

Karla Järvinen

Itsenäinen painettu julkaisutoiminta digitaalisessa ajassa

Tarkastelussa itsenäiset lehdet ja zinet

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

25.04.2016

Tekijä(t) Otsikko	Karla Järvinen Itsenäinen painettu julkaisutoiminta digitaalisessa ajassa
Sivumäärä Aika	50 sivua + 1 liite 25.04.2016
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja(t)	Juha Pohjola, lehtori
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee itsenäisiä painettuja lehtiä ja zinejä digitaalisessa ajassa. Opinnäytetyössä tarkastellaan kyseisten lehtien suosion nousun ja runsaan tarjonnan ilmiön syitä painotuotteiden katoamista povaavana aikana. Opinnäytetyössä pohditaan miksi painettu julkaisu yhä kiinnostaa ja jopa kasvattaa suosiotaan.</p> <p>Opinnäytetyössä käsitellään etenkin painettujen julkaisujen haptisuutta, eli kosketukseen ja tuntoaistiin perustuvaa informaatiota, sekä sen merkitystä ihmisille digitaalisessa ajassa.</p> <p>Työssä pyritään myös selvittämään itsenäisten painettujen julkaisuiden tekijöiden syitä tehdä printattua lehteä omaehtoisesta lähtökohdasta.</p> <p>Teoria-osion tutkimusaineisto sisältää valmiita haastatteluja, videolähetyksiä, podcasteja sekä tutkimuskirjallisuutta. Lisäksi työssä tarkastellaan itse teoksia. Teoria-osion lisäksi työhön kuuluu teos-osio joka sisältää kokeellisen zinen.</p> <p>Opinnäytetyö toimii katsauksena itsenäisen painetun median tekijälähtöiseen renessanssi-ilmiöön. Moniin itsenäisiin julkaisuihin tutustuminen loi viitekehystä tarjonnasta markkinoilla, ja lehtien fyysiset ja visuaaliset sekä sisällölliset ratkaisut mahdollisena toimivat inspiraationa tekijöille.</p> <p>Johtopäätöksinä voitiin todeta että ympäristön ja tiedonsaannin kannalta median digitaalisiin alustoihin siirtymine on järkevää ja perusteltua. Kuitenkin painettu media on yhä voimissaan ja ihmiset kaipaavat painetun median haptisuutta ja konkreettisuutta. Printin turhaksi toteamisen sijaan voidaan suunnata painomediaa ajattomaan sisältöön ja painetun median tarjoamaan haptiseen elämykseen, sekä suunnata uutistoiminta ja ajankohtaisaiheet internetiin.</p>	
Avainsanat	Painettu media, itsenäinen julkaisu, zine, tekijälähtöisyys

Author(s) Title	Karla Järvinen Independent magazines and zines in the digital age
Number of Pages Date	50 pages + 1 appendice 25 April 2016
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic design
Instructor(s)	Juha Pohjola, Lecturer
<p>This thesis explored the phenomenal peak in the popularity of self-published magazines and zines at a time period when print was supposed to be dying. The aim was to find answers to the question why we still long for tactile printed media in a digital age.</p> <p>The first part of the thesis aimed at a general overlook into the demise of commercial printed media and how independent magazines are on the opposite from this. The next part aimed to go deeper into the phenomenon by exploring some of the independent magazines and their tactile qualities and the thoughts on the importance of printed media of their creators. The third part explores the connection with the rise of independent publishing and the Internet. The final part of the thesis is about the final project, which formed to be an artist zine experimenting with different formats and printing processes.</p> <p>The theory in this thesis consists of collected articles, interviews, books and videos of the subject as well as the thoughts and reflections of the author.</p> <p>The end result of this thesis was that tactile printed media is still very much alive and longed for but reforming into more of a considered slow and timeless content. The results from this thesis should be considered when graduating into the field as a graphic designer specializing in the printed media.</p>	
Keywords	Independent publishing, printed media, zine

Itsenäinen painettu julkaisutoiminta digitaalisessa ajassa

Tarkastelussa itsenäiset lehdet ja zinet



▲
Kuva 1 Lontooseen hiljattain avattussa itsenäisiin lehtiin ja zineihin keskittyvässä lehtikaupassa on hyllyt pullollaan erilaisia julkaisuja (Watson, 2015).

