

Oulun yliopisto  
Humanistinen tiedekunta

Mikko Paajala

SARJAKUVAKIRJA SUOMESSA

Informaatiotutkimuksen pro gradu –tutkielma  
Oulu 2009

|   |                               |                                |                         |
|---|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| Laitos<br><b>Suomen kielen,<br/>informaatiotutkimuksen ja logopedian<br/>laitos / Informaatiotutkimus</b>   |                               | Tekijä<br><b>Mikko Paajala</b> |                         |
| Työn nimi<br><b>Sarjakuvakirja Suomessa</b>   |                               |                                |                         |
| Oppiaine<br><b>Informaatiotutkimus</b>  | Työn laji<br><b>Pro gradu</b> | Aika<br><b>Toukokuu 2009</b>   | Sivumäärä<br><b>107</b> |
| <p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä pro gradu -työssä tutkitaan Suomessa julkaistuja sarjakuvakirjoja suomalaisten sarjakuvakustantamoiden julkaisupolitiikan kautta. Tavoitteena oli saada selville minkälaista sarjakuvaa suomessa julkaistaan ja kuinka kustantajien toiminta vaikuttaa tähän sekä tarkoituksena oli kerätä tietoa sarjakuvan taloudellisesta tilanteesta.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kahta tutkimusmenetelmää kahteen erilaiseen aineistoon. Tilastollisessa tutkimuksessa verrattiin vuosien 1975 ja 2008 julkaistuja sarjakuvia. Haastattelututkimuksessa haastateltiin suomalaisia sarjakuvakustantajia. Käytetty menetelmä oli teemahaastattelu ja tavoitteena oli saada selville miksi kustantajat julkaisevat juuri julkaisemiaan sarjakuvia.</p> <p>Tutkimuksen keskeiset tulokset ovat, että Suomessa julkaistava sarjakuva on monipuolistunut. Nykyään julkaistaan sarjakuvia useammasta genrestä ja alkuperäisten julkaisujen kielivalikoima on laajentunut. Suomen sarjakuvakustantamot ovat valinneet julkaisupolitiikkansa ja julkaisevat sen mukaista sarjakuvaa. Kustantamot ovat valmiita ottamaan taloudellisia riskejä julkaistakseen hyvinä pitämiään sarjakuvia.</p> <p>Tutkimuksen luotettavuutta on lisätty triangulaatiolla eli käyttämällä useaa tutkimusmenetelmää. Tilastollinen tutkimus on samoilla linjoilla teoriaosuuden tietojen kanssa. Myös haastattelututkimus ja tilastotutkimus antavat samansuuntaisia tuloksia. Haastateltavien joukko edustaa hyvin kohderyhmää.</p> <p>Jatkotutkimusten aiheita olisi useita. Kustantajan näkökulman lisäksi myös tekijän näkökulma samasta aiheesta voisi olla mielenkiintoinen. Sarjakuvien myyntiä voisi tutkia myyjän tai tukkumyyjän näkökulmasta. Haastateltavien mainitsema sarjakuvan arvostuksen nousu olisi myös mielenkiintoinen tutkimus.</p> |                               |                                |                         |
| Muita tietoja   |                               |                                |                         |
| Asiasanat: Sarjakuvat; kustannustoiminta; kustannuspolitiikka; sarjakuvakirja   |                               |                                |                         |

# Sisältö

|   |    |
|---|----|
| 1 JOHDANTO.....   | 5  |
| 2 SARJAKUVA.....  | 7  |
| 2.1 Sarjakuva kuvataiteen ja kirjallisuuden välissä ..... | 8  |
| 2.2 Sarjakuvan julkaisun historiaa.....                   | 9  |
| 2.3 Sarjakuvan julkaisumuotojen kehityksestä.....         | 10 |
| 2.4 Sarjakuva Suomessa.....                               | 13 |
| 2.5 Genre.....  | 16 |
| 2.5.1 Huumori.....  | 19 |
| 2.5.2 Seikkailusarjakuva.....                             | 20 |
| 2.5.3 Rikos.....  | 21 |
| 2.5.4 Supersankarisarjakuva.....                          | 22 |
| 2.5.5 Kauhu.....  | 23 |
| 2.5.6 Underground.....                                    | 24 |
| 2.5.7 Alternative.....                                    | 25 |
| 2.5.8 Manga.....  | 26 |
| 2.5.9 Fantasia.....                                       | 26 |
| 3 SUOMEN KIRJA-ALASTA.....                                | 28 |
| 3.1 Kustantajan merkitys.....                             | 28 |
| 3.2 Pienkustantamoista ja yleiskustantamoista.....        | 29 |
| 3.3 Sarjakuvan kustantamisesta.....                       | 31 |
| 3.4 Sarjakuvan myynti.....                                | 32 |
| 3.5 Tutkimuksia ja tilastoja sarjakuvajulkaisuista.....   | 33 |
| 4 TÄSMENNETTY TUTKIMUSONGELMA.....                        | 38 |
| 5 TUTKIMUSMENETELMÄT .....                                | 40 |
| 5.1 Tilastollinen tutkimus.....                           | 40 |
| 5.2 Haastattelututkimus.....                              | 41 |
| 5.2.1 Teemahaastattelu.....                               | 42 |
| 5.2.2 Haastattelun rakenne.....                           | 43 |
| 5.2.3 Virtuaalihaastattelu.....                           | 46 |
| 5.2.4 Aineiston käsittely ja vastausten tulkinta.....     | 47 |
| 6 TUTKIMUSAINEISTO.....                                   | 49 |
| 6.1 Tilastollisen tutkimuksen aineisto.....               | 49 |
| 6.2 Haastattelututkimuksen aineisto.....                  | 51 |
| 7 SARJAKUVAJULKAISUT SUOMESSA.....                        | 53 |
| 7.1 Kustantajat.....                                      | 53 |
| 7.2 Ulkoasu.....  | 55 |
| 7.3 Kotimaisuus.....                                      | 55 |
| 7.4 Genre.....  | 58 |
| 7.5 Tilastotietoa haastateltavista kustantamoista.....    | 61 |
| 8 KUSTANTAJIEN NÄKEMYKSIÄ SARJAKUVASTA.....               | 65 |
| 8.1 Yleiskustantamon mangaosastolla : Sangatsu Manga..... | 65 |
| 8.2 Kotimainen alternative : Asema Kustannus.....         | 69 |
| 8.3 Kauppiaasta kustantamoksi : Arktinen Banaani.....     | 72 |
| 8.4 Laatusarjakuvan pioneeri : Like .....                 | 74 |
| 8.5 Supersankareita ja muutakin : Egmont Kustannus.....   | 76 |
| 8.6 Suomen sarjakuvasta yleisemmin.....                   | 78 |

|   |    |
|---|----|
| 8.6.1 Julkaisujen määrä.....                      | 78 |
| 8.6.2 Laatu.....                                  | 79 |
| 8.6.3 Kotimaisuus ja alkuperämaa.....             | 79 |
| 8.6.4 Genret.....                                 | 80 |
| 8.6.5 Sarjakuvan arvostus ja näkyvyys.....        | 81 |
| 8.6.6 Suosio.....                                 | 82 |
| 8.6.7 Julkaisumuodot.....                         | 84 |
| 8.6.8 Sarjakuva kirjana.....                      | 87 |
| 8.6.9 Tulevaisuus .....                           | 88 |
| 9 JOHTOPÄÄTÖKSET.....                             | 89 |
| 9.1 Suomessa julkaistava sarjakuva.....           | 89 |
| 9.2 Suomessa julkaistavan sarjakuvan taustat..... | 90 |
| 9.3 Kaupallisuus, jakelukanavat ja myynti .....   | 92 |
| 10 POHDINTAA.....                                 | 94 |
| LÄHDELUETTELO.....                                | 97 |

# 1 JOHDANTO

Tässä pro gradu -tutkielmassani tarkastelen Suomessa ilmestyneitä sarjakuvakirjoja sekä niiden julkaisemista. Tutkimuksen kohteena ovat suomalaisen sarjakuvatuotannon muutokset. Tarkastelen näitä asioita kustantamoiden kustannuspolitiikan ja kustannuspäätösten valossa. Asiaa kannattaa mielestäni tutkia, koska sarjakuva on elävä ja monipuolinen taidemuoto, jota on tutkittu vähän

Tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia kahdella empiirisellä menetelmällä eli tilastanalyysillä ja haastattelututkimuksella. Tutkimuksen tilastollisessa osuudessa tarkastelen vuosien 1975 ja 2008 julkaisuja, joiden perusteella muodostetaan kuva Suomen sarjakuvajulkaisuista. Haastattelututkimus kohdennetaan sarjakuvia julkaiseviin kustantamoihin. Näin pyritään näkemään tilastojen taakse ja löytämään syytä/perusteita julkaistavalle sarjakuvalle.

Tutkielman keskeisiä käsitteitä ovat sarjakuvat, kustannustoiminta, kustannuspäätökset sekä sarjakuvien genret ja julkaisumuodot. Sarjakuvia ja sen genrejä käsitellään luvussa kaksi ja kustannustoimintaa luvussa kolme.

Tutkimuksella on yleistä merkitystä. Tutkimuksen kohteena on sarjakuvan julkaisutoiminta, mitä on tutkittu erittäin vähän. Saamme selville minkälaisia sarjakuvakirjoja Suomessa nykyään julkaistaan ja minkälaisia muutoksia Suomessa julkaistavassa sarjakuvassa on tapahtunut. Myös sarjakuvan eri julkaisumuotojen taloudellisista mahdollisuuksista saadaan tietoa. Samalla myös aavistellaan sarjakuvan tulevaisuutta. Minkälaisia muutoksia voi olla tulossa.

Aihe on minulle läheinen, sillä pystyn muistamaan lapsuudesta kaksi tapausta, joista pystyn vetämään suoran viivan tähän tutkimukseen. Ensimmäinen on, kun isäni toi vintiltä laatikollisen parhaita eurooppalaisia sarjakuvia, joita hän oli huolellisesti piilottanut, kunnes opimme veljeni kanssa lukemaan. Toinen on, kun ala-asteella

perustimme veljeni Iikan kanssa sarjakuvakustantamon nimeltä *Kustannus Finlanti*, jonka tärkein julkaisu oli sarjakuvalehti nimeltä *Päivä*. Iikka kirjoitti ja piirsi sarjakuvat, minä kai olin jonkinlainen kustannustoimittaja. Muutaman vuoden päästä *Päivä* jäi historiaan, mutta intohimoni sarjakuvaan on säilynyt.

Luvussa kaksi tarkastellaan sarjakuvan käsitettä ja kerrotaan sarjakuvan historiasta ja eri julkaisumuodoista. Myös genreä eli lajityyppiä käsitellään. Luvussa kolme tarkastellaan kustantamista ja sen merkitystä kirjallisuudelle. Neljännessä luvussa määritellään tutkimusongelma tarkasti. Luvussa viisi esitellään käytettävät tutkimusmenetelmät ja luvussa kuusi tutkimusaineisto. Tutkimuksen empiirinen osuus alkaa luvusta seitsemän, jossa on tutkimuksen tilastollinen osuus. Haastattelut käsitellään luvussa kahdeksan. Tutkimuksen tulokset esitellään luvussa yhdeksän.

## 2 SARJAKUVA

Sarjakuvan yleinen määrittely on hankalaa ja monissa tutkimuksissa sarjakuvan käsite on usein jätetty kokonaan määrittelemättä (Manninen 1995, 9). Tutkijat ovat esittäneet määritelmää sarjakuvalle seuraavasti:

Vesa Kataiston (2004, 203) periaatteellinen määritelmä sarjakuvalle on, että lyhimmillään sarjakuva koostuu kahdesta toisiinsa liittyvästä ruudusta (eli kuvasta) ja tekstistä, joka on sijoitettu puhekupliin tai kertoviin laatikoihin. Scott McCloud (1994, 17-21) määrittelee sarjakuvan olevan harkitussa järjestyksessä olevia rinnakkaisia kuvallisia tai muita ilmaisuja, joiden tarkoituksena on välittää informaatiota tai saada lukijassa aikaan esteettinen vaikutelma. Sarjakuva eroaa kuitenkin selvästi yhden ruudun mittaisista pilakuvista. Yritys määritellä sarjakuvaa on jatkuva prosessi. Uusi sukupolvi hylkää nykyisen sukupolven määritelmät ja yrittää keksiä sarjakuvan uudelleen.

Pekka A. Mannisen (1995, 9-10) mukaan sarjakuva on kuvasarjan avulla kerrottu kertomus, jossa kuvien yhteyteen on voitu liittää dialogia tai muuta tekstiä. Kuviin voidaan myös sisällyttää ääntä, liikettä, tunnetilaa tms. kuvaavia symboleja. Sarjakuvien ensisijaisina julkaisukanavina toimivat lehdet ja kirjat. Sarjakuvan monimuotoisuuden takia yleispätevän määritelmän löytäminen on mahdotonta.

Juha Herkmanin (1998, 22.) mukaan ehkä kaikkein merkittävin tekijä sarjakuvan määrittelyssä on kerronnallisuus. Tarinan esittäminen sarjallisesti kuvien (ja sanojen) avulla on se tekijä, joka erottaa sarjakuvat esimerkiksi pilakuvista. Sarjakuvalla on joustava ja monimuotoinen perusluonne ja se muotoutuu aina kulloisessakin yhteydessä omanlaiseksi kokonaisuudekseen, jossa tarinan kerrontatavat, kuvien ja sanojen esiintyminen ja suhde toisiinsa sekä sarjakuvan julkaisumuoto vaihtelevat. Sarjakuva määrittyy siis tapauskohtaisesti.

Hänninen (1999,8-9) näkee sarjakuvan toimivan lukijan ehdoilla: ”Peräkkäin asetellut kuvat johdattelevat lukijaa ja kuljettavat hänen katsettaan, mutta lukija itse kokoaa tarinan ehyeksi.” Hänen mukaansa lukijan mielikuvitus täydentää kaiken, mitä tapahtuu ruutujen välissä. Kokonaiseksi sarjakuva täydentyy vasta vastaanottajan päässä. Sarjakuvan mahdollisuudet ilmaisumuotona ovat rajattomat.

Jokinen (2004, 173) näkee, että sarjakuva on kypsä ja monipuolinen taiteenlaji, joka kehittänyt oman joustavan ilmaisukielensä. Hänen mukaansa ”sarjakuva taipuu uskomattoman moneen graafiseen muotoon, kertoo tarinansa useilla eri tavoilla ja käsittelee sujuvasti mitä tahansa asiaa tai aihetta.” Hänninen (2006b, 7) näkee, että viihteellisestä sarjakuvasta on viime vuosikymmeninä tullut elinvoimainen taiteen laji. Lisäksi sarjakuva hakee vielä rajojaan eikä kaikkia sarjakuvan mahdollisuuksia ole vielä käytetty.

## **2.1 Sarjakuva kuvataiteen ja kirjallisuuden välissä**

McCloud (1994, 17) vertaa sarjakuvia kirjallisuuteen ja kuvataiteeseen siten, että sarjakuva on yhdellä kertaa molempia eikä kumpaakaan vaan se on aivan oma kielensä. Kataiston (2004, 202) mukaan sarjakuva mielletään usein kirjallisuudeksi. Kuitenkin sarjakuva yhdistää omien sääntöjensä mukaan sekä kuvan että sanan. Se on samaan aikaan kuvataidetta ja kirjallisuutta.

Myös Pekka Kejonen on miettinyt sarjakuvan roolia kuvataiteen ja kirjallisuuden välissä. Hänen mukaansa sarjakuva on ”monien mielestä kuvataiteen ja kirjallisuuden äpärä”, mutta yhteys kumpaankaan ei tee sarjakuvasta niiden orjallista, latistettua jälkeläistä (Kejonen 1986, 93-94). Tajuamattomuus sarjakuvan kielestä on vaikeuttanut sarjakuvan ymmärtämistä. ”On analysoitu kuvaa, kuvataiteen lähtökohdista, on saivarreltu sanaa niin kirjallisesti. Mutta niiden yhteisvaikutukseen ja ennen muuta niiden suhteisiin on kiinnitetty liian vähän huomiota”. Kaikessa taiteessa on tärkeintä se



mikä ei kuulu. Sarjakuvan ”se jokin” eli näkymätön on vain aavistettavissa jännitteissä ruutujen välissä sekä kuvan ja sanan välissä. ”Niistä syntyy sarjakuva” (Kejonen 1986, 98.)

Sarjakuva on sanan ja kuvan montaasi, joten lukijan on käytettävä sekä visuaalisia että verbaalisia tulkintataitoja (Eisner 1990, 8). Sarjakuva toimii tekstin ja kuvan suhteilla ja kuvien keskinäisillä suhteilla. Sarjakuvassa on kiinnostavaa, mitä kahden vierekkäisen kuvan välissä on, mikä on siis sarjakuvan sisäinen liike ja dynamiikka. (Kaukoranta & Kempainen 1982, 17.)

Hännisen (1999, 9) mukaan nykysarjakuva on vapautunut hauskuuttamisen ja nuorille suunnatun seikkailun kahleista ja se lähestyy ennakkoluulottomasti kuvataidetta, elokuvaa ja kirjallisuutta: ”tyylien ja sisältöjen kirjo on runsas, mutta omaehtoinen: jokainen pukee kerrottavansa sille soveltuvaan visuaaliseen asuun. Valmiit muotit on rikottu, jotta uutta pääsisi syntymään.”

## **2.2 Sarjakuvan julkaisun historiaa**

Sarjakuvan esihistorian voidaan katsoa alkaneen jo luolamaalauksista ja varhaisista kuvakirjoituksista (mm. McCloud 1994, 10-15, Kaukoranta & Kempainen 1982, 19-25) ja sarjakuvan ilmaisukeinoja kuten puhekuplia on ollut jo keskiajalla eurooppalaisissa käsikirjoituksissa (Manninen 1995, 12). Myös Japanista löytyy vanhoja grafiikoita ja rullamaalauksia, joissa on mukana sarjakuvan perusideoita (Sarén 2006, 9).

Sarjakuvan synty ja kehitys kuitenkin kytketään sekä Euroopassa että Yhdysvalloissa sanomalehdistön kehitykseen (Herkman 1996, 13). Euroopassa aikaisemmin teknisesti valmiiksi kehittynyt sarjakuva ei ollut löytänyt tuotantoprosesseja, mutta löysi ne uudesta amerikkalaisesta sanomalehdistöstä. Sarjakuvan syntymävuotena on yleisesti pidetty vuotta 1896, jolloin Richard Outcaultin sarjakuvastrippi *The Yellow Kid*

ilmestyi ensimmäisen kerran sanomalehti *Worldissa* (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 15, Manninen 1995, 14). Sarja oli todella suosittu ja sai välittömästi jäljittelijöitä ja kilpailijoita muissa lehdissä, koska sen kaltaisen aineiston havaittiin kasvattavan lehden levikkiä. *Yellow Kid* on saanut ensimmäisen sarjakuvan tittelin siksi, että se oli lähtölaukaus sarjakuvien suosiolle. Tämä syntyulkinta korostaa sarjakuvan massaluonnetta, ja on siltä osin perustellusti kritisoitavissa. (Hänninen & Kemppinen 1994, 8.)

Sarjakuvia on kuitenkin julkaistu kirjamuodossa jo ainakin kaksi sataa vuotta (Gravett 2007, 8). McCloudin mukaan nykyaikaisen sarjakuvan isä on monella tapaa Rudolphe Töpffer, jonka kevyesti satiiriset pilapiirroukset käyttivät hyväkseen pilapiirroksia ja ruutujen rajoja ja esittivät ensimmäistä kertaa Euroopassa sanojen ja kuvien toisistaan riippuvaisen yhdistelmän (McCloud 1994, 17). Töpfferin sarjakuva *Monsieur Jabot* julkaistiin vuonna 1832. Muita varhaisia sarjakuvataiteilijoita oli Gustave Dore, joka julkaisi vuonna 1854 Pyhän Venäjän historia -nimisen 500 puupiirroksen sarjansa (Gravett 2007, 9, Manninen 1995, 13).

### **2.3 Sarjakuvan julkaisumuotojen kehityksestä**

Herkman (1998, 22) lainaa Randall P. Harrisonia ja Thomas Ingeä vuosilta 1981 ja 1990 ja määrittelee sarjakuvan julkaisumuodoiksi kertovat kuvasarjat, joita ovat seuraavat:

1. sarjakuvastrippi eli sanomalehdessä julkaistu sarjakuva (comic strip)
2. sarjakuvalehti (comic book)
3. sarjakuvaromaani (graphic novel) tai -novelli (graphic short story)

Strippi on sarjakuvan yksinkertaisin muoto ja se tyypillisesti ilmestyy sanomalehden arkinumerossa. Strippejä laajempia kokonaisuuksia ovat sanomalehtien sunnuntainumeroissa julkaistavat sekä aikakauslehtien yhden sivun pituiset sarjakuvat

(Manninen 1995, 33). Strippi yleensä koostuu kolmesta tai neljästä vaakasuoran ruudun rivistä. Sunnuntaisarjassa on usein kolme kuvariviä, joista ylimmäinen saatetaan tilan säästämiseksi jättää pois. (Kataisto 2004, 204.)

Yhdysvalloissa sarjakuvalehtien alkuna pidetään vuotta 1933, jolloin Max Gaines julkaisi uudelleen sanomalehdissä ilmestyneitä strippejä itsenäisinä julkaisuja (Lagerstedt 1991, 13 ; Wright 2000, 15-16 ; Weiner 2005, xiii). Eisnerin (1990, 7) mukaan julkaisuihin oli koottu lähinnä satunnaisia sanomalehtisarjakuvia. Sarjakuvalehdissä alettiin kuitenkin pian julkaista alkuperäisiä pojille suunnattuja seikkailu-, rikos- ja supersankarisarjakuvia ja sarjakuvalehdet levisivät pian myös ulkomaille (Herkman 1996, 16). Sarjakuvalehdestä tuli suosituin sarjakuvan julkaisumuoto vuonna 1938 (Manninen 1995, 16). Itsenäinen Aardvark–Vanaheim kustantamo 1980-luvun alussa kokosi julkaisemastaan Dave Simin Cerebus-sarjakuvasta kokoelmakirjan. Tapa julkaista jatkuvajuonisista sarjakuvalehdistä kokoelmateoksia levisi pian myös suurkustantamoihin ensin Amerikassa ja myöhemmin myös muualle. (Ruokosenmäki 2008, 14, 25.) 1980-luvulla alettiin myös koota vuosikymmeniä vanhoja sarjakuvalehtien tarinakokonaisuuksia kovakantisiksi kokoelmiksi (Perälä 1990, 5).

Yhtä sivua laajempia sarjakuvakokonaisuuksia voidaan nimittää sarjakuvanovelleiksi. Niitä julkaistaan tavallisimmin sarjakuvalehdissä ja niistä voidaan koota novellikokoelman tapainen sarjakuva-albumi (Manninen 1995, 34).

Euroopassa sarjakuva oli lähinnä lasten tavaraa harvoin poikkeuksin, kunnes Hergen *Tintti* alkoi ilmestymään vuonna 1929 eräässä katolilaisessa nuorisolehdessä (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 141). Sotien jälkeen alettiin julkaista vuonna 1946 *Spirou* ja vuonna 1959 *Pilote*-lehteä. Näistä lehdissä julkaistiin ensimmäisen kerran monia ranskalais-belgialaisia sarjakuvia, kuten Asterix, Niilo Pielinen ja Smurffit, joista suosituimpia julkaistiin uudelleen albumimuodossa (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 145). Tapa vakiintui Euroopassa jo 1950-luvulla (Herkman 1998, 105). A4-kokoinen ja 48-sivuinen kokoelma-albumi on eurooppalaisen sarjakuvan suuri oivallus. Se

mahdollisesti ”uutta etsivän piirrostyön, kunnollisen sivutaiton sekä värien käytön, mutta ennen muuta tarinoiden syvällisemmän kehittelyn” (Jokinen 2004, 27).

Varsinkin Ranska ja Belgia ovat tunnettuja sarjakuva-albumituotannoistaan. Aiemmin painoteknisistä syistä albumi oli tietyn mittainen, mutta nykyään sarjakuva-albumin pituudella ei ole ylärajaa (Manninen 1995, 34). Myöhemmin ranskalaiset kustantamot alkoivat julkaista integral-kokoelmia, jotka kokosivat useita albumeita vielä suuremmiksi kokonaisuuksiksi (Ruokosenmäki 2008, 25).

Varsinaista sarjakuvakirjaa ei ollut Yhdysvalloissa ennen vuotta 1978, jolloin julkaistiin Will Eisnerin *Talo Bronxissa*, jota pidetään ensimmäisenä sarjakuvaromaanina (Weiner 2007, 11, Gravett 2007, 9, 38). Graphic novel -termin keksi kuitenkin jo vuonna 1964 amerikkalainen sarjakuvakriitikko ja kustantaja Richard Kyle, joka halusi innostaa sarjakuvantekijöitä ja lukijoita kunnianhimoon ja hienostumiseen (Gravett 2007, 8). Termi yleistyi 1980-luvulla, jolloin sillä pyrittiin erottelemaan hieman kirjallisempi sarjakuvamuoto perinteisistä sarjakuvan muodoista (Manninen 1995, 11). Suomenkielinen vastine sanalle on sarjakuvaromaani, mutta se usein vastaa myös eurooppalaista sarjakuva-albumia (Manninen 1995, 11, 34 & Gravett 2007, 8).

Japanissa nykymuotoinen sarjakuva eli *manga* alkoi kehittyä toisen maailmansodan jälkeen. Sitä julkaistiin runsaasti sanoma- ja aikakausilehdissä, kunnes 1970-luvulla perustettiin ensimmäiset varsinaiset sarjakuvalehdet. Sarjakuvat yleensä julkaistaan ensin jatkosarjoina lehdessä ja suositut sarjat ilmestyvät myöhemmin kokoelma-albumeina. 1990-luvun puolivälissä sarjakuvan vuotuinen kokonaisymyynti oli 4,5 miljardia euroa, josta lehtien osuus oli 60% ja albumien 40%. (Sarén 2006, 10-15.)

Mangan mairhinnousu Yhdysvaltoihin tapahtui 1980-luvun lopulla, jolloin ”jokaisen itseään kunnioittavan kustantamon piti julkaista” sitä (Jerrman 1990, 63). Euroopassa 1990-luvun lopulla alkanut käänösmangan tulva on vallannut markkinoita paikalliselta sarjakuvatuotannolta. Esimerkiksi Saksassa perinteisen eurooppalaisen albumijulkaisujen määrä on vähentynyt, mutta ei kuitenkaan loppunut kokonaan.

Taidesarjakuvaan erikoistuneet kustantamot julkaisivat ahkerasti pieniä painoksia sekä saksalaista että käänkössarjakuvaa. (Jokinen 2006, 23.)

Sarjakuvan julkaisujen kirjo monipuolistui 1990-luvulla kaikkialla. Nykyään on hylätty vanhat kaavat ja tehdään kaiken kokoisia ja näköisiä sarjakuvia. Sarjakuva on usein myös esineenä tyylikäs ja huolella tehty paketti. (Jokinen 2004, 173.) Yhdysvalloissa uudet kustantajat kuten Top Shelf ja Viz julkaisevat yhä enemmän kokoelma-albumeita ja suoraan albumeiksi tehtyjä kertomuksia (Hänninen 2006a, 28). Myös Ranskassa kustantamot sarjakuvan tekijöiden omistaman L'Associationin johdolla ovat alkaneet rikkoa perinteisen 46-sivuisen värialbumin formaattia (Hänninen 2006c, 18-21). Tekijöiden oma kustannustoiminta on antanut heille mahdollisuuden tehdä haluamiaan sarjakuvia. Graafisen ja kerronnallisen kokeilun lisäksi tämä tarkoittaa vapautta sarjakuvien painoasun kanssa. (Jokinen 2004, 80-81.)

## **2.4 Sarjakuva Suomessa**

Ensimmäinen Suomessa julkaistu sarjakuva on Sanomia Turusta – sanomalehdessä 1857 julkaistu Rudolphe Töpfferin kertomus *Koipeliinin linnustus* (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 173). Sarjasta julkaistiin myös vuonna 1871 itsenäinen ja laajennettu kirjaversio, joka oli kuitenkin ladottu väärin, enemmänkin kuvitettua kirjaa muistuttavaan muotoon. (Kivitie 2007, 71.) Ensimmäinen suomalainen sarjakuvajulkaisu oli Minervan vuonna 1904 julkaisema *Amerikkalaisia kuvasarjoja* (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 173).

Suomessa sarjakuvia alkoi ilmestyä eri sanoma- ja aikakausilehdissä 1910-luvulta lähtien, ensimmäisenä Ilmari Vainion *Professori Itikaisen tutkimusretki* vuonna 1911. mukana Ola Folgelbergin ja Jalmari Finnen *Janne Ankanen*. Vuonna 1924 alkoi ilmestyä ensimmäinen säännöllisesti ilmestyvä sarjakuvajulkaisu Veli Giovannin

toimittama *Kalle Viksari* (Kaukoranta 1968, XVI, Kaukoranta & Kemppinen, 1982, 173.)

Fogelberg kehitti 1925 *Pekka Puupää* -sarjakuvan, joka ilmestyi kuusikuvaisena sarjakuvana viikoittain (Kaukoranta 1968, XVI). Sarjan parhaista paloista koottiin myös kokoelmakirjoja ,joista ensimmäinen vuonna 1943. Kirjoista otettiin suosionsa huipulla 1950-luvun alussa jopa 70 000 kappaleen painoksia. (Kaukoranta & Kemppinen, 1982, 175-177.) Kokoelmakirjoja tehtiin yhteensä 33 (Jokinen 2004, 159). Toinen suosittu kotimainen sarjakuvasankari oli Rymy-Eetu, joka alkoi seikkailla vuonna 1931 Kansan Kuvalehdessä. Vuonna 1938 Otava alkoi julkaista sarjasta kokoelma-albumeita (Kaukoranta & Kemppinen, 1982, 199).

Suomessa sarjakuvat ilmestyivät pääasiassa sanoma- tai aikakauslehtien mukana ja suosituimmista sarjoista julkaistiin kokoelma-albumeita, mutta vuonna 1949 alettiin julkaista kolmea eri sarjakuvalehteä, jotka olivat *Seikkailusta Seikkailuun*, *Seikkailusarja Buffalo Bill* sekä *Sarjakuvalehti*. Sarjakuvalehtien määrä nousi sen jälkeen nopeasti. Vuonna 1953 ilmestyi 10, vuonna 1957 21 ja vuonna 1961 35 lehteä. Sen jälkeen lehti olikin sarjakuvan yleisin julkaisumuoto 1970-luvulle asti. (Kaukoranta & Kemppinen, 1982, 205).

WSOY julkaisi vuosina 1961-1962 neljä kovakantista albumia *Tintti*-sarjakuvia. Niitä myytiin ainoastaan kirjakaupoissa, eivätkä ne myyneet kustantajan mielestä tarpeeksi, joten sarjan julkaisu lopetettiin. (Valta 2005, 5-9.) Menestyksekkäs sarjakuva-albumien julkaisu alkoi Suomessa 1960- ja 1970-lukujen taitteessa, jolloin markkinoille palasi Tintti – tällä kertaa Otavan julkaisemana - sekä muita ranskalais-belgialaisen sarjakuvan tunnetuimpia edustajia, kuten Asterix (Manninen 1995, 24). Sanoma Oy:n Tenavataskukirjojen ja Asterix-albumien suosion myötä alkoi sarjakuva-albumien tulva (Kaukoranta & Kemppinen 1978, 217). Ensimmäinen Tenavat-kokoelma julkaistiin vuonna 1968 ja aikaansa seuraava suurkustantaja Otava julkaisi 1970-luvun alussa myös aikuisille tarkoitettua sarjakuvaa ja kotimaista undergroundia. (Jokinen 2004, 185 & 216.)

Albumimarkkinoiden kehitys nosti myös sarjakuvan arvostusta. Syntyi käsite laatusarjakuva, jota myytiin kirjakaupoissa vastakohtana kioskikirjallisuudelle. Samaan aikaan ilmestyivät myös ensimmäiset aikuisten sarjakuvat, jolloin sarjakuvasta alkoi tulla salonkikelpoista. 1970-luvun alkua pidetään muutenkin sarjakuvan nousukautena: Suomen sarjakuvaseura perustettiin, sarjakuvanäyttelyitä järjestettiin taidemuseoissa, akateeminen tutkimus ja koulutus kiinnostuivat sarjakuvista sekä sarjakuvia alettiin arvostella päivälehdissä. (Heikkinen 1991, 31-32.)

1980-luvun alkupuolella suomalainen sarjakuva juuttui paikalleen. Pienet sarjakuvaseurat julkaisivat paljon huolimattomasti toimitettua sarjakuvaa, joka jäi suuren yleisön tietoisuuden ulkopuolelle (Hänninen 1999, 8-9). Toisaalta samalla kehittyi suuri joukko taitavia sarjakuvan tekijöitä (Pulkinen 1990, 3). Suuret kustantajat, joilla oli vanhoja menestysalbumeita tyytyivät niihin eivätkä juurikaan julkaisseet uutta (Jokinen 1989, 12-13; Pulkinen 1990, 4). Näihin aikoihin Suurkustantajien ensipainokset suosituista sarjakuvista olivat n. 35 000 – 40 000 kappaletta (Jokinen & Tolvanen 1981, 21).

1980-luvun lopussa Suomessa nousi esille eurooppalainen aikuisille suunnattu laatusarjakuva, joka pääsi yleiseen levitykseen kirjakauppoihin (Hänninen 1999, 8-9). Samalla syntyi useita pieniä, mutta voimakkaasti sarjakuvaan painostavia kustantamoita, joiden ansiosta Suomessa julkaistiin raikasta marginaalisarjakuvaa (Pulkinen 1991, 9). Suomeksi ilmestyi paljon ulkomaisia käännösalbumeita, jopa hyvin nopeasti alkuperäisen julkaisun jälkeen (Herkman 1998, 23-24 ; Jokinen 2004, 5, 80, 203). Tämä laatusarjakuvan monipuolinen vyöry työnsi lupaavatkin kotimaiset sarjakuvan tekijät marginaaleihin. (Hänninen 1999, 8-9).

Suomessa 1980-luvulla ja 1990-luvun alussa kertarysäyksellä julkaistujen eurooppalaisen ”laatusarjakuvan” varastot alkoivat loppua 1990-luvun puolivälin jälkeen. Albumien virta kuivui ja vähät käännösalbumit tehtiin ennestään tuttujen tekijöiden sarjoista. Tämä kustannuspolitiikka jätti kokonaisia sarjakuvan uusia

suuntauksia suomalaisten ulottumattomiin. (Herkman 1998, 23-24 ; Jokinen 2004, 5, 80 & 203.)

Laatusarjakuvan käänösalbumeiden vyöryn laantuminen avasi oven uudelle suomalaiselle sarjakuvalle, jonka tekijät olivat varttuneet lukien 80- ja 90-lukujen laatusarjakuvaa. Albumituotanto elpyi 1990-luvun lopulla huippulukemiin ja myyntiluvut nousivat ennennäkemättömiksi. Myös kotimainen strippisarjakuva nousi suosioon. (Herkman 1998, 23-24 ; Hänninen 1999, 8.)

Eräiden arvioiden mukaan 2000-luvulla saatetaan elää suomalaisen sarjakuvan kultakautta: Kotimaisesta sarjakuvasta on noussut monien tuntemia kestopuosikkeja, kuten *Viivi ja Wagner* sekä *B. Virtanen*. Lisäksi yhä useammat sarjakuvatekijät haluavat tehdä taiteellisesti kunnianhimoisia albumeita. Sarjakuvan tekijät ovat myös entistä ammattimaisempia. (Hänninen (2004, 7.)

Tällä hetkellä suomalainen sarjakuva ei ole umpiossa vaan on vilkkaassa vuorovaikutussuhteessa muuhun maailmaan. Kansainväliset vaikutteet ja innovaatiot otetaan nopeasti mukaan suomalaisten sarjakuvan tekijöiden omiin töihin. Suomalaisten tekijöiden sarjakuvakirjoja julkaistaan runsaasti ja suomalainen sarjakuva on esillä mittavilla näyttelyillä alan kansainvälisillä festivaaleilla. (Jokinen 2004, 173; Jokinen 2008, 91.)

## **2.5 Genre**

Tässä luvussa tutustumme genreen ja sen määrittelyihin ja merkityksiin kirjallisuudelle, elokuvalle ja tietysti erityisesti sarjakuvalle. Luvun lopussa tarkastellaan myös sarjakuvalle tyypillisten genrejen historiaa sekä sisällön että julkaisumuotojen osalta.



Varsinaisesti sarjakuvan genreä käsittelevää kirjallisuutta on vähän, mutta sarjakuvaa lähellä olevien kirjallisuuden ja elokuvan genreistä löytyy paljon kirjallisuutta. Nykyään viestintävälineiden ero on käymässä epäoleellisemmaksi, sillä genrekehys pysyy lukijan (tai yleisemmin vastaanottajan) kannalta samanlaisena, tuotettiinpa fiktiota kirjallisuutena, elokuvana, sarjakuvana tai tietokonepelinä. (Nieminen 1996, 40; *Modern Genre Theory* 2000, xiii.)

Genre on taiteen tai kirjallisuuden lajityyppi. Laajasti määritellen se on ryhmä teoksia, jotka on valittu vähintään yhden yhteisen piirteen perusteella. (Hypen, 2006, 49, Mäkinen 1990, 67.) Näitä piirteitä voivat olla esim. lajityypille ominaiset kerrontatavat, henkilöhahmot, juonirakenteet ja miljööt. Genreä voi siis pitää fiktiivisen aineiston lajina, kuten salapoliisikirjallisuus, rakkausromaanit tai western (Hypen, 2006, 49). Genre-termiä voidaan myös käyttää alentavasti, erottamaan populaarifiktio vakavammasta, korkeammasta fiktiosta (*Modern Genre Theory* 2000, xiii). Genret syntyvät usein muunnoksena tai jopa vastakohtana aiemmalle lajityypille. Myös genrejen yhdistelmät ovat mahdollisia. (Hosiaisuusluoma 2003, 998.)

Herkmanin mukaan genre on yksi populaarikulttuuria ratkaisevasti jäsentävistä tekijöistä. Luokittelemalla sarjakuvia eri lajityyppeihin pystytään määrittelemään niistä monia piirteitä samalla kertaa: on mahdollista erottaa erityyppisiä sarjakuvia toisistaan ja liittää samantyyppisiä sarjakuvia yhteen. Myös monet tyylin ominaisuuksista voidaan liittää genren viitekehykseen. (Herkman 1998, 184.)

Genre on kuitenkin tekstuaalisella tasolla ristiriitainen käsite ja on vaikeaa tai mahdotonta löytää sellaista tekstiä, joka täyttäisi genren kaikki piirteet. Lisäksi kaikki jotain lajityyppiä määrittävät piirteet ovat vaikea määrittää. Genrerajat ovat aina häilyviä. (Herkman 1998, 184-185.)

Genren voi katsoa toimivan eräänlaisena koodina kirjailijan ja lukijan välillä. Genreihin liittyvät vakiintuneet käytännöt eli konventiot, jotka voivat koskea niin aihetta kuin erilaisia muotoseikkoja ovat kirjallisuusinstituutiossa kaikkien tuntemaa yhteistä tietoa.

(Mäkinen 1990, 67.) Geneeriset konventiot helpottavat sarjakuvien tekemistä ja lukemista, koska juuri ne luovat siteen tekijöiden, tekstin ja lukijoiden välille (Herkman 1998, 185). Genre on samanaikaisesti sekä rakenne että kanava, jonka läpi ainekset virtaavat tuottajilta ohjaajille sekä teollisuudelta levittäjille, esittäjille, katsojille ja heidän ystävilleen (Altman 2002, 26). Genreä voidaan siis pitää ”sisäistettynä normina”, joka säätelee kirjailijan valintoja ja lukijan odotuksia. (Mäkinen 1990, 67.)

Altmanin mukaan elokuvan genretutkimus on monella tapaa suoraa jatkoa kirjallisuuden lajitutkimukselle (Altman 2002, 24). Hänen mukaansa samaan genreen kuuluvilla elokuvilla tulee olla yhteisiä attribuutteja ja Hollywoodin genre-elokuvilla on tiettyjä yhteisiä, essentiaalisia ominaisuuksia. Genre-elokuva käyttää samaa materiaalia aina uudelleen ja uudelleen sekä tekstin sisällä että intertekstuaalisesti. Genre-elokuvilla on toistava luonne, samat perustavaa laatua olevat konfliktit ratkaistaan samalla tavalla uudestaan ja uudestaan. Genre-elokuvat käyttävät runsaasti intertekstuaalisia viitteitä, esimerkiksi western kunnioittaa ja palauttaa mieleen westernin historiaa paljon enemmän kuin lännen historiaa (Altman 2002, 39-41).

Genresäännöt tai -konventiot ovat muuttuneet pitkälti leikiksi. Kirjailijat leikittelevät lajiluokituksilla, käyttävät erilaisia konventioita leikillisessä mielessä. Lisäksi koodin rikkominen on ollut aina mahdollista ja 1990-luvulla se on yleistä ja hyväksyttyä. Kirjailija voi aloittaa teoksensa tavalla, jonka mukaan se olisi sijoitettava johonkin perinteiseen genreen, mutta siirtyäkin sitten johonkin toiseen tyylilajiin, tai yrittää jotain aivan uudenlaista. Konventioiden rikkomisesta on tullut niin yleistä, että perinteisen konvention rikkomista on pidettävä joidenkin genrejen kohdalla pikemminkin sääntönä kuin poikkeuksena. (Mäkinen 1990, 68.) Genrekonventiot eivät sido tekijöitä lukijoiden tulkinnoista puhumattakaan (Herkman 1998, 185).

Mannisen (1995, 22) mukaan sarjakuvailmaisun taiteellistuminen on johtanut sarjakuvan lajityyppiin merkityksen laskemiseen. Kunnianhimoiset sarjakuvat käyttävät lajityypeille ominaisia merkkejä parodisesti ja enintään viittauksenomaisesti.

Nykykirjallisuuden ”leikiksi” muuttumisesta huolimatta lajisäännöistä ei ole vapauduttu, koska se merkitsisi kirjallisen tradition loppua. Lajimallit ovat aina lähtökohta ja lajien tuntemus edistää luovaa sääntöjen rikkomista. (Lyytikäinen 2006, 183.) Boyerin (1986, 16) mukaan sarjakuvan aihepiirit ovat laajenemassa: perinteiset lajityypit kuten lännen-, salapoliisi- tai agenttitarina eivät enää toimi itseriitteinä, vaan toimivat kulisseinä ja lähtökohtina varteenotettavammille teemoille.

Seuraavaksi tarkastellaan muutamaa sarjakuvalla keskeistä lajityyppiä. Nämä genret ovat huumori-, seikkailu-, rikos-, supersankari, kauhu-, underground-, alternative-, manga- ja fantasiasarjakuvat. Nämä genret ovat valittu koska ne ovat olleet merkittäviä lajityyppinä sarjakuvan historiallisen kehityksen kannalta, ne ovat jollakin tapaa erilaisia kuin muiden taidemuotojen vastaavat lajityypit tai koska niitä ei ole muissa lajityypeissä.

### **2.5.1 Huumori**

Sarjakuvan alkuaikoina sillä oli vain yksi tehtävä eli lukijoiden naurattaminen (Gifford 1984, 250). Rooli oli niin selvä, että se antoi nimen koko taidemuodolle: *comics* viittaa koomiseen. (Manninen 1995, 11). Suurin osa sanomalehtisarjakuvasta oli hauskaa 1930-luvulle asti (Benton 1993, 9). Harva sarjakuva pyrki realismiin ja ”piirtäjät yrittivät kehitellä hauskan näköisiä ukonkuvia ja punoa niiden ympärille hauskoja tarinanpätkiä.” Sarjakuva liikkui muutamassa aihepiirissä: perhesarjat, lapsisarjat, tyttösarjat sekä eläinsarjat. (Kaukoranta & Kemppinen 1982, 57.)

Laman jälkeen suuri osa aikuisista lukijoista siirtyi muiden genrejen pariin ja huumorisarjakuva jäi lapsilukijoille. Yksi suosituimmista oli Mikki Hiiri, joka alkoi seikkailla sanomalehtistripteissä vuonna 1930. Disney-hahmot siirtyivät myös sarjakuvalehtiin ja niitä alettiinkin 1930-luvun puolivälissä julkaista eri puolilla

maailmaa. Sarjat olivat etenkin Amerikassa lasten suosikkeja, mutta myöhemmin Euroopassa tajuttiin varsinkin Carl Barksin *Aku Ankka* -sarjakuvien monitasoisuus ja älykkyys. (Gifford 1984, 52-55 ; Gravett 2007, 132).

Huumorisarjakuva sisältää nykyään paljon muutakin kuin koko perheen kertomuksia. 1950-luvulla *Mad*-lehti parodioi sarjakuvia, elokuvia ja TV-ohjelmia. Sarja toimi esikuvana eurooppalaiselle huumorisarjakuvulle. 1980-luvulla sarjakuvaromaanin yleistyessä myös huumorisarjakuva siirtyi eteenpäin eläinsarjoista ja parodioista kohti täysipainoista tarinankerrontaa, jossa on tilaa käsitellä aiheitaan useasta näkökulmasta. (Gravett 2007, 134-135.)

## 2.5.2 Seikkailusarjakuva

Yksi perinteisimmistä sarjakuvalajeista on seikkailusarjakuva, joka syntyi suuren laman aikaan 1920- ja 1930-luvun taitteessa. Seikkailusarjat olivat piirretty realistisella tyylillä. Ne kertoivat selkeitä, huumorittomia tarinoita, joissa tasapainoiset päähenkilöt taistelivat ulkoista uhkaa vastaan väkivaltaisen toiminnan avulla eksoottisessa ympäristössä. Vaikka seikkailusarjat tavoittelivat uskottavuutta, niiden sankareiden fyysiset ja henkiset voimat eivät olleet järjellisessä suhteessa todellisuuteen. Seikkailut saattoivat myös tapahtua historiassa tai tulevaisuudessa. (Kaukoranta & Kempainen 1982, 67 ; Murtosaari 1996, 72-77.)

Alussa sanomalehdissä ilmestyneitä seikkailusarjakuvia ovat mm. *Buck Rogers*, Hal Fosterin *Prinssi Rohkea* ja Alex Raymondin *Flash Gordon*. (Kaukoranta & Kempainen 1982, 67 ; Murtosaari 1996, 72-77.) Ranskalais-belgialainen vastine amerikkalaiselle realistiselle seikkailusarjakuvulle oli humoristisen seikkailun lajityyppi, jonka tunnetuin

edustaja on lienee *Asterix*. Lajityyppissä yhdistetään seikkailujuoni ja humoristinen piirrostyylillä vitsikkäisiin juonenkäänteisiin. (Manninen 1995, 32.)

Sarjakuvan pirstaloituessa eri lajeiksi seikkailusarjakuvassa selkeästä hyvä-paha-asetelmasta on siirrytty päähenkilöiden sisäavaruuteen. Euroopan johtavissa sarjakuvamaissa realistisen tyylin seikkailusarjakuvan julkaisumäärät putosivat 1990-luvulla. (Murtosaari 1996, 72-77.)

### 2.5.3 Rikos

Rikossarjakuva syntyi Yhdysvalloissa vuonna 1931, kun Chester Gouldin *Dick Tracy* alkoi ilmestyä sanomalehtistriippinä. Sarjaa seurasi muita sankareita, kuten *Agentti X-9*. Suosituimmista etsiväsarjakuvakuvista alettiin koota sarjakuvalehtiä ja sarjakuvia alettiin myös tehdä suoraan lehtiformaattiin. Rikossarjakuvat olivat aikuisille suunnattua ja niillä olikin enemmän aikuislukijoita kuin millään muulla genrellä. Sarjakuvat sisälsivät (usein myös naisiin kohdistettua) graafista ja brutaalia väkivaltaa, ammuskelua ja kidutusta. Tarinat käsittelivät usein murhia, petoksia, ahneutta, himoa ja vihaa. Sarjojen pääosissa oli kuitenkin rikoksia vastaan taisteleva hahmo. (Benton 1993, 1-17 ; Wright 2000, 138-157 ; Gravett 2007, 114.)

Rikossarjakuva jäi 1930-luvun lopulla suosioissa supersankareiden varjoon. Vuonna 1942 ilmestyivät ensimmäiset rikossarjakuvat, joissa päähenkilö oli rikollinen. Rikolliset jäivät yhä lopussa kiinni, mutta uusi näkökulma kuitenkin nosti rikostarinat toisen maailmansodan jälkeen myydyimmäksi genreksi ohi supersankareiden. Rikossarjakuvan huippuvuodet olivat 1947-1954 ja tuotanto Yhdysvalloissa loppui vuonna 1954 sarjakuva-alan yrittäjien itsesensuurisopimuksen *Comics Code* astuessa voimaan. (Kaukoranta & Kempainen 1982, 107; Benton 1993, 1-25.)

Euroopassa rikossarjakuva jatkoi elämäänsä. Sitä julkaistiin sekä ranskalais-belgialaisen sarjakuva-albumin formaatissa sekä brittiläisten ja italialaisten taskukirjana. Amerikassa rikossarjakuvaa julkaistiin lähinnä omakustanteina tai mustavalkoisina julkaisuna, kunnes Frank Millerin *Sin City* vuonna 1992 aloitti amerikkalaisen rikossarjakuvan renessanssin. Nykyisin sarjakuvassa esiintyy rikoskirjallisuuden koko kirjo: satiiria, syyllisyyden tunteita, inhimillisiä heikkouksia salaliittoteorioita ja yrityksiä haastaa koko genren mielekkyys. (Gravett 2007, 114-117.)

#### **2.5.4 Supersankarisarjakuva**

Supersankarisarjakuvan juuret ovat pulp-lehtien ylivertaisissa sankareissa ja genre yhdistääkin piirteitä perinteisestä seikkailukirjallisuudesta, uudemmasta jännityskirjallisuudesta ja tieteiskirjallisuudesta. Yleisesti ottaen supersankarilla tarkoitetaan hahmoa, joka taistelee pahuutta vastaan yliluonnollisilla voimillaan tai käyttää niitä ihmisten hyväksi, yleensä naamioituneena. Ensimmäinen supersankari oli Jerry Siegelin ja Joe Shusterin Teräsmies, joka ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1938. (Lagerstedt 1991, 10-16; Sinisalo 2006, 36.)

Supersankarisarjakuva on hallinnut amerikkalaista sarjakuvakulttuuria 1950-luvun puolivälistä lähtien, jolloin itsesensuurijärjestelmä Comics Code tuhosi rikos- ja kauhugenret sekä rampautti kaikki muut, jolloin lapsille suunnattu ja naiivin moraalinen supersankarisarjakuva nousi hallitsevaan asemaan. 1960-luvulta 1990-luvulle asti supersankarisarjakuva oli miltei synonyymi kaupalliselle sarjakuvulle. 1980-luvulta lähtien alettiin tehdä yhä enemmän aikuisille suunnattua supersankarisarjakuvaa. Yhä useammin myös sarjakuvien hahmot olivat väkivaltaisista antisankareita. (Jerrman 1996 11 ; Sinisalo 2006, 36-40.)

1980-luvulla supersankarisarjakuvaa uudistivat myös pienkustantamot, jotka samalla pakottivat suuret kustantamot Marvelin ja DC Comicsin tarkastamaan omaa riskejä kaihtavaa julkaisupolitiikkaansa (Perälä 1990, 5). Parhaimmillaan 1990-luvun alussa supersankarisarjakuva hallitsi Amerikan sarjakuvalehtimarkkinoita jopa niin selvästi, että suurimmalla supersankarikustantamolla Marvelilla oli miltei 45 prosentin markkinaosuus. (Heiskanen 1993, 2-3.) Mutta vuosikymmenen aikana supersankarisarjakuva romahti kaupallisesti ja nykyään siitä on tullut vanhenevan ja kutistuvan fanijoukon genre (Sinisalo 2006, 40).

### **2.5.5 Kahu**

Kauhukertomus on tarina, jossa kuvataan pelottavia ja järkyttäviä tapahtumia tarkoituksena luoda kauhun ilmapiiri. Kauhukirjallisuus omana lajina muodostui 1700-luvun lopulla ensin Englannissa goottilaisen romaanina. Kauhutarinoissa on usein hirviöitä, jotka usein ovat rajatilan ilmiöitä, kuten eläviä kuolleita tai vampyyreja. (Hosiasluoma 2003, 402-403.)

Yhdysvalloissa kauhusarjakuva syntyi 1940-luvun lopussa, mutta nousi suosioon vasta 1950-luvun alussa, kun EC Comics -yhtiö alkoi julkaista kauhusarjakuvalehtiä. Huippuaikoina 1951-1954 maassa julkaistiin yli 50 kauhulehteä, joita myytiin yli neljä kertaa enemmän kuin supersankarisarjakuvia. Tyypillisen kauhusarjakuvan kuvitus oli graafisen väkivaltaista, mutta tarinoissa oli moraalinen kannanotto: paha sai lopussa palkkansa. Sarjoissa oli miltei aina yliluonnollinen elementti, mutta juoneen usein liittyi petollisia ihmisiä ja murhia. Joskus mukana oli myös sosiaalisten epäkohtien käsittelyä tai huonosti peiteltyä seksuaalista perversioita. Kauhusarjakuvat kärsivät 1950-luvulla Comics Code -määräyksien astuessa voimaan ja genren seuraava nousukausi olikin

vasta 1970-luvun alussa, kun Comics Coden määräyksiä höllennettiin. 1970-luvun kauhusarjat olivat kesympiä kuin 1950-luvulla ja niissä jännite syntyi hirviöiden, kuten vampyyrien, haamujen ja ihmissusien kautta ja ne olivatkin usein tarinoiden päähenkilöitä. (Benton 1991, 7-75 ; Wright 2000, 174-201; Gravett 2007, 104.)

Japanissa aikuisten kauhusarjakuvaa julkaistiin 1960-luvulla, mutta länsimaissa uusi aikuisempi kauhusarjakuva-aalto alkoi 1980-luvun puolivälissä, kun Alan Mooren *Swamp Thing* -sarjaa alettiin julkaista. 1990-luvulle tultaessa kauhusarjakuvat liikkuivat lähellä ihmisten arkea usein käsitellen ihmisen sisäistä kauhua. 2000-luvun sarjakuvassa on tilaa kaikille kauhun alagenreille goottihenkisestä synkistelystä ultraväkivaltaiseen splatteriin. (Benton 1991, 79-82; Gravett 2007, 104-105.)

## 2.5.6 Underground

Underground syntyi Yhdysvalloissa 1960-luvun alkupuolella vastareaktiona sarjakuvan Comics Code -itsesensuurimääräyksille. Säännöt kielsivät seksiin, väkivaltaan, huumeisiin ja sosiaaliseen todellisuuteen liittyvät aihepiirit, joten pien- ja omakustantajat julkaisivat koodin ulkopuolella sarjakuvia, jotka keskittyivät lähinnä juuri näihin aiheisiin. (Sabin 1993, 158-161; Sabin 1996, 92.) Arffmanin (2004, 383) mukaan underground-sarjakuvat kehittyivät omaksi lehdistömuodokseen vuonna 1967 ja hiipuivat uudelle vuosikymmenelle tultaessa.

Undergroundiin kuuluvat sarjakuvat ovat yleensä mustavalkoisia, niissä käytetään runsaasti viivavarjostuksia, hahmot ovat groteskeja ja sanasto vilisee kiro sanoja ja rivouksia. Käsiteltävät aiheet liittyvät yleensä seksiin, huumeisiin, nuorisokulttuuriin ja -musiikkiin. (Herkman 1998, 184.) Underground näkyi paitsi sarjakuvien sisällöissä myös piirrostyleissä. Monien tunnetuimpien underground-piirtäjien tavat tehdä



sarjakuvaa muistuttavat toisiaan siinä määrin, että voidaan puhua myös jonkinlaisesta underground-tyylistä. (Herkman 1998, 183.)

### **2.5.7 Alternative**

1980- ja 1990-luvulla Pohjois-Amerikassa syntyi alternative- eli vaihtoehtosarjakuva. Sabinin (1996) mukaan on kuitenkin hankalaa tehdä yleistyksiä alternative-sarjakuvista, koska niissä käsiteltiin laajaa kirjoa erilaisia aikuisille suunnattuja aihealueita kuten genre-fiktiot, omaelämäkerta ja politiikka. Alternative-sarjakuvat ovat kaikkea mitä mainstream-sarjakuva ei ole. (Sabin 1996, 177.) Omaelämäkerrallinen sarjakuva on kuitenkin keskeinen genre alternative-sarjakuvissa (Hatfield 2005, x).

Underground-sarjakuva oli selvä esimerkki alternativelle, mutta lajityyppi on vähemmän riippuvainen undergroundille tyypillisestä tabujen rikkomisesta. Sen tekijöillä oli mieltävämpi asenne sarjakuvaa kohtaan taidemuotona ja kunnianhimoisempi asenne sen kerronnallisten mahdollisuuksien laajentamisen suhteen. (Hatfield 2005, x).

Alternative-sarjakuvan kustantajat erosivat perinteisistä mainstream-kustantamoista, joten 1980-luvulla tapahtui myös itsenäisten sarjakuvakustantamoiden määrän räjähdysmäinen kasvu. Tunnettuja alternative-kustantajia ovat Fantagraphics, Drawn & Quarterly ja Raw Books (Sabin 1996, 178). Myös Euroopassa syntyi 1990-luvulla useita uusia sarjakuvan pienkustantamoita, tunnetuinpana ranskalainen kustantamo L'Association, joiden tuotannossa on samoja piirteitä amerikkalaisen ja kanadalaisen alternativen kanssa. Tämä siitä huolimatta, että kustantamon johtajan mielestä L'Association edustaa tyyliltään avant garde (Beaty 2007, 241-245).

### 2.5.8 Manga

Karkesti ottaen manga on Japanin koko sarjakuvatuotanto, joka kattaa kaikki genret ja tyylit. Ei siis ole varsinaista sarjakuvan genreä tai tyyliä nimeltä ”manga”, vaan sillä tarkoitetaan juuri sarjakuvan alkuperämaata. (Thompson 2007, xi; Gravett 2005, 8.) Mangan ominaispiirteet erottavat sen kuitenkin tyypillisestä länsimaisesta sarjakuvasta. Poikkeuksia toki löytyy molempiin suuntiin. Japanilaisen sarjakuvan tunnistaa japanilaiseksi juuri graafisesta ilmeestään huolimatta piirtäjien persoonallisesta tyylistä. Mangalle on hyvin tyypillistä jopa tuhansia sivuja pitkät jatkuvajuoniset tarinat. (Sarén 2006, 15-16.) Manga-sarjakuvat ovat yleensä kantta ja muutamaa sisäsivua lukuun ottamatta mustavalkoista (Schodt 1996, 26).

Manga jakautuu eri lajityyppeihin. *Kodomo manga* on pienille lapsille suunnattua sarjakuvaa, jonka piirrostyle on yksinkertaistettua ja tarinat humoristisia. Suosituin laji on kouluikäisille pojille suunnattu *shonen manga*, jota on noin 40% kaikesta mangasta. Lajille on tyypillistä liioitteleva, karrikoiva piirrostyle ja tarinat ovat kepeää toimintaseikkailua. Tyttöjen sarjakuva on *shojo manga*, joka keskittyy hahmojen tunteisiin ja sielunelämään. Kuvitus on koristeellista ja sommittelu vapaata. Aikuisten sarjakuva on nimeltään *gegika*. Se on japanilaisesta sarjakuvasta lähimpänä länsimaita sarjakuvaa, koska kuvitus on realistista ja se käyttää vain vähän tehokeinoja. *Gegika* käsittelee usein politiikkaa, liike-elämää tai historiallisia aiheita. Aikuisten naisten sarjakuva on *redizu manga*. Näiden lajityyppien ja suosituksen strippisarjakuvan lisäksi japanissa julkaistaan myös epäkaupallista sarjakuvaa, joka kuitenkin jää tunnettuudessaan kaupallisten tuotosten jalkoihin. (Sarén 2006, 11-14.)

### 2.5.9 Fantasia

Johanna Sinisalon (2004, 11-13) mukaan fantasia on lajityyppi, jonka aiheet ja teemat ovat peräisin arkitodellisuuden ulkopuolelta: ”teos voi sijoittua esimerkiksi kokonaan

kuvitteelliseen maailmaan tai vielä tapahtumattomaan aikaan, tai omamme kaltaisessa maailmassa esiintyy ilmiöitä, jotka poikkeavat rationaalisesta, tieteen esittämästä maailmankuvasta.” Fantasia ei ole uusi keksintö, sillä kirjallisuudessa ennen 1800-luvulla alkanutta realismia valtaosa tarinoista perustui fabulointiin, myyttiin ja mystiikkaan.

Fantasia lajityyppinä on jaettavissa useisiin alalajeihin, joista science fiction eli tieteiskertomukset ovat helpommin rajattavissa. Tunnetuin fantasian lajityyppi on Tolkienin kirjojen hengessä liikkuva *high fantasy*, jonka materiaalina toimivat sadut ja kansanperinteet. Usein fantasian ajatellaan käsittävän vain tämän aligenren. (Sinisalo (2004, 11-18.) Yksi sarjakuvassa yleinen fantasian aligenre on miekka ja magia, jossa Fritz Leiberin mukaan puolialastomat miehet taistelevat lyömäasein yliluonnollisia voimia vastaan. Lajityypin tunnetuin edustaja on *Conan Barbaari*, joka alkoi ilmestyä sarjakuvalehtenä vuonna 1970. (Gifford 1984, 240.)

## 3 SUOMEN KIRJA-ALASTA

Kirjoja on tehty käsin tuhansia vuosia ja teollisesti yli 500 vuotta, mutta ammattimainen kirjan kustantaminen tuli mahdolliseksi Suomessa vasta 1800-luvun lopulla. Tällöin riittävän laaja ja ostokyykyinen lukijakunta sekä yleisen tavoittamiseen tarvittava tuotanto- ja jakelutekniikka kehittyivät riittävälle tasolle. Varhaiset suomalaiset kustantajat olivat kustannusalan moniosaajia, jotka hoitivat kaikkia työtehtäviä kustantamoissaan. Kustannustoimittaja eli editori, jonka tehtävä on tukea kirjailijoita toimituksellisesti, on ammatti, joka on peräisin samalta ajalta. Nykyisin Suomessa kustannustoimittaja on harvinainen ammatti, heitä on maassamme vain noin 600. (Arrakoski 2004, 27-31.) Kustannusalalle ei missään Suomessa anneta koulutusta ja tiedot ja taidot on hankittava ammatissa, virheitä tekemällä ja kokemusta hankkimalla (Hellemann 1999, 9).

### 3.1 Kustantajan merkitys

Kustantajaa voidaan pitää kirjallisuustuotannon ensimmäisenä ja tärkeimpänä portinvartijana. Kun kirja julkaistaan, käsikirjoitus tulee osaksi kulttuurista yhteisomaisuutta (Niemi 1991, 85). Kirjallisuuspoliittisesti kustantajan tärkein funktio on julkaistavien teosten valikointi, joten kustantaja on vallankäyttäjä kulttuurin alueella. Kustantajat päättävät siitä, mitä julkisuudessa yleensä edes kutsutaan kirjallisuudeksi; julkaisematon kirjallisuus ei ole ”oikeaa” kirjallisuutta. Paitsi tekemiensä valintojen avulla myös markkinointiponnistuksiaan suuntaamalla pystyy kustantaja vaikuttamaan siihen, mitä luetaan. (Rasilainen 1989, 17; Niemi 1991, 85; Kirja 2010 2001, 31; Haanpää 2004, 47-48; Makkonen 2004, 20.) Kustannuspäätöksen takana on kustantajan linja, joka muodostuu niistä kirjoista, joita kustantaja on aikaisemmin julkaissut ja minkälaisiin kirjoihin kustantaja henkisesti on sitoutunut (Rauvola 2008, 225).

Kustantaja ei voi rahalla ostaa julkaisulinjaa, vaan profiili on itse rakennettava (Hellemann 1999, 11).

Kustannusyhtiöllä on kaksijakoinen rooli liikeyrityksenä ja kulttuuriorganisaationa, pörssinä ja katedraalina (Rasilainen 1989, 29; Niemi 1991, 91; Makkonen 2004, 13, Häggman 2008, 84). Kustantajalla tulee olla käsitys kirjan paikasta vastaavanlaisen kirjallisuuden joukosta. Hänen tulee tuntea kirjallisuuden tarve ja markkinat sekä näiden yhteensovittaminen (Makkonen 2004, 19). Kustantajat eivät pyri pelkästään keräämään taloudellista vaan myös kulttuurista pääomaa. Usein kustantajat ottavat julkaistavakseen teoksia joiden tappiollisuudesta he ovat varmoja, mikäli kirjaidea vaikuttaa kustantajasta merkittävältä tai vain kustantajan profiiliin sopivalta. (Rasilainen 1989, 18; Rauvola 2008, 225.) Brunilan ja Uusitalon (1989, 27) mukaan kustantajat kilpailevat keskenään, eivät ainoastaan ostajista, vaan myös hyvistä kirjailijoista, jotka kasvattavat kustantajan symbolista ”kulttuuripääomaa”.

### ***3.2 Pienkustantamoista ja yleiskustantamoista***

Kirja 2010 käsittelee Suomen kustannusalaa vuonna 2000. Sen mukaan suurimman kustantajan markkinaosuus oli 40 %, viiden suurimman yhteensä 75% ja kahdeksan suurimman noin 80%. Kaikenlaista kirjallisuutta kustantavia yleiskustantamoita ovat oikeastaan vain Otava, Tammi ja WSOY. Gummerus kustantaa monipuolisesti yleistä kirjallisuutta, mutta ei oppikirjoja. Muut kustantajat ovat erikoistuneet tavalla tai toisella (Kirja 2010, 2001, 70-72). Yleiskustantamisella tarkoitetaan suurelle yleisölle tarkoitettua, muun kuin oppikirjojen, ammattimaista kustantamista (Kirja 2010, 2001, 72).

Suomen Kustannusyhdistys perustettiin vuonna 1858 ja siinä oli 19 perustajajäsentä ja jäsenmäärä vaihteli pitkään 20 ja 30 välillä. 1960-luvulla jäsenmäärä nousi yli 30:n ja 80-luvulla ylitettiin 50 jäsenen määrä. Vuonna 1999 jäseniä oli 87 (Stockmann,

Bengtsson, Repo 2000, 21-22). Parin viime vuosikymmenen aikana on Suomeen syntynyt joukko pieniä kustantajia, eikä ole syytä epäillä, etteikö niitä syntyisi edelleenkin (Kirja 2010, 2001, 72).

Brunilan ja Uusitalon (1989) mukaan 1970- ja 1980-luvulla kirjankustannusalalla on vahva dualistinen rakenne. Yleiskustantamot ovat suuria ja niiden yhteinen markkinaosuus kattaa melkein koko kirjamarkkinat. Ne kustantavat kirjoja kaikille markkinointisegmenteille. Pienkustantamoita on paljon ja ne ovat pitkälle erikoistuneita. Pienkustantamoiden julkaisut ovat keskimäärin halvempia kuin suurien kustantamoiden. (Brunila & Uusitalo 1989, 85–90.) Heikkisen (1991, 33-34) mukaan pienkustantajaksi pääsee helposti, mutta sieltä yleiskustantajaksi siirtyminen on vaikeaa.

Halttunen (1995) on tutkinut pienkustantajia ja hänen mukaansa pienkustantajat voidaan erottaa määrällisin kriteerein, jolloin valinta tehtäisiin esim. henkilökunnan määrän, julkaistujen nimekkeiden tai liikevaihdon perusteella. Tärkeä pienkustantajan kriteeri on, että kustantajat ovat erikoistuneet jonkin tai joidenkin aihealueiden kirjallisuuteen. (Halttunen 1995, 11.) Pienkustantamistaei voida tarkasti määritellä liikevaihdon tai julkaistavien nimekkeiden perusteella, vaan sillä ”tarkoitetaan pienimuotoista, mutta säännöllistä toimintaa. Kustantaja julkaisee vuosittain muutamia, muitakin kuin itse kirjoittamiaan kirjoja” (Kirja 2010, 2001, 87).

Pienkustantajilla on tärkeä osa kirjallisuudessa. Hyvä kirjallisuus jatkaa ja uudistaa kaanonin eli sellaisten kirjojen kokoelmaa jotka koetaan pyhinä, kulttiesineinä. Näiden kustantajista monet ovat (olleet) pieniä. Merkittäviksi osoittautuvat kirjat tulevat usein periferiasta ja ilmestyvät pieninä painoksina. Sellaiseen yleensä pystyvät vain ”pienkustantajat” (Mäkelä, 2001, 50.)

Mäkelän (2001, 50) mukaan kaikki kustantajat ovat olleen alun perin pienkustantajia, mutta sellaiseksi jääminen ei ole järkevä tavoite: ”Pienkustantajasta tulee pian suuri kustantaja tai entinen kustantaja”. Toisaalta Mäkelä näkee, että kustantamo voi olla suuri jos se julkaisee oikeanlaisia kirjoja.

### **3.3 Sarjakuvan kustantamisesta**

Kustantajien sarjakuvakustannuspolitiikkaa ja -kustannustoimittajia tai pikemminkin niiden puutetta on käsitelty kirjallisuudessa verrattain vähän. Suurimmissakin kustantamoissa sarjakuvien julkaisuista on yleensä vastannut vain yksi ihminen, josta riippuen sarjoja on julkaistu. Suomessa ei siis käytännössä ole ollut sarjakuvan kustannuspolitiikkaa lainkaan. Myös päätoiminen sarjakuvan kustannustoimittaja on erittäin harvinainen Suomessa. (Kataisto 2004, 205.) Asiasta käytiin keskustelua 1990-luvun alussa, jolloin kustannusvirkailijoita moitittiin haluttomuudesta neuvoa sarjakuvantekijöitä, vaikka kustannustoimittaminen on tiedetty tarpeelliseksi (Hänninen 1992, 21). Forss (2007, 18-19) kertoo kuinka Kari Puikkonen vastasi yksin Like-kustantamon alkuaikojen sarjakuvatuotannosta valitsemalla ja toimittamalla julkaisut sekä suunnittelemalla julkaisujen kannet.

Myös sarjakuvan alalla kustantaja päättää mikä on ”oikeaa” sarjakuvaa. Monien sarjakuvantekijöiden mielestä vasta julkaistu sarjakuva on oikea sarjakuva. ”Julkaistu sarjakuva edustaa samaa kuin gallerianäyttely maalarille, kertoo sarjakuvantekijä Marko Turunen. (Jokinen 2008, 89.)

Suomen pienet markkinat ovat myös johtaneet siihen, että varsinkin värisarjakuvia on painettu yhteispainatuksina kansainvälisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Suurempia painoksia ottaneet yleensä pohjoismaiset yhteistyökumppanit ovat usein tehneet viimeiset päätökset julkaistavista sarjakuvista. (Jokinen & Tolvanen 1981, 24-26 ; Jerrman 1989, 24-27 )

Myös sarjakuva-albumien kustantajista erottuu suppea suurten kustantajien ryhmä ja sekalainen joukko pienkustantajia (Heikkinen 1991, 33-34). Sarjakuville on vakiintunut omat kustantajansa, jotka usein ovat muita kuin suuria kirjankustantamoita. Tämän lisäksi erityyppisellä sarjakuvalla on myös omat erikoistuneet kustannusyhtiönsä. Kustantaja liittyy läheisesti sarjakuvan sisältöihin ja tyyliin. Lukijat saattavat tehdä ostopäätöksiä kustantajan perusteella, esimerkiksi amerikkalaisilla

supersankarikustantamoilla DC Comicsilla ja Marvelilla on oma vannoutunut lukijakuntansa. (Herkman 1998, 182.)

Sarjakuville on kustannuspolitiikan myötä vakiintunut erilaisia levityskanavia. Tilausmyynti, kioskit, ruokakaupat, kirjakaupat, sarjakuvien erikoisliikkeet, erilaiset messut jne. levittävät itselleen tyypillisiä sarjakuvia. Näihin levityskanaviin liittyy odotuksia siitä, että tietyn tyyppiset sarjakuvat leviävät itselleen ominaisia reittejä. (Herkman 1998, 182.)

1980-luvulle asti sarjakuvalla oli melko yhtenäinen yleisö, jota yhdisti samat suosikit. Lukijakunta on sittemmin pirstaloitunut useisiin ryhmiin, joilla kullakin on oma makunsa ja lähtökohtansa sarjakuvaan. (Murtosaari 1996, 72 ; Jokinen 2004, 173.) Tämä näkyy pienkustantamojen nousuna ja kokeellisten teosten määrän kasvuna (Jokinen 2004, 173).

Herkmanin (1998, 23) mukaan parin viime vuosikymmenen aikana pienkustantamot ovat rynnineet vahvasti sarjakuvamarkkinoille. Eniten ja laajalevikkisimpiä albumeja julkaisevat edelleen suuret sarjakuvakustantamot, mutta pienkustantamoiden osuus - ainakin julkaistujen nimekkeiden lukumäärässä - on jatkuvasti kasvanut.

### **3.4 Sarjakuvan myynti**

Heikkisen (1991, 115) mukaan sarjakuvilla on Suomessa laaja lukijakunta. 1980-luvun lopulla sarjakuva-albumeita myytiin 2,5-3 miljoonaa kappaletta, kun muuta kaunokirjallisuutta myytiin noin 6 miljoonaa kappaletta vuodessa. Omassa sarjassaan painii Aku Ankan taskukirjat, jotka ovat säännöllisesti kolmen eniten myydyin kirjain joukossa.



Suomen Kustannusyhdystys on alkanut tilastoida sarjakuvien myyntiä vasta vuodesta 2007 lähtien. Heidän tilastoissaan ovat mukana kaikki sarjakuvat sisältäen sekä kotimaiset että käännetyt aikuisten, lasten ja nuorten sarjakuvat. Vuonna 2007 Suomessa julkaistiin 178 eri sarjakuvanimekettä. Sarjakuvien arvolisäveroton nettomyynti oli yhteensä 11,5 miljoonaa euroa, mikä oli hieman alle viisi prosenttia koko kirja-alan kokonaismyynnistä. (Kirjojen myynti Suomessa 2009.)

Suomen Kustannusyhdistyksen vuosien 2007 ja 2008 bestseller-listoja hallitsevat käänössarjakuvien osalta Sanoma Magazinesin julkaisemat *Aku Ankan taskukirjat*. Enimmillään ne ovat yltäneet yli 100 000 kappaleen myyntilukuihin. (Vuoden 2008 myydyimmät kirjat.)

Vuonna 2007 kotimaisten sarjakuvien myydyin on Arktisen Banaanin julkaisema Juban *Viivi ja Wagner* -albumi, jota on myyty liki 30 000 kappaletta. Milla Paloniemen *Kiroileva siili* on listalla toisena yli 28 000 kappaleen myynnillä. Muut sarjakuvat listalla ovat jääneet alle 10 000 kappaleen myynteihin. Molempina vuosina listalle on päästy 1300 kappaleen myynnillä. Vuonna 2008 listan kärjessä jatkavat samat nimet. *Viiviä ja Wagneria* on myyty 23000 ja *Kiroilevan siilin* toista albumia liki 20000 kappaletta. Miltei samoihin lukuihin yltää myös Pertti Jarlan *Fingerpori*-kokoelma. (Vuoden 2007 myydyimmät kirjat ; Vuoden 2008 myydyimmät kirjat.)

### **3.5 Tutkimuksia ja tilastoja sarjakuvajulkaisuista**

Tutkielman tässä osassa kootaan yhteen mitä muut tutkijat ja kirjailijat ovat tutkineet Suomen sarjakuvajulkaisuista, -markkinoista ja -kustantamoista. Tarkoituksena on saada tietoa tutkittavien vuosien ulkopuolisesta ajasta ja rakentaa yleistä kuvaa sarjakuvakirjasta Suomessa.

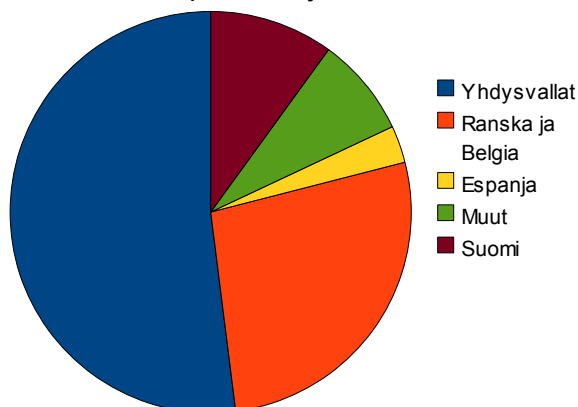
Kaukorannan (1997) sarjakuvabibliografia listaa suomalaiset sarjakuvajulkaisut vuosilta 1904-1976. Vuosien 1904 ja 1966 välissä sarjakuvajulkaisuja on noin 300 nimekettä. Seuraavan kymmenvuotiskauden aikana julkaisuja on ilmestynyt 500 kappaletta. Kaukoranta ja Kemppinen (1982, 217) kertovat, että vuonna 1966 Suomessa ilmestyi 24 sarjakuvalehteä ja 5 sarjakuva-albumia

Merja Heikkinen (1991, 34-35) on tutkinut Suomen sarjakuvamarkkinoita. Sarjakuvalehtien ja sanomalehtisarjakuvan lisäksi hän on tutkinut sarjakuva-albumien kustantajia, painosmäärää, hintaa ja alkuperämaata. Albumiksi Heikkinen määrittelee kaikki sarjakuvajulkaisut, jotka eivät ole lehtiä (Heikkinen 1991, 30). Hän vertailee tutkimuksessaan vuoden 1982 julkaisuja vuoden 1988 ja 1989 julkaisuihin. Sarjakuvakustantajista erottuu varsin suppea suurten kustantajien ryhmä samoin lukuisa ja vaihtuva joukko pienkustantajia. Vuonna 1982 kustantajia oli kaikkiaan 20, joista yhdeksällä oli markkinoilla useampi kuin yksi albumi. Vuonna 1989 kustantajia oli 21, joista neljällätoista useampi kuin yksi julkaisu. Semic julkaisi molempina vuosina eniten niteitä.

Vuoden 1982 albumikartoituksessa oli mukana 73 albumia tai albumisarjaa, joista kotimaisia oli 15%. Vuonna 1989 kotimaisia albumeita oli 25% (Heikkinen 1991, 42). Tässä Heikkinen laskee useita niteitä sisältävän albumisarjan yhdeksi albumiksi (Heikkinen 1991, 32).

Vuosina 1988-89 on kokonaisuudessaan julkaistu 330 albumia, joiden alkuperämaa on koottu kuvioon 1.

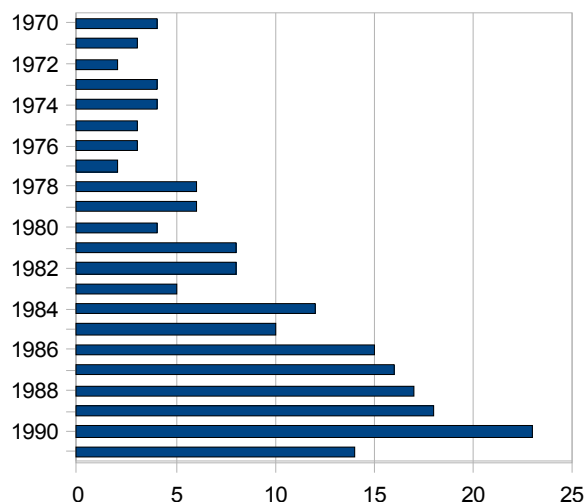
1988-1989 julkaistut sarjakuva-albumit  
Alkuperäinen julkaisumaa



*Kuvio 1. Suomessa vuosina 1988-1989 julkaistujen sarjakuva-albumien alkuperäinen julkaisumaa. (Heikkinen 1991, 43)*

Julkaistuista albumeista kotimaisia on 10%. Suurin alkuperäinen julkaisumaa on Yhdysvallat 52%:lla. Taulukon ”Muut” sisältää sarjakuvia Italiasta, Englannista, Ruotsista ja Tanskasta. Kotimaisista albumeista 82% ilmestyi pieniltä, vain yhdestä kolmeen nimikettä vuodessa julkaisevilta sarjakuvakustantajilta. (Heikkinen 1991, 43.)

Suomen sarjakuvaseuran historiikissa Ruutujen aika (1991) on bibliografia kotimaisista sarjakuvakirjoista ja -albumeista. Julkaisujen määrät ovat koottu kuvioon 5. Huomattava seikka tässä tilastossa on vuoden 1975 julkaisu, joita on tämän tilaston mukaan kolme. Tämän tutkimuksen vastaavassa tilastossa julkaisuja oli vain kaksi.



*Kuvio 2. Suomalaiset sarjakuvakirjojen ja -albumien määrät vuosina 1970-1991 (Pulkinen 1991, 122-126).*

Jokinen (1996, 120-122) kertoo vuoden 1995 sarjakuvajulkaisuista, joita oli noin 85 albumia. Suomalaisia albumeista oli ennätyselliset 29 nimekettä. Kotimaisia sarjakuva-albumeita julkaisivat monet kustantamot. Banana Press ja Suuri Kurpitsa julkaisivat paljon, mutta kotimaisen sarjakuvan julkaisijoiden joukkoon kiilasivat toisentyypiseen sarjakuvaan keskittyneet suorkustantajat Otava ja WSOY sekä uutena kustantajana Arktinen Banaani.

Pasasen (1996, 7-9) mukaan 1990-luvun alussa aikuisille suunnatun albumisarjakuvan myynti tippui: tyypillisesti albumi myy alle 2000 kappaletta. Klassikot ja tietyt suosikkinitimekkeet myivät enemmän. Pasanen epäilee, että kallis albumimuotoinen sarjakuva ei tuolloin ollut paras julkaisumuoto mahdollisimman suuren lukijakunnan saamiseksi.

Herkmanin (1998, 23-24) mukaan kotimaisten tekijöiden sarjakuvia julkaistiin 1990-luvulla yhä enemmän. Vuoden 1997 syksyllä 38:sta julkaistusta ”laatusarjakuvan” albuminimekkeestä yli puolet eli 22 kpl oli kotimaisia.

Nykyään uusia sarjakuva-albumeita ilmestyy vuosittain 70–100 kappaletta, mistä kotimaisten osuus on ollut viime vuosina noin 25–35 kappaletta. Vuonna 1999 sarjakuva-albumeita julkaisi kymmenen kustantajaa. (Jokinen 2002, 24.)

Manga-sarjakuva levisi Suomeen hitaasti. Ensimmäinen Suomessa julkaistu manga-sarjakuva oli Hiroshiman poika vuodelta 1985 ja toinen vuonna 1996 aloitettu sarja Akira, joka saatiin päätökseen kymmenen vuotta myöhemmin. Vuoteen 2003 saakka nämä kaksi olivat ainoat suomeksi ilmestyneet mangat. (Lehtinen, Kemppi & Vanamo 2007, 13-14.)

Tämän kappaleen perusteella voisi sanoa, että Suomessa julkaistaan enemmän sarjakuva-albumeita kuin aikaisemmin ja yhä suurempi osa niistä on kotimaisia. Lisäksi törmäämme sarjakuva-albumin määrittelyn ongelmaan: eri lähteissä se on määritelty eri tavalla, mikä vähentää tämän aineiston vertailukelpoisuutta.

## 4 TÄSMENNETTY TUTKIMUSONGELMA

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan kustantamoiden kustannuspolitiikkaa ja sen vaikutuksia Suomen sarjakuvakustantamiseen ja sen muutoksiin. Informaatiotutkimuksessa ei ole juurikaan tutkittu informaation tuottamista, joten tästä johtuen tässä työssä tehdään pioneerityötä ja pyritään kartoittamaan suomalaista sarjakuvaa.

Tutkimuksen tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Minkälaista sarjakuvaa julkaistaan Suomessa?
2. Mitkä asiat vaikuttavat sarjakuvien julkaisuun Suomessa?
3. Minkälaisia taloudellisia mahdollisuuksia sarjakuvalla on?

Nämä kysymykset ovat hyvin laajoja, joten niiden sisältöä voisi tarkentaa alakysymyksillä. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen liittyy useita alakysymyksiä. Minkälaista sarjakuvaa Suomessa julkaistaan? Mistä maasta tai kielialueelta se alun perin tulee? Mitä genrejä se edustaa? Minkälaisissa julkaisuissa sitä painetaan? Minkälaisia muutoksia näissä asioissa on tapahtunut? Onko minkälaisia muutoksia odotettavissa lähivuosina?

Toiseen tutkimuskysymykseen liittyy myös useita alakysymyksiä. Miksi Suomessa julkaistaan juuri näitä sarjakuvia? Mitkä asiat vaikuttavat julkaisutilanteeseen? Kuinka merkittävästi kustantajien julkaisupolitiikka vaikuttaa asiaan? Entä minkälaiset ulkopuoliset seikat, kuten markkinointi, trendit tai muu ulkopuolinen paine vaikuttavat kustantajien julkaisupolitiikkaan? Onko yksittäisellä kustannustoimittajalla suurikin merkitys koko maan sarjakuvatilanteeseen?

Tutkimusaineisto koostuu sekä laadullisesta että tilastollisesta osuudesta. Kvalitatiivinen aineisto kerättiin haastatteleamalla kustantajien sarjakuvakustantamisesta vastaavia

henkilöitä. Lisäksi haastateltavilta haettiin heidän näkemyksiään Suomen sarjakuvajulkaisun tilasta laajemmin. Haastattelujen tueksi tämän tutkielman lukuun 5 on koottu tutkimushaastattelua ja sen eri osa-alueita kuten virtuaali- ja teemahaastattelua käsittelevää taustatietoa. Tutkimusta varten on haastateltu viiden kotimaisen sarjakuvia julkaisevan kustantamon edustajaa. Valitut kustantamot ovat Arktinen Banaani, Asema, Egmont, Like ja Sangutsa Manga.

Tämän pro gradun tilastollisessa osuudessa pyritään saamaan selville minkälaista ja minkä maalaista on Suomessa julkaistava sarjakuva ja minkälaisia muutoksia Suomen sarjakuvajulkaisuissa on tapahtunut ajan saatossa. Tilastollisella tarkastelulla pyritään myös tutkimaan kustantajien julkaisupolitiikkaa: kuinka selvästi eri kustantajat ovat keskittyneet eri sarjakuvien genreihin tai julkaisutyyppeihin.

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä tutkimuksessa on valittu kaksi eri tutkimusmenetelmää, joilla pyritään hakemaan vastauksia tutkimusongelman kysymyksiin. Ensimmäinen menetelmä on tilastollinen analyysi ja toinen on haastattelututkimus. Nämä menetelmät ovat valittu, jotta tutkimusongelmaa saataisiin tutkittua eri näkökulmista. Näin tutkimuksen luotettavuutta lisätään triangulaation avulla.

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, joka siis on ”Minkälaista sarjakuvaa julkaistaan Suomessa?” haetaan vastauksia sekä tilastollisella tutkimuksella että haastatteluissa. Tilastoista saadaan selville julkaisumäärät, genret ja eri kustantajien julkaisumäärät sekä jonkinlaista käsitystä julkaistujen sarjakuvien ulkoasusta. Vahvistuksia näille vastauksille haetaan haastattelemalla sarjakuva-alan asiantuntijoita eli kustantajia. Haastatteluaineistoa peilataan tilastoselvitykseen ja vertailun avulla pyritään löytämään yhteneväisyyksiä tai poikkeavuuksia tuloksista. Kustantajat kertovat omia näkemyksiään Suomessa julkaistusta sarjakuvasta. Toisen tutkimuskysymyksen ”Mitkä asiat vaikuttavat sarjakuvien julkaisuun Suomessa?” vastauksia haetaan haastatteluista, joiden avulla päästään tilastojen taakse hakemaan selityksiä julkaistavalle sarjakuvalle ja siinä tapahtuneille muutoksille.

### **5.1 Tilastollinen tutkimus**

Tarkoituksena on tutkia tilastollisesti Suomessa julkaistuja sarjakuva-albumeita. Tavoitteena on muodostaa kuva Suomessa julkaistuista albumeista 1970-luvulta nykypäivään. Tutkimusmenetelmä on kvantitatiivinen tilastollisen tutkimuksen menetelmä, joka on empiirinen eli havainnoiva tutkimus, jossa käytetään hyväksi valmiina olevaa materiaalia (Heikkilä 1998, 13).



Empiirinen aineisto muodostuu kansalliskirjasto FENNICAsta kootuista listoista Suomessa julkaistuista sarjakuva-albumeista vuodelta 2008 ja Heikki Kaukorannan Suomeksi julkaistut itsenäiset sarjakuvakirjat ja albumit 1904-1976 -bibliografiasta koostetusta vuoden 1975 sarjakuva-albumeista. Näistä vuosista saadaan tietoa sarjakuvien julkaisutilanteesta silloin ja nyt sekä niitä vertaillaan keskenään sekä historialliseen aineistoon.

Tilastollisessa tutkimuksessa vertaillaan sarjakuvien genrejen ja kustantajien tilastollista vastaavuutta, jolla pyritään tutkimaan sarjakuvakustantamoiden julkaisulinjaa suhteessa erityyppiseen sarjakuvaan. Lisäksi kustantajia vertaillaan keskenään, millä yritetään saada selville vaikuttaako kustantamon suuruus sarjakuvien julkaisulinjaan. Myös sarjakuva-albumeiden kotimaisuusaste ja ulkomaalaisten sarjakuvien alkuperäinen kieli on tarkoitus selvittää.

Aineisto on analysoitu käsittelemällä sitä Microsoft Excel- ja SPSS 15.0 for Windows-ohjelmilla. Aineistosta on kerätty tietoa luokittelemalla ja koostamalla sitä mm. taulukoiksi ja kuvioiksi.

## **5.2 Haastattelututkimus**

Tutkimuksen toinen tutkimusmetodi on haastattelututkimus, jossa haastatellaan suomalaisten sarjakuvakustantamoiden edustajia. Haastattelumuoto on teemahaastattelu, jolla saatuja vastauksia analysoidaan sisällönanalyysillä.

Haastattelu on yksi tiedonhankinnan perusmuoto (Hirsjärvi & Hurme 2001, 11). Se on hyvin joustava menetelmä, joka soveltuu erilaisiin tutkimustarkoituksiin (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34). Haastattelun tarkoituksena on saada luotettavaa tietoa tutkimusongelman kannalta tärkeiltä alueilta ja haastateltavien näkemyksiä tai kokemuksia tutkittavasta ilmiöstä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43, Haastattelu 2005, 13-

14). Haastateltavan oletetaan olevan se, joka tietää eniten tutkimuksen kohteena olevasta asiasta (Haastattelu 2005, 13-14).

Haastattelu on kontrolloitu vuorovaikutustilanne, jossa haastattelija ja vastaaja ovat dynaamisessa vaikutussuhteessa. Haastattelu syntyy osallistujien yhteisen toiminnan tuloksena ja sillä on tietty tarkoitus, suunta ja muoto. (Keats 2000, 5, Hirsjärvi & Hurme 2001, 11-13, 43 & Haastattelu 2005, 13.) Haastattelu on ennalta suunniteltu ja haastattelijan alulle panema ja ohjaama (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43). Haastattelija on tutustunut tutkimuksen kohteeseen sekä käytännössä että teoriassa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 43).

Tuomen ja Sarajärven (2002, 75-76) mukaan haastattelun etu on ennen kaikkea joustavuus. Haastattelija voi esimerkiksi toistaa kysymyksen, oikaista väärinkäsityksiä, selventää sanamuotoja. Hän voi myös käydä keskustelua tiedonantajan kanssa. Haastattelun negatiivisina puolena nähdään, että se on kallis ja aikaa vievä aineistonkeruumuoto.

### **5.2.1 Teemahaastattelu**

Haastattelut ovat jaettu kysymysten sitovuuden ja valmiuden mukaan strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Lomakehaastattelu, jossa on järjestyksessä esitettävät valmiit kysymykset ja vastausvaihtoehdot on äärimmäisen strukturoitu haastattelu. Strukturoimattomassa eli syvä- tai avoimessa haastattelussa rakenne muodostuu haastateltavan ehdoilla ja koko haastattelu muistuttaa keskustelua, jossa molemmat osapuolet voivat nostaa puheenaiheita keskusteluun. (Haastattelu 2005, 11-12.)

Kahden haastattelutyypin välissä ovat puolistrukturoidut haastattelut, joista tunnetuimpia on teemahaastattelu. Siinä käydään läpi samat etukäteen määrätyt teemat,

aihepiirit, mutta kysymysten muotoilu, järjestys ja laajuus voi vaihdella. (Eskola ja Vastamäki 2001, 26-27, Haastattelu 2005, 11.) Teemahaastattelusta puuttuu strukturoidulle lomakehaastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys, mutta se ei ole täysin vapaa niin kuin strukturoimaton haastattelu (Eskola ja Vastamäki 2001, 26, Hirsjärvi & Hurme 2001, 48). Teemahaastattelussa edetään tiettyjen keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77).

Eskolan ja Vastamäen (2001, 33) mukaan teemahaastattelussa teemat voidaan ottaa kirjallisuudesta eli katsoa mitä aiemmissä tutkimuksissa on tutkittu tai mitä mielenkiintoisia teemoja alan kirjallisuudesta löytyy. Teemat voidaan myös johtaa teoriasta, jolloin teoreettinen käsite muutetaan haastatteluteemaksi. Teemoja voi myös yhdistellä. Olennaista on muistaa se tutkimusongelma, johon ollaan hakemassa vastausta. Tutkimusongelma sitoo kokonaisuuden yhteen ja oikeuttaa kysymysten kysymisen.

## **5.2.2 Haastattelun rakenne**

Haastattelu on kokonaisuus, joka kehittyy, kun jokainen kysymys johtaa vastaukseen. Vastaukset johtavat uusiin kysymyksiin kunnes keskustelun aihe on käsitelty. Kysymykset yhdessä muodostavat yhtenäisen rakenteen. Haastattelulla on aina tarkoitus, joten on tärkeää luoda rakenne, joka auttaa saavuttamaan tämän päämäärän. (Keats 2000, 47.)

Keatsin (2000, 48-49) mukaan haastattelut jakaantuvat kahteen osaan, avausvaiheeseen ja varsinaiseen haastatteluun. Avausvaiheessa haastattelija kertoo haastattelun taustoista. On tärkeää kertoa haastateltavalle mitä varten ja kenen toimesta haastattelua suoritetaan. Lisäksi haastattelun metodeista ja kestosta tulee kertoa vastaajalle. Avausvaiheeseen kuuluu myös taustatietojen hankkiminen haastateltavasta.

Haastattelussa on tärkeintä saada halutusta asiasta mahdollisimman paljon tietoa. Tämän takia on myös perusteltua antaa haastattelukysymykset tai aiheet haastateltaville jo hyvissä ajoin ennen haastattelua tutustuttavaksi. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 75.) Haastattelutilanteessa haastattelijalla kannattaa olla tukena ennalta laadittu teemarunko, jonka tehtävä on varmistaa, että kaikista teemoista tulee keskustelua. Jotkut teemat voivat jäädä toki vain maininnoiksi tai joistakin teemoista voi tulla pitkiäkin. Teemarunko voi olla esimerkiksi luettelo tai miellekartta. (Eskola ja Vastamäki 2001, 34-35.)

Eskola ja Vastamäki (2001, 36) kirjoittavat, että teemarunko sisältää kolmentasoisia teemoja. Ylimmällä tasolla ovat keskusteltavan aiheen lähellä olevat laajat teemat. Toisella tasolla on teemaa tarkentavia apukysymyksiä. Näillä varsinaista teemaa voidaan pilkkoa pienemmiksi ja helpommin vastattavaksi kysymyksiksi. Kolmannella tasolla sijaitsevat yksityiskohtaiset kysymykset, jotka otetaan käyttöön vain mikäli laajempiin kysymyksiin ei ole saatu vastauksia.

Tämän tutkimuksen haastattelujen pohjana käytettiin teemarunkoa, jossa oli kolme pääteemaa eli taustatiedot, julkaisupolitiikka ja sarjakuva Suomessa ja näille teemoille aliteemoja. Teemarunko on koottu taulukkoon 1. Haastattelussa vastaajille esitettiin aliteemoja ja niitä täsmennettiin tarkentavilla kysymyksillä.

Taulukko 1. Haastatteluiden teemarunko

| <b>PÄÄTEEMA</b>           | ALITEEMA                              |
|---------------------------|---------------------------------------|
| <b>Taustatiedot</b>       |                                       |
|                           | Haastateltavan koulutus               |
|                           | Haastateltavan työnkuva / -nimeke     |
|                           | Suhde sarjakuvaan                     |
|                           | Kustantamon taustatiedot              |
| <b>Julkaisupolitiikka</b> |                                       |
|                           | Kustantamon julkaisupolitiikka        |
|                           | Julkaisupäätös                        |
|                           | Suhde kaupallisuuteen                 |
|                           | Kotimaisuus                           |
|                           | Julkaisujen ikä                       |
|                           | Alkuperäisten julkaisujen kustantajat |
|                           | Jakelukanavat                         |
| <b>Sarjakuva Suomessa</b> |                                       |
|                           | Sarjakuvajulkaisujen määrä Suomessa   |
|                           | Alkuperämaa                           |
|                           | Genret                                |
|                           | Julkaisumuodot                        |
|                           | Sarjakuvan arvostus                   |
|                           | Suosio                                |
|                           | Tulevaisuus                           |

### 5.2.3 Virtuaalihaastattelu

Tiittulan, Rastaa ja Ruusuvooren (2005, 264-266) mukaan tutkimushaastatteluissa on yleistymässä tietokonevälitteinen viestintä, jossa tutkija kommunikoi kaukana sijaitsevien haastateltavien kanssa virtuaalitodellisuudessa. Etäisyyden lisäksi virtuaalihaastattelun toinen keskeinen piirre on viestinnän tekstipohjaisuus puheen sijasta. Viestintäkeinoina voivat olla esimerkiksi chatti, irc, sähköposti ja uutisryhmät. Kaksi ensimmäistä ovat yhtäaikaista viestintämuotoja ja kaksi jälkimmäistä ovat eriaikaisia.

Virtuaalihaastattelut voivat olla strukturoituja tai strukturoimattomia, yksilö- tai ryhmähaastatteluja sekä yksityisiä tai julkisia. Strukturoimattomassa haastattelussa lähetetään kerrallaan vain yksi tai muutama kysymys ja vastauksen jälkeen taas uusi kysymys. Tällainen haastattelu voi kestää pitkänkin aikaa ja päättyy, kun kaikki asiat on käsitelty. (emt., 265.)

Virtuaalihaastattelun etuina nähdään edullisuus sekä litteroinnilta välttymisestä johtuva helppous. Eriaikaisessa haastattelussa haastateltavilla on aikaa muotoilla sanottavansa, kieli voi olla harkitumpaa, selvempää, suorempaa ja organisoidumpaa kuin tavallisista haastatteluissa. Myös käsitteitä voi olla helpompi muodostaa kuin nopeasti etenevässä suullisessa viestinnässä. Myös haastattelijan on helpompi tehdä tarkentavia jatkokysymyksiä. Eriaikaisissa haastatteluissa myös aikatauluttaminen on helppoa. (emt., 266-268.)

Virtuaalihaastatteluissa on myös potentiaalisia ongelmia. Pitkien haastattelujen kohdalla keskeytymisen riski kasvaa. Tekstipohjaisuudesta johtuen osallistujilla ei ole käytössään samanlaisia tulkinnan vihjeitä kuin sanallisessa viestinnässä. Kielenkäyttö kuitenkin mukautuu välineeseen, joten virtuaalikommunikaatio ei välttämättä ole sen köyhempää kuin kasvokkainkaan viestintä. (emt., 266-268.)

## 5.2.4 Aineiston käsittely ja vastausten tulkinta

Ensimmäinen tehtävä haastattelujen jälkeen on niiden kirjoittaminen puhtaaksi eli litterointi. Litterointi on työläs vaihe, jossa jokainen haastattelutunti vie yhden työpäivän. (Eskola ja Vastamäki 2001, 40-41.)

Teemahaastatteluaineistoa voidaan tutkia kvalitatiivisilla menetelmillä, kuten sisällön- ja diskurssianalyysilla. Näin saadaan syvällisempää tietoa vastaajan näkökannasta. (Keats 2000, 79-80.) Keskeisiltä osiltaan laadullisen aineiston käsittely on sekä analyysiä, jossa eritellään ja luokitellaan aineistoa että synteesiä, jossa luodaan kokonaiskuvaa ja esittämään tutkimuskohde uudessa valossa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 143.) Vastauksia voidaan analysoida teemoittelemalla, joka tarkoittaa kaikkien haastattelujen aineiston jäsentämistä teemojen mukaisesti ja sen pelkistämistä. Toinen metodi on tyypittelemine, jossa aineistosta konstruoidaan tyyppikuvauksia. (Eskola ja Vastamäki 2001, 41-42.)

Analyysin perusta on aineiston kuvaileminen, mikä tarkoittaa sitä, että pyritään kartoittamaan henkilöiden, tapahtumien tai kohteiden ominaisuuksia tai piirteitä. Tarkoituksena on yleensä pyrkiä vastaamaan kysymyksiin kuka, missä, milloin, kuinka paljon ja kuinka usein. Kuvailu voi olla heikkoa tai vahvaa. Vahvassa (*thick*) kuvailussa tutkija pyrkii perusteellisesti ja kattavasti kuvaamaan kohteena olevan ilmiön. Heikko (*thin*) kuvailu esittää pelkästään faktoja. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 145.) Tässä tutkimuksessa käytetään heikkoa kuvailua.

Aineiston luokittelu luo pohjan tai kehyksen, jonka varassa aineistoa tulkitaan, yksinkertaistetaan ja tiivistetään. Se on välttämätöntä aineiston vertailun tai tyypittämisen mahdollistamiseksi. Luokittaminen tarkoittaa aineiston eri osien

vertailemista toisiinsa. Luokat voivat olla käsitteellisiä työkaluja, joilla voidaan nimetä aineistosta tärkeät ja keskeiset piirteet. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 147.)

Aineiston luokittelun jälkeen useimmiten seuraava vaihe on aineiston järjestely laaditun luokittelun mukaisesti. Pyritään löytämään luokkien välillä olevia samankaltaisuuksia ja säännönmukaisuuksia tai säännönmukaista vaihtelua ja muista poikkeavia tapauksia. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 149.) Analyysiin ja tulkintaan on myös tuotava mukaan kytkennät teorioihin ja aikaisempiin tutkimuksiin (Eskola 2001, 151).

Sisällönanalyysi on perusmenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sitä voidaan pitää sekä yksittäisenä metodina tai väljänä teoreettisena kehyksenä. Yksittäisenä metodina se on tapa analysoida systemaattisesti ja objektiivisesti erilaisia dokumentteja, kuten kirjoja, artikkeleita tai haastatteluita. Myös täysin strukturoimatonta aineistoa voidaan analysoida sisällönanalyysillä. Kerätty aineisto saadaan järjestettyä johtopäätösten tekoa varten. Tiivistettynä sisällönanalyysillä tarkoitetaan pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti (Tuomi & Sarajärvi 2002, 93-107).



## 6 TUTKIMUSAINEISTO

Tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia kahden eri aineiston avulla. Tilastoista saadaan selville tietoa tutkimusvuosina 1975 ja 2008 julkaistuista sarjakuvista. Haastatteluissa kustantajat kertovat omia näkemyksiään Suomessa julkaistusta sarjakuvasta sekä kertovat roolistaan toimijana sarjakuva-alalla Suomessa.

### **6.1 Tilastollisen tutkimuksen aineisto**

Tutkimuksen tilastollisessa osuudessa tarkastellaan Suomen sarjakuvajulkaisuja tilastollisesti. Tarkastelussa on kaksi vuotta, jotka kuvastavat suomalaisen sarjakuvakirjan alkutaivalta ja nykyhetkeä. Vuosi 1975 valittiin, koska se sijoittuu sen ajan alkuun, jolloin sarjakuva-albumeita ja -kirjoja alettiin julkaista Suomessa. Toinen tutkimusvuosi 2008 valittiin, koska se on uusin mahdollinen vuosi, joten se antaa parhaan mahdollisen kuvan nykyhetken tilanteesta.

Suomalaista sarjakuvajulkaisemista ja sen rakentumista kuvataan yleisesti tilastollisilla tiedoilla vuosilta 1975 ja 2008. Vuoden 1975 tilastojen pohjana on Heikki Kaukorannan ja Simo Sjöblomin Suomeksi julkaistut itsenäiset sarjakuvakirjat ja albumit 1904-1976 -bibliografia. Vuoden 2008 sarjakuvajulkaisujen aineisto on koottu Kansalliskirjaston ylläpitämän Kansallisbibliografia FENNICAsta. Kaukorannan ja Sjöblomin aineisto valittiin, koska sitä pidettiin luotettavimpana. Jo vuonna 1968 Kaukoranta kirjoitti Suomalaiset sarjakuvajulkaisut 1904-1966 -bibliografian, jonka laajennettu verkkoversio bibliografia on. Bibliografia oli valmiina Internetissä, joten sen käyttäminen oli myös helppoa. FENNICA valittiin, koska sen pitäisi olla täydellinen luettelo Suomessa julkaistusta painotuotteista.

Kaukorannan ja Sjöblomin bibliografia käsittää suomalaiset sarjakuva-albumit ja vastaavat sarjakuvamuotoiset erillisjulkaisut ja se on pääosin koottu käymällä läpi

Helsingin yliopiston kirjaston kansalliskokoelmaa. Kaukoranta näkee bibliografiassa mahdollisia puutteita liittyen ulkomailla painettuihin aineistoihin, joihin Suomen vapaakappalelainsäädäntö ulotettiin vasta vuonna 1981. Niinpä Kaukorannan mukaan kokoelmasta voi puuttua aika tavalla juuri 70-luvulla toimineiden ja paljon ulkomailla painattaneiden Williamsin ja Semicin albumeita. (Kaukoranta 1997.)

Kaukorannan bibliografiassa on yhteensä 822 nimekettä. Vuonna 1975 julkaistuja teoksia on uusintapainokset pois lukien yhteensä on 77 kappaletta. Uusintapainokset poistettiin aineistosta, koska Kaukoranta ei ole varma onko kaikki uusintapainokset mukana bibliografiassa. Lisäksi uusintapainosten ottaminen mukaan saattaisi korostaa liikaa suosittujen sarjakuvien roolia tutkimuksessa.

Vuoden 2008 sarjakuvajulkaisujen aineisto on koottu Kansalliskirjaston ylläpitämästä Kansallisbibliografia FENNICAsta. Kansalliskirjaston (Kansalliskirjasto 2009) mukaan ”FENNICA sisältää tiedot Suomessa painetuista tai muulla tavoin valmistetuista kirjoista, lehdistä, sarjoista, kartoista, audiovisuaalisesta aineistosta ja elektronisista tallenteista. Kansallisbibliografiassa on myös tietoja ulkomailla ilmestyneistä julkaisuista, joiden tekijä on suomalainen tai jotka koskevat Suomea.”

Aineisto koottiin FENNICAn Internet-palvelusta hakemalla sarjakuvan luokkaan 741.5 luokitellut teokset ja yhdistämällä haku julkaisuvuoteen 2008. Hieman yli 300 nimekkeen aineisto käytiin läpi ja siitä poistettiin sarjakuvaa käsittelevät tietokirjat ja lehtiaineisto. Aineiston kooksi muodostui 270 nimekettä.

Ongelmaksi aineiston koostamisessa muodostui sarjakuvalehden ja -kirjan välinen ero, mikä voi olla kuin veteen piirretty viiva. Esimerkiksi Hosiasluoman mukaan (2003, 421) kirjan minimikooksi on usein määritelty vähintään 48 sivua. Tässä tutkimuksessa raja on vedetty FENNICAn mukaan: mikäli teoksen eri osat on luetteloitu erikseen, on kirjat otettu mukaan tutkimukseen. Tällöin mukaan on tullut Aku Ankan taskukirjat, joilla on ISSN-numero, mutta joista puuttuu ISBN-numero. Taskukirjat ovat mukana vuoden 1975 aineistossa, joten yhtenäisyyden vuoksi ne ovat mukana vuoden 2008

aineistossa. Mangan puolella kirjan ja lehden raja on erittäin häilyvä: One Piece -sarja on mukana, mutta samankokoiset ja ehkä jopa yhtä usein ilmestyvät sarjat Death note, Fruits basket, Naruto, Power!, Rave ja Yotsuba%! ovat jääneet pois, koska ne ovat luokiteltu kausijulkaisuiksi.

## **6.2 Haastattelututkimuksen aineisto**

Kustantajat ovat tärkeitä toimijoita kirjallisuuden alalla. He päättävät mitä julkaistaan ja näin ollen siitä mikä on kirjallisuutta. He ovat myös oman alansa kirjallisuuden asiantuntijoita ja heillä on laajaa tietoa suomalaisen sarjakuvan kentästä. Tätä tutkimusta varten haastateltiin viittä sarjakuvakustantajan edustajaa. Haastattelututkimus valittiin, koska tarkoituksena on saada tietoa ammattiryhmältä, joka on erittäin harvalukuinen. Katsottiin, että pieneltä kohderyhmältä saa helpoiten tietoa kysymällä sitä suoraan.

Haastatteluiden vastauksia on koottu seuraaviin lukuihin. Luvuissa 8.1 - 8.5 on esitelty haastateltavat kustantamot, kerrotaan mitä heidän edustajansa kertoivat kustantamoiden kustannuspolitiikasta, julkaisupäätöksistä, jakelukanavista sekä muista sarjakuvien kustantamiseen liittyvistä asioista. Luku 8.6 kertoo kustantajien näkemyksiä Suomessa julkaistavasta sarjakuvasta yleisemmin.

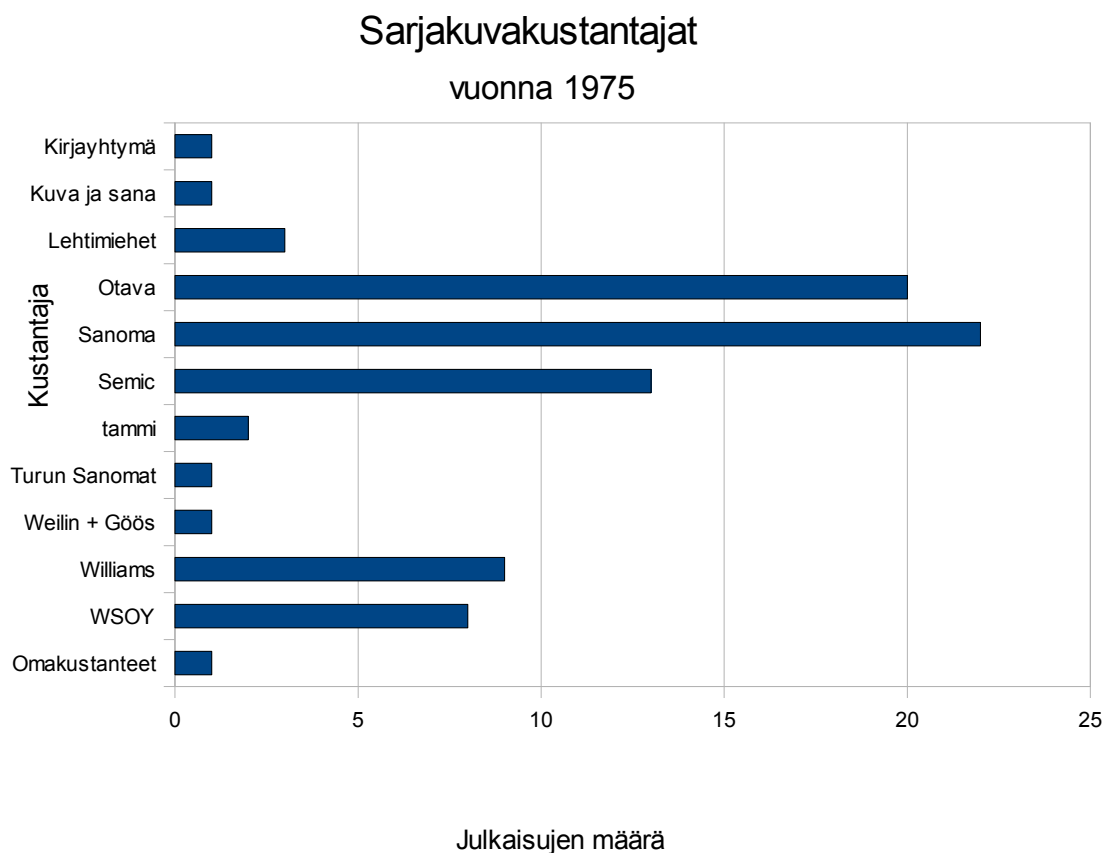
Haastateltavat kustantamot ovat erityylisiä ja julkaisevat erilaista sarjakuvaa. Kustantamoiden haluttiin olevan eri kokoisia ja mielellään käyttävän erilaisia jakelukanavia, kuten kirjakauppoja ja lehtipisteitä. Näin pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja-alainen näkemys suomalaisesta sarjakuvan kustannustoiminnasta. Kolme haastateltavaa oli kustannustoimittajaa, yksi tuotepäällikkö ja yksi oli kustantamon perustaja.

Tutkimuksen haastatteluiden haastattelumuoto oli teemahaastattelu, joka toteutettiin virtuaalihaastatteluna sähköpostin avulla keväällä 2009. Haastateltaviin otettiin yhteyttä sähköpostilla. Ensimmäiset haastattelut tehtiin tammikuussa ja viimeiset saatiin päätökseen huhtikuussa. Viesteissä lähetettiin yleisiä teemoja, joista haastateltavat kertoivat mielipiteitään. Teemoja saatettiin tarkentaa kysymyksillä myöhemmissä viesteissä. Tyypillinen haastattelu koostui kolmesta kuuteen viestistä, joissa oli teemoja ja täydentäviä kysymyksiä yli 20 erilaista. Yksittäisten haastatteluiden kysymyksien ja vastauksien yhteinen pituus oli noin 2000-2500 sanaa. Haastattelun ajallinen kesto vaihteli riippuen vastaustahdista. Nopeammat haastattelut saatiin käytyä läpi viikossa, hitaimmissa meni yli kuukausi.

## 7 SARJAKUVAJULKAISUT SUOMESSA

### 7.1 Kustantajat

Sarjakuvakustantajia oli vuonna 1975 kymmenen. Lisäksi omakustanteena julkaistiin yksi albumi. Kustantajien julkaisujen määrä on esitelty kuviossa 3.

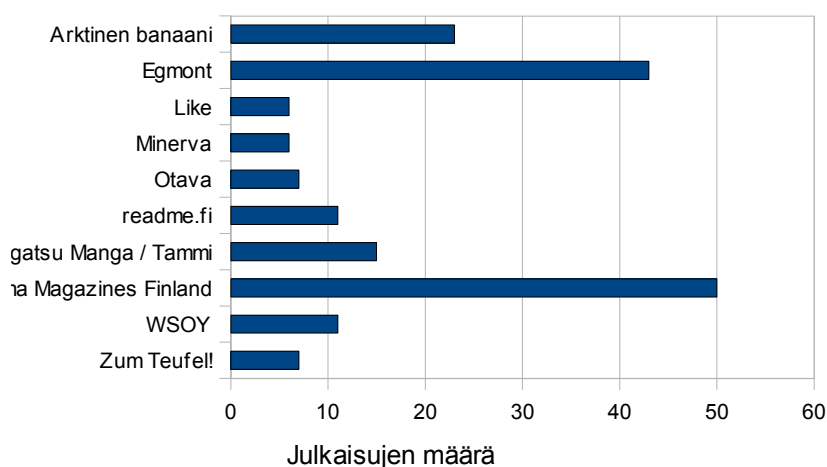


*Kuvio 3. Sarjakuvakustantajat vuonna 1975.*

Yli viisi julkaisua tehneitä kustantamoita on viisi, jotka ovat Otava, Sanoma, Semic, Williams ja WSOY. Eniten julkaisuja eli 22 kappaletta on Sanomalla. Toiseksi eniten on julkaissut Otava, jolla on 20 nimekettä. Yli kymmenen julkaisua on Semicillä, WSOY:llä sekä Williamsilla. Neljällä eri kustantamolla on ainoastaan yksi julkaisu.

Vuonna 2008 sarjakuvia julkaisi Suomessa yhteensä 55 eri kustantamoa. Lisäksi 12 omakustantajaa julkaisi yhteensä 18 nimekettä. Ainostaan yhden nimekkeen julkaisseita kustantamoita oli peräti 30. Eniten eli enemmän kuin viisi nimekettä julkaisseet kustantamot ovat koottu kuvioon 4.

### Eniten julkaisseet sarjakuvakustantamot vuonna 2008



*Kuvio 4. Vuonna 2008 eniten julkaisseet kustantajat.*

Kuviossa on yhdistetty suurten yleiskustantamoiden lisätoiminimet eli Tammi ja Sangutsa Manga sekä WSOY ja WSOY Lista ovat laskettu yhteen. Selvästi eniten nimekkeitä on Sanoma Magazines Finlandilla ja Egmontilla, joka toimi aikaisemmin nimellä Semic. Uusi tulokas Arktinen Banaani on kolmanneksi eniten julkaissut kustantamo. Suuret yleiskustantamot WSOY, Tammi ja Otava pyörivät kymmenen julkaisun molemmiin puolin. Yli kymmenen nimekettä julkaisseita kustantamoita oli kuusi. Yksitoista kustantamoa oli julkaissut vuoden aikana kolmesta viiteen teosta. Mukana tässä joukossa ovat mm. Asema, Jalava ja Punainen Jättiläinen.

## **7.2 Ulkoasu**

Ulkoasultaan julkaisut jakautuvat karkeasti ottaen kahteen tyyppiin. Ensimmäinen on taskukirja, jossa on tyypillisesti paljon sivuja (yli 128), mutta pieni koko (korkeus noin 20 cm). Toinen perustyyppi on eurooppalainen sarjakuva-albumi, jossa on sivuja n. 46-68 ja korkeus n. 30 cm. Vuoden 1975 julkaisuista eurooppalaisia albumeita on noin puolet ja taskukirjoja kolmasosa koko aineistosta. Sanoman julkaisuista kolmasosa on Disneyn Aku Ankkoja ja kolmasosa on ranskalais-belgialaista albumisarjakuvaa, jota taas Otavalla on kaikki vuoden julkaisut. Semicin miltei kaikki julkaisut ovat taskukokoisia sarjakirjoja.

Sarjakuvien ulkoasu on monipuolistunut ja hajanaistunut vuoden 2008 aineistossa. Selviä taskukirjoja (yli 128 sivua ja noin 20 cm korkeus) on neljäsosa aineistosta eli n. 70 kappaletta ja eurooppalaistyyppistä (42-68 sivua ja 30 cm korkea) ohutta albumia on puolet siitä. Yhteensä siis näitä julkaisutyyppejä on reilu kolmasosa, kun vuonna 1975 niitä oli jopa yli 80%. Uusi kokotyyppi, jota ei vuonna 1975 juurikaan ollut on amerikkalaisen sarjakuvalehden korkuinen eli 26-27 cm korkea albumi, jossa sivuja on tyypillisesti sadasta ylöspäin. Näitä on noin 40 kappaletta eli 15% koko aineistosta.

## **7.3 Kotimaisuus**

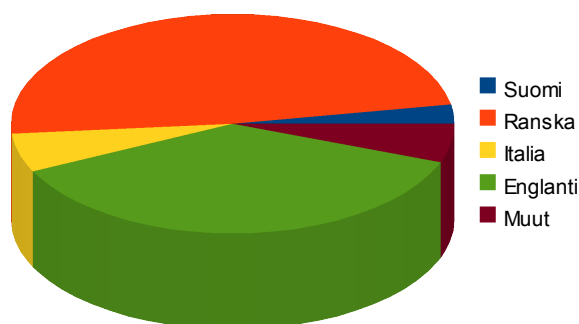
Suomessa vuonna 1975 julkaistujen sarjakuvien alkuperäisen kielen selvittäminen on hankalaa. Tietoa ei ole välttämättä mainittu itse julkaisussa tai Kansallisbibliografiassa eikä näin ollen Kaukorannan bibliografiassakaan.

Toinen ongelma kielen määrittelyssä oli Sanoman julkaisemat Walt Disney-sarjakuvajulkaisut, joiden alkuperäistä kieltä ei ole edes varsinaisessa julkaisussa. Ronkaisen (2006, 44.) mukaan 1970-luvulle asti huomattava osa Aku Ankka – sarjakuvista oli peräisin Amerikasta, mutta 1980-luvulla sieltä tulivat lähinnä vain

uusintoina julkaistut sarjat. Kumpulaisen (1994, 16-18) mukaan nykyään Disney-sarjakuvat tuotetaan Tanskassa monikansallisen tekijäjoukon toimesta ja käsikirjoitukset kirjoitetaan englanniksi. Sarjakuvien ”käännöksissä panostetaan kielenkäyttöön, jossa on paikallista väriä englanninkielisten ilmausten orjallisen kääntämisen sijaan”, joten jossakin yksittäisessä sarjakuvassa voi ilmeisesti olla suuriakin eroja eri maiden julkaisujen välillä, mutta alkuperäinen käsikirjoitus on englanninkielinen. Nykyäänkin vuosittaisesta Disney-sarjakuvasta on ollut 10 % amerikkalaisten klassikkosarjakuvien uudelleen julkaisuja, joiden alkuperäiskieli on varmasti ollut englanti, joten päädyin käyttämään englannin kieltä Disney-julkaisujen alkuperäisenä kielenä.

Alkuperäinen kieli onnistuttiin saamaan seitsemälle kymmenelle julkaisulle. Koko aineiston käsittäessä 77 julkaisua, 90% osuus koko aineistosta on luultavasti riittävä määrä luotettavaan vertailuun. Julkaistujen sarjakuvien alkuperäinen kieli on koottu kuvioon 5.

#### Julkaistujen sarjakuvien alkuperäinen kieli



*Kuvio 5. Vuonna 1975 julkaistujen sarjakuvien alkuperäinen kieli.*

Puolet julkaistuista sarjakuvista tuli alunperin ranskalaiselta kielialueelta ja liki kolmasosa oli alkuperäiskieleltään englantilaista. Italia oli kolmanneksi suurin julkaisukieli neljällä teoksella. Norjasta, ruotsista ja saksasta oli käännetty yhteensä



neljä sarjakuvaa. Kotimaisia sarjakuvia oli kaksi kappaletta, joista toinen oli omakustanne.

Vuonna 2008 Suomessa julkaistusta sarjakuvasta 270 julkaisusta alkuperäinen kieli onnistuttiin selvittämään 266 julkaisusta. Varmuutta ei saatu neljästä Stabenfeldt-kustantamon hevoskerhosarjakuvien kielestä, mutta todennäköisesti kyseessä on joku skandinaavinen kieli. Aineistosta peräti 43% on suomalaista. Mukaan kotimaisiksi sarjakuviksi on laskettu myös suomalaisten tekijöiden ruotsin- ja englanninkieliset julkaisut. Sarjakuvien alkuperäisten julkaisujen kielet ovat koottu kuvioon 6.



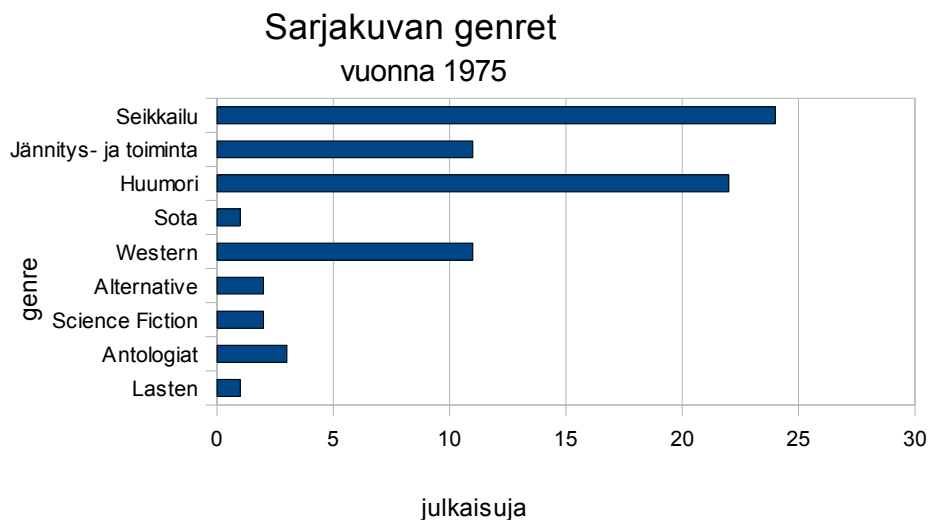
*Kuvio 6. Vuonna 2008 julkaistujen sarjakuvien alkuperäinen kieli.*

Alkuperäisenä kielenä englanti on 88 julkaisussa. Tässä luvussa on jälleen mukana yhteiseurooppalaista tuotantoa olevat Disney-julkaisut. Japani oli kielenä 28 ja ranska 22, italia seitsemässä ja saksa kolmessa julkaisussa. Espanja, korea ja ruotsi jokainen oli yhden julkaisun alkuperäinen kieli.

Vertailun vuoksi esimerkiksi Jokisen (2004, 203) mukaan Ranskassa ilmestyi vuonna 2003 yhteensä 1730 uutta sarjakuvaa, joista kotimaisia oli 973 eli sarjakuvan kotimaisuusaste on 56%. Saksassa puolestaan ilmestyy vuosittain 600-700 albumia, joista suurin osan on käännöksiä: mangaa tai manhwa voi olla jopa 500 nimekettä (Jokinen 2006, 23).

## **7.4 Genre**

Vuoden 1975 sarjakuvien genrejen määrittelyssä oli vaikeuksia, koska FENNICA:ssa ei ole asiasanoitettu tämän aikakauden aikasarjakuvia. Sarjakuvajulkaisujen genrejen määrittelyn pohjana käytettiin fiktiivisen aineiston asiasanastoa Kaunokkia ja sen verkkoversiota (Kaunokki 2000 & Kaunokki 2006, Verkko-Kaunokki 2009). Myös Oulun kaupunginkirjasto – maakuntakirjaston verkkokirjasto Intron sisällönkuvailua on käytetty genrejen määrittelyssä. Joidenkin sarjakuvien asiasanoissa mainittiin useampi kuin yksi genre. Näissä tapauksissa käytettiin sitä genreä, jonka katsottiin tärkeämmäksi. Genret ovat koottu kuvioon 7.

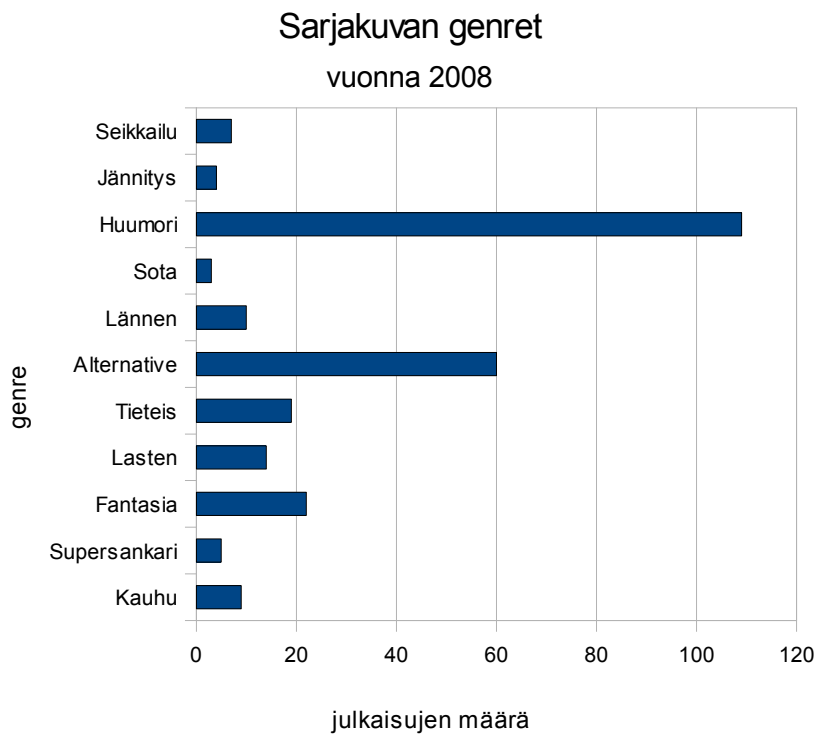


*Kuvio 7. Vuonna 1975 julkaistujen sarjakuvien genre*

Suurimmat genret ovat seikkailu- ja huumorisarjakuva, joita molempia on julkaistu yli 20 nimekettä. Lännen- ja jännityssarjakuvaa on julkaistu yli kymmenen kappaletta molempia. Muut genret saavat vain hajakappaleita.

Genreissä on huomattavissa selkeä keskittyminen huumoripitoiseen ja lapsille suunnattuun sarjakuvaan. Myös lännen- ja seikkailusarjakuviksi lasketut Lucky Luket ja Asterixit ovat sisällöltään huumoripitoisia ja siten lapsille sopivia. Varsinaisia aikuisille suunnattuja alternative-sarjakuvia on vain kaksi julkaisua.

Vuonna 2008 julkaistujen sarjakuvien genrejen määrittelemisessä oli samoja ongelmia kuin vuoden 1975 aineistossa. Genre saatiin määritettyä 262 julkaisuun. Tiedot ovat koottu kuvioon 8.



*Kuvio 8. Vuonna 2008 julkaistujen sarjakuvien genre*

Selvästi suosituin genre oli huumorisarjakuva, jota oli 40% aineistosta. Disney-julkaisut edustavat isoa osaa tästä genrestä. Toiseksi eniten eli yli 20% oli alternative-sarjakuvaa, joka on siis määritelty periaatteessa käsittävän kaiken genre-sarjakuvan ulkopuolelta. Kuitenkin alternative-sarjakuvat ovat selkeästi aikuisille suunnattuja. Seikkailu- ja jännityssarjakuvaa on julkaistu suhteessa vähemmän kuin vuonna 1975 ja uusia genrejä on tullut kolme erilaista eli fantasia-, kauhu ja supersankarisarjakuva. Mangasarjakuvat ovat osaltaan vaikuttamassa uusiin sarjakuvagenreihin.

Japanilaista mangaa tai sitä imitoivaa pseudo-mangaa on vuonna 2008 yli 30 nimekettä eli yli kymmenen prosenttia aineistosta. Nämä julkaisut sisältävät viittä eri genreä. Tiedot ovat koottu taulukkoon 2.

Taulukko 2. Vuonna 2008 julkaistujen mangasarjakuvien genre

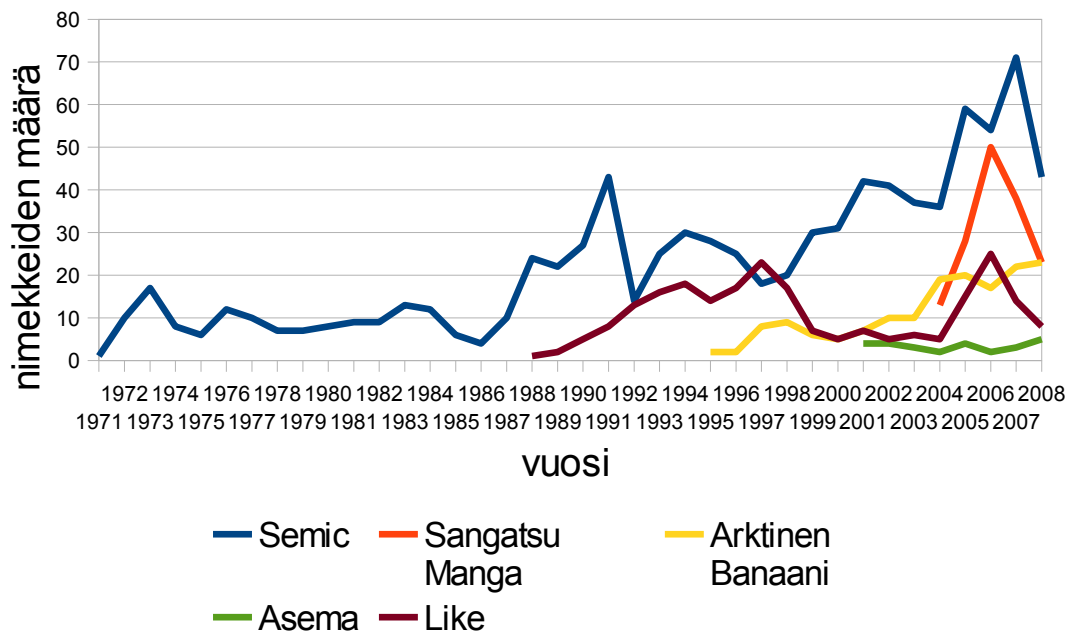
| <b>Mangasarjakuvan genret 2008</b> |    |
|------------------------------------|----|
| Huumori                            | 1  |
| Nuorten                            | 6  |
| Fantasia                           | 11 |
| Tieteis                            | 7  |
| Kauhu                              | 6  |

Manga-sarjakuvajulkaisut vuonna 2008 edustavat viittä genreä, joista suurin on fantasia 11 julkaisulla. Tieteis- ja kauhusarjakuvia on muuhun aineistoon verrattuna paljon, yhteensä 13 julkaisua. Huumorisarjakuvaa on koko aineistoon verrattuna todella vähän eli ainoastaan yksi kappale.

### ***7.5 Tilastotietoa haastateltavista kustantamoista***

Tutkimusta varten haastateltiin viiden kustantamon edustajaa. Nämä kustantajat olivat Like, Sangutsa Manga, Arktinen Banaani, Asema ja Egmont. Näiden kustantamoiden julkaisumäärät ovat koottu kuvioon 9.

## Haastateltujen kustantajien julkaisumäärät vuosina 1971-2008



Kuvio 9. Haastateltujen kustantajien julkaisumäärät 1975-2008

Kuvion tiedot ovat koottu Kansalliskirjaston Internet-tietokanta FENNICAsta hakemalla kustantajien julkaisut UDK-luokasta 741.5 ja poistamalla tuloksista kausijulkaisut. Uusintapainokset ovat mukana. Kuviossa on yhdistetty Egmontin ja sen edeltäjän Semicin julkaisumäärät. Semic muuttui Egmontiksi vuonna 1997. Kustantamo julkaisi sarjakuvia molemmilla nimillä vuosina 1997-1999 ja ne ovat myös yhdistetty kuviossa. Kustantajien koko toiminta-ajan julkaisumäärät ja niiden vuosittaiset keskiarvot ovat koottu taulukkoon 3.

*Taulukko 3. Haastateltujen kustantajien julkaisumäärät ja niiden vuosittaiset keskiarvot*

|                     | Semic | Sangatsu Manga | Arktinen Banaani | Asema | Like |
|---------------------|-------|----------------|------------------|-------|------|
| Julkaisuja yhteensä | 869   | 152            | 160              | 27    | 231  |
| Vuoden keskiarvo    | 23    | 30             | 11               | 3     | 11   |

Egmont tai Semic, kuten se aikaisemmin tunnettiin, on vanhin haastatelluista kustantamoista, se on julkaissut sarjakuvakirjoja vuodesta 1971 lähtien. Semic julkaisi noin kymmenen kirjaa vuodessa 1980-luvun puoliväliin, jolloin he nostivat tuotantomääriä. Aikakauden piikki on vuosi 1991, jolloin Semic julkaisi 43 nimekettä. Sen jälkeen heillä oli laskua, kunnes 2000-luvulla julkaistavien nimekkeiden määrä nousi jälleen. Huippuvuosi on 2007, jolloin julkaistiin 71 sarjakuvakirjaa. Julkaisuja Semicillä ja Egmontilla on yhteensä yli 800 ja keskiarvo on 23 nimekettä vuodessa.

Liken sarjakuvatuotanto alkaa vuodesta 1988 ja 1990-luvun alussa he julkaisivat toistakymmentä sarjakuvakirjaa vuodessa. Aikakauden piikki on vuosi 1997, jolloin julkaistiin 23 sarjakuvaa. Sen jälkeen tuli laskukausi, mutta 2006 Like julkaisi enemmän sarjakuvia kuin koskaan eli 23. Vuoteen kyllä osuu paljon uusintapainoksia vanhoista julkaisuista. Likellä on yhteensä 230 julkaisua ja vuoden keskiarvo on 11.

Arktinen Banaani aloitti sarjakuvakirjojen julkaisun vuonna 1995 julkaisemalla alle kymmenen kirjaa vuodessa. Rajapyykki ylitettiin vuonna 2002 ja viime vuosina kustantamo on julkaissut noin 20 kirjaa vuodessa. Arktisen Banaanin ennätysvuosi on 2008, jolloin heiltä ilmestyi 23 nimekettä. Sarjakuvakirjoja kustantamo on julkaissut keskimäärin yhdentoista nimekkeen vuosivauhtia ja niitä on ilmestynyt yhteensä 160.

Aseman ensimmäiset julkaisut ovat vuodelta 2001. Kirjoja on tullut kolmen julkaisun vuosittaisella keskiarvolla yhteensä 16. Vuonna 2008 heiltä ilmestyi uusintapainokset mukaan lukien kanssa yhteensä viisi kirjaa.

Sangatsu Mangan ensimmäiset julkaisut ovat vuodelta 2004, jolloin heiltä ilmestyi 13 kirjaa. Vuonna 2006 heiltä ilmestyi 50 kirjaa. Yhteensä kustantamo on julkaissut 150 nimekettä. Keskiarvo on ollut 30 kirjaa vuodessa.



## 8 KUSTANTAJIEN NÄKEMYKSIÄ SARJAKUVASTA

Tässä luvussa esitellään haastatteluiden tuloksia. Tulokset ovat esitelty haastattelurungon mukaisessa järjestyksessä. Järjestys valittiin sen takia, koska yksi vastaus voi antaa vastauksia useisiin tutkimuskysymyksiin.

### 8.1 Yleiskustantamon mangaosastolla : Sangatsu Manga

Vuonna 1943 perustettu Kustannusosakeyhtiö Tammi on Suomen kolmanneksi suurin kirjankustantaja. Tammi on lasten ja nuorten kirjojen markkinajohtaja. Tammi julkaisee vuosittain noin 400 uutta kirjaa sekä 200 muuta nimikettä. Yhtiön liikevaihto on noin 30 miljoonaa euroa ja sen palveluksessa toimii noin 120 henkilöä. Tammi on osa kansainvälistä Bonnier-mediakonsernia, joka on alallaan Pohjoismaiden suurimpia. (Kustannusosakeyhtiö Tammi 2009.)

Haastateltava on kustannustoimittaja Antti Valkama, joka on toiminut Tammessa muutaman vuoden. Koulutukseltaan hän on melkein valmis teologian maisteri. Hän aloitti freelancer-kääntäjänä ja nykyisin hänen tehtäviinsä kuuluu kääntämistehtävien lisäksi mm. muutaman sarjan toimittaminen, uusien sarjojen etsiminen ja sopimusneuvottelut, muu yhteydenpito japanilaisiin kustantajiin sekä kotimaisiin yhteistyötahoihin.

Valkama on ollut innokas sarjakuvan harrastaja lapsesta pitäen ja hän päätyi Tammelle kielitaitonsa vuoksi:

*-Japani tuli tutuksi, kun perhe muutti sinne ollessani nelivuotias. Eli manga ilmestyi elämään ilman sen kummempaa yritystä. Luin hillittömästi sekä sarjiksia että kirjoja. Alkuun tosin luin mieluummin suomenkielistä ja manga tuli vasta, kun osasin lukea japania riittävästi - ja kun suomisarjikat kävivät vähiin.*

Tammi aloitti mangan julkaisemisen vuonna 2003, jolloin neljä ensimmäistä osaa Dragon Ball -sarjakuvasta ilmestyivät lastenkirjamerkki Kolibrin alla. Mangalinja Sangatsu Manga perustettiin tammikuussa 2004. Julkaisuja heillä on huhtikuu 2009 mukaan lukien 247 nimekettä.

*-Tammi ei ole julkaissut kovin paljoa sarjakuvaa, joten sen merkitys koko yhtiölle on melko vähäinen. Toisaalta manga on merkittävä osa lasten- ja nuortenkirjajayksikköä - sen puuttuminen näkyisi tuloksessa, vaikka ei yksinään pelasta tai tuhoa yksikköä. Painosmäärät vaihtelevat päälle kymppitonnista neljään-viiteentuhanteen, Valkama kertoo.*

Tammen ensimmäinen manga-julkaisu oli *Dragon Ball*, joka valittiin Bonnier-yhtymän Ruotsin, Tanskan ja Saksan sisarfirmojen hyvien kokemusten perusteella.

*-Muutenkin yhteistyötä tehtiin paljon, kun Tammi oli vasta aloittamassa mangabisneksensä. Tavallista mustavalkosarjista ei välttämättä kannata ryhtyä yhteispainattamaan, koska eri maiden julkaisuajataulut ovat varsin erilaiset. Yhteistyö on pääasiassa informaation vaihtamista. Lisäksi käytämme mahdollisuuksien mukaan samaa materiaalia, Valkama kertoo.*

*-Ideoita otetaan joka puolelta. Niin arvosteluista, foorumeilta kuin henkilökohtaisesta palautteestakin. Jos näen kiinnostavan sarjan tai kuulen sellaisesta, saatan hankkia tsekattavaksi. Riippuu siitä, millaista kamaa juuri nyt ja lähivuosina tarvitaan. Julkaisupolitiikka sekä erityisesti kysyntä määräävät, Valkama kertoo julkaistavien teosten valinnasta.*

Valkaman mukaan kaikki kustannuspäätökset tehdään Tammessa. Viimeinen sana on talon kustannusjohtaja Annamari Arrakoski-Engardtilla:

*-Sangatsu Mangon julkaisupolitiikassa on määritelty pääkohderyhmäksi noin suunnilleen 10-15 -vuotiaat. Varsinaisia aikuissarjoja (graafisempaa väkivaltaa sekä seksiä) ei ole otettu mukaan tästä syystä. Toisaalta, kun manga on tullut tutummaksi ilmiöksi, mukaan ovat tulleet hivenen vanhemmille suunnatut Neon Genesis Evangelion, Trinity Blood sekä Tuulen laakson Nausicaä. Varttuneempien sarjakuvaa tehdään sen*

*mukaan kuin se menee kaupaksi. Ne eivät ole olleet erityisiä hittejä. Niitä ei kuitenkaan voi jättää sivuun, sillä jossain vaiheessa uskomme niilläkin olevan enemmän kysyntää. Ja jos tarjontaa ei ole, yhä useampi luultavasti jättää mangan kokonaan siirryttyään pois lasten- ja nuortensarjojen parista, kertoo Valkama Sangutsa Mangan pitkän tähtäimen julkaisupolitiikan strategiasta.*

Tammella on ollut aikaisemmin ongelmia julkaisujensa kanssa. Kesällä 2003 Dragon Ball -sarjakuva oli kohun kohteena väitetyn pedofiliaan liittyvän sisällön takia. Kansanedustaja Susanna Rahkonen lähetti oikeusministeriölle kirjallisen kyselyn, jossa kysyttiin kuinka ministeriö aikoo suojella lapsia sarjakuvalta, joka kuvaa pedofiliaa normaalina (Journalista! 2003). Valkama kertoo, että neljä ensimmäistä Dragon Ball -kirjaa olivat julkaistu Tammen lastenkirjamerkki Kolibrin alla.

*-Dragon Ballista ja mangasta yleensä vastasi silloinen lasten- ja nuortenkirjojen kustannusjohtaja eli talon sisällä homma oli vakaalla pohjalla ja johdon hyväksymää. Jonkin verran kuulemma esiintyi huolta siitä, miten kohu ehkä vaikuttaisi Kolibri-merkillä julkaistujen lastenkirjojen sekä Tammen oppikirjojen maineeseen. Siksi tehtiin päätös vetää kirjat toistaiseksi myynnistä ja jatkaa myöhemmin, kohun laannuttua. Päätös siis syntyi Tammessa. Eduskunnassa homma eteni kansanedustaja Rahkosen vetämänä mainittuun kysymykseen saakka, mutta mitään toimia ei aiheutunut. Mikään virallinen taho ei tietääkseni missään vaiheessa ollut yhteydessä Tammeen, Valkama muistelee.*

*-Kun Dragon Ballin osat 1-4 julkaistiin uudelleen syksyllä 2006, eniten kohua herättänyt vilautusruutu sensuroitiin 'zoomauksella'. Tämä tehtiin japanilaisten suostumuksella ja Bonnier-konsernin johdon toivomuksesta, ilman ulkopuolisia vaatimuksia, Valkama jatkaa.*

Kohu kuitenkin johti erillisen mangaosaston eli Sangutsa Manga perustamiseen:

*-”Kustantaja päätti perustaa erillisen mangalinjan. Mangaan uskottiin, mutta katsottiin että ei ole viisasta myydä sitä Rasmus Nallen, Muumien ym. kanssa samalla 'tuotemerkillä'. Dragon Ballin julkaisuhan jatkui jo 2004 tammikuussa, Sangatsu Manga -nimen alla.*

Tammi osti vuoden 2009 alussa Punainen jättiläisen, joka on mangaa ja manhwa julkaiseva pienkustantamo. Valkaman mukaan Tammella on merkittävä vaikutus koko manga-sarjakuvaan:

*-Nyt meillä on hallussamme yli puolet markkinoista, joten ratkaisumme vaikuttavat yhä enemmän koko alaan. Pohdimme myös markkinoiden kehittymistä ja sitä, millä tavalla niitä itse voimme kehittää.*

Lisäksi Valkama näkee, että hänellä on keskimääräistä enemmän vaikutusvaltaa julkaisuissa, sillä kovin moni Tammessa ei ole perehtynyt mangaan:

*-Nyt Punainen Jättiläinen -kaupan jälkeen keskustelen kyllä ensin Antti Grönlundin (Punaisen Jättiläisen entinen toimitusjohtaja) kanssa, ja hän taas tulee minun juttusilleni löydettyään jotain kiinnostavaa.*

Japanissa käytettävistä sarjakuvan luokitteluista Valkama kertoo seuraavaa:

*-Koska hyvät shoonen-sarjat myyvät parhaiten, painopiste on tietenkin niissä. Tytötkin tuntuvat ostavan ennemmin Narutoa kuin Sugar Sugar Runea. Määrällisesti kakkosena shoojo (myös Trinity Blood kuulune tähän luokkaan).*

Valkaman mukaan kaupallinen menestyminen on aina tarkoituksena, mutta ei kaikissa kaikessa:

*-Osa sarjoista on tietenkin ns. varmoja nakkeja eli olemme jo ennalta varmoja vähintäänkin kelvollisesta menestyksestä. Mutta eihän sitä jokaisesta sarjasta tiedä... eli saadakse voitto täytyy välillä ottaa riskejä. Esimerkiksi Nausicaäta lähdettiin kuitenkin tekemään sillä periaatteella, että kunhan saadaan omat sijoitukset takaisin niin ollaan tyytyväisiä. Mutta sekin oli mahdollista vain siksi, että jotkut sarjat menestyvät hienosti. "Kulttuuritekoja" voi tehdä ja tehdänsäkin - niin kauan kuin jostain tulee rahaa.*

Myös aloitetut sarjat pyritään julkaisemaan loppuun:

*-Lähtökohta on se, että julkaisemme loppuun saakka. Tämän takia erityisen pitkä sarja otetaan vain jos sen menekkiin luotetaan. Tähän mennessä emme ole lopettaneet yhtään sarjaa kehnon tuloksen vuoksi. Esimerkiksi Yu-gi-oh! oli myynnillisesti melkoinen pettymys jo alusta alkaen, mutta kohta on jo osa 33 kaupoissa. Jos jokin sarja menestyy*

*heikosti emmekä enää odota erityistä kasvua (esim. kun sarja on jo jatkunut melko pitkään), panostamme siihen tietenkin vähemmän kuin muihin. Eli ei kalliita mainoksia tai ekstrakamaa.*

Sangutsa Manga myy julkaisunsa pääasiassa lehtipisteiden kautta, mutta myös kirjakauppamyynä otetaan huomioon tekemällä niissä myytäviin julkaisuihin erilainen takakansi.

*-Hyvin tai kelvollisesti menestyvässä sarjassa suurin osa tuloksesta tehdään Rautakirjan kautta. Se on helpoin tapa: kattava verkosto ja vain yksi jakelija "taivuteltavana". Kirjakauppamyynnissä on tuhattomasti pikkutekijöitä joille myydään erikseen pieniä määriä.*

## **8.2 Kotimainen alternative : Asema Kustannus**

Sarjakuvayhdistys Asema ry on kerronnallisesti suuntautunut taidesarjakuvakustantamo. He painottavat erityisesti kaunokirjallisia arvoja, omaperäisyyttä, uusia näkemyksiä ja uusia ideoita. Asema on kiinnostunut kerronnallisesti ja visuaalisesti mielenkiintoisista ja taiteellisesti kunnianhimoisista sarjakuvista. (Asema kustannus 2008.)

Haastateltavana on kustantamon perustaja Ville Ranta. Hän on vapaa taiteilija, joka elättää itsensä piirtämällä ajankohtaisia ja kantaaottavia sarjakuvia lehtiin sekä apurahoilla. Hän on opiskellut kirjallisuutta ja kieliä Helsingin yliopistossa. Aiemmin Ranta on tehnyt toimittajan töitä, piirroksia ja opettanut sarjakuvaa, enimmäkseen Limingan taidekoulun sarjakuvalinjalla. Aseman pyörittäminen on hänelle tavallaan harrastustoimintaa, koska hän ei saa tuloja yhdistyksestä. Käytännössä Asema on kuitenkin ollut aika merkittävä osa Rannan taiteilijantyötä, koska useimmat hänen kirjoistaan on julkaistu sen kautta.

Ranta perusti Aseman kollegojen Mika Lietzénin ja Anna af Hällströmin kanssa Helsingissä vuonna 2000. Tarkoitus oli julkaista sellaista sarjakuvaa, jota mikään kaupallinen kustantamo ei julkaissut, ja jota he itsekin tekivät. Asema on yhdistys eikä tavoittele voittoa. Ranta ja Lietzén luotsaavat sitä nykyään kahdestaan. Asema on julkaissut 20 kirjaa ja useita pienempiä julkaisuja. Nykyinen julkaisutahti on 2-4 kirjaa vuodessa

*-Kaupallisesti Asema on erittäin marginaalissa, mutta se tunnetaan kulttuuripiireissä korkeatasoisena ja ammattimaisena vaihtoehtosarjakuvan pienkustantamona, Ville Ranta kertoo.*

Kaupallisesta sarjakuvasta Aseman kustannuspoliittinen linja erottuu siten, etteivät he julkaise perinteistä genre-sarjakuvaa, kuten vitsistrippejä, seikkailua, fantasiaa, supersankarisarjakuvaa tai mangaa.

*-Aseman alkuperäiset vaikutteet ovat 1990-luvun ranskalaisissa ja pohjoisamerikkalaisissa sarjakuvan pienkustantamoissa, kuten L'Association ja Drawn & Quarterly. Vaihtoehtosarjakuvan alueella, varsinkin suomalaisen, erotumme siinä, että keskitymme tarinankerrontaan ja ns. sarjakuvaromaaneihin. Kirjallisuuspainotus on sarjakuvateoksissamme voimakas graafisuus, joka on uudessa sarjakuvassa voimakas suuntaus myös. Tämä näkemys liittyy selvästi myös minun ja Mika Lietzénin omaan tuotantoon, Ranta jatkaa.*

Ranta luokittelisi Aseman kirjat alternativeksi, vaikka hänen mielestään luokittelut ovat aina vain luokitteluita, ja ne elävät:

*-Uusia 'genrejä' syntyy, ja aina on teoksia, jotka välttelevät kaikkia luokitteluita. Kaikkea ei voi sijoittaa joko 'mainstreamiin' tai 'alternativeen'. Alternativea on kai kaikki, mikä ei ole määriteltävissä esim. fantasiaksi, seikkailuksi, huumoriksi, supersankareiksi tai mangaksi. Manga on vähän samanlainen 'genre' kuin alternative. Kattaa aika suuren joukon erilaista sarjakuvaa. Mangahan on 'japanilaisella maneerilla tehtyä' sarjakuvaa.*

Rannan mukaan Asema julkaisee periaatteessa vain kotimaista sarjakuvaa:

*-Sitä on helpompi myydä, ja käännösten tekeminen on erityisen työlästä. Lisäksi nykyään hyvää uutta kotimaista on niin paljon, ettei ole tarvinnut miettiä käännöksiä. Uusia julkaisuja etsimme tutkailemalla 'skeneä' koko ajan ja olemme yhteydessä tekijöihin, joista pidämme. Otamme vastaan myös käsikirjoituksia, joista valikoimme. Käytännössä meillä on pieni tekijäporukka, joiden kirjoja olemme vähän niin kuin sitoutuneet julkaisemaan. Linjan suhteen ei Asemalla ole tulossa muutoksia, mutta uusia, vahvoja tekijöitä olisi kiva löytää.*

Tärkeä osa Aseman julkaisupolitiikkaa on se, että teokset kustannustoimitetaan kunnolla:

*-Materiaali käydään kriittisesti läpi tekijän kanssa. Kaunokirjallisuuden alalla tämä on itsestäänselvyys, mutta valitettavasti kotimaista sarjakuvaa ei ole aiemmin juuri toimitettu, vaan on pantu kansiin, mitä tekijä on saanut valmiiksi. Sarjakuvan työstäminen on tietysti käytännössä vähän työläämpää kuin vaikka proosan, mutta ei se tietenkään ole syy olla toimittamatta ja vaatimatta parannuksia, Ranta kertoo.*

Ranta kertoo, että Aseman kirjat myös suunnitellaan kunnolla ja ajan kanssa:

*-Paperimateriaalit, sidosasu, koko, toimitukselliset sivut, kansikuva ja kannen sommittelu ovat erittäin tärkeä osa kirjan tekemistä. Ja lopuksi painojäljen pitää olla ensiluokkaista. Tässä Lietzén on aina ollut erityisen tarkka. Olemme olleet usein aika hankala asiakas painoille. Lopputulos on sitten toivon mukaan teos, joka kunnioittaa taiteilijan työtä ja taiteenlajia. Eli hieno kirja.*

Asema tärkein myyntikanava on Akateeminen kirjakauppa, jonka kautta tulee noin 40% kustantamon myynnistä. Pienkustantajille tärkeässä Helsingin sarjakuvafestivaaleilla tulee alle 5% myynnistä. Aseman jälleenmyynnistä vastaa pienten vaihtoehtosarjakuvan kustantamoiden perustama ja omistama sarjakuvavälitysyritys Sarjakuvan Toivo Oy

*-Sarjakuvan pienkustantamisessa on markkinoilla isoja kompastuskiviä. Talous on jatkuvasti tiukilla, ja levitystyö on hirvittävän vaikeaa. Suuret kustantamot saavat kirjansa paremmin esille kirjakaupoissa kuin pienet, Ranta kertoo. Hänen mukaansa*

kestävä taloudellinen toiminta vaatisi kymmenkunta kirjaa, mutta he eivät jaksaneet tehdä enempää kuin kahdesta neljään kirjaa vuodessa.

### **8.3 Kauppiasta kustantamoksi : Arktinen Banaani**

Valiosarjat Oy on perustettu 1995 toimimaan alkujaan sarjakuvien välitysmyyntifirmana eli sarjakuvatukkuuna. Arktinen Banaani tuli aputoiminimeksi kun Valiosarjat aloitti kustannustoiminnan. Kustantamon perusti Harto Pasonen, joka oli jo aikaisemmin kokeillut sarjakuvalehtien julkaisemista vuosina 1991-1993 Alpha-lehden muodossa.

Haastateltavana on kustannustoimittaja Vesa Kataisto. Hän on toiminut Valiosarjat Oy / Arktisessa Banaanissa vuodesta 2004. Hänen työnsä on etsiä kustannettavaa niin kotiin kuin ulkomailtakin. Lisäksi Kataisto tekee suomennostöitä sekä kirjoittaa mainos- ja esittelytekstejä. Hän on opiskellut yleistä kirjallisuustiedettä ja kulttuurihistoriaa Turun yliopistossa sekä hänellä on animaatio-ohjaajan koulutus Turun AMK:sta. Taustalla hänellä on elinikäinen sarjakuvaharrastus sekä toimintaa Turun Sarjakuvakerhossa ja Turun Kirjamessuilla. Vuodesta 2003 Kataisto on toiminut Suomen sarjakuvaseuran Sarjainfo-lehden päätoimittajana sekä ollut mukana Helsingin Sarjakuvafestivaalien järjestelytyöissä.

*-Ensimmäisten albumien julkaisut perustuivat Harto Pasosen omiin tuttavuuksiin. Arktisen Banaanin ensimmäinen menestykset olivat strippisarja-kokoelmat (Ilkka Heilän B. Virtanen -albumi 1997, ja Juba Tuomolan Viivi ja Wagner 1998), joihin sitten keskityttiin useammaksi vuodeksi. Viivi ja Wagner on pitänyt pintansa jo kymmenen vuotta, ja edelleen vuonna 2008 kymmenen myydyimmän AB:n albumin joukossa on kuusi erilaista Viivi ja Wagner -teosta, Kataisto kertoo.*



*-Nimikkeitä on nykyisin vuodessa noin 25 – 30. Pääosa julkaisuista on ollut sanomalehtisarjakuvakokoelmia, mutta paljon muutakin mahtuu julkaisuohjelmaan, kuten Kati Kovácsin ja Timo Mäkelän albumit, jotka on useimmiten tehty nimenomaan albumeina ensijulkaistaviksi, Kataisto kertoo.*

Julkaisuohjelmassa on ollut viime vuosina kokeilua: Mäkelän ja Kovácsin lisäksi Arktinen Banaani on julkaissut mm. nelivärisiä eurooppalaisia albumeita (*Blacksad*) sekä pieniä italialaisia kauhu- ja fantasiapokkareita (*Dampyr* ja *Brendon*). Useat kustantamon julkaisuista ovat kovakantisia.

*-Kovakantiset sarjakuvakirjat ovat Suomessa suhteellisen tuore ilmiö. Niiden tulo johtuu siitä, että se ryhmä joka oppi lukemaan sarjakuvia 1970-luvulla, on nyt työikäistä, eli heillä on varaa sijoittaa sarjakuviin. Mutta perinteinen eurooppalainen sarjakuva ei kauheasti tunnu kiinnostavan muita kuin juuri niitä, jotka lukivat sarjakuvia jo 1970-luvulla. Suomessa oli melkein 20 vuoden tauko vastaavien julkaisemisessa, varsinkin XIII:n ja Mustanaamion tyyliset ns. realistiset seikkailusarjakuvat ovat kärsineet tästä, Kataisto toteaa.*

Arktinen Banaanin uudet julkaisut löytyvät yleensä pitämällä korvat ja silmät auki:

*-Minulla ja Harto Pasosella on laaja kontaktiverkko alan kotimaisiin tekijöihin, ulkomaisten julkaisujen oikeuksien hankkimisen kannalta tärkein paikka on Angoulêmen sarjakuvafestivaali Ranskassa. Tekijät tarjoavat sarjakuviaan julkaistavaksi aika ajoin, mutta hyvin harvoin tämä on johtanut julkaisupäätökseen. Lähes aina aloite tulee kustantamolta, Kataisto kertoo.*

Arktisen Banaanin jakeluverkossa ovat mukana sekä kirjakaupat että lehtipisteet. Albumit ja kirjat menevät pääosin kirjakauppojen ja antikvariaattien kautta, lehtimuotoiset julkaisut lehtipisteistä. Lisäksi Arktinen Banaani on mukana eri kirjamesuilla, joista Helsinki on myynnillisesti tärkein, Helsingin ja Turun Sarjakuvafestivaaleilla sekä joissakin muissa kirjallisuustapahtumissa. Omaa verkko- tai kirjakauppaa heillä ei tällä hetkellä ole.

#### **8.4 Laatusarjakuvan pioneeri : Like**

Like Kustannus Oy on vuonna 1987 perustettu kirjankustantamo. Se on noussut Suomen suurimpien yleiskustantajien joukkoon ja julkaisee n. 150 uutta kirjanimikettä vuodessa. Vuoden 2006 alusta Like siirtyi Kustannusosakeyhtiö Otavan omistukseen ja osaksi Otava – Kuvalehdet-konsernia. Omistusjärjestelystä huolimatta Like toimii itsenäisenä kustantamona. Liken painopisteitä ovat yhteiskunnallinen kirjallisuus, musiikki-, elokuva- ja teatterikirjat sekä kaunokirjallisuus. Se tunnetaan uusista alueista tutkivana ja omaa tinkimätöntä, kantaaottavaa linjaansa noudattavana kustantamona. (Like Kustannus 2009.)

Haastateltavana on kustannustoimittaja Sari Romppanen. Hän on koulutukseltaan filosofian maisteri:

*-Opiskelin Joensuussa kulttuurin tutkimuksen koulutusohjelmassa pääaineenani kirjallisuus. Likelle päädyin oikeastaan suoraan koulun penkiltä. Vastaan nykyisin Liken sarjakuvista ja toimitan myös lähes kaikki Rikos kannattaa -sarjan kirjat. Hirveän tarkkoja rajoja meillä ei vedetä, koska toimittajia on niin vähän, mutta kaikilla on kyllä omat vastualueet. Sarjakuvat tulivat minulle tehtäväksi ajan myötä, muutama vuosi sitten. Olin niitä kyllä aina lueskellut, mutta paljon intohimoisemmin olen aina suhtautunut muuhun kirjallisuuteen. Mitä kauemmin olen sarjakuvien parissa näin tiiviisti toiminut, sitä enemmän ne ovat alkaneet kiinnostaa. Niihin voisi upottaa kaiken aikansa ja intonsa, eikä sekään riittäisi. Kenttä on loputon, ja siksi niin kiinnostava, Romppanen kertoo työnkuvastaan.*

Like julkaisi paljon laadukasta sarjakuvaa 1990-luvulla. Syynä Romppanen näkee tässä kustannustoimittajan roolin:

*-Likehän oli entisaikaan hyvin tunnettu sarjakuvistaan. Lista oli aika kunnianhimoinen, ja Like oli ihan epäilemättä yksi parhaista sarjakuvakustantamoista koko maassa. Likessä on perinteisesti tehty kirjoja aika ihmislähtöisesti eli sen mukaan, mikä*

*työntekijöitä on kiinnostanut. Puikkosen Kari kun oli Likellä tekemässä sarjakuvia, niitä tehtiin paljon ja hyvin monentyypisiä. Hänen lopetettua oli muutaman vuoden tauko, jolloin jatkettiin kyllä aloitettuja sarjoja, mutta ei tuotu juurikaan uutta.*

*-Mutta nyt voi jo sanoa, että taas tehdään - ei yhtä paljon kuin 90-luvulla, mutta sopivasti. Tärkeä osa listasta sarjakuvat taas on. Ei kokonaiskuvan kannalta yhtä näkyvä ja määrittävä kuin aikaisemmin, mutta kyllä niihin aikaa ja ajatusta taas nykyään todella uhrataan. Silloin kun meillä tehtiin enemmän sarjakuvaa kuin nyt, tehtiin vähemmän muuta kirjallisuutta. Nyt tuo suhde on toisinpäin. En osaa sanoa, onko siinä tehty jotain suuria linjanvetoja. Myyntimäärät toki jonkin verran vaikuttaa, se on selvä, ja moni muu kirja myy paremmin kuin sarjakuva, Romppanen jatkaa.*

Romppasen mukaan kustannuspäätös on prosessi, joka yleensä lähtee liikkeelle kustannustoimittajasta:

*-Hän törmää johonkin kiinnostavaan, kuulee joltakin jostain kiinnostavasta tai saa kiinnostavan käsikirjoituksen. Kyllä meille tarjotaan ihan mukavasti sarjakuvakäsikirjoituksia. Sitten jos toimittaja innostuu, hän saattaa pyytää toista mielipidettä tai marssia suoraan kustannuspäällikön luo. Lopullisen päätöksen tekee sitten toimitusjohtaja, joka on meillä siis myös kustannusjohtaja.*

Likellä on tällä hetkellä suomalaisten lisäksi ranskan-, englannin- ja espanjankielisiä sarjakuvia tekeillä.

*-Kotimaisuus ei ole sinänsä houkuttelevampi kuin muunkaan maalaisuus. Jossain mielessä sitä kyllä kannattaa suomalaista sarjakuvaa, haluaa nostaa sitä. Mutta ei se mikään itseisarvo ole. Kielirajoituksia ei ole. Vaikkei itse osaisikaan sitä kieltä, mistä sarjakuvaa käännetään, ei se haittaa, kyllä kääntäjään voi luottaa, Romppanen kertoo*

Romppasen mukaan hänellä on kaksijakoinen suhtautuminen kaupallisuuteen. Lisäksi sarjakuvien myynnin ennustaminen on vaikeaa:

*-Tuskin kukaan tällä alalla puhtaasti rahan takia on, kyllä siellä jotkin kulttuuriset intohimot vaikuttavat vahvemmin. Mutta onhan sitä rahaakin tultava jostain,*

*liiketoimintahaan tämä on. Vaikka olisi miten hyvä sarjakuva, ei se myynti ole taattu. Tietysti joidenkin vanhojen steady sellereiden kohdalla voi ennustaa, myykö vai ei, mutta varsinkin uusien nimien kanssa tuo myyntiasia on aika mystinen. Kyllähän se kulttuurinen pääoma, jota usein juuri näillä vähemmän myyvillä kerätään, on loppujen lopuksi tärkeämpää kuin raha.*

*-Pitkien sarjojen kanssa on oltava kärsivällinen. Oppi-isäni sanoi, että vasta viidennen kirjan kohdalla voi odottaa breikkausta, Romppanen jatkaa.*

Liken sarjakuvat myydään pääasiassa kirjakauppojen kautta.

*-Sarjakuvat leviää meillä pääosin samoja kanavia kuin muukin julkaisemamme kirjallisuus. Meillä on joka tapauksessa siinä mielessä hyvä tilanne, että ne levityskanavat on olemassa, ne on luotu vuosien varrella, ja sarjakuvat myydään kaupoille samoissa tilaisuuksissa kuin muutkin kirjat. Eli että ei ole sitä pienkustantajien ongelmaa, että ei edes saisi tuotteitaan kirjakauppoihin. Sarjakuvien myynnistä iso osa on myös tapahtumamyyntiä, sarjifestareita ja kirjamesseja. Ja netti on myös tärkeä kanava, nettimyynnin odotetaan jatkuvasti kasvavan, Romppanen paljastaa.*

## **8.5 Supersankareita ja muutakin : Egmont Kustannus**

Egmont Kustannus Oy Ab on tanskalaisen Egmontin ja Sanoma Magazines Finland Oy:n puoliksi omistama kustantamo. Egmont julkaisi ennen sarjakuvia nimellä Semic. Semic aloitti toimintansa Suomessa 70-luvun alussa, ja oli osa kansainvälistä Bonnier-konsernia. Muutos Egmontiksi tapahtui 90-luvun lopulla, kun Bonnier myi Semicin Egmont-konsernille ja Sanomalle. Egmont Kustannuksen liikevaihto vuonna 2008 on n. 20 miljoonaa euroa ja sen palveluksessa on 60 henkilöä Tampereella ja Helsingissä. Sarjakuvien lisäksi heidän tuotevalikoimansa sisältää urheilu- ja aikakauslehtiä, lastenkirjoja, pelejä ja askartelutuotteita. (Egmont kustannus 2009.)

Egmontilta on haastateltavana tuotevastaava Jouko Ruokosenmäki. Hän on harrastanut sarjakuvia lapsesta alkaen. Keräilyn lisäksi hän piirsi sarjakuvia, joita myös julkaistiin pienlehdissä. Hän on koulutukseltaan käännöstieteen filosofian maisteri Tampereen yliopistosta. Hän aloitti suomentajana ja tekstaaajana Semicillä, jossa hän eteni osapäiväisestä sarjakuvatoimittajasta tuotevastaavaksi.

Egmontin julkaisupäätöksiin vaikuttaa Ruokosenmäen mukaan moni asia:

*-Pyrimme mahdollisuuksien mukaan painamaan lehdet ja albumit ns. yhteispainatuksina muiden maiden Egmontien kanssa, jolloin säästämme rahaa ja voimme myös yhdistää voimavarojamme markkinoinnin ja muun toiminnan suhteen. Suomen Egmont ei kuitenkaan ole sidottu orjallisesti kenenkään muun julkaisupäätöksiin, vaan loppukädessä päätämme tekemisemme itse.*

Myös Egmont toimii sekä pörssinä että katedraalina: talous vaikuttaa suuresti julkaisupäätöksiin, mutta on myös muitakin kriteereitä:

*-Tähtäimessä on toki aina tuottaa kaupallisesti kannattavia sarjakuvia. Tavoite on myös pitää yllä monipuolista tarjontaa, josta löytyy niin kaupallisia hittisarjoja kuin myös kriitikoiden ylistämiä teoksia.*

Hänen mukaansa Suomen sarjakuvaa ostava kansanosaa on siinä määrin pieni, että kaikki uudet sarjakuvat ovat kokeiluja:

*-Jopa sellaiset sarjakuvat, joilla on todistettavasti menekkiä muualla maailmassa voivat floppata täällä. Pelkkä hyvä ei siis ainakaan näinä päivinä riitä julkaisukriteeriksi. Ihan puhtaasti persoonallisiin fiiliksiin perustuen emme sarjojamme valitse, vaan jokin kaupallinen pohja ehdotuksille pitää olla olemassa. Toki sarjoille pyritään antamaan mahdollisuus todistaa voimansa markkinoilla, eli jos jokin sarja aloitetaan, ei sitä ihan ensimmäiseen vastoinkäymiseen lopeteta, hän kertoo.*

Ruokosenmäen mukaan julkaisuideoita haetaan laajalta alueelta jatkuvasti:

*-Julkaisuideoita esittävät talossa niin toimittajat kuin markkinoijatkin, ja ideoita pohditaan toimituskunnan kesken tietyin väliajoin. Osa ideoista tulee konsernilta, osa taas perustuu nimenomaan trendeihin, messuihin ja saatuihin näytteisiin. Tarkoitus on*

*julkaista kaikkea kiinnostavaa, alkuperäisestä kustantajasta riippumatta, vaikkakin firmat, joiden kanssa ollaan tehty pitempään yhteistyötä, lähettävät ahkerammin tietoa tekemisistään. Mutta ilman muuta tarkoitus on julkaista kaikkea kiinnostavaa, alkuperäisestä kustantajasta riippumatta. Etsimme uusia lupaavia yhteistyökumppaneita kaiken aikaa.*

Ruokosenmäki näkee, että Egmontilla on kuitenkin selkeä linja ja kohdeyleisö, josta kuitenkin poiketaan tarpeen vaatiessa:

*-Egmont Kustannus kustantaa etupäässä 'koko perheen luettavaa', mikä sarjakuvapuolella tarkoittaa käytännössä kohtuullisen lapsiystävällisiä sarjoja, tosin kautta aikojen ohjelmaan on myös ujutettu varttuneille lukijoille suunnattuja sarjakuvia. Suurin osa materiaalistamme käännetään ulkomaisista lähdeteoksista, kotimaista sarjakuvaa julkaisemme harvakseltaan, Ruokosenmäki kertoo. Hänen mukaansa julkaistavien sarjakuvien yleisimmät alkuperäiskielet ovat englanti, ranska, japani ja ruotsi. Lisäksi Ruokosenmäki toteaa, että Egmont ei ole sidottu tiettyihin genreihin, vaan julkaisee kaikenlaisia sarjakuvia.*

Egmontin jakelukanavat ovat laajat. Julkaisuja myydään lehtipisteissä, omassa nettikaupassa, kirja- ja sarjakuvakaupoissa sekä messuilla.

## **8.6 Suomen sarjakuvasta yleisemmin**

Tähän lukuun on koottu haastateltavien vastauksia liittyen Suomen sarjakuvajulkaisuihin. Vastaukset on luokiteltu teemoittain.

### **8.6.1 Julkaisujen määrä**

Haastateltavien mukaan julkaistavien nimekkeiden määrä on lisääntynyt 2000-luvulla. Syynä tähän nähdään painotekniikan kehittymisestä ja painamisen halpenemisesta johtuva pienkustantajien määrän lisääntyminen että suurien kustantajien lisääntynyt tarjonta:

*-Pitkään alalla olleet on hyytyneet huippuvuosista, mutta on tullut monia pieniä ja hyvin erikoistuneita toimijoita. Pienet ovat nopeita, pystyvät ketterämmin ottamaan listalle uutta tavaraa kuin vakaat vanhat. Vaikka kyllä aika notkeita kaikki on listojensa kanssa. Ehkä ihmiset lähtevät julkaisutoimintaan rohkeammin kuin ennen? Omakustanteita on ollut paljon, mutta nyt nämä uudet aika erikoistuneet kustantamot ovat saaneet läpi sarjakuviaan näkyvästi, Sari Romppanen arvelee.*

*-Kun yksittäisen sarjojen myynnit laskee, pitää sitä korvata titteleiden määrällä, kertoo Jouko Ruokosenmäki.*

## 8.6.2 Laatu

Tekniikan ja tarinankerronnan mekanismien kehittyminen ovat muuttaneet tapaa, jolla sarjakuvat tehdään, mutta tämä ei ole välttämättä parantanut sarjakuvan sisältöä:

*-Sisällöllisesti sarjakuva pyörii vielä aika triviaaleissa aiheissa ja ajatuksissa. Kovin hienoja ja kirjallisuuden ystävää kiinnostavia kirjoja ei juuri ole, Ville Ranta näkee.*

*-Tilanne on parempi kuin kymmenen vuotta sitten, mutta heikompi kuin Jalavan ja Liken parhaina vuosina 1980-luvun puolivälistä 1990-luvun alkuun, Vesa Kataisto summaa sarjakuvan nykytilanteen.*

## 8.6.3 Kotimaisuus ja alkuperämaa

Kotimaista sarjakuvaa on paljon enemmän kuin ennen, ja se on kansainvälisesti ottaen hyvin monipuolista ja energistä. Nyt tietyt sarjat jopa myyvät hyvin, monet paremmin kun käännössarjakuvat.

*-Meillä tehdään paljon erinomaisen hyviä sarjakuvia, mikä on huomattu maailmallakin, esimerkiksi Ranskassa on julkaistu jo parikymmentä suomalaista albumia. Kotimainen sarjakuva on pitkälti pienien kustantamojen varassa (Zum Teufel, Asema, HuudaHuuda, Suuri Kurpitsa) sekä omakustantajien harteilla, Kataisto näkee.*

*-Suomalaista sarjakuvaa pidetään arvossa alternative-skenessä ympäri Eurooppaa. Meillä on nykyään paljon tekijöitä, jotka osaavat tehdä jotain, mitä muut eivät ole tehneet ennen, Ranta kertoo. Ruokosenmäellä on kriittisempi näkemys:*

*-Suomi on täynnä hienoja ja omaperäisiä sarjakuvataiteilijoita – uudella sukupolvella kuvallinen puoli on kuosissa, tarinat hakusessa.*

*-Mangaa ja manhwa on tullut viime aikoina hyvin paljon, mikä on ainakin tuonut sarjakuvalle uusia lukijoita jos ei muuta. Suomessa ei taidettu mangaan hurahtaa ihan yhtä tehokkaasti kuin joissakin muissa maissa, ja sillä lailla on jäänyt tilaa muullekin kuin vain mangalle. Japanilaistenkin nousu kertonee siitä, että Suomessa perinteisiksi koettujen sarjakuvamaiden rinnalle on mielellään haettu uusia. Sehän on hyvä! Romppanen kertoo.*

#### **8.6.4 Genret**

Yleisesti ottaen genre-valikoima on laajentunut. Perinteinen eurooppalainen sarjakuva ei kauheasti tunnu kiinnostavan muita kuin niitä, jotka lukivat sarjakuvia jo 1970-luvulla. Varsinkin ns. realistiset seikkailu- ja toimintasarjakuva ovat kärsineet tästä. Myös supersankarisarjat ovat menettäneet suosiotaan. Tilalle on tullut paljon työtöille suunnattuja sarjakuvia, joista suurin osa on mangaa. Mangasarjakuvat ovat myös



vallanneet kioskisarjakuvamarkkinat, mutta eräiden arvioiden mukaan niistä alkaa olla jo ylitarjontaa.

*-1970-luvulla rulettaneet toimintasarjakuvat (James Bondit, Agentti-X:t ym.) ovat kadonneet liki täysin, Ruokosenmäki kertoo*

### 8.6.5 Sarjakuvan arvostus ja näkyvyys

Yleinen näkemys haastateltavien keskuudessa on, että sarjakuvan arvostus on lisääntynyt ainakin kulttuuripiireissä, mutta suuren yleisön mielipiteistä ei olla varmoja:

*-Kulttuuriväki on jossain määrin kiinnostunut sarjakuvasta. Apurahoja jaetaan nykyään myös sarjakuvalle. Mutta edelleen suurin osa sarjakuvaa on erittäin marginaalista siinä mielessä, mitä se myy ja miten sitä tunnetaan ja arvostetaan, Ranta näkee.*

Myös Kataiston mielestä apurahojen myöntämisellä sarjakuvantekijöille on ollut positiivinen vaikutus sarjakuvan arvostukseen:

*-Oleellisin juttu on kuitenkin sarjakuvien teon taloudellinen tuki, sellaista on kulttuurirahoista irronnut vasta parin viime vuosikymmenen ajan. Nyt tilanne on mielestäni jo melko hyvä, hän kertoo.*

*-Suuren yleisön mielestä sarjakuva on minun nähdäkseni kuitenkin edelleen lasten viihdettä, vaikka aika ajoin joku keksiikin julistaa lehdistössä että 'sarjakuva on taidetta'. Ironista onkin, että kun arvostus kohoaa, menestys vähenee - mutta niinhän se on ollut muillakin taiteen aloilla. Aluksi romaaneja kirjoitettiin vain massaviihdeksi, nykyään kirjat mielletään aina 'vakavaksi' ajanvietteeksi, Ruokosenmäki näkee.*

*-Sarjakuvaa pidetään yhä yleisesti lasten ja nuorten miesten heppoisena harrastuksena. Tai sitten pikkutyttöjen mangainnostuksena, Ranta jatkaa.*

Haastateltavien mielestä sarjakuvan medianäkyvyys on myös lisääntynyt, mutta sen eteen joutuu tekemään kovasti töitä:

*-Mediassa sarjakuvasta kirjoitetaan nykyisin paljon enemmän ja vakavammin kuin ennen, johtuen varmaan siitä, että isojen lehtien kriitikot ovat nyt sitä ikäluokkaa, joka on kasvanut sarjakuvien parissa, Ruokosenmäki kertoo.*

*-Varsinkin Helsingin sanomat on alkanut kiinnittää huomiota kotimaiseen sarjakuvaan entistä enemmän, Ranta lisää. Kataiston mielestä markkinointibudjettien pienuuden takia medianäkyvyys on sarjakuvakustantajille tärkeää:*

*-Arvostelut etenkin isoissa lehdissä ovat pienille kustantajille elintärkeitä.*

*-Sarjakuvaa lukeva yleisö on hyvin tarkkaa ja paneutunutta. Mediassakin sarjakuva näkyy ihan hyvin, ja nykyisin on paljon jo erilaisia sarjakuvatapahtumiakin, jotka nostavat sarjakuvaa mediaan. Medianäkyvyyden eteen joudutaan tekemään paljon enemmän töitä kuin kirjojen kanssa. Mutta onhan se arvostus kasvanut huikeasti. Ei sarjakuva ole enää pelkästään Aku Ankka, tietämyskin on lisääntynyt”, Romppanen näkee.*

Valkaman mielestä manga on saanut ihan kelvollisesti palstatilaa, minkä lisäksi lukijoilta tulee paljon palautetta:

*-Mangan ympärille taitaa muodostua helpommin yhteisöjä kuin perinteisen sarjakuvan, ja tällöin myös palautetta tulee runsaammin, kun otetaan huomioon toimituksen saaman postin lisäksi myös kaikenlaiset nettifoorumit.*

### **8.6.6 Suosio**

Kataiston mukaan sarjakuva-albumeita julkaistaan Suomessa paljon, mutta painokset ja myyntimäärät ovat pieniä:

*-Jos Disney-julkaisut jätetään laskuista, niin kun Suomessa ilmestyy vuodessa noin 200 sarjakuvajulkaisua, näistä kymmenen tai enintään viisitoista ylittää 5000 myydyin kappaleen rajan. Vertailun vuoksi: Jokainen Aku Ankan taskukirja myy 70000 kappaletta, tuplataskarit noin 100000 kpl.*

*-Oma kannattajakuntansa sarjakuvilla on, ja Suomessa se aktiivinen ja paljon ostoksia tekevä piiri on aika pieni. Suosio noin yleisellä tasolla varmaan on ja pysyy, jos ei muuten niin Ankkujen ansiosta. Ja Ankkujen piiristä lähdetään koko ajan kauemmas ja kauemmas, kertoo Romppanen.*

*-Suomessa on tällä hetkellä muoti-ilmiö sarjakuvassa, nimittäin strippikokoelmat. Aku Ankan ohella suuri yleisö lukee näitä strippejä lehdistä ja ostaa niitä albumeina. Yleisesti ottaen tämä on ihan merkittävä muutos, Ranta kertoo sarjakuvan laajentuneesta lukijakunnasta.*

*-Strippikokoelmat ovat tällä hetkellä muoti-ilmiönsä suomalaisessa sarjakuvassa. Jokainen strippi sanomalehdessä samalla kyseisen sarjan mainos, Kataisto säestää.*

Kataisto ja Valkama ovat sitä mieltä, että hittisarjakuvat tarvitsevat paljon lukijoita sarjakuvan harrastajien lisäksi:

*-Omasta mielestäni avain menestykseen on tavoittaa sellaiset ihmiset jotka 'eivät lue sarjakuvia', ja samalla eivät hoksaa että Viivi ja Wagner (2 miljoonaa lukijaa päivittäin) sekä Aku Ankka (miljoona lukijaa joka viikko) ovat myös sarjakuvaa, Kataisto näkee.*

*-Kaikkien aikojen suosituin suomennettu manga eli Dragon Ball on nyt yli 450000:ssa, ja saattaa tämän vuoden lopussa päästä puoleen miljoonaan myytyyn kirjaan. Se myy, koska sitä ostavat muutkin kuin mangafanit/pikkupojat/tytöt. Iso menestys saavutetaan vasta kun tavoitetaan "normaalit" lapset/varhaisnuoret/nuoret, Valkama kertoo. Lisäksi hän näkee, että manga ei varsinaisesti kilpaile aivan samoista lukijoista muun sarjakuvan kanssa.*

Painosmäärät vaihtelevat paljon eri sarjakuvatyyppeiden välillä:

*-Vallankumousta ei ole tapahtunut vaihtoehtosarjakuvassa. Vuosikymmenen vaihteessa kotimainen sarjakuva-albumi myi yleensä 200-600 kpl. Nykyään luku on ehkä 300-900. Sitten on jotain poikkeuksia, jotka myyvät yli 1000 kpl, mutta ne ovat melko harvassa, Ranta kertoo.*

*-Meillä "mikä tahansa" sarjakuvajulkaisu myy 500 kappaletta, mutta tuhanteen myytyyn yltäminen vaatii jo todellista yritystä (varsinkin kun teko- ja painatuskustannusten jälkeen rahaa markkinointiin ei juuri ole - arvostelut etenkin isoissa lehdissä ovat pienille kustantajille elintärkeitä). 1500 Kappaleen myynti tarkoittaa, että tekijälle/julkaisijallekin jää jo jotain käteen, parituhatta myyvä albumi on melkein hitti, Kataisto kertoo albumeiden myynnistä.*

Aku Ankan taskukirjojen lisäksi myös muu kioskisarjakuva myy paljon verrattuna albumeihin. Valkaman mukaan Sangatsu Mangan painosmäärät vaihtelevat ”päälle kymppitonniin neljään-viiteentuhanteen”. Ruokosenmäen mukaan myynnit ovat kuitenkin laskeneet kautta linjan, ja Egmontille menestys on ”sellainen mangasarja, jonka myynnit pääsevät tuonne 4000 hujakoille. Useampikin tittelimme myy kuukausittain yli tuon 5000 kpl. Eivätkä ne mangatkaan nyt niin loistokkaasti myy, jos vertaillaan vaikkapa 90-luvun (saati sitten 80- tai 70-lukujen) lehtien myyntiin. Sama ilmiö näkyy kaikkialla maailmassa.”

### **8.6.7 Julkaisumuodot**

Haastateltavien mielestä sarjakuvalehti on julkaisumuoto, joka on menettänyt eniten lukijoitaan:

*-Sarjakuvalehdet elivät 1950-luvulta 1990-luvun alkuun. Lama kai ne lopulta tappoi, niin Suomessa kuin Ranskassa ja USA:ssakin. Suomessa vain Aku Ankka jäi, Ranta toteaa.*

Ruokosenmäen mielestä sarjakuvalehdillä on vielä potentiaalia:

*-Lehdet tulevat olemaan varmaan enenevässä määrin ns. "gateway drug", joilla toivon mukaan koukutetaan ihan pienet lukijat sarjakuvan maailmaan, ja he toivon mukaan siirtyvät sitten ajan kanssa albumeihin ja kirjoihin. Tai siis osa heistä. Mutta tällä*

*haavaa tuntuu siltä, että nuoret ja aikuiset eivät enää jaksa ohuita lehtiä ostella, he haluavat kerralla enemmän luettavaa!*

Kataiston mielestä tietyille sarjoille lehtimuoto olisi julkaisukynnyksen kannalta helpoin:

*-Utopistinen toiveeni on saada kioskeihin uusia sarjakuvalehtiä, koska onhan Suomessa parhaimmillaan ilmestynyt jopa yli 30 nimikettä vuodessa.*

Ville Rannan mukaan 1990-luvun puolella välissä taiteilijaryhmät alkoivat perustaa antologioita. Antologia tuli paikkaamaan loppuneita sarjakuvalehtiä ja tarjoamaan uusille tekijöille esittäytymiskeinon. Antologiaa tarvitaan yhä, mutta se ei ole enää yhtä tärkeä kuin 90-luvulla. Nykyään nettisarjakuvat ja pienkustannekirjat ovat korvanneet niiden tarvetta jonkin verran.

*-Antologiat olisivat paras keino uusille tekijöille päästä esiin, valitettavasti niitä ostetaan hyvin vähän - antologian julkaiseminen on lähinnä voittoa tavoittelematonta markkinointityötä. Suomessa ilmestyy kymmeniä pienlehtiä, joiden painos on tosin hyvin pieni, 100 - 300 kpl. Lisääntynyt sarjakuvakoulutus ja digitaalitekniikan kehitys ovat lisänneet myös omakustanteiden määrää., Kataisto lisää.*

Internetissä julkaistava sarjakuva on uusin sarjakuvan julkaisumuoto. Kataiston mielestä nettijulkaisua voi verrata lehdessä julkaisuun siinä mielessä, että jokainen strippi on tavallaan sarjakuvan mainos:

*-Potentiaali on vain paljon suurempi, esimerkiksi suosittu Kiroileva siili taas poukkasi netistä esille. Internet on hyvinkin potentiaalinen markkinointikanava.*

Romppanen on samaa mieltä:

*-Nettisarjis on kovasti yleistynyt. Moni sarja breikkaa ensin netissä ja laitetaan sitten vasta paperille. Onhan tuo ihan lyömätön keino saada sarjakuvalleen tunnettavuutta.*

Myös Ranta on samoilla linjoilla:

*-Suositun kuvablogin pitäjä saa teoksilleen kuitenkin helpommin kustantajan kuin täysin tuntematon tekijä, se on selvä.*

Kataiston mielestä on myös itsenäistä nettisarjakuvaa:

*-Tällä keinoin pienkustantaja voi saada teoksensa teknisesti ja visuaalisesti laadukkaampana yleisön nähtäväksi, jos muutoin olisi varaa vain valokopiovihon tekemiseen. Taloudellista riskiä ei ole, jos ei tulojakaan. Maailmalta näkyvät merkit osoittavat, että ihmiset eivät mielellään maksa nettisarjoista.*

*-Ennen omakustanne- tai jopa kopirolehti oli paras tapa päästä sisälle 'skeneen', mutta nykyään nettisarjakuva on korvannut kopirolehden. Suositun kuvablogin pitäjä saa teoksilleen kuitenkin helpommin kustantajan kuin täysin tuntematon tekijä. Myös vaihtoehtoisin pikkuskene on netissä, Ranta jatkaa.*

Internet on kuitenkin sopiva julkaisumuoto vain tietyille sarjakuville:

*-Nettisarjakuva harvemmin kääntyy kovin hyväksi kirjaksi. Netissä toimii improvisoitu ja kevyt matsku, joka saattaa tuntua kirjassa vähän tyhjänpäiväiseltä, Ranta näkee.*

*-Strippisarjat toimivat netissäkin, mutta monikymmensivuista, yhtenäistä tarinaa ei ole mukavaa lukea tietokoneen ruudulta, jatkaa Kataisto.*

*-Sarjakuvaromaanit tai -kirjat tuntuvat kasvattaneen suosiotaan, mikä on mielestäni erittäin hyvä. Sarjakuvaromaani nostaa vain sarjakuvaa jotenkin uudelle tasolle, saa monen uuden lukijan innostumaan sarjakuvasta, Romppanen innostuu.*

*-Minusta kaikki julkaisumuodot ovat tarpeellisia, eivätkä oikeastaan edes kilpaile keskenään. Kaikilla on niin eri käyttötarkoitukset - tarkoitan että vaikka sitä sarjakuvaa kaikista luetaan, lehti otetaan käteen ihan eri tilanteessa kuin sarjakuvaromaani. Lehdestä, tai nykyisin netistä, luetaan uutta ja nopeaa, sarjakuvaromaaniin keskittyy ihan eri tavalla, Romppanen tiivistää.*

### 8.6.8 Sarjakuva kirjana

Sarjakuvateokset ovat teknisesti laadukkaampia kuin koskaan aiemmin. Niiden paperi, taitto ja sidonta ovat parantuneet.

*-Kovakantiset sarjakuvakirjat Suomessa ovat suhteellisen tuore ilmiö. Niiden tulo johtuu siitä, että se ryhmä joka oppi lukemaan sarjakuvia 1970-luvulla, on nyt työikäistä, eli heillä on varaa sijoittaa sarjakuviin. On toki mukana arvostuksenkin kasvoa, että kuluttajat haluavat ja voivat sijoittaa komeampiin ja kestävämpiin laitoksiin suosikkisarjakuvistaan, Kataisto näkee. Myös Ruokosenmäki on samaa mieltä:*

*-1970-luvulla sarjakuvaharrastuksen aloittaneet lapset ja nuoret ovat nyt 40-vuotiaita työssäkäyviä aikuisia, joilla on rahaa ja halua hankkia hyllynsä hienoja, kestäviä teoksia. He katsovat sarjakuvat yhdeksi taiteenlajiksi, eivätkä vain lasten lukemistoksi.*

*-Vielä kymmenen vuotta sitten sarjakuvan piti näyttää halvalta ja maksaa erittäin vähän. Se teki sarjakuvan pienkustannustoiminnan lähes mahdolliseksi. Ostajien hintahaarukka oli 5-10 euroa. Kalliimmat oli 'liian kalliita'. Tämä on muuttunut, ja sarjakuvakirjasta ollaan valmiit maksamaan 20 euroa. Mutta ei 30 euroa, minkä romaanit maksaa, ja romaanien painaminen on paljon halvempaa kuin sarjakuvien, Ranta kertoo.*

Ruokosenmäen mukaan sarjakuvaa lukeva yleisö on nykyisin valmis maksamaan kunnan hinnan kunnolla toimitetusta, hienosta sarjakuvakirjasta, kun taas ennen sarjakuva oli varmasti enemmän kertakäyttölukemistoa, jonka parissa viihdyttiin tovi ja sitten se nakattiin menemään.

Valkama kertoo, että Japanissa hyvin myyvistä sarjoista tehdään usein erilaisia julkaisuja:

*-Kirjoja julkaistaan esimerkiksi isompaan kokoon, kovissa kansissa ja niin edelleen. Suomessa markkinat ovat vielä turhan pienet tähän. Periaatteessa Dragon Ballista voisi harkita jotain tällaista, mutta ihan ajankohtaista se ei ole.*

### **8.6.9 Tulevaisuus**

Haastateltavilla oli varovaisen positiivinen näkemys sarjakuvatulevaisuudesta.

*-Hyvään suuntaan ollaan menossa, jos tämä meno jatkuu ja kestää. Sanon vielä, että kiitos varsinkin digitekniikan, sarjakuvateosten julkaiseminen ei ole vaikeaa. Markkinointi ja levitys on hankalaa, Kataisto summaa sarjakuvan nykytilanteen.*

Ruokosenmäki näkee, että sarjakuvat tullaan suuntaamaan yhä enenemässä määrin aikuisyleisölle. Hän vielä lisää:

*-Kyllä sarjakuvalla varmaan tulevaisuus on - itse uskoisin, että enemmän pienten piirien taidenautintoina kuin massaviihteenä. Toki aika ajoin varmaan ilmaantuu Kiroilevan Siilin tapaisia hittejä, jotka puhuttelevat suurempaa yleisöä - toivottavasti ainakin!*

Romppainen näkee tulevaisuudessa näkee enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia.

*-Uusia lahjakkaita tekijöitä niin taiteilijoiden kuin julkaisijoidenkin puolella nousee ja kehittyy koko ajan. Ja julkaisumuodot kehittyvät. Sähköiseen suuntaan varmaan mennään koko ajan enemmän, mutta vauhti voi olla hidasta. Tarkoitan siis ihan sähköistä kirjaa, en nettiblogeja.*



## 9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa vedetään johtopäätöksiä tutkimuksen tuloksista sekä pyritään vastaamaan tutkimusongelman kysymyksiin. Johtopäätökset perustuvat molemmista menetelmistä saatuihin tietoihin, vaikka vastauksia on saatu enemmän haastattelututkimuksesta. Luvussa 9.1 vastataan ensimmäisen tutkimusongelman kysymyksiin ja luvussa 9.2 toisen. Luku 9.3 vastaa tutkimuskysymykseen kolme.

### **9.1 Suomessa julkaistava sarjakuva**

Vuonna 1975 julkaistiin paljon käännoissarjakuvaa. Kotimaista oli vain kaksi nimekettä, joista toinen oli omakustanne. Suurin osa sarjakuvista oli eurooppalaistyyppisiä albumeita ranskalaiselta kielialueelta. Ison osan muodostivat myös Disneyn yhteiseurooppalaiset taskukirjat. Vuonna 2008 kotimaista sarjakuvaa julkaistiin huomattavasti enemmän eli melkein puolet kaikista julkaisuista. Japanilainen sarjakuva on kotimaisen sarjakuvan lisäksi toinen muoti-ilmiö.

Aiemmin sarjakuvat olivat pääasiassa koko perheen luettavaa, ja ne edustivat muutamaa yleisintä genreä, kuten seikkailu-, lännen-, huumori- ja jännityssarjakuvaa. Suomessa julkaistavien sarjakuvien määrä on lisääntynyt ja tarjonta monipuolistunut. Uusia genrejä vuoteen 1975 verrattuna on tullut kolme: fantasia-, kauhu- ja supersankarisarjakuva. Aiempaa vähemmän julkaistiin tyypillisiä ranskalais-belgialaista sarjakuvia: jännitys- ja seikkailusarjakuvaa. Genrejen tarkka määrittely on kuitenkin hankalaa, johtuen mm. genrejen elämisestä. Vuonna 2008 sarjakuvia julkaistaan paljon aikuisille, sillä 20% julkaisuista oli aikuisille suunnattua alternative-sarjakuvaa. Toisaalta Suomessa julkaistut manga-sarjakuvat ovat olleet pääasiassa 10-15 -vuotiaille suunnattuja, joten todennäköisesti sarjakuvaa lukeva yleisö on jakaantuneempaa kuin aikaisemmin.

Sarjakuvien ulkoasu on monipuolistunut ja hajanaistunut sekä kirjojen koko on kasvanut vuoden 2008 aineistossa. Sarjakuva ei ole enää formaattien vanki, vaan sitä julkaistaan kaiken kokoisena ja näköisenä. Sarjakuvakirjan merkitys esineenä on kasvanut. Ennen sarjakuvan piti olla mahdollisimman halpa, mutta nykyään sarjakuvaa pitkään harrastaneet lukijat haluavat yhä hienompia kirjoja suosikkisarjoistaan. Kirjat usein sisältävät pitkiä tarinakokonaisuuksia tai sarjakuvaromaaneita. Markkinoille on tullut hienoja laitoksia ja kokoelmia vanhoista suosikkisarjoista. Uudet tekijät haluavat sarjakuvistaan hienoja kirjoja, jotka kunnioittavat taidemuotoa. Internetissä julkaistaan paljon marginaalista tai nopeasti luettavaa, kevyttä sarjakuvaa, jota ennen julkaistiin sarjakuvalehdissä. Sarjakuvalehdet ovat jääneet nykyään pienkustantajien tai omakustantajien alueeksi. Pienkustanteita julkaistaan paljon, koska painotekniikka on parantunut ja halventunut. Vain muutamia tai yhden kirjan julkaisseita pienkustantajia on Suomessa paljon ja ne julkaisevat paljon kotimaista sarjakuvaa.

## **9.2 Suomessa julkaistavan sarjakuvan taustat**

Julkaistavan sarjakuvan takana on kustantamoiden julkaisupolitiikka. Se on yleensä tarkkaan määritelty, pitkällä aikavälillä valittu tai muodostunut ja kustantamot pyrkivät pysymään siinä. Kukaan haastateltavista ei nähnyt tulevaisuudessa tapahtuvan suuria muutoksia julkaisupolitiikassaan.

Valittavat julkaisut eivät yleensä ole sidottuja mihinkään maahan tai alkuperäiseen kustantamoon. Ideoita ulkomaisten sarjakuvien julkaisupäätöksiin haetaan festivaaleilta ja messuilta sekä pitämällä korvat ja silmät auki. Kotimaisen sarjakuvan julkaisuihin vaikuttavat paljon kontaktit suoraan tekijöihin. Vaikka useat kustantamot ovat kansainvälisessä omistuksessa, yhteispainatukset eivät vaikuta julkaisupäätöksiin mitenkään radikaalisti. Ideoita julkaisuihin tulee eri puolilta, mutta julkaisupäätöksen takana on kuitenkin kustannustoimittaja. Yksittäisen kustannustoimittajien päätökset

vaikuttavat merkittävästi sarjakuvan kaltaisella pienellä kirjallisuuden alulla. Lisäksi esimerkiksi Aseman toimintaan olennaisesti kuuluva kustannustoimittaminen vaikuttaa suoraan myös julkaistavan sarjakuvan sisältöihin.

Yksittäisellä kustantamon julkaisupolitiikalla voi olla merkittävä vaikutus koko maan sarjakuvaan. Sangatsu Mangalla on jopa puolet mangamarkkinoista hallussaan, joten Antti Valkaman mukaan Sangatsu Mangan päätökset saattavat vaikuttaa siihen miten suuri yleisö kokee mangasarjakuvat.

Kustantamoihin voidaan yrittää vaikuttaa myös ulkopuolelta. Esimerkkinä Antti Valkaman mainitsema Dragon Ball-kohu, jossa suomalainen kansanedustaja pyrki saamaan pedofiliaepäilyjen vuoksi julkaisut pois jakelusta. Hanke myös onnistui, sillä kohun aiheuttaneet sarjakuvat tuotiin uudelleen markkinoille sensuroituina versiona vasta vuosien kuluttua. Tämä on kuitenkin yksittäistapaus.

Tarjolla olevan sarjakuvan laatu ja määrä vaikuttaa ratkaisevasti kustannuspäätöksiin. Ranskalais-belgialaisen sarjakuvan väheneminen johtuu siitä, että 1970- ja 1980-luvulla Suomessa julkaistuja ranskankielisiä sarjakuvia oli tehty Euroopassa jo 1950-luvulta lähtien. Kun tämä ”varasto” saatiin julkaistua suomeksi, hyvä materiaali alkoi loppua. Toisena esimerkkinä periaatteessa vain suomalaista sarjakuvaa julkaiseva Asema ”joutui” julkaisemaan ranskalaisen albumin, koska he eivät löytäneet kotimaasta mielenkiintoista tavaraa.

Sarjakuvan lukijoissa ja tekijöissä on tapahtunut sukupolvenvaihdos. Sarjakuvien tekijöiksi, toimittajiksi ja arvostelijoiksi tuli ihmisiä, jotka olivat lukeneet sarjakuvia lapsesta pitäen. Tämän takia myös sarjakuvan arvostus on kasvanut, mutta se ei vielä ole kovin suurta. Suuren yleisön mielestä sarjakuva on edelleen joko lasten viihdettä, nuorten miesten tai mangasta innostuneiden pikkutyttöjen heppoinen harrastus. Sarjakuvan arvostus on lisääntynyt kulttuuripiireissä. Toisaalta kun sarjakuvasta on tullut hyväksyttyä taidetta, se on samalla menettänyt lukijoitaan.

Sarjakuvakoulutus on myös kehittynyt Suomessa 1990-luvulta lähtien. Koulutuksen ansiosta Suomessa on osaavien tekijöiden joukko, joka tekee sekä kansainvälisesti arvostettua laatusarjakuvaa että kotimaiseen yleisöön uppoavaa viihdettä. Kotimaiset tekijät ovat myös valmiita kokeilemaan sarjakuvan eri julkaisumuodoilla ja erikokoisilla kirjoilla.

### **9.3 Kaupallisuus, jakelukanavat ja myynti**

Tutkimusaineiston perusteella voidaan todeta, että liiketaloudellisen tavoitteen lisäksi kustantamoilla on myös laadullisia päämääriä. Ne ovat valmiita julkaisemaan myös huonoilla myyntiodotuksilla, mikäli kirja on laadukas ja sopii kustantamon linjaan. Myös pitemmille sarjoille ollaan valmiita antamaan mahdollisuus, menestystä ei tarvitse tulla heti alkupään kirjoilla. Kustannusalalla usein toistuva ilmiö, jossa harvoilla myyntimenestyksillä paikataan tappiollisia tai vähän tuottavia kirjoja tuntuu tapahtuvan myös sarjakuvakustantamoissa.

Kustantamoiden kohderyhmät vaikuttavat niiden jakelukanaviin. Aikuisemmalle lukijakunnalle suunnatut kirjat myydään kirjakaupoissa, kun taas lehtipisteissä myydään nuoremmille suunnattuja sarjoja.

Sarjakuva-albumia yleensä myydään 500 kappaleesta ylöspäin. Parituhatta myyvä albumi on melkein hitti, jolla päästään kotimaisten sarjakuvien myyntilistoille. Kioskisarjakuvan painosmäärät ovat eri luokkaa. Sangatsu Mangan albumeiden painosmäärät vaihtelevat noin neljästä tuhannesta yli kymmeneen tuhanteen. Egmontilla on usea mangasarja, joka myy kuukausittain yli 5000 sekä Tex Willer, joka myy yli 10000 kappaletta. Aku Ankan taskukirjat myyvät 70000 kappaletta, parhaimmat jopa noin 100000 kpl. Mangan ostajat ovat vielä aika homogeeninen joukko, sekä tytöt että pojat ostavat samoja sarjoja. Suuri menestys saadaan, kun sarjaa lukee laaja joukko ihmisiä, jotka eivät kuulu ”kohderyhmään”.

Menestyvien sarjakuvien ennustaminen on hankalaa. Joidenkin sarjojen menestyksestä haastateltavat ovat aika varmoja, mutta jotkut kansainvälisesti menestyneet sarjakuvat saattavat floppata Suomessa. Avain menestykseen on kuitenkin tavoittaa lukijoita varsinaisten kohderyhmien ulkopuolelta eli sellaiset ihmiset jotka eivät yleensä harrasta tai lue sarjakuvia.

## 10 POHDINTAA

Tutkimus oli minulle erittäin mielenkiintoinen ja opettava sekä metodeiltaan ja sisällöltään. Haastatteluista opin paljon sarjakuvista ja suomalaisesta kustannustoiminnasta. Teemahaastattelu oli mielenkiintoinen tutkimusmenetelmä, jolla saa helposti tietoa, olettaen tietysti, että onnistuu saamaan haastateltavia. Tutkimuksen tulokset ovat tilastojen osalta odotetun kaltaiset, mutta kustannustoimittajien päätökset vaikuttavat paljon Suomessa julkaistuihin sarjakuviin.

Tutkimuksen suurin ongelma liittyi tilastollisen tutkimuksen aineistoihin. FENNICAn valinta sekä vuoden 2008 että kustantajakohtaisten tilastojen lähteeksi oli luultavasti virhe. FENNICAassa oli useita sarjoja, jotka olisin halunnut tutkimuksen mukaan oli luetteloitu kausijulkaisuiksi, joten ne jäivät pois aineistosta. Tämä vaikutti merkittävästi tilastovertailuun. Erityisesti usean manga-sarjan puuttuminen ei ehkä anna todellista kuvaa mangan merkityksestä erityisesti lehtipisteissä myytävissä sarjakuvissa. Myös hyvin myyvän lännensarja Tex Willerin puuttuminen jäi harmittamaan. Nyt aineistoon tuli mukaan Aku Ankan taskukirjat, jotka ovat selvästi Suomen eniten myytyjä ja siten luetuimpia sarjakuvia. Kuitenkin pidän sarjakuva-albumia yhden tai kahden tekijän tuotoksena ja siinä mielessä miltei kollektiivisesti tuotetut Aku Ankan taskukirjat eivät ole sarjakuva-albumeita tai -kirjoja. Ehkä olisi pitänyt ennen aineiston keräämistä luoda selkeä määrittely sarjakuvakirjalle ja valita aineisto FENNICAsta ja Kaukorannan luettelosta määrittelyn mukaan. Tai yhtenäisyyden nimissä olisi pitänyt hakea myös vuoden 1975 aineisto FENNICA-tietokannasta. Kaukorannan aineisto oli mielestäni kuitenkin luotettavampi. Tein kuitenkin pienen jälkitarkastuksen ja aineistoista olisi tullut hyvin samankaltainen riippumatta lähteestä. Myös sarjakuvien alkuperäisen kielen määrittäminen oli vaikeaa ja lisäsi työmäärää. Lisäksi genrejen määrittelyssä oli ongelmia, koska FENNICAn luetteloinnissa ei mainita asiasanoja. Joidenkin sarjakuvien genrejä etsittiin toisesta tietokannasta, mikä oli työlästä. Tämä ehkä puhuu koko aineiston hakemisen Oulun kaupunginkirjaston – maakuntakirjaston verkkopalvelu Intrasta puolesta.

Tilastollisen tutkimuksen ongelma oli myös vertailu kahden vuoden välillä. Valitut vuodet olivat mielestäni hyvät, mutta kaksi vuotta oli aika vähän, sillä yhden tekijän tai sarjan julkaiseminen tai julkaisematta jättäminen tietyssä vuonna vaikuttaa paljon tuloksiin. Kolmas vuosi 1990-luvun alusta tai vertailu usean vuoden jaksojen (esimerkiksi 1973-76 ja 2006-2008) välillä olisi voinut olla parempi tapa, mutta katsoin muista lähteistä koottujen julkaisutietojen korvaavan tätä osaa tutkimuksesta. Lisäksi työmäärän takia tämä olisi varmaan ollut mahdoton toteuttaa tämän tutkimuksen puitteissa.

Haastattelujen valinta oli mielestäni onnistunut. Haastateltavat edustivat eri tyyppisiä kustantamoita ja mielestäni he edustivat hyvin koko Suomen sarjakuvakustannusalaa. He olivat kuitenkin aika homogeeninen joukko ja joissakin haastattelun teemoissa saturaatiopiste tuli nopeasti vastaan. Tämä kertoo siitä, että viisi haastattelua oli oikea määrä.

Virtuaalihaastattelu toimi mielestäni pääasiassa hyvin. Yhdeltä haastateltavalta kysyttävä kysymysten määrä oli suhteellisen pieni, joten pitkien matkojen matkustaminen haastatteluiden takia olisi ollut luultavasti turhauttavaa. Minua epäilytti sähköpostin käyttäminen reaaliaikaisen keskustelun sijaan, mutta sekin onnistui hyvin. Minulla oli aikaa pohtia vastauksia ja uusia kysymyksiä ja vastaukset olivat hyvin pohdittuja ja kompakteja tietoisuuksia. Sähköposti oli sopivin haastattelutapa ensimmäisille haastateltavilleni, joten käytin sitä muissakin haastatteluissa. Mielestäni onnistuin myös haastatteluissa pysymään hyvin teemahaastattelulle asetetuissa raameissa. Sähköpostihaastattelun ongelma oli vastauksien saaminen haastateltavilta. Jotkut vastasivat todella nopeasti kun taas joidenkin kohdalla jäin miettimään, onko vastaaja jättänyt haastattelun kesken ilmoittamatta siitä minulle.

Jatkotutkimusten aiheita tuli jo pelkästään haastateltavilta useita. Valkaman kertomasta Drangon Ball -sarjakuvasta nousseesta kohusta mieleeni tuli laajempi tutkimus

sarjakuvan sensuurista. Sarjakuvien aiheuttamasta yleisestä paheksunnasta olisi hauska tietää lisää. Tällaisessa tutkimuksessa historiallinen ote olisi hyvä lähtökohta.

Näkökulmia sarjakuvaan olisi vielä monia käyttämättä. Kustantajan näkökulman lisäksi myös tekijän näkökulma samasta aiheesta voisi olla mielenkiintoinen. Sarjakuvien myyntiä voisi tutkia myyjän tai tukkumyyjän (esimerkiksi Sarjakuvan Toivo) näkökulmasta. Sarjakuvan arvostus olisi todella mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe. Mahdollisia lähestymistapoja voisivat olla ainakin lehtikirjoitusten ja apurahojen myöntämisen tutkiminen.

Myös Brunilan ja Uusitalon mainitsemaa pienkustantajien julkaisujen keskimääräinen halvempi hinta verrattuna suuriin kustantamoihin olisi mielenkiintoinen tutkimuksen aihe. Hypoteesini on, että pienkustantajat julkaisevat halvempaa sarjakuvaa pienemmälle kohderyhmälle ja suuret julkaisevat kalliimpia ja hienompia painoksia mainstream-lukijoille. Lisäksi sarjakuvien värillisyyys ja kovakantisuus olisi hyvä ottaa esille tällaisissa tutkimuksissa.

Toinen näkökulma uuteen sarjakuvatutkimukseen olisi lukija- tai kulttuuritutkimus. Ovatko sarjakuvan lukijat muuttuneet ja jos ovat niin miten? Uskon, että sarjakuvan lukijakunta on ainakin vanhentunut. Lisäksi Valkaman mainitsema mangan ja perinteisemmän sarjakuvan lukijoiden erilaisuus kiinnostaa, eivätkö mangan harrastajat lue muuta sarjakuvaa? Lukukulttuurissa kiinnostavia aiheita olisi mangaharrastajien yhteisöllisyys, joka ilmenee esim. pukeutumisleikkien tai Internetin keskustelupalstojen kautta.



## LÄHDELUETTELO

Altman, Rick (2002) Elokuva ja genre. Tampere : Osuuskunta Vastapaino.

Arffman, Päivi (2004) ”Comics go underground!” : Underground-sarjakuva vastakulttuurina vuosien 1967-1974 Yhdysvalloissa. Turku : k&h, Turun yliopisto, kulttuurihistoria.

Arktinen Banaani. Viitattu 7.11.2008.

<http://www.sarjakuva.com/>

Arrakoski, Olli (2004) Kustantaminen eilen, tänään, huomenna. Teoksessa: Teija Makkonen (toim.) Kustannustoimittajan kirja, 27-45. Tampere : Vastapaino.

Asema Kustannus. Viitattu 7.11.2008

<http://asemakustannus.com/>

Beaty, Bart (2007) Unpopolar culture : Transforming the European comic book on the 1990's. Toronto, Buffalo, London : University of Toronto Press.

Benton, Mike (1991) Horror Comics : The Illustrated History. Dallas : Taylor.

Benton, Mike (1993) Crime Comics : The Illustrated History. Dallas : Taylor.

Boyer, Patrice (1986) Nykysarjakuva – pirstaleinen aika rikkoo muodot. Teoksessa: Erkki Huhtamo (toim.) Puhekuplia : kirjoituksia sarjakuvasta, 16. Kemi : Kemin kulttuurilautakunta.

Brunila, Anne & Uusitalo, Liisa (1989) Kirjatuotannon rakenne ja strategiat. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Egmont Kustannus (2009) Viitattu 11.2.2009. <http://www.egmontkustannus.fi/>

Eisner, Will (1990) Comics & sequential art. Expanded edition. Tamarac : Poorhouse Press.

Eskola, Jari (2001) Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Kirjassa: Juhani Aaltola, Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Eskola, Jari ja Vastamäki, Jaana (2001) Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Kirjassa: Juhani Aaltola, Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Fennica. Suomen kansallisbibliografia. Haettu 1.4.2009.  
(<https://fennica.linneanet.fi/>)

Forss, Timo (2007) Like panostaa sarjakuviin. Kirjassa Like on Like : kirjoja vuodesta 1987. Helsinki : Like.

Gifford, Denis (1984) International Book of Comics. London : Optimum.

Gravett, Paul (2005) Manga : 60 vuotta japanilaista sarjakuvaa. Helsinki : Otava.

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

Haanpää, Harri (2004) Kustannuspäätös – 33 väitettä. Teoksessa: Teija Makkonen (toim.) Kustannustoimittajan kirja, 201-209. Tampere : Vastapaino.

Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus (2005) Toim. Johanna Ruusuvuori & Liisa Tiittula. Tampere: Vastapaino.

Halttunen, Kai (1995) Pienkustantajan arkipäivä : tutkimus julkaisuprosessista ja toimintakulttuurista. Jyväskylä : Nykykulttuurin tutkimusyksikkö.

Hatfield, Charles (2005) Alternative Comics : An Emerging Literature. Jackson : University Press of Mississippi.

Heikkilä, Tarja (1998) Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Heikkinen, Merja (1991) Sillä välin toisaalla... : Sarjakuvan kulttuuripoliittinen asema ja sarjakuvien tuotanto. Helsinki : VAPK-kustannus, Taiteen keskustoiminkunta.

Heiskanen, Jukka (1993) Amerikan malliin - kustannusjätit pullistelevat pienet hengiltä. Sarjainfo 79, 2-3. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Helleman, Jarl (1999) Kustantajan näkökulma : kirjoituksia kirjallisuuden reunalta. Helsinki : Otava.

Herkman, Juha (1996) Miten sarjakuvista tuli yliopistokelpoisia? Kirjassa Juha Herkman (toim.) Ruutujen välissä : näkökulmia sarjakuvaan. Tampere : Tampere University Press.

Herkman, Juha (1998) Sarjakuvan mieli ja kieli. Tampere : Vastapaino.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001) Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hosiasluoma, Yrjö (2003) Kirjallisuuden sanakirja. Helsinki : WSOY.

Häggman, Kai (2008) Paras tawara maailmassa : Suomalainen kustannustoiminta 1800-luvulta 2000-luvulle. Keuruu : Otava.

Hänninen, Harto (1992) Jalava jätti Jalavan. Sarjainfo 74, s. 21. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Hänninen, Harto & Kempainen, Petri (1994) Lähtöruutu sarjakuvaan. Mikkeli : Yleisradio.

Hänninen, Harto (1999) Kohti uutta ruudunhallintaa. Teoksessa Harto Hänninen, Petri Kempainen, Tuija Kuutti (toimittaneet) Kenelle soittaisin seuraavaksi? : Uusi suomalainen sarjakuva, 8-9. Helsinki : Kiasma, Nykyaikaisen museon.

Hänninen, Ville (2004) Esipuhe. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Kotimaisia sarjakuvantekijöitä, 7-9. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Hänninen, Ville (2006a) Amerikkalainen sarjakuva monipuolisempaa kuin koskaan. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 28-35. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Hänninen, Ville (2006b) Esipuhe. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 7-8. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Hänninen, Ville (2006c) Ranskan sarjakuva elpyi. 1990-luvulla. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 17-22. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Intro Verkkokirjasto. Haettu 1.-3.-4.2009.  
(<https://oukasrv6.ouka.fi/?formid=find2>)

Jerrman, Toni (1989) Lauri Narinen valitsee Semicille. Sarjainfo 64, 24-27. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Jerrman, Toni (1990) Dark Horse – Amerikan sarjakuvakustantamojen musta hevonen. Lehdessä Tähtivaeltaja 2/1990, 59-69. Helsinki : Helsingin Science Fiction Seura.

Jerrman, Toni (1996) Supersankareista elämän suuriin kysymyksiin : eli amerikkalaisen sarjakuvan aikuistumien, Teoksessa Harto Pasonen (toim.) Sarjakuvan vuosikirja I : sarjakuvavuosi 1995, 10-25. Tampere : Valiosarjat.

Jokinen, Heikki ; Tolvanen, Juhani (1981) Kustantajien pakeilla. Sarjainfo 32, 24-26. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Jokinen, Heikki (1989) Aukkoja katsellen. Sarjainfo 65 12-13. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Jokinen, Heikki (1996) Sarjakuvajulkaisut 1995. Teoksessa Harto Pasonen (toim.) Sarjakuvan vuosikirja I : sarjakuvavuosi 1995, 120-169. Tampere : Valiosarjat.

Jokinen, Heikki (2001) Tuolien välistä omalle pallille : sarjakuva valtion taidehallinnossa. Helsinki : Opetusministeriö.

Jokinen, Heikki (2004) Sata sarjakuvaa. Helsinki : Tammi.

Jokinen, Heikki (2006) Käännökset hallitsevat Saksan sarjakuvamarkkinoita. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 23-27. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Jokinen, Heikki & Rautiainen Pauli (2008) Taiteen edistämistä varten : Taidetoimikunnat 40 vuotta. Helsinki : Taiteen keskustoimikunta.

Journalista! (2003) The Comics Journal Weblog. Saturday, May 24, 2003. Haettu 15.4.2009.

<http://www.tej.com/journalista/zarch200305C.html#ball>

Kansalliskirjasto. FENNICA - Suomen kansallisbibliografia Viitattu 2.4.2009

<http://www.kansalliskirjasto.fi/kirjastoala/fennica/>

Kataisto, Vesa (2004) Sarjakuvat. Teoksessa: Teija Makkonen (toim.)

Kustannustoimittajan kirja, 201-209. Tampere : Vastapaino.

Kaukoranta, Heikki (1968) : Suomalaiset sarjakuvajulkaisut 1904-1966. Helsinki:

Helsingin yliopiston kirjasto.

Kaukoranta, Heikki (1997) Suomeksi julkaistut itsenäiset sarjakuvakirjat ja albumit 1904-1976. Viitattu 31.3.2009

<http://sarjakuvaseura.fi/index.php?>

[option=com\\_content&task=view&id=30&Itemid=63&limit=1&limitstart=1](http://sarjakuvaseura.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=63&limit=1&limitstart=1)

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

Helsinki : Kustannusosakeyhtiö Otava.

Kaunokki : fiktiivisen aineiston asiasanasto (2000). Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu.

Kaunokki : fiktiivisen aineiston asiasanasto : uudet asiasanat, ohjaus-termit ja

muutokset 2000-2006 (2006) Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu.

Keats, Daphne M. (2000) Interviewing. A practical guide for students and professionals.

Buckingham, Philadelphia: Open university press.

Kejonen, Pekka (1986) Sarjakuva – kahden taiteen kylkiäinen vai itsellinen, uusi taide : Sarjakuva kirjailijan näkökulmasta. Teoksessa: Erkki Huhtamo (toim.) Puhekuplia : kirjoituksia sarjakuvasta, 90-101. Kemi : Kemin kulttuurilautakunta.

Kirja 2010 (2001) Toim. Lauri Saarinen, Juri Joensuu & Raine Koskimaa. Jyväskylä : Jyväskylän yliopisto.

Kirjojen myynti Suomessa. Suomen kustannusyhdistys ry. Viitattu 6.1.2009.  
<https://tilastointi.kustantajat.fi/webreport.aspx>

Kivitie, Mikko (2007) Rudolphe Töpffer – sarjakuvan isä. Teoksessa Rudolphe Töpffer: Herra Koipeliini. Merkilliset matkat ja eriskummalliset kohtalot maalla ja merellä hänen jälkeenjättämiensä papereiden mukaan kerrotut ja 199 kauniilla kuvalla valaistut. Helsinki, Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy.

Kumpulainen, Taina (1994) Aku Ankkaa liukuhihnalta. Sarjainfo 1994 / 3. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Kustannusosakeyhtiö Tammi (2009). Haettu 1.4.2009. <http://www.tammi.fi/sivut/1>.

Lagerstedt, Ilpo (1991) Supersankarit : ilmiö amerikkalaisessa sarjakuvassa. Helsinki: Kirjastopalvelu.

Lehtinen, Jari ; Kemppi, Janne & Vanamo, Outi (2007) Mangan mestarit. Helsinki : BTJ Kustannus.

Like Kustannus : Kirjoja jotka laajentavat tajuntaasi. Viitattu 11.4.2009.  
<http://www.like.fi/>

Lyytikäinen, Pirjo (2006) Rajat ja rajojen ylitykset : laji kirjallisuudessa ja kirjallisuudentutkimuksessa. Teoksessa Anne Mäntynen, Susanna Shore ja Anna Solin (toimittaneet) Genre – tekstilaji. Helsinki : Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Makkonen, Teija (2004) Ideasta kirjaksi. Teoksessa Teija Makkonen (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Tampere : Vastapaino.

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

McCloud, Scott (1994) Sarjakuva – näkymätön taide. Helsinki : Good Fellows.

Modern Genre Theory (2001) Edited and introduced by David Duff. Harlow : Longman.

Murtosaari, Jukka (1996) Quo Vadis seikkailusarjakuva? Teoksessa Harto Pasonen (toim.) Sarjakuvan vuosikirja I : sarjakuvavuosi 1995, 72-95. Tampere : Valiosarjat.

Mäkelä, Pekka (2001) Onko meillä varaa kirjaan? Teoksessa Tieto ja kirja. Helsinki : Suomen tietokirjailijat ry.

Mäkinen, Marco (1990) Ei-fiktiivinen romaani. Helsinki : Helsingin yliopisto.

Niemi, Juhani (1991) Kirjallisuus instituutiona : Johdatus sosiologiseen kirjallisuudentutkimukseen. Helsinki : Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Nieminen, Tommi (1996) Kohti lukijan genreä : Johdatusta semioottiseen lajiteoriaan. Tampere : Tampereen yliopisto.

Pasanen, Harto (1996) Sarjakuva etsii uusia julkaisumuotoja. Teoksessa Harto Pasonen (toim.) Sarjakuvan vuosikirja I : sarjakuvavuosi 1995, 7-9. Tampere : Valiosarjat.



Perälä, Riku (1990) Psykopaattien ja neurootikkojen vuosikymmen : Supersankareiden 80-luku. Sarjainfo 67, 3-5. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Pulkkinen, Kalervo (1990) Sarjakuvien julkaisukehitys 1980-luvulla. Sarjainfo 66, 3-5. Helsinki : Suomen Sarjakuvaseura.

Pulkkinen, Kalervo (1991) Ruutujen aika : Suomen Sarjakuvaseuran kaksi vuosikymmentä. Espoo : Suomen sarjakuvaseura.

Rasilainen, Reino (1989) Julkaistu ja julkaisematon kirjallisuus : kotimaisen kaunokirjallisuuden valikoituminen kustannusyhtiössä. Jyväskylä : Jyväskylän yliopisto.

Rauvola, Ville (2008) Tietokirjailija kustantajan tallissa. Teoksessa: Raimo Jussila, Eero Ojanen ja Taija Tuominen (toim.) Tieto kirjaksi, 221-237. Helsinki : Kansanvalistusseura.

Ronkainen, Timo (2006) Disney-sarjakuvia tuotetaan ympäri maailmaa. Teoksessa Hänninen, Ville (toim.) Ulkomaalaisia sarjakuvantekijöitä 1, 42-49 . Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.

Ruokosenmäki, Jouko (2008) Taivaan ja helvetin avioero : Dave Simin Cerebus. Tähtivaeltaja 1/2008, 12-25. Helsinki : Helsingin science fiction seura ry.

Sabin, Roger (1993) Adult Comics : An Introduction. London and New York : Routledge.

Sabin, Roger (1996) Comics, Comix & Graphic Novels. London : Phaidon Press.

- Sarén, Ari-Matti (2006) Japanilaisella sarjakuvalla eli mangalla on pitkät perinteet. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 9-16. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu Oy.
- Schodt, Frederik L. (1996) Dreamland Japan : Writings on Modern Manga. Berkeley : Stone Bridge Press.
- Sinisalo, Johanna (2004) Fantasia lajityyppinä ja kirjailijan työvälineenä. Teoksessa Kristian Bloberg, Irma Hirsjärvi, Urpo Kovala (toim.) Fantasian monet maailmat, 11-31. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu.
- Sinisalo, Otto (2006) Supersankarit, Amerikan ainoa sarjakuvagenre. Teoksessa Ville Hänninen (toim.) Ulkomaisia sarjakuvantekijöitä 1, 36-41. Helsinki : BTJ Kirjastopalvelu Oy.
- Stockmann, Doris; Bengtsson, Niklas & Repo, Yrjö (2000) Kirja Suomessa : Tekijöistä lukijaan – kirja-alan tukitoimet ja kehittäminen. Helsinki : Opetusministeriö.
- Thompson, Jason (2007) Manga - the complete guide. New York: Ballantine Books.
- Tiittula, Liisa, Rastas, Anna & Ruusuvuori, Johanna (2005) Kasvokkaisesta vuorovaikutuksesta tietokonevälitteiseen viestintään. Virtuaalihaastattelun näkymiä. Kirjassa: Johanna Ruusuvuori & Liisa Tiittula (toim.) Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus, 264-271. Tampere: Vastapaino.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2002) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki : Tammi.
- Valta, Reijo (2005) Brestin jyräys! : WSOY:n tintit. Jyväskylä : Osuuskunta Jyväskylä-Ainola.

Verkko-Kaunokki. Haettu 1.4.2009. <http://kaunokki.kirjastot.fi/>

Vuoden 2007 myydyimmät kirjat. Suomen kustannusyhdistys ry. Haettu 10.4.2009.  
(<http://www.kustantajat.fi/tilastot/bestsellerit2007/>)

Vuoden 2008 myydyimmät kirjat. Suomen kustannusyhdistys ry. Haettu 10.4.2009.  
(<http://www.kustantajat.fi/tilastot/bestsellerit2008/>)

Weiner, Stephen (2005) The 101 best graphic Novels. New York : Nantier, Bell,  
Minoustchine.

Wright, Nicky (2000) The Classic Era of American Comics. London : Prion.