemistä teemoista huolimatta mahdollisimman laajalle lukijakunnalle. Julkaisujen tulee

siis joko tarjota tietoa tai toimia ennaltaehkäisevänä ja suvaitsevaisuuskasvatuksellisenä materiaalina.

4.4 Julkaisuprosessi

Lapsille suunnattujen julkaisujen takana olevien työryhmien koostumus vaihtelee Lasten Keskuksessa erittäin paljon; työryhmät riippuvat tuotteesta ja mahdollisesta yhteistyökumppanista. Työryhmään kuuluu vähintään kirjailija, kuvittaja, kustantajan edustaja ja graafikko. Myöhemmin mukaan tulevat sitten myynti ja markkinointi. Laajimmillaan työryhmässä on tekijöiden ja kustantamon työntekijöiden lisäksi laaja, erilaisista asiantuntijoista tai yhteistyötahon edustajista koostuva porukka. Osaa materiaaleista myös testataan käyttäjillä etukäteen. Julkaisujen tuotantocykli vaihtelee paljon, mutta yleensä tuotantoon on ollut hyvä varata aikaa vähintään vuosi. Toisaalta Lasten Keskukselta on viime syksynä valmistunut kirja Surunappi, jota tehtiin yhteistyökumppanin kanssa neljä vuotta. (Poskela 2010.)

Surunappi-kirja julkaistiin yhteistyössä SYLVA ry:n (Suomen syöpäsairaiden lasten ja nuorten valtakunnallinen yhdistys) kanssa. Poskela oli SYLVA ry:n toiminnanjohtajan esitelmän kautta saanut tietää, että materiaalia tämän vaikean aiheen käsittelyyn tarvittaisiin. Asiasta lisää keskusteltuaan kustannuspäällikkö ja toiminnanjohtaja käynnistivät projektin. Sisältöky-symyksiä mietittiin pitkään vain Poskelan ja SYLVA ry:n toiminnanjohtajan välillä. Myöhemmin mukaan etsittiin kirjailijat Mari Mörö ja Marjo Nygård. Tekstiä hiottiin pitkään ja se lähetettiin laajalle kommentointikierrokselle eri henkilöille, jotka tavalla tai toisella ovat tekemisissä syöpäsairaiden lasten kanssa. Kirja julkistettiin ja asiasta tiedotettiin lehdistölle erillisessä tiedotustilaisuudessa. (mt.) Kirjaa on kuvattu vaikkakin rehelliseksi ja kaunistelemattomaksi kuvaukseksi kuolemasta ja surusta, myös tunnelmaltaan lämpimäksi ja levollisen kuvituksen johdosta myös lohtua luovaksi. Teos antaa tukea lapsiperhettä koskettavan surun kohtaamiseen ja toimii työvälineenä menetystä lapsen kanssa käsitellessä. (Jääskä 2010.)

Opikkeella työryhmän koko ja koostumus riippuu materiaalista, mutta kyse on kuitenkin aina ryhmätyöstä. Ideasta tuotteeksi valmistuminen kestää noin kahdesta kolmeen vuotta. Autismliidolla on lapsille suunnattujen painettujen tai digitaalisten julkaisujen taustalla usein ohjausryhmä eli myös siellä tuotannoissa on kyse tiimi- ja projektityöstä. Tuotantocykli riippuu määritellystä aikataulusta, joka voi olla nopeampi tai hitaampi. Erityisesti käänös- tai kuvi-

tustyölle on varattava oma aikansa. Materiaalia ryhdytään kummassakin liitossa valmistamaan, mikäli kentältä kantautuu tarvetta projektille. Joskus Autismiliitto myös tarttuu havaittuun haasteeseen ja toisinaan Opikkeen suunnittelijat selvittävät tarvetta julkaisuille. (Mäkelä 2010, Mäki 2010.)

Tanssivan Talon työryhmä muodostui kirjailijasta, kuvittajasta ja tuottajasta. Tuottajan työpanos muodostui kuva-aineiston digitoinnista, kuvankäsittelystä, graafisesta suunnittelusta, taittotyöstä ja yhteistyökumppanin etsimisestä. Tuotantocykli kesti kesäkuusta joulukuulle, mutta itse taittotyö vei tuottajalta vain reilun viikon verran aikaa. Tilaus kirjaprojektin loppuun saattamiselle tuli aluksi kirjan tekijöiltä, mutta materiaalille löytyi myös todellinen tarve Syömishäiriöliiton verkkosivujen tunteisiin vetoavana ennaltaehkäisevänä sisältönä.

Usein kirjatuohtantojen takana on työryhmä, mikä takaa usean näkökulman huomioimisen tuotantoprosessin etenemisen aikana. Tämä voi osaltaan varmistaa lopputuotteen laatua ja työryhmän jäsenet voivat keskittyä omiin osaamisalueisiinsa. Tiedonkulku työryhmän sisällä nouseekin tärkeään asemaan.

4.5 Sähköinen vai painettu?

Oppimateriaalikeskuksessa julkaisun käyttötarkoitus määrittelee, painetaanko materiaali, laitetaanko se sähköiseen muotoon vai tehdäänkö siitä kumpikin versio. Sähköisten julkaisujen osalta sekä verkkomateriaaleja että DVD-julkaisuja tehdään. Julkaisualusta valitaan käyttötarkoituksen mukaan. Maksullisuus tai maksuttomuus vaihtelee; usein vanhat tuotteet siirretään ilmaiseksi nettiin käytettäväksi. Sähköisten julkaisujen osuus kaikkien vastaavien julkaisujen määrästä on toistaiseksi vain murto-osa, sillä Opike on vasta siirtymässä digitaalisempaan suuntaan. (Mäki 2010.)

Painettua materiaalia tarvitaan Autismiliitossa konkreettisenä työvälineenä. Lyhyempi tai lisämateriaali voidaan julkaista sähköisesti, jolloin se on yleensä ilmainen. Pelkästään sähköiseen muotoon tehtyjä julkaisuja ei Autismiliitolla kuitenkaan ole. Esimerkiksi esitteitä voi saada ilmaiseksi netistä, mutta painettuna tilattuna tilaaja joutuu maksamaan omakustannusosuuden painatuksesta, mikä on suuruudeltaan 0,25 senttiä per perusesite. Verkon kautta saatava aineisto on ollut tähän saakka ilmaista. Sähköinen materiaali siirtääkin ”painatuskus-

tannuksen” asiakkaan harkintaan, painetun materiaalin asiakas maksaa sen sijaan aina, ellei hän sitten lainaa sitä kirjastosta tai saa ilmaiseksi esimerkiksi messuilta. (Mäkelä 2010.)

Sekä Kehitysvammaliiton Opikkeen että Autismiliiton mukaan sähköisten julkaisujen ehdoton vahvuus on niiden edullisuus eli säästöt painatus- ja jakelukustannuksissa. Sähköinen julkaisu ei kuitenkaan Mäen mukaan sovi kaikille, eikä sitä voi ottaa mukaan yhtä helposti kuin kirjan. Digitaalista materiaalia ei myöskään voi nähdä kokonaisuutena, vaan ainoastaan yksi aukeama kerrallaan. Mäkelä puolestaan pitää digitaalisten materiaalien huonona puolena niiden hallitsemattomuuden; koskaan ei voi tietää, miten paljon ja minne kaikkialle tieto leviää, sillä tiedon kerääjät ja kysyjät ”häviävät” nettiavaruuteen. (Mäkelä 2010, Mäki 2010.)

Heimon mukaan internet on usein ensisijainen tiedonhaun lähde ja mitä paremmin verkossa on tietoa syömishäiriöistä, sen helpompi tietoa tarvitsevan on sitä saada. Syömishäiriöihin liittyvä häpeä ja arvottomuuden tunne on monesti esteenä hoitoon hakeutumiselle ja avoimelle keskustelulle. Verkon kautta on helppo tutustua aiheeseen ja valmistautua tekemään ensimmäinen liike oman tilanteen kohentamiseksi, esimerkiksi soittamalla liiton neuvontapuhelimeen. Sähköisten julkaisujen vahvuus on Heimon mukaan myös se, että tekstit ovat melko helposti päivitettävissä. Painettu materiaali, kuten esitteet, vanhenevat usein nopeasti. Lisäksi levytila ja sivujen ylläpito on nykyään suhteellisen edullista. (Heimo 2010.)

Heimo sanoo kuitenkin, että internetin helppous on myös sen heikkous. SYLI:n kotisivuilla voi käydä ihmettelemässä mutta asia jää kuitenkin siihen. Vaikka tunnistaisi syömishäiriön piirteitä itsessään, ei sivuilla käyminen välttämättä johda mihinkään toimenpiteisiin. Toisaalta verkossa on myös sellaista materiaalia, joka ei ole toipumismyönteistä vaan se on tuotettu vahvistamaan syömishäiriöistä käyttäytymistä. Syömishäiriömyönteisillä, pro-ana -sivustoilla on valitettavan paljon kävijöitä. Erityisesti nuoren ihmisen verkkomaailmassa liiton sivut ja pro-ana -sivut voivat mennä sekaisin. (mt.)

Tanssiva Talo päätettiin juuri taloudellisen riskittömyyden ja nopeuden vuoksi julkaista internetissä ja pitää jakelu ilmaisena, sillä näin kirjalle voisi saada mahdollisimman suuren lukijakunnan. Myös maksukäytännöt ovat hankalasti järjestettävissä, eikä ole kirjan sanoman levittämisen kannalta hyvä rajata ainoatakaan lukijaa ulkopuolelle. Ihmiset eivät myöskään ole vielä tottuneet maksamaan verkkosisällöistä – ainakaan Tanssivan Talon kaltaisista toistaiseksi tuntemattomista tuotteista. (mt.)

Vaikuttaa siltä, että toistaiseksi internetiin päätyvät vanhat julkaisut ja tiedotusmateriaali, eikä verkkojulkaisun kaupallisia mahdollisuuksia ole täysipainoisesti hyödynnetty. Tätä selittää tietysti järjestöjen voittoa tavoittelematon luonne. Verkosta löytyvä materiaali on siis maksutonta ja painetut julkaisut niiden tuotantokustannuksiin perustuen maksullisia. Kuitenkin sekä aineistojen käyttäjien että julkaisijoiden tulisi ottaa huomioon, että myös sähköisen materiaalin tuottamiseen kuluu resursseja; painokustannusten osuuden lisäksi kaikki julkaisutoimintaa edellyttää luovia ideoita, teknistä osaamista, kehitystyötä ja ohjelmistoja. Toisaalta järjestöjen palveluiden ja sisältöjen siirtäminen verkkoon paitsi helpottaa jäsenten ja sidosryhmien asiointia sekä tiedonhakuja myös vähentää toimistojen työmäärää, jolloin ajallisia ja taloudellisia resursseja säästyy esimerkiksi järjestön toiminnan kehittämiseen ja jäsenten edunvalvontaan.

4.6 Tuotto ja sopimukset

Kehitysvammaliiton julkaisemien materiaalien tarkoituksena ei ole tuotto, sillä Opike on voittoa tavoittelematon yritys. Tavoitteena on tehdä sellaisia materiaaleja, joista hyötyvät kohde-ryhmä eli kehityshäiriöiset ja tehdä sellaista materiaalia, jota muut eivät kannattavuussyistä tee. Julkaisuja on tuotettu monenlaisilla sopimuksilla, tuotteesta riippuen. Sopimukset ja luvat on kuitenkin aina huolehdittu kuntoon. (Mäki 2010.)

Myös Autismiliiton näkökulmasta julkaisutoiminta on aina tiedon välittämistä ja myyntihintamääräytyykin usein vain kustannukset kattavaksi. Julkaisut ovat usein omaa tuotantoa tai siten käännöksiin on joko saatu tai ostettu oikeudet. Mahdollinen tuotto on jakautunut esimerkiksi uusintapainoksen tekemiseen. Julkaisutoiminta on Mäkelän mukaan mielenkiintoista ja hän kertoo yhteistyöjärjestelyjen usein sujuneen hyvin, kun tarkoituksena on ollut saada alan tietoa sitä tarvitseville. (Mäkelä 2010.) Taloustilanteella ei Mäen mielestä ole ollut vaikutusta yhteistyökumppaneiden saamiseen mutta Mäkelän mukaan nykyisessä taloustilanteessa sponsoreja on hiukan hankalampi saada. (Mäkelä 2010, Mäki 2010.)

Tanssiva Talo ei tuottanut voittoa, mutta tämä ei tarkoita, että kirjasta ei olisi hyötyä – tekijöille, SYLI ry:lle tai lukijoille. Kirja toimii kirjailijan ja taiteilijan työnäytteenä ja tuottaa toivottavasti iloa ja oivalluksia vielä monille sadun kokijoille. Rahallisen pääoman sijaan siis symbolinen pääoma ratkaisee kolmannella sektorilla.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyöni digitaalisuus-tematiikka vaikuttaa keväällä 2010 olevan erityisen ajankohtainen: kevään mittaan lehdissä ja televisiossa ovat olleet esillä sekä sosiaalinen media, tekijänoikeuskysymykset, mediakasvatus, Googlen kirjojen digitointiprojekti että e-kirjat. Vaikka e-kirjat puhuttavat, ehkä pelottavatkin, ei murros painetuista teksteistä digitaalisiin olisi ennennäkemätön. Onhan kirja myös aiemmin läpikäynyt siirtymisiä; suullista kerrontaa ryhdyttiin jo tuhansia vuosia sitten tallentamaan paperin esimuodolle papyrukselle – ja papyrusrullista on pitkä matka EPUB-tiedostoihin. Kyse on vain siirtymisestä atomeista bittimuotoon, ykkösiin ja nolliin. Siirtymä uusiin jakelumuotoihin on jo tapahtunut musiikki- ja elokuvateollisuudessa, joissa mainosrahoitteiset ilmaisjakelupalvelut Spotify ja Voddler keräävät jatkuvasti uusia käyttäjiä. Kirjakustannusala seurannee perässä muutamien vuosien kuluessa – digitoimnin myötä myös nk. nettipiratismiin haasteet on otettava vakavasti.

On luultavaa, että tulee aina olemaan joukko ihmisiä, jotka haluavat pitää kiinni painetusta kirjasta ja kirjapainoja, jotka haluavat tarjota ja korostaa nimenomaan painetun kirjan materiaalisuutta. Yhtä lailla, on jo olemassa lukemattomia ihmisiä, jotka vain odottavat, että kaikki kirjallinen materiaali olisi saatavissa sähköisenä mille tahansa päätelaitteelle. Vuonna 2010 kirjallisuus elää vahvasti ja vaikuttaa siltä, että itse kirjan selviytymistarina on vasta alussa.

5.1 Kirja tekee hyvää!

Kirjan avulla voidaan vahvistaa sosiaalisesti, oli kyse sitten varsinaisesta kirjallisuusterapiasta tai kirjojen voimaannuttavista vaikutuksista arkiympäristöissä. Yhteisötasolla sosiaalinen vahvistaminen voi tarkoittaa esimerkiksi osallisuuden kokemusten antamista. Yhä useammat järjestöt tarjoavatkin internetissä tukea sekä mahdollisuuksia osallistua, kuten SYLI ry, jolla on suosittu keskustelufoorumi, uusi nuortensivusto ja nuorille räätälöityjä ennaltaehkäiseviä materiaaleja, mukaan lukien Tanssiva Talo. Virtuaaliympäristö sisältöineen voi siis luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta ja todellisia vaikuttamismahdollisuuksia.

Myös haastatteluiden ja kirjallisuuden perusteella voidaan päätellä, että lapsille suunnattu kuvakirja todella voi tehdä hyvää. Lastenkirja voi ehkäistä syrjäytymistä ja toimia sosiaalisen

vahvistamisen välineenä; saduilla on paitsi merkitystä lapsen kokemus- ja tunnemaailman rikastuttamisessa myös tärkeä rooli itsetunnon ja sosiaalisten taitojen kehittymisessä. Kirjat opettavat arvoja ja asenteita sekä itseä että muita kohtaan. Kirjallisuus sekä luettuna, kuunneltuna että itse kirjoitettuna, tukee kasvua sekä lapsuudessa että nuoruudessa. Lapsuudessa saduista opitut kielelliset ja kuvalliset taidot puolestaan kantavat koko elämän ja luovat merkityksellisen suhteen kirjoihin ja kirjallisuuteen.

Kirjalla myös halutaan tehdä hyvää: painetun kirjan tuotantokustannuksista huolimatta kolmannella sektorilla julkaistaan edelleen perinteisiä kirjoja, jotka vastaavat kohderyhmän tarpeisiin epäsuoremmin kuin esimerkiksi oppaat. Kustannustekijöiden paineissa yhteistyö kustannus- ja julkaisutoimintaan erikoistuneiden toimijoiden kanssa on kuitenkin usein ollut välttämätöntä. Yhteistyömallien kehittelystä voidaan kuitenkin päätellä, että lastenmateriaalien julkaisu on kaikesta huolimatta koettu merkityksellisenä. Tämä osaltaan toimii todisteena siitä, että kirja nähdään muunakin kuin kauppatavarana tai mukavana taide-, viihde- tai käyttöesineenä; kirja on mahdollisuus vaikuttaa syvällisesti ja pitkään. Myös muihin medioihin verrattuna kirjallisuuden intensiteetti ja kesto ovatkin omaa luokkaansa.

Toisaalta, monille hyväntekeväisyysjärjestöille perinteinen kirja voi myös olla liian kallis viestintäväline ja keräys- ja lahjoitusvarat saatetaan haluta käyttää suoraan kohderyhmän toiminnan tukemiseen. Erilaiset yhteistyökäytännöt laskevat kustannuksia ja voivat kertoa siitä, että hyväntekeväisyysjärjestöt ovat löytäneet hyvät kumppanit, kirjatalot tai vastaavat, ja että yhteistyöstä hyötyvät kummatkin osapuolet. Yhteistyö tuottaa sekä hyvää synergia- että aina tarpeellista imagoetua. Oli syy yhteistyölle sitten mikä tahansa edellä mainituista, voidaan kuitenkin olettaa, että toimintamuodot on havaittu toimiviksi ja ne ovat syntyneet tarpeeseen.

Luultavasti tulevaisuudessa kirja välineenä ei enää edusta lukijoille itseisarvoa, vaan yhä ratkaisevammaksi arvotekijäksi tulee muodostumaan itse kirjan sisältö, oli kirjan julkaisijana sitten kaupallinen kustantamo tai järjestö ja oli se julkaistu sähköisessä tai fyysisessä muodossa. Tämä voi johtua juuri kirjan aineettomien muotojen yleistymisestä tai julkaistujen kirjojen kasvaneista määristä ja saatavissa olevien teosten moninaisuudesta. Kirjojen, kaikissa muodoissaan, vetovoima virtuaalisen interaktiivisuuden lisääntyessä tulee perustumaan niiden tarjoamalle mahdollisuudelle olla rauhassa yksin – tai lastenkirjojen tapauksessa yhdessä.

Sen sijaan, että kulttuuriarvoja vaaliva tuottaja asettuisi ykskantaan puolustamaan painettua kirjaa, tulisi hänen nähdä, että sama tekniikka, joka ”uhkaa” perinteistä kirjaa tarjoaa myös omakustantajille ja järjestöille mahdollisuuden taloudellisesti mielekkään painetun kirjan julkaisemiseen. Digitaalisuushan mahdollistaa kirjapainoissa aiempaa pienemmät ensipainokset ja myös kirjan elinkaaren pitenemisen pienten uusintapainosten muodossa. Kolmannen sektorin niukan budjetin toimijoille digitaalisuus tarkoittaa siis toimintamahdollisuuksien kasvua: alentuneita julkaisujen tuotantokustannuksia, uusia markkinointi- ja viestintäkanavia sekä useita eri vaihtoehtoja tuottaa materiaalia yleisölle, sähköisenä tai painettuna. On kuitenkin luultavaa, että materiaaleja uusiin päätelaitteisiin ei tulla aivan alkuvaiheessa tuottamaan kolmannella tai julkisellakaan sektorilla. Nopeasti reagoivat ja toiminnoissaan joustavat pienkustantamot toiminevat laitteiden ja formaattien pilotoijina ja suuremmat mediatilat seurannevat pian perässä. Ennen pitkää kuitenkin on myös järjestöjen otettava uudet teknologiat haltuun, jotta tärkeät sisällöt löytäisivät tiensä ihmisten arkeen ja toisinpäin.

Viimeistään silloin, kun ajat kovenevat – ehkä piankin, on hyvä muistaa, mihin kirjallisuutta ja taidetta ylipäättään todella tarvitaan: kirjat ehkäisevät henkiseksi luokiteltavia puutostiloja, jotka voivat ilmetä esimerkiksi ilottomuutena, kiireenä, masennuksena, syrjäytymisenä ja moraalittomuutenakin. Kuitenkin, jotta nykypäivän *Homo Symbolicus*, merkkejä käyttävä ihminen, löytäisi juuri oikeiden kirjojen luokse, on tuottajien ja markkinoijien ymmärrettävä viestintäkulttuurin muutos; uusmediat näyttävät tietä.

5.2 Tuottajan osaamisen merkitys kirjaprojekteissa

Tärkeimmät kulttuuriosaajan taidot liittyvät sekä asiakkaan tuntemiseen, esteettiseen tajuun, eettisyyteen että verkostoissa toimimiseen. Tuotannon toteutumisen kannalta perustavin kulttuurituottajan taito on kuitenkin rahoitusosaaminen. Rahoituksen hankkiminen on tuottajan tehtävistä tärkeimpiä, sillä erityisesti kolmannella sektorilla ulkopuolinen rahoitus voi paitsi toimia välttämättömien toimintojen turvaajana myös mahdollistaa esimerkiksi projektiluontaisen tai teoskohtaisen julkaisutoiminnan. Mikäli Tanssiva Talo olisi julkaistu omakustannepohjaisesti, olisi sille täytynyt hankkia sponsori. Vallitsevan heikohkon taloudellisen tilanteen johdosta päädyin kuitenkin omavaraiseen tuotantomalliin, jossa tuottajan mediatekninen osaamis pääoma oli merkittävässä roolissa.

Digitaalinen aikakausi mahdollistaa produktien tuotantoketjujen toimijoiden osallistumisen useisiin sen eri tuotantovaiheisiin. Siinä missä teknologioiden ja virtuaalisten palvelualustojen tarjoajat, välittäjäportaot, vahvistavat rooliaan, kasvaa myös tarve sellaisista monitaitoisista tuotannon ammattilaisista, jotka hallitsevat sekä nykyteknologiat että verkostoitumisen. Mediatyöhön perehtynyt kulttuurituottaja voi olla tällainen ammattilainen.

Sosiaalinen pääoma puolestaan mahdollistaa kulttuurituottajan ja työryhmän sekä sidosryhmien välisen tiedonkulun ja yhteistyön sujumisen. Tuottaja toimiikin usein kolmantena osapuolena taiteilijoiden ja markkinoiden välillä – tai kuten kuvakirjaprojektin tapauksessa, kirjan tekijöiden ja tilaajan välillä. Tuottajan tulisi ajatella asiakkaan tai tilaajan parasta: asiakaslähtöisyys voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tuotanto tai tuote on kaikkien osapuolten mielestä laadukas. Kohderyhmien erityispiirteitä tulee kunnioittaa ja tähdätä tasokkaaseen lopputulokseen.

Asioiden hoitaminen ajallaan luo vakuuttavuutta ja vaikutelman tuottajan luotettavuudesta sekä ammattitaidosta. Myöhästelyllä, lykkäämisillä ja peruuntumisilla sen sijaan voi olla yhteistyön jatkoa ja esimerkiksi rahoituksen saamista ajatellen kauaskantoisia seurauksia. Kaupallisessa kustannustoiminnassa aika on rahaa ja tuote on saatava nopeasti markkinoille. Tämä onnistuu digitaalisen jakelun kautta tai tarvepainannalla – jos tuottaja vain on ajan tasalla. Sopimuksen toinen osa jäi paitsi allekirjoitusten myös yksityiskohtiensa osalta viime hetkeen, sillä SYLI ry:n maksaman korvauksen mahdollisuus oli epävarmaa yhteistyön alusta aivan loppuun saakka. Tätä tietoa mahdollisesti maksettavasta korvauksesta odotin pitkään, ennen kuin sitten poistin koko kohdan sopimuksesta ja lähetin paperit kaikkien osapuolten allekirjoitettavaksi. Pidin tärkeänä sopimuksen toisen osan allekirjoittamista ennen nuortensivusto Netisyli.fi:n lanseeraamista. Mielestäni myös materiaalin valmistuminen asetettuun määräaikaan mennessä oli juuri edellä mainittujen seikkojen vuoksi ensiarvoisen tärkeää, vaikka kyse ei ollutkaan kaupallisesta tuotteesta.

Kokonaisuuksien hahmottaminen liittyy kiinteästi tuotantoketjun hallintaan. Kokonaisnäemyksen muodostaminen kirjatuoannosta edellyttää paitsi tietoa eri julkaisumalleista ja niiden edellyttämistä teknologisista sekä taloudellisista resursseista myös harjaantumista ja kokemusta kustannuskentältä. Tarvittava kokemus voi syntyä vain useiden kirjaprojektien läpiviemisen kautta. On silti huomattava, että tuottajan ei tarvitse osata aina tehdä kaikkea itse ja että myös uudessa toimintaympäristössä toimiminen ja oppiminen kasvattavat kulttuurikentän

tuntemusta. Eri sektorien toimintatapojen tuntemus on kuitenkin tarpeellista muun muassa toiminnan eettisyyden takaamiseksi.

Tuottajalla, joka ei ole vielä täysipainoisesti tai ammatillisesti toiminut kulttuurikentällä, ei usein vielä kuitenkaan ole riittäviä verkostoja, joiden avulla produktien näkyvyyttä voisi lisätä. Syksyllä voimauttavan valokuvauksen koulutuksessa minulla kuitenkin oli tilaisuus tutustua lahtelaisiin kulttuuritoimijoihin, joiden vakiintuneiden verkostojen kautta sain luotua omia yhteyksiä muun muassa paikallismedioihin. Näitä yhteyksiä voin käyttää hyödyksi myös promotoidessani SYLI ry:n nuortensivustoa sekä sivustolla julkaistua kuvakirjaa, jonka tuotannossa on ollut mukana sekä sotkamolaisia että lahtelaisia tekijöitä. Jo aiemmin hyödynsin työn kautta syntyneitä ideoita ja verkostoja kirjan äänimaiseman luomiseksi.

Markkinointi- ja tuotteistamisosaaminen sekä viestintätaidot ovat lopputuotteen onnistumisen edellytyksiä. Tuotteistamisnäkökulmasta tarkasteltuna Tanssiva Talo ei jalostunut erityisen pitkälle, vaan sähköinen tuote säilytti pitkälti painetun kirjan muodon. Äänen lisääminen Tanssiva Talo -verkkokirjaan oli kuitenkin ratkaisu, joka paransi kirjan käytettävyyttä, laajensi kohderyhmää sekä loi sille lisäarvoa verrattuna painettuun kirjaan. Vielä syksyllä suunnitelmassa oli käyttää Tanssivaa Taloa eräänlaisena tuoteperheen pilottiproduktina, mutta suunnitelmat muuttuivat tekijäosapuolten yhteisymmärryksessä ja päätettiin pitäytyä vain tässä yhdessä kuvakirjatuotteessa.

On itsestään selvää, että kuvakirjan sanoman on sovittava sen kohderyhmän tarpeisiin, jotta kirjan funktio toteutuisi. Tätä tietenkin edeltää kirjan markkinointityö, kirjan saattaminen sen oman kohderyhmän tietoisuuteen. Julkaisualustan eli nuortensivuston ja kuvakirjan markkinointityötä tullaan tekemään sekä SYLI ry:n että tuottajan toimesta keväällä 2010.

Jo käsitteissä mainittu Hällströmin kirja Painajainen puntarilla on ollut avainasemassa arvioi-
dessani Tanssiva Talo -kuvakirjan soveltuvuutta Syömishäiriöliiton nuorten sivulle. Kirja sai minut vakuuttuneeksi siitä, että Tanssiva Talo löysi oikean osoitteen. Toivottavasti kirjan sisältämän viestin tulee vastaanottamaan mahdollisimman moni – riskiryhmästä tai sen ulkopuolelta.

On luultavaa, että e-julkaisujen määrän kasvaessa ja sähköisten omakustanteiden lisääntyessä kaupalliset kustantamot halutaan edelleen nähdä eräänlaisina laadunvarmistajina. Kolmannen

sektorin julkaisemat teokset puolestaan ovat usein läpäisseet organisaatioiden sisäiset laatuvaatimukset, oli kyse sitten vaikkapa esteettisyydestä, eettisyydestä tai elämyksellisyydestä. Omakustannekentältä erottuakseen teoksen tulee paitsi olla laadukkaasti toteutettu myös löytää oikeat markkinointikanavat, jakelu kun sähköisellä aikakaudella ei enää ole ongelma. Tuottajan onnistuminen kaikissa edellä mainituissa tuotantoympäristöissä on vahvasti riippuvainen hänen verkostoistaan sekä markkinointi- ja tuotteistamisosaamisestaan.

Markkinoiden, tuottajayritysten, hyvinvoinnin ja nonprofit-organisaatioiden rajapinnoille tarvitaan kulttuuriosaajia. Kulttuurituottajan mahdollisuudet vaikuttaa julkaisutoimintaan omakustanne- ja järjestökentällä tulevat kasvamaan, sillä erityisesti kaupallisen kustannustoiminnan ulkopuolella tarvitaan kulttuurin monipuolisia osaajia. Tuottaja voi toimia linkkinä mediatekniologioiden tai niiden osaajien, organisaatioiden tai taiteilijoiden, rahoittajien, median, kohderyhmien tai kuluttajien välillä, sillä hän ymmärtää sekä taiteelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset arvot että taloudelliset reunaehdot. Kulttuurituottaja talouden ja taiteen osaajana ja organisaattorina voikin merkittävästi edistää yhä tärkeämmäksi tulevaa eri alojen ja toimijoiden välistä yhteistyötä.

Omat verkostoni ja mediatekninen osaamiseni ovat selvittäneet monet kuvakirjaproduktia kohdanneet haasteet, joista useimmat liittyivät rahaan. Yhteistyöllä saatiin aikaan sähköisessä muodossa oleva, käytännössä kuitenkin painovalmis, kuvakirja, jossa on mukana myös ääni – ja tämä kaikki tapahtui ilman rahan käsittelyä. Kirjailija Tarja Leinonen (2010) sanoikin, että ”Produkti eli ja muuttui varsin voimakkaasti, mutta olen tyytyväinen, että Pia löysi sopivan kohderyhmän. Internet on hyvä julkaisumuoto, joka kattaa koko maailman, noin periaatteessa”. Kysyessäni kuvittaja Liisa Karjalaiselta (2010), miten hän arvioisi kuvakirjaproduktia ja sen sähköistä julkaisua Syömishäiriöliiton nuortensivustolla, sanoi hän uskovansa sen olevan juuri oikea paikka tavoittaa paljon lukijoita. Kuvittaja ilmaisi myös olevansa todella tyytyväinen sekä lopputulokseen että tuottajan perusteellisuuteen. Hän kuitenkin näkee kaikesta kuvatulvasta erottumisen haasteena lastenkuvakirjojen missiolle eli henkisen ravinnon tarjoamiselle.

Myös SYLI ry:n suunnittelija Sami Heimon mielestä Tanssiva Talo on hyvä lisä nuortensivustolle. Useiden sivustojen ongelmana kun Heimon mukaan on siinä, että vaikka ne ovat informatiivisia, puuttuu niistä se jokin ”kiva juttu”. Syömishäiriö ei ole myönteinen ilmiö, mutta tämän tyyppinen materiaali voi osaltaan keventää sivustoa. Toisaalta tarinoiden ja kuvi-

en kautta saattaa avautua myös konkreettisempi näkökulma syömishäiriöön. Heimo kuvailee kirjaa visuaalisesti hienoksi ja tarinaa hyvin kirjoitetuksi. ”Satu ei ole liian lapsellinen. Se on kaunis.” (Heimo 2010.)

Kysyin kirjaprojektin jälkeen maaliskuussa 2010 kirjailija Tarja Leinoselta ja kuvittaja Liisa Karjalaiselta, mitä he olisivat toivoneet tuottajan tekevän toisin. Kirjailija painotti kirjallisten sopimusasioiden hoitamista valmiiksi hyvissä ajoin ennen kuin projektia lähdetään käytännössä toteuttamaan. Myös aikataulun tulisi olla ”lukkoon lyöty”. Kirjailija kertoi myös, että jos ryhtyisi toiseen nettikirjaprojektiin, haluaisi hän työstään palkan, joka olisi määriteltynä kirjalliseen sopimukseen. Lastenkirjaprojekteissa toimivan tuottajan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi kirjailija nimeää samoja ominaisuuksia, kuin minkä tahansa projektin tuottajalta: luotettavuuden, nopeuden, asiallisuuden ja sosiaalista taitavuuden. Tuottaja on hänen mielestään ”se avainhenkilö, joka pitää lankoja käsissään ja saattaa tuotteen yleisön tietoisuuteen”. (Leinonen 2010.) Myös kuvittaja kuvaili tuottajaa ”tärkeäksi ihmiseksi, joka toimii välikätenä”. Tämän lisäksi hän kertoi kokeneensa hyväksi asiaksi sen, että tuottaja on itsekin luovan työn tekijä ja että tuottaja sitä kautta ymmärtää taiteilijoita ja produktia syvemmillä tasolla. (Karjalainen 2010.)

Sähköinen formaatti toteuttaa sekä SYLI ry:n missiota että kirjalle tekijöiden puolelta asetettuja tavoitteita ehkä jopa painettua kirjaa paremmin: verkossa tarinan sanoma tavoittaa enemmän ihmisiä. Se, kuinka moni nuortensivuston kohderyhmän ulkopuolelta saa kokea sadun, tulee riippumaan paitsi varsinaisesta markkinointi- ja tiedotustyöstä, myös niin yksinkertaisesta asiasta kuin muualle internetiin luoduista linkeistä. Tanssivan Talon digitaalisen julkaisualustan heikkous on käyttöliittymän, tietokoneen käytön asettamat esimerkiksi ergonomiset rajoitteet sekä se, ettei sivun kääntämisestä aiheutuvaa jännitettä lapsen ja aikuisen välille pääse syntymään.

Kirjallisuuden monimuotoisuuden kannalta on harmillista, että julkisuuden portinvartijat, media ja suuret kustantamot, tuovat nykyisin yleisön huomion keskiöön vain murto-osan merkittävänä pidettävästä kirjallisuudesta, usein vielä kaupallisten perusteiden saattelemana. Kirjat-han ovat ajatusten levittäjiä ja monia muita medioita huolellisemmin laadittuja tekstejä – samanaikaisesti sanataidetta ja terapiaa. Lukijan tulisi voida toimia laadun arvioijana ja yleisön tulisi voida ostopäätöksillään siis päättää myös siitä, mikä on hyvää kirjallisuutta. Yleisölle tarjotun kirjallisen repertuaarin kapeus heijastuu ennemmin tai myöhemmin ihmisten hyvin-

vointiin ja kykyyn reflektoida sekä tulkita eri diskursseja. Inhimillisen ajattelun uudistuminen edellyttää laajaa ja syvää kirjallista pohjakosketusta, jonka tulisi alkaa jo lapsuudesta. Kulttuurituottajan rooli kirjallisen kulttuurin rikastuttajana voi liittyä esimerkiksi uusien rahoituskanavien tai yhteistyökumppanien löytämiselle sellaisten laadukkaitten kirjojen julkaisemiseksi, joiden menekkiin kaupalliset kustantamot eivät ole uskoneet. Lisäksi tarjonnan laajentuessa ja kasvaessa tuottaja voi olla lähentämässä lukijoita teoksiin, olivat ne sitten missä formaatissa tahansa. Olennaista on kehittää julkaisutoimintoja vallitsevien ja muuttuvien kulutustottumusten edellyttämällä tavalla.

Kolmannella sektorilla symbolinen pääoma on ratkaiseva, toisin sanoen kysyntä tai myynti ei ole ensisijainen motiivi. Rahallinen pääoma puolestaan kiinnostaa kaupallisia kustantamoja, jotka tavoittelevat teosten nopeaa kiertoa. Voittoa lyhyellä aikaperspektiivillä tuottavat erityisesti teokset, joiden kysyntä on jo olemassa.

Se, mitä ei ehkä riittävästi ole korostettu, on tuottajan etiikka ja omiin projekteihinsa uskominen. On hyvin vaikeaa, ellei mahdotonta myydä mitään, johon itse ei usko. Paitsi vaikeaa, on tällaisen tuotannon kaupittelu myös epäeettistä. On tunnettava tuotanto ja löydettävä sen arvoa luovat tekijät, puntaroitava tuotannon vahvuuksia ja heikkouksia realistisesti. Kaiken kaikkiaan, tuottajan tulee tehdä produktiin liittyvä tuotannollinen ajatustyö ennen ensimmäistäkään yhteydenottoa joko verkostojensa avainhenkilöihin, rahoittajiin tai aivan uusiin potentiaaliin yhteistyökumppaneihin.

Menestyvät kulttuurituottajat osaavat kentällä toimiessaan ottaa huomioon kahden eri arvo maailman vaatimukset; he osaavat tasapainoilla sekä tuotannon johtamisen ja tuloksellisuuden edellyttämien että kulttuurin sisällöllisten velvoitteiden välillä. Tuottajan työhön vaikuttavat enenevässä määrin myös teknologian tarjoamat mahdollisuudet. Tuottamisen kannalta edellä kuvatut lähtökohdat sisältävät ristiriitaisiakin arvoja. Omat haasteensa tuovat vielä taiteelliset ja eettiset näkökulmat, joita kulttuurituottaja ei voi sivuuttaa. Tuottajan ammatillisena missiona voidaan nimittäin nähdä myös kulttuurin, taiteen ja kirjallisuuden tuottaman hyödyn osoittaminen. Hänen on osattava paitsi myydä myös perustella, miksi taidetta, kirjoja tai kuvia, kannattaa tuottaa – ja rahoittaa. Tuottajalla on mahdollisuus luoda kulttuuria kaikkien tunnistamaksi yhteiseksi voimavaraksi.

LÄHTEET

- Airaksinen, Jaana 2010. Miksi pienkustantamo kustantaa e-kirjoja? Keskustelutilaisuus Lahden Kirja- ja Musiikkimessuilla 20.3.2010.
- Anderson Chris 2009. Ilmainen – radikaalin hinnan tulevaisuus. Suom. Kimmo Pietiläinen. Hakapaino: Helsinki
- Apajalahti, Ahto & Sotala, Kaj 2010. Jokapiraatinoikeus. Pamfletti. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Apple 2010. Ylivoimaisesti paras tapa kokea internet, sähköposti, kuvat ja videot. Viitattu 3.4.2010.
<http://www.apple.com/fi/ipad/features/>
- Arvola, Pirjo & Mäki, Silja 2009. Mitä lasten ja nuorten kirjallisuusterapia on? Teoksessa Silja Mäki & Pirjo Arvola (toim.) Satu kantaa lasta. Opas lasten ja nuorten kirjallisuusterapiaan 1. Porvoo: WS Bookwell, 12–21.
- Arvola, Pirjo & Mäki, Silja 2009. Sadun salaisia viestejä. Teoksessa Silja Mäki & Pirjo Arvola (toim.) Satu kantaa lasta. Opas lasten ja nuorten kirjallisuusterapiaan 1. Porvoo: WS Bookwell, 45–66.
- Awl, Dave 2009. FACEBOOK ME! A Guide to Having Fun with Your Friends and Promoting Your Projects on Facebook. Peachpit Press: Berkeley.
- Bettelheim, Bruno 1992. Satujen lumous (4. painos) Suom. Mirja Rutanen. Juva: WSOY.
- Celia 2010. Tietoa Celiasta. Viitattu 20.2.2010.
<http://www.celia.fi/web/guest/tietoaceliasta>
- Coelho, Paulo 2008. Creating Universes. Viitattu 26.2.2010. Digital-Life-Design -seminaarin kotisivut (video):
<http://en.sevenload.com/videos/bIjFXZD-DLD08-Day1-Creating-universes#zoomed>
- Coelho, Paulo 2010. Pirate Coelho. Viitattu 26.2.2010.
<http://paulocoelhoblog.com/pirate-coelho/>
- Ellibs Oy 2010. Ratkaisuja ja sisältöjä. Viitattu 23.3.2010.
<http://www.ellibs.com/fi/node/14806>
- Facebook 2010. Statement of Rights and Responsibilities. Viitattu 25.4.2010.
http://www.facebook.com/help/?page=833&hloc=fi_FI#!/terms.php?ref=pf
- Finnfoto 2010. Teoksen digitaalinen käyttö ja tekijänoikeus – ostajan ja myyjän opas. (04.02.2010, oppaan tekstissä on huomioitu lainmuutokset 1.1.2009 asti.) Viitattu 11.2.2010.
<http://www.finnfoto.fi/ajankohtaista/teoksen-digitaalinen-kaytto-ja-tekijanoikeus/>
- Haapaniemi-Maula, Ritva 1996. Satu lapsen kasvattajana. Teoksessa Johanna Jokialtio (toim.) Sadun Voimat. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 7–14.

Haarmann, Pirkko-Liisa 1999. Tekijänoikeus & lähioikeudet. 2. uudistettu painos. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.

Harju, Aaro 2003. Yhteisellä asialla. Kansalaistoiminta ja sen haasteet. Kansanvalistusseura. Vantaa: Dark Oy.

Heinimaa, Elisse 2001. Kuvakirjat lapsen ja aikuisen maailmassa. Teoksessa Marja Suojala & Maija Karjalainen (toim.) Avaa lastenkirja. Johdatus lastenkirjallisuuden lajeihin ja käyttöön. Helsinki: Lasten Keskus, 142–163.

Helsingin Sanomat 2010. Yön yli jonotettu Applen iPad tuli myyntiin USA:ssa. Viitattu 3.4.2010.

<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Y%C3%B6n+yli+jonotettu+Applen+iPad+tuli+myyntiin+USAssa/1135255856773>

Herkman, Juha 2001. Median monet funktiot lasten ja nuorten elämässä. Teoksessa Marjatta Kangassalo & Juha Suoranta (toim.) Lasten tietoyhteiskunta. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy, 60–71.

Hoivala, Harri 2003. Kulttuurin markkinointi ja tuotteistaminen – kamppailu markkinoinnin oikeuksista. Teoksessa Niinikoski, Marja-Liisa & Sibeliuss, Kaisa (toim.) 2003. Kulttuuri-business. Vantaa: Dark Oy, 73–83.

Hällström, Lotta 2009. Painajainen puntarilla. Syömishäiriöt ja niiden ehkäisy. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Ikonen, Tuula 1978. Katselukirjat. Teoksessa Tuula Ikonen, Satu Marttila & Kari Vaijärvi (toim.) Lue lapselle! Helsinki: Weilin+Göös, 131–142.

JHS 2000. JHS 124 Sektoriluokitus 2000. Versio 31.9.2005. Julkaistu 13.12.2000. Viitattu 12.3.2010.

<http://docs.jhs-suositukset.fi/jhs-suositukset/JHS124/JHS124.pdf>

Jokipaltio, Johanna 1996. Lukijalle. Teoksessa Johanna Jokipaltio (toim.) Sadun Voimat. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 5.

Juslén, Jari 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Kariston Kirjapaino Oy, Hämeenlinna.

Juusola, Mervi 2010. ”Suojele lasta ulkonäköpaineilta”. Viitattu 5.3.2010.

http://www.perhe.fi/artikkeli/koululainen/802/suojele_lasta_ulkonakopaineilta

Jyväskylän kaupunki 2010. Sosiaalinen vahvistaminen. Viitattu 5.3.2010.

<http://www.jyvaskyla.fi/nuoriso/sosiaalinenvahvistaminen>

Jääskä, Marjo 2010. Lastenkirja kuolemasta. Askel 2/2010, 18.

Kairisalo, Nina 2010a. Sähköinen kirja graafisen suunnittelun kohteena - Uuden median haasteet ja mahdollisuudet. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Graafinen suunnittelu. 9.2.2010. Metropolia.

Kairisalo, Nina 2010b. Miksi pienkustantamo kustantaa e-kirjoja? Keskustelutilaisuus Lahden Kirja- ja Musiikkimessuilla 20.3.2010.

Kehitysvammaliitto 2010. Oppimateriaalikeskus Opike. Viitattu 21.2.2010.
<http://kehitysvammaliitto.fi/tietoa/yksikot/oppimateriaalikeskus-opike.html>

Kehitysvammaliitto 2008. Jäsenkirje 7/2008. Viitattu 20.2.2010.
http://kehitysvammaliitto.fi/fileadmin/tiedostot/muut/pdf/jasenkirjeet/jasenkirje_07_2008.pdf

Keski-Rahkonen, Anna & Charpentier, Pia & Viljanen, Riikka (toim.) 2008.
Olen juuri syönyt – läheiselläni on syömishäiriö. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Kristeri, Irene 2005. Tunteet ja syöminen. Helsinki: Kirjapaja Oy.

Kupiainen, Reijo 2007. Pienten lasten medialukutaito. Teoksessa Leena Pentikäinen, Anu Ruhala & Hanna Niinistö (toim.) Mediametkaa! Osa 2 – Kasvattajan matkaopas lasten mediamaailmaan. Helsinki: Mediakasvatuskeskus Metka ry, 15–22.

Laitinen, Jukka 2001. Verkkotuotantojen liiketoimintamallit – Tuottajan näkökulma. Helsinki: LTT-Tutkimus Oy.

Lasten Keskus 2010. Yritysesittely. Viitattu 20.2.2010
<http://www.lastenkeskus.fi/index.php?page=yritysesittely>

Laulajainen, Leena 2009. Sanan taika. Esseitä ja artikkeleita. Helsinki: Books on Demand.

Lehtonen, Eero & Mattila, Pentti & Veilo, Petri & Raninen, Tarja 2003. Digitaalinen paino-
viestintä. Vantaa: Dark Oy.

Lehtonen, Mikko: Post Scriptum: Kirja medioitumisen aikakaudella. Gummerus Kirjapaino
Oy, Jyväskylä 2001.

Liikanen, Pirkko 1978. Lapsi, kirja ja kehitystehtävät. Teoksessa Tuula Ikonen, Satu Marttila
& Kari Vajärvi (toim.) Lue lapselle! Helsinki: Weilin+Göös, 68–84.

Linnainmaa, Terhikki 2008. Mitä kirjallisuusterapia on? Teoksessa: Silja Mäki & Terhikki
Linnainmaa (toim.) Hoivasanat. Helsinki: Duodecim, 11–33.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2010. Median vaikutuksia: minäkuva. Viitattu 19.3.2010.
http://www.mll.fi/vanhempainnetti/tietokulma/lapset_ja_media/median_vaikutuksia/minakuva/

Maslow, Abraham 1972. Motivation and personality. New York: Harper & Row.

Mykkänen-Hänninen, Riitta 2007. Vapaaehtoistyön rajapinnoilla. Helsingin ammattikorke-
koulu Stadian julkaisuja. Sarja B: Oppimateriaalit 6. Helsinki: Yliopistopaino.

Mäki, Silja & Arvola, Pirjo 2009. Satu hoitaa lapsen mieltä. Teoksessa Silja Mäki & Pirjo
Arvola (toim.) Satu kantaa lasta. Opas lasten ja nuorten kirjallisuusterapiaan 1. Porvoo: WS
Bookwell, 22–44.

Niiranen, Valtteri 2004. Tekijänoikeudet ja kustannussopimukset. Teoksessa Teijo Makkonen (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Kustannustoimittajan kirja. Tampere: Suomen kustannusyhdistys Vastapaino, 71–119.

Nuorisolaki 27.1.2006/72, 1 luku 1§, 2§. Viitattu 15.3.2010.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060072>

Nurminen, Hannele & Partanen, Marianne 2008. E-kirja – pannaanko pakettiin: miten hyödyntää e-kirjaa opetuksessa ja tutkimuksessa? -seminaari Tampereella. Tampereen yliopiston kirjaston verkkolehti Buletini 2.6.2008. Viitattu 22.3.2010.
<http://www.uta.fi/laitokset/kirjasto/buletiini/arkisto/2008/artikkeli66.php>

O'Reilly, Tim 2006. Piracy is Progressive Taxation. Viitattu 31.3.2010.
<http://radar.oreilly.com/2006/08/piracy-is-progressive-taxation.html>

Peltonen, Kalervo 2010. Toimittaja Aarno Laitinen koelukijana. Syrjäyttääkö sähköinen kirja perinteisen kirjan? Invalidityö 3/2010, 34–36.

Phills, James A. 2005. Integrating Mission and Strategy for Nonprofit Organizations. Oxford University Press, Incorporated.

Repo, Yrjö 1999. Tarvepainatus. Teoksessa Markus Ala, Ari Paulin & Yrjö Repo (toim.) Digitalisoituvaa kirjan välitys. Tampereen Yliopiston Täydennyskoulutuskeskus. Tampere: Cityoffset Oy, 41–45.

Rönberg, Leif 1999. Eriytynyt ja moniulotteinen kolmas sektori. Teoksessa Liisa Hokkanen, Petri Kinnunen & Martti Siisiäinen (toim.) Haastava kolmas sektori. Pohdintoja tutkimuksen ja toiminnan moninaisuudesta. Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry.

Saarikoski, Petri; Suominen, Jaakko; Turtiainen Riikka & Östman, Sari 2009. Peliä ja leikkiä virtuaalisilla hiekkalaatikoilla. Teoksessa Petri Saarikoski, Jaakko Suominen, Riikka Turtiainen & Sari Östman (toim.) Funetista Facebookiin. Internetin kulttuurihistoria. Helsinki: Gaudemus Helsinki University Press.

Saarinen, Lauri & Joensuu, Juri & Koskimaa, Raine (toim.) 2001. Kirja 2010: Kirja-alan kehitystrendit. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 70. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Karisto Oy, Helsinki?

Siisiäinen, Martti 2002. Yhdistykset kolmannen sektorin toimijoina. Tutkimus jyväskyläläisistä yhdistyksistä. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry.

Sitra 2003. Parasta ennen 01 01 2015. Tulevaisuuden tekijät - Suomi 2015. Helsinki: Sitra. Viitattu 24.3.2010.
<http://www.sitra.fi/julkaisut/Suomi2015%5Cparastaennen2015.pdf?download=>

Sosiaaliportti.fi 2010. Nuoret ja ehkäisevä työ. Viitattu 5.3.2010.
<http://www.sosiaaliportti.fi/fi-fi/lastensuojelunkasikirja/tyoprosessi/ehkaisevatyo/nuoret/>

Stenman, Petri 2010. Miksi pienkustantamo kustantaa e-kirjoja? Keskustelutilaisuus Lahden Kirja- ja Musiikkimessuilla 20.3.2010.

Stockmann, Doris & Bengtsson, Niklas & Repo, Yrjö 2005. Kirja Suomessa. Tekijöistä luki- jaan - kirja-alan tukitoimet ja kehittäminen. Kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja 1:2000. Julkaisija Opetusministeriö. Viitattu 1.3.2010.
http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2000/liitteet/opm1_syksy2005_v3.pdf?lang=fi

Suomen Nuorisokirjallisuuden Instituutti 2010. Kolmen tähden tietoa lasten- ja nuortenkirjoista – Palkintoja. Viitattu 20.2.2010.
<http://www.tampere.fi/kirjasto/sni/snpalkin.htm>

Syömishäiriökeskus 2010. Mikä on Syömishäiriökeskus? Viitattu 20.4.2010.
<http://www.syomishairiokeskus.net/index.htm>

Syömishäiriöliitto ry 2010. Viitattu 20.2.2010.
<http://www.syomishairioliitto.fi/ajankohtaista/tiedotteet/SYLLry.html>

Syömishäiriöliitto ry 2009. Syömishäiriöt – mistä on kyse? Ensieto-opas syömishäiriöön sairastuneiden lasten ja nuorten vanhemmille. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2010a. Internet-piratismi. Viitattu 22.3.2010.
<http://www.antipiracy.fi/piratismi/internetpiratismi/>

Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus ry 2010b. Digitaalitekniikka ja tekniset suojaukset. Viitattu 22.3.2010.
<http://www.antipiracy.fi/piratismi/internetpiratismi/>

Tekijänoikeuslaki 8.7.1961/404. Viitattu 21.3.2010.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404>

Tossavainen, Titta 1979. Lastenkirjojen soveltuvuuskriteereistä. Teoksessa Kirja kaveriksi: vaihtoehto joukkoviihteelle. Kirjailijakeskuksen raportisarja no 2. Helsinki: Kirjailijakeskus, 22–27.

Tulisalo, Timo 2004. Kirjan myynti ja markkinointi. Teoksessa Kustannustoimittajan kirja. Teijo Makkonen (toim.) Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Unesco 1964. Records of the General Conference. Thirteenth Session Paris, 1964. Resolutions. Viitattu 30.3.2010.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001145/114581e.pdf>

Vakkuri, Kai 2003. Digitaalinen painaminen ja muita neuvoja omakustantajalle. Vantaa: Dark Oy.

Vakkuri, Kai 2005. Omakustantajan käsikirja. Näin kustannat ja markkinoit oman kirjan. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy.

Vuohelainen, Elsi 2009. Sosiaalinen vahvistaminen osana nuorten ehkäisevää päihdetyötä. Teoksessa Mitä on nuorisolan ehkäisevä päihdetyö? Laadukkaan päihdekasvatuksen tukimateriaali. Sanna Pylkkänen, Reijo Viitanen & Elsi Vuohelainen (toim.) Preventiimi – nuorisolan ehkäisevän päihdetyön osaamiskeskus. Humanistinen ammattikorkeakoulu sarja C. Oppimateriaaleja.

Vuohelainen, Elsi 2010. ”Tavoitteena sosiaalisesti vahva nuori - riittävätkö rahkeet?” Preventiimi/Humanistinen ammattikorkeakoulu. Viitattu 5.3.2010.
<http://www.preventiimi.fi/blog/201002/tavoitteena-sosiaalisesti-vahva-nuori-riittavatko-rahkeet>

Vuokko, Pirjo 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY.

Ylönen, Hilikka 2005. Satulinnan saleissa – opitaan arvoja satujen ja laulujen avulla. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

HAASTATTELUT

Heimo, Sami 2010. Suunnittelija, Syömishäiriöliitto ry. Re:Haastattelu. Email pia.rautio@phnet.fi 16.3.2010.

Honkanen, Leena 2010. Toiminnanjohtaja, Näkövammaiset lapset ry. Kysymyksiä julkaisu-toiminnasta. Email pia.rautio.ont@gmail.com 22.1.2010.

Karjalainen, Liisa 2010. Kuvataiteilija. Kuvittajana Suomessa – kysymyksiä kuvittajalle. Facebook-viesti 12.3.2010.

Leinonen, Tarja 2010. Kirjailija. Kysymyksiä kirjailijalle. Email pia.rautio@phnet.fi 5.3.2010.

Mäkelä, Katariina 2010. Tiedottaja, Autismi- ja Aspergerliitto ry. VS: Kysymyksiä julkaisu-toiminnasta. Email pia.rautio@phnet.fi 11.2.2010.

Mäki, Maiju 2010. Suunnittelija, Opike. Kysymyksiä julkaisutoiminnasta. Email pia.rautio@phnet.fi 8.2.2010.

Poskela, Tanja 2010. Kustannuspäällikkö, Lasten Keskus Oy. Kysymyksiä julkaisutoiminnasta. Email pia.rautio@phnet.fi 4.2.2010.

S O P I M U S

**TEKSTI- JA KUVAMATERIAALIN LUOVUTTAMISESTA HUMANISTISESSA
AMMATTIKORKEAKOULUSSA OPINNÄYTETYÖNÄ TEHTÄVÄÄN LASTEN
KUVAKIRJAN TUOTANTOON
– OSA I (suunnittelu ja rahoitus)**

Tällä sopimuksella (I) kirjailija Tarja Leinonen ja kuvittaja Liisa Karjalainen luovuttavat maksettua teksti- ja kuvamateriaalin Tanssiva Talo -nimisen lasten kuvakirjan tuotantoprojektiin, jonka tuottajana toimii Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituottajaopiskelija Pia Rautio.

Tuotanto toteutetaan opinnäytetyön produktina työtä ohjaavan lehtorin valvonnassa. Teksti- ja kuva-aineisto luovutetaan ainoastaan tähän projektiin ja kaikki tekijänoikeudet säilyvät Tarja Leinosella ja Liisa Karjalaisella.

Tuotannon ensimmäiseen osaan kuuluu kuvakirjan painatuksen ja markkinoinnin rahoituksen suunnittelu sekä varsinainen varainhankinta sponsorirahoituksina, lahjoituksina tai avustuksina. (Sponsorit ja muut taloudelliset avustajat tullaan taittamaan julkaisuun näkyville lastenkirjaan sopivalla tavalla kirjailijan ja kuvittajan hyväksynnän jälkeen.) Mikäli painettavan kirjan kustannukset osoittautuvat kohtuuttomiksi, on mahdollista julkaista kirja sähköisenä CD:llä tai internetissä.

Tuotannon alkamispäivämäärä on 1.6.2009 ja suunnittelutyö sekä rahoitus on tarkoitus saada valmiiksi vuoden 2009 loppuun mennessä. Koko tuotanto (kirjan taittaminen, painopaikan valinta, painatus, ISBN-numeron hankinta, markkinointi sekä jakelu) saatetaan loppuun sopimuksen osassa II määritellyin ehdoin sekä siinä asetettuun ajankohtaan mennessä.

Kirjan tuotto tullaan luovuttamaan hyväntekeväisyyteen, jonka kohde päätetään myöhemmin. Sitä varten perustetaan erillinen tili, jonka käyttöoikeudet ovat tuottajalla ja kirjailijalla. Kun tuotanto katsotaan päättyneeksi, kaikki tilinkäyttöoikeudet siirtyvät kirjailijalle. Tilin avaamisen hoitaa tuottaja, ja tilille talletetaan kuvittajan ja kirjailijan toimesta alkupääomaa 300 euroa tuotannon kuluihin.

Tuottajalla ei ole taloudellisia vastuita projektissa. Velka- tai luottokauppaa minkään tahojen kanssa projektiin nimiin ei saa tehdä, vaan hankkeen rahoituksen on oltava kunnossa ennen kuin painotalon kanssa tehdään sopimus. Sopimuksen osa II, jonka raakaluonnos on tämän sopimuksen allekirjoitushetkellä ollut valmis ja kaikkien kolmen osapuolen luettavissa, solmitaan vuoden 2009 loppuun mennessä.

Allekirjoitukset ja päiväykset

..... / 2009 / 2009

.....
Tarja Leinonen Pia Rautio

..... / 2009

.....
Liisa Karjalainen

S O P I M U S

TEKSTI- JA KUVAMATERIAALIN LUOVUTTAMISESTA HUMANISTISESSA AMMATTIKORKEAKOULUSSA OPINNÄYTETYÖNÄ TEHTÄVÄÄN LASTEN KUVAKIRJAN TUOTANTOON OSA II (taittotyö, markkinointi ja jakelu)

Tällä sopimuksella (osa II) kirjailija Tarja Leinonen ja kuvittaja Liisa Karjalainen luovuttavat maksutta teksti- ja kuvamateriaalin Tanssiva Talo -nimisen lasten kuvakirjan tuotantoprojektiin, jonka tuottajana toimii Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituottajaopiskelija Pia Rautio, joka myös muokkaa ja taittaa kuva- ja tekstimateriaalin kirjamuotoon. Tuotanto toteutetaan opinnäytetyön produktina työtä ohjaavan lehtorin valvonnassa. Teksti- ja kuva-aineisto luovutetaan ainoastaan tähän projektiin, ja kaikki tekijänoikeudet säilyvät Tarja Leinosella ja Liisa Karjalaisella.

Tuotannon jälkimmäiseen osaan sisältyy kirjan taittaminen, sopivan yhteistyötahon valinta sekä julkaisukanavan valinta (internetissä). Myös aineiston julkaisemisesta tiedottaminen kuuluu tuottajan tehtäviin. Kirjan markkinointiin käytetään sosiaalista mediaa ja muita ilmaisia kanavia, kuten lehdistötiedotteita. Tuottaja käyttää taittamiseen omia tai oppilaitoksen tietokoneita ja ohjelmia. Tuottaja hankkii myös tekijät kirjan äänitiedostolle (tarinan luku ja ääniku-lissi), jotka maksutta luovuttaisivat Syli ry:lle oikeudet materiaalin käyttöön. Tästä tehdään erillinen tuottajan ja äänitiedoston tekijöiden välinen kirjallinen tai suullinen sopimus.

Tuotannon alkamispäivämäärä on ollut 1.6.2009 (sopimuksen I osa: suunnittelu ja rahoitus) ja tuotanto (taittotyön osalta) saatetaan loppuun 1.10.2009 mennessä. Kuvakirjan ilmestymisajankohta verkossa (pdf-muodossa) on keväällä 2010.

Kuvakirja julkaistaan ainoastaan sähköisenä Syömishäiriöliiton Olet arvokas! -projektin nuor-tensivuilla Nettisyli.fi. Syli ry:n ja Olet arvokas! -projektin edustajana toimii Sami Heimo.

Aineistosta ei saa painattaa ilman tekijöiden kanssa solmittua erillistä sopimusta mitään kirjal-lista materiaalia, tehdä cd-julkaisua tai vastaavaa. Syömishäiriöliitto voi halutessaan käyttää teoksen (ja nuorten sivuston) markkinoimiseen teoksesta irrotettuja kuvia ja/tai tekstejä, joita voi painaa esimerkiksi esitteisiin.

Allekirjoitukset ja päiväykset

..... / 2010..... / 2010

.....
Tarja Leinonen Pia Rautio

..... / 2010..... / 2010

.....
Liisa Karjalainen Sami Heimo / Syli ry

Kysymyksiä julkaisutoiminnasta

Olen Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelija ja olen tekevässä opinnäytetyötäni suomalaisen järjestökentän julkaisutoiminnasta. Olen itse ollut tuottamassa ja taittamassa lasten kuvakirja Tanssivaa Taloa Syömishäiriöliitolle (teemana oman itsen hyväksyminen) ja tarvitsisin nyt vertailukohdaksi tietoa muiden Suomessa toimivien järjestöjen (vakiintuneemmasta) julkaisutoiminnasta.

Seuraavassa on kysymyksiä, joihin toivoisin saavani mahdollisimman kattavasti vastauksia. Mikäli teillä ei ole joihinkin kohtiin vastauksia/tietoa/sanottavaa, voi kohdan ohittaa, mutta toivoisin silti lyhyen selvityksen, miksi tämä kohta jäi väliin.

1. YHDISTYKSEN/JÄRJESTÖN TAUSTATIEDOT

- Yhdistyksen/järjestön nimi
 - Perustamisvuosi
 - Koko (jäsenistö, valtakunnallinen – alueellinen – kansainvälinen)
 - Luonne
 - Arvot
 - Missio, visio
 - Varainkeruumalli (onko julkista rahoitusta, mikä on yksityisten osuus?)
 - Julkaisutoiminnan aloittamisvuosi, mahdollisen verkkokaupan aloittamisvuosi
-

2. JULKAISUTOIMINTA YLEISESTI

- 2.1 Onko olemassa ohjearvoja tai tavoitteita vuosittaiselle kaikkien julkaisujen (digitaaliset ja painetut, mukaan lukien oppaat, raportit ym.) määrälle?
 - 2.2 Montako julkaisua teiltä ilmestyy vuosittain keskimäärin?
 - 2.3 Mikä on lapsille suunnattujen julkaisujen osuus?
 - 2.4 Millaisia painosmääristä lapsille suunnatuissa painetuissa julkaisuissa tavallisimmin on kyse?
 - 2.5 Mitkä seikat koette haasteellisimpina asiana näiden lapsille suunnattujen julkaisujen tuotannossa?
 - 2.6 Millaisia haasteita yleisön tavoittaminen on tuottanut?
 - 2.7 Miten kustannukset on saatu hallintaan?
 - 2.8 Oletteko muuttaneet toimintastrategiaanne julkaisujen suhteen? (Miten, miksi, milloin?)
 - 2.9 Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kertoa julkaisutoiminnasta yleisesti?
-

3. JULKAISUPROSESSI, (MATERIAALI LAPSILLE)

- 3.1 Millainen työryhmä on lapsille suunnattujen painettujen tai digitaalisten julkaisujen taustalla?
 - 3.2 Mistä tilaus kirjoille/peleille/korteille/vastaavalle lapsille suunnatulle materiaalille on tullut, kuka on tehnyt aloitteen?
 - 3.3 Kuinka paljon aikaa julkaisuprosessi vie ts. minkälainen tuotantosykli lapsille suunnatuilla julkaisuilla (sähköiset ja painetut) on?
 - 3.4 Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kertoa ko. materiaalien julkaisuprosessista?
-

4. SÄHKÖINEN VS. PAINETTU

- 4.1 Millä perusteilla jokin julkaisu painetaan, julkaistaan sähköisesti tai jaetaan (ilmaiseksi) internetissä?
 - 4.2 Mitkä asiat koette sähköisten julkaisujen (kaikki julkaisut) vahvuuksiksi?
 - 4.3 Mitkä taas ovat mielestänne sähköisten julkaisujen heikkoudet?
 - 4.4 Sähköinen julkaisu: onko materiaali pääosin vapaasti nähtävissä netissä vai DVD:llä? (ts. katseltavissa ilmaiseksi vai ostettavissa omaksi?)
 - 4.5 Mikä on sähköisten julkaisujen osuus kaikkien vastaavien julkaisujen määrästä?
 - 4.6 Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kertoa sähköisestä tai painetusta materiaalista?
-

5. TUOTTO JA SOPIMUKSET

- 5.1 Onko materiaalien ensisijainen tarkoitus tuottaa rahaa hyväntekeväisyyteen, tuottaa hyvää tekevää (suvaitsevaisuuskasvatusmielessä tai vaikka vain mielihyvää tuottavaa) materiaalia, tehdä jokin yhteistyökuvio näkyväksi vai onko julkaisulla ollut jokin muu tarkoitus?
- 5.2 Millaisilla sopimuksilla julkaisuja on tuotettu (tekijänoikeudet, korvaukset/palkkiot)?
- 5.3 Kuinka mahdollinen tuotto on jakautunut (hyväntekeväisyyteen/korvauksiin/palkkioihin)?
- 5.4 Onko taloustilanteilla ollut vaikutusta yhteistyökumppaneiden saamiseen?
- 5.5 Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kertoa sopimuksista tai yhteistyökuvioista?

SUURKIITOS ajastanne! Lähetän teille linkin valmiiseen opinnäytetyöhöni heti, kun olet julkaissut sen ammattikorkeakoulujen opinnäytetietokanta Theseuksessa.



LIITE 4 Tanssiva Talo kuvina





Neiti Cameli ripusti kolikkovyön Oonan vyötärölle. —Muisto kotimaasta, neiti nyyhkäisi ja pyyhkäisi kyneleen silmäkulmastaan. —Mutta nyt tanssitaan! Neiti kietaisi sifonkihuihin omalle uumalleen ja napautti musiikin soimaan. —Vasemmalle hop, oikealle hop, neiti Cameli keinutti lantioitaan.

Oonakin keinui. Oikealle, hop, vasemmalle, hop. Aluksi korvat seurasivat kiltisti mukana, mutta pian ne heiluivat niin kuin itse tahtoivat. Kun Oona kallistui vasempaan, korvat kaarsivat oikeaan. Jos Oona kääntyi oikealle, vänkäsivät korvat vasemmalle.

Oona luovutti ja riisui surullisena kauniisti helisevän kolikkovyön yltään ja katsoi, kun neiti Cameli keinautteli silmät ummessa sirosti kyttöritään. Oona huokasi ja lokautti oven takanaan hiljaa kiinni.

7

Hiirosten perheen ovi oli auki, ja Oona pujahti sisään.

—Pienimmät eteen ja pisimmät taakse, mesosi Tiina. Tiina oli hiiriperheen sisaruksista vanhin, ja hän paimensi lapsilaumaa tottuneesti. —Oona mukaan, komensi Tiina. Oona meni letkan viimeiseksi.

—Minne tuuli tytön kuljettaa, lauloi Tiina ja nykäisi jonon liikkeelle. —Yksi hyppy taakse, hyppy, hyppy eteen!



Pesue hytkyi olohuoneesta keittiöön ja sieltä käytävän kautta takaisin olohuoneeseen. —Katso tuulen suuntaan, hiirilapset hihkuivat.

Oona avasi suunsa ja yhtyi lauluun. Hän unohti varoa korviaan ja kaatui isoimman hiiripojan päälle. Koko letka romahti sätkiväksi ja parkuvaksi kasaksi. Oona kokosi korvansa ja pakeni käytävään.

8

9



—Niin kaunis oli ilma, mutta kauniimpi oli Hilma, hyräili Pekka Puudeli palatessaan ostoksilta. —Mikäs sinua vaivaa? Pekka katsoi kysyvästi portailla kyyhöttävää Oonaa. —Minä en koskaan opi tanssimaan. Ja se on näiden inhottavien korvien vika! Oona niiskaisi.

10



—Kyllä sinä ja korvasi vielä paikanne löydätte. Tule meille kylään, niin Hilma keittää mukillisen kaakaota.

Pekka rapisutti munkkipussia, ja Oona hieroi silmänsä kuiviksi.

11



—Saanko luvan, oi
ajokoirien aatelimen?
Pekka kysyi Hilma-
rouvaltaan.
Hilma kihersi.

Oona nakersi munkkia,
hörppi kaakaota ja
katsoi apeana, kun
Pekka Puudeli ja Hilma,
tuo Aatellinen Ajokoiria,
liukuivat pitkin
parkettia.

—Päivätansit
kaupungin
kauneimman neidon
kanssa, Pekka myhäili.
Hilma kihersi taas,
ja koirat liikistyivät
rakastuneesti hitaaseen
tangoon.

Sokeria suupielistään karistellen Oona maleksi alas portaita. Kumea kopina lähestyi, ja Oona painautui peloissaan seinää vasten.

12

13



—Olen onnellinen! Olen löytänyt itseni! Ujo Hirvipoika
Herppo kumaatteli sorkkiaa ja heilautteli sarviaan.
—Katso nyt minua! Näin minä step-step-steppaan!

Oona ihaili kohteliaasti, kun Herppo steppasi pitkin
rappukäytävää eikä näyttännyt yhtään
ujolta.

14

15



Aurinko porotti
keskellä taivasta, ja
pääskyselä pitivät siestää
räystäiden alla. Oona
istui keinussa ja roikutti
pitkiä korviaan.

—Typerät korvat,
Oona jupisi. —Tyhät,
kömpelöt korvat!

—Niistä saisi upean
rusetin. Silja
Sitruunaperhonen istahti
Oonan olkapäälle.
—Rusetinko, Oona
tuhautti eikä lakannut
murjottamasta.

—Tulkaas auttamaan,
Silja kutsui tovereitaan.

16

17



18

19

Kymmenet
kimaltvasiipiset
perhoset lehahtivat paikalle.
Perhoset kohottivat Oonan korvat
ylös ja kieputtivat ne kanitytön päälle.
—Katso itseäsi nyt! Kaksi komeaa
ritariperhosta kannatteli peiliä Oonan edessä.

Oona vilkaisi peiliin. Korvat olivat kuin
kaksi somaa rusetta.
—Mutta en minä osaa vielääkään
tanssia, sanoi Oona
hiljaa.

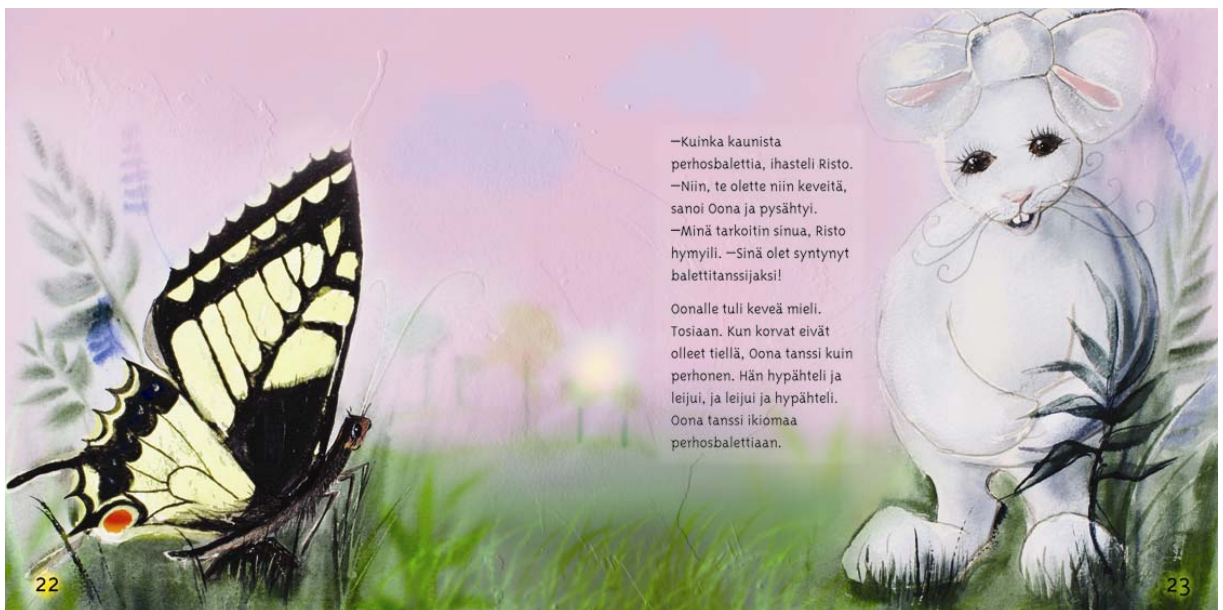


20

21

—Ota kiinni! Risto Ritariperho kutitti
Oonaa korvan juuresta. Oona hyppäsi
keinusta. —Minä olen täällä, huikkasi
Riston veli Rauno kauempaa.

Ja niin Oona hypätteli perhosten
perässä sinne ja tänne.



22

23

—Kuinka kaunista
perhosbalettia, ihasteli Risto.
—Niin, te olette niin keveitä,
sanoi Oona ja pysähtyi.
—Minä tarkoitin sinua, Risto
hymyili. —Sinä olet syntynyt
balettitanssijaksi!

Oonalle tuli keveä mieli.
Tosiaan. Kun korvat eivät
olleet tiellä, Oona tanssi kuin
perhonen. Hän hypätteli ja
leijui, ja leijui ja hypätteli.
Oona tanssi ikiomaan
perhosbalettiaan.



Koko talon väki oli
kerääntynyt pihalle. —Hyvä
Oona, taputti Tiina Hiironen
sisarussarjansa
kanssa.
—Mitäs minä sanoin,
hyrisi Pekka Puudeli ja
syleili Hilmaansa.

24

25



Neiti
Cameli helisytti
kolikkovyötään ja hymyili
Herikko Hirvipojalle, joka step-step-
steppasi neidin edessä. Pekka kumarsi
Hilman valssiin, ja Hiirosten hiirilapset
järjestivät jonoksi ja ryhtyivät letkajenkkään.

Aurinko painoi päänsä illan syliin, ja perhoset ja
pääskyt lensivät matalalla ja korkealla. Ystävien
kanssa kotitalonsa pihassa tanssi Oona.

Oli kesä, ja Oona rakasti pitkiä
rusettikorviaan.

26

27