Sisällys

1	Johdanto	2
2	Painetun median lyhyt kuolema	4
3	Painetun median uusi aalto	5
4	Miksi yhä painaa digitaalisessa ajassa	7
4.1	Hidas media ja uusi luksus	7
4.2	Haptisuuden tärkeys	12
4.3	Painetun julkaisun uskottavuus	22
4.4	Nostalgia	24
4.5	Tekijälähtöisyys “me media”	26
5	Internet ja pienjulkaisutoiminta käsi kädessä	27
5.1	Jakelu	27
5.2	Avustajat	28
5.3	Sosiaalinen media ja markkinointi	28
5.4	Rahoitus	28
5.5	Työkalut	29
6	Oma kokeellinen zine projekti – Adulding	32
6.1	Lähtökohdat ja tavoite	32
6.2	Prosessi	32
6.3	Pohdintaa	34
7	Yhteenveto	41
	Lähteet	43

Liitteet

Liite 1. Adulding -zine

1 Johdanto

Painetun median kuolemasta on kohistu media-alalla jo pitkään internetin yleistyttyä kotitalouksiin. Kaupallinen painettu media on siirtynyt suuressa määrin digitaalisiin alustoihin tai kuihtunut kasaan, ja kuluttajat lukevat mediasisältöä kasvavissa määrin internetistä. Kuitenkin itsenäisellä painetulla julkaisukentällä on huomattavissa suorastaan printin uusi aalto.

Opinnäytetyössäni käsittelen itsenäisiä painettuja julkaisuja digitaalisessa ajassa. Tarkastelen niiden suosion ja runsaan tarjonnan ilmiön syitä painotuotteiden katoamista povaavana aikana. Miksi painettu julkaisu yhä kiinnostaa? Tutkimusaineistoni pitää sisällään niin perinteisiä DIY-, fan- ja taide-zinejä kuin laadukkaita kiiltokuvamaisia ammattimaisia itsenäisiä toimituksellisia lehtiä niin sanottuja ”glossy”-julkaisuja, sekä kirjavan joukon julkaisuja niiden väliltä. Itsenäisen painetun julkaisun kentällä monet julkaisut liikkuvatkin sujuvasti näiden ääripäiden välimaastossa, joten rajanvetoa on jopa mahdotonta sekä tarpeetonta mielestäni tehdä. Tätä itsenäisen painetun julkaisun kirjoa kuitenkin yhdistävät perinteisen zinen lähtökohdat eli tekijälähtöisyys ja se, että taloudellisen voiton tavoittelu ei ole tärkeää.

Puhun näistä tutkielmassani käyttäen termejä itsenäinen lehti, itsenäinen julkaisu tai zine.

Zine on pieni lehti, joka on tuotettu edullisin menetelmin yhden henkilön tai pienen ryhmän toimesta ja käsittelee aihetta/aiheita, josta he ovat kiinnostuneet (Cambridge Dictionary, 2015).

Rajaan työni ulkopuolelle omakustanteiset painetut kirjat (lukuun ottamatta kirjamaisia teoksia, jotka kuitenkin määrittelevät itsensä lehdeksi tai zineiksi, kuten myöhemmin opinnäytetyössä mainittu Buffalo -zine) ja keskityn itsenäisiin tekijälähtöisiin zineihin ja lehtiin.

Tarkastelen opinnäytetyössäni etenkin painettujen julkaisujen haptisuutta, eli kosketukseen ja tuntoaistiin perustuvaa informaatiota, sekä sen merkitystä ihmisille digitaalisessa ajassa.

Pyrin myös selvittämään itsenäisten painettujen julkaisuiden tekijöiden syitä ja intohimoa tehdä printattua lehteä omaehtoisesta lähtökohdasta.

Haluan etsiä työssäni vastauksia kysymykseen: Miksi yhä painaa digitaalisessa ajassa?

Käytän tutkimusaineistoni itsenäisiä painettuja julkaisuja, valmiita haastatteluja, artikkeleita, podcasteja, tutkimuskirjallisuutta aiheesta sekä videotallenteita paneelikeskusteluista ja alan esitelmistä.

Lähtökohtana tähän tutkielmaan minulla oli kiinnostus painetun median nyky-

tilanteeseen ja tulevaisuuteen, sillä se on ala ja suuntaus, jolle valmistun. Olen kiinnostunut ja kerännyt itsenäisiä painettuja lehtiä ja zinejä jo pitkään, ja arvostan visuaalisia, kokeilevia ja rohkeita painettuja julkaisuja. Itsenäisen painetun julkaisun suosion nousu niin tekijöillä kuin lukijoilla on mielenkiintoinen ilmiö ajassa jossa painetun median uskottiin katoavan.

Opinnäytetyön teos-osiossa toteutin kokeellisen painetun tekijälähtöisen julkaisun. Teos-osion tarkoituksena oli herätellä itseäni tekijälähtöiseen toimintaan ja sisällöntuotantoon, sekä toimia mahdollisesti vapaana työnäytteenä. Halusin leikitellä eri painotekniikoilla, formaateilla sekä paperilaaduilla samassa julkaisussa ja täten kokeilun kautta leikitellä oman teokseni haptisuudella. Työ muodostui toimituksellisen lehden sijaan taiteilija –zineksi, jossa pyörin sukupolveni aikuisuuden teemassa kuvitusta sekä tekstiä käyttäen.

Toteutin julkaisun kevään 2016 aikana ollessani työharjoittelussa Hato Pressissä, joka on pienjulkaisuihin keskittyvä risoprinttaus-tekniikkaan erikoistunut painostudio. Risoprinttauksen lisäksi käytin teoksessa digipainamista, valokuvapainamista ja foliointia.

Tutkimusaineistoni koostuu itse pienjulkaisuista ja zineistä, valmiista haastatteluista ja artikkeleista jotka sivuavat aihetta, alan paneelikeskusteluista sekä podcasteista. Tämän lisäksi aineisto pitää sillään kirjalähteitä itsenäisestä pienjulkaisutoiminnasta, sekä tutkimuksia aiheesta.

3

Tutkimusaineisto valikoitui sen mukaan mitkä julkaisut minussa eniten herättivät kiinnostusta ja jotka olivat jollain tapaa innovatiivisia pienjulkaisukentällä. Esimerkkejä olisi siis ollut hyvin paljon enemmän. Monet näistä olivat minulle jo ennestään tuttuja, mutta uusiakin tuttavuuksia tuli vastaan. Etsin teosten tueksi tekijöiden haastatteluja, jotta pääsin pintaa syvemmälle julkaisuista puhuttaessa. Pienjulkaisemisen renessanssin myötä aiheesta löytyy paljon tuoretta tutkimusaineistoa ja lähdeaineistoa aina artikkeleista uunituoreisiin kirjoihin. Näiden selvästi pienjulkaisuihin, niiden kauneusarvoihin, ilmiöön keskittyvien lähteiden ja aineiston lisäksi käytin tutkimusmateriaalia kosketuksen tärkeydestä ihmiselle sekä tutkimusta lukemisen eroista painetun ja digitaalisen käyttöliittymän välillä. Opinnäytetyöni alkuun, jossa sivuan painetun median kriisiä digiajassa, keräsin painoalan ”kuolemaa” povaavia artikkeleja.

Opinnäytetyöni teksti koostuu johdannon jälkeen neljästä pääluvusta ja niiden alaluvuista. Toisessa luvussa kerron painetun median vaikeuksista digiajassa ja pyrin lyhyesti avaamaan syitä kaupallisen painoalan ahdinkoon. Kolmas luku käsittelee itsenäisten painettujen julkaisuiden renessanssia avaamalla yleisesti ilmiötä lukijalle. Neljäs luku pyrkii pohtimaan syvemmin syitä painettujen pienjulkaisuiden suosion nousuun, niin tekijöiden kuin lukijoiden näkökulmasta. Neljännessä luvussa esittelen myös julkaisuesimerkkejä sekä kuvin, että kuvaillen niitä. Lisäksi pohdin myös omaa näkökulmaani painettujen itsenäisten pienjulkaisuiden lukijana ja mikä minua niissä kiehtoo. Neljäs luku jakautuu alalukuihin jotka

olen jaotellut pääpointteihin jotka mielestäni vastaavat kysymykseen ”miksi yhä painaa digitaalisessa ajassa”. Viides luku käsittelee internetin ja pienjulkaisutoiminnan suhdetta toisiinsa ja kuinka internet toimii pienjulkaisutoiminnan mahdollistajana saman aikaan kun se muuttaa kaupallista mediaa pois paino-alalta. Luvussa käydään läpi jakelu, avustajat, sosiaalinen media ja markkinointi, rahoitus sekä työkalut. Viimeinen luku käsittelee opinnäytetyöhöni kuuluvaa teos-osiota, jossa toteutin kokeellisen pienjulkaisun tai zinen. Luku kertoo teoksen prosessista.

Opinnäytetyöni tavoitteena on pohtia vastauksia kysymykseen: Miksi yhä printata digitaalisessa ajassa? Opinnäytetyöni pyrkii avaamaan painetun pienjulkaisun renessanssi-ilmiötä ja tarkastelemaan painetun median alaa digiaikana pienjulkaisuiden kautta.

2 Painetun median lyhyt kuolema

Digitaalisen median yleistymisen myötä on painetun median tilanne ollut jo pitkään tukala. Kaupallisia tunnettuja aikakauslehtiä on jouduttu lopettamaan ympäri maailmaa ja uutistoimitus on siirtynyt mitä suurimmassa määrin internetiin. (Ives, 2009.)

4

Suomessa mediajätit Alma Media sekä Sanoma ovat sulkeneet kokonaiset painotalot sekä lakkauttaneet useita painettuja lehtiään ja irtisanoneet henkilöstöä. Viime vuonna Aller lakkautti tunnetut aikakauslehdet Olivian ja Divaanin sekä hetken aikaa heillä olleen Costume-lehden. Vastaavasti Bonnier Publications lakkautti neljä vuotta toimineen Evita lehden vuonna 2013. (Uusi Suomi 2013, Demokraatti 2015, Taloussanommat, 2015.)

Vaikka yhä moni lukee lähes päivittäin sanomalehteä, on suunta selkeästi laskussa. Kyselytutkimukset osoittavat, että etenkin diginatiivi-sukupolvi lukee ajankohdattaita aiheensa jo nyt lähes kokonaan internetistä (Mediaviikko 2015, Grabowicz 2014). Internet tarjoaa nopean kanavan uutisille ja onkin täten looginen paikka niille. Tiedon saa nopeammin sekä halvemmalla tai jopa ilmaiseksi. Sosiaalinen media ja internetin avoimuus tarjoavat tiedonvälityksen myös ääniltä, joita ei painetun median intresseihin mahdu. (Jamieson 2015b, 7.)

Painetut lehdet eivät myöskään ole enää päälähde tiedonsaantiin. Painettujen uutisten lisäksi kaupallisten tunnettujen aikakauslehtien lukijamäärät ovat myös laskussa. Aikakauslehtien lukijat ovat siirtyneen ahmimaan blogeja ja nettilehtiä. Kaupalliset lehdet ovat yrittäneet kilpailla internetin kanssa pyrkien olemaan nopeampia ja halvempia. Tämä on kuitenkin osoittanut turhaksi ja turmiolliseksi malliksi, sillä mitä nopeampia ja halvempia lehdet ovat pyrkineet olemaan ja mitä enemmän ne ovat täyttäneet itseään mainostilalla, sitä huonompilaatuisiksi ne

ovat muuttuneet. Lukijoiden arvostus vain vähenee ja alamäki jatkuu. (Jamieson 2015b, 7.)

Tämän lisäksi kaupallista painetun median alaa heikentää kaupallisten lehtien perinteinen rahoitusmalli. Perinteinen lehden rahoitusmalli toimii niin, että lehti myy mainostilaa. Lehden kappalehinta on vain lisänä mainosrahan päälle. Täten lehti myy ikään kuin lukijoitaan mainostajille, ja lukijat saavat halvemmalla lehden, joka on kustannettu mainosrahalla, kunhan katselevat lukiessaan mainoksia. Kaupallisten lehtien asiakkaina ovatkin mainostajat eivätkä suinkaan lukijat. Mainostajat siirtyvät nettiin, johon saa halvempaa mainostilaa, jossa interaktiiviset klikattavat mainosbannerit vievät suoraan mainostajan sivuille ja jossa jokainen mainoksen klikkaaja on mitattavissa. Perinteiset lehdet eivät pysy hengissä taloudellisesti ilman mainosrahaa. Yrittäessään pysyä mukana budjettien pienentyessä entisestään lehtien laatu kärsii ja lukijat kaikkoon. Internet on syrjäyttänyt printatun julkaisun nopean ja ajankohtaisen tiedon välittäjänä. Ennen internetiä ihmiset olivat riippuvaisia painetusta mediasta tiedonvälittäjänä. (Jamieson 2015b, 7.)

Painettu media ei kuitenkaan ole matkalla hautaan, jos suuntaa katseensa uusiin itsenäisiin tekijöihin ja julkaisuihin.

5

3 Painetun median uusi aalto

Valtavirtaan kuuluvat ja kaupalliset perinteistä mainosrahoitusmallia noudattavat aikakauslehdet sekä painettuun mediaan keskittyvä uutistoimitus ovat siis kiihtyneet kasaan tai siirtyneet digitaalisiin alustoihin. Riippumaton, omaehtoinen, itsenäisesti kustannettu julkaisutoiminta on kuitenkin päinvastaisella suunnalla. Uusia pienlevikkisiä itsenäisiä julkaisuja syntyy kovalla tahdilla (Mettler, 2014). Painettuihin lehtiin keskittyvän MagCulture-blogin perustaja Jeremy Leslie kertoo kuukausittain 10-20 uuden itsenäisen lehden ilmestyvän samalla, kun suuret kustantajat lakkauttavat lehtiään (Jamieson 2015b, 7).

Nämä uudet itsenäiset lehdet pitävät sisällään kirjavan joukon painettuja julkaisuita niin aiheiltaan, formaatiltaan kuin tyyliltään. Lehtien tyylit vaihtelevat DIY-henkisistä perinteisistä zineistä paksuihin kirjamaisiin arvokkaisiin kiiltokuvamaisiin glossy-lehtiin.

Nämä itsenäiset julkaisut ovat suurimmaksi osaksi vapaita mainoksista. Tämä takaa julkaisuille täysin riippumattoman toiminnan. Rahoitus tulee lukijoilta irtolumeron hinnan myötä, joukkorahoituksella, apurahoilla tai muun toiminnan kustantamana. Lehtien sisältö keskittyy mitä erikoisempiin niche-aiheisiin, ja lehtien kauneusarvoihin sekä haptisuuteen panostetaan. Nämä julkaisut eivät ole

turhaan painetussa muodossa (Jamieson 2015b, 7).

Kun lukijamäärät ovat todetusti vähentyneet ihmisten siirryttyä digitaalisen median kuluttajiksi, riittääkö heitä innostumaan näistä pienjulkaisuista? Vaikuttaa riittävän, sillä sen lisäksi, että itsenäisiä julkaisuja ei koskaan ole ollut näin montaa tarjolla, myydään monet julkaisut myös loppuun nopeasti. Itsenäisen julkaisutoiminnan ympärille syntynyt myös monenlaisia suosittua toimintaa. Yksi selkeä todiste on 2013 perustettu itsenäisten julkaisuiden jakelupalvelu Stack, jonka tilaajamäärä kasvoi viimevuoden aikana 76 prosenttia (Smith, 2015). Stackin toiminta perustuu siihen, että tilaaja saa kuukausittain palveluntarjoajan valitseman itsenäisen julkaisun. Julkaisu tulee siis lukijalle täysin yllätyksenä. Itsenäisten julkaisujen myyntiin erikoistuneita uusia kauppia avataan ympäri maailmaa, kuten tuore Print Matters! Zürichissä, Ideas on paper Nottinghamissa, Beautiful Pages Sydneyssä sekä Kiosk Cafe Lontoossa. Suomessakin ilmiöllä on nostetta. Vaikka Akateemisen Kirjakaupan myyminen Bonnierille oli merkittävä takaisku monipuoliselle lehtitarjonnalle Suomessa, teki uusi Khaos Publishing vastaiskun (Sunni, 2015). Suomessa hiljattain perustettu itsenäinen pienjulkaisujen jakelija, nettikauppa ja kustantamo Khaos Publishing myy netin kautta pienjulkaisuja ja avasi hiljattain myös varsinaisen liikkeen. Joulukuussa Khaos järjesti myös zine-tapahtuman, jossa myytiin, esiteltiin, kosketeltiin ja katseltiin painettuja pienjulkaisuja. Khaoksen lisäksi Helsingin katukuvaan ilmestyi uusi liike Nide, joka on erikoistunut myymään itsenäisiä lehtiä ja kirjoja, joita ei Suomesta muualta saa ostettua. (Frilander, 2015.)

6

Itsenäisiin julkaisuihin keskittyvät tapahtumat ovat myös lisääntyneet ja levinneet underground tapahtumista merkittäviin kulttuuri-instituutioihin. New Yorkissa sijaitseva yksi maailman vaikutusvaltaisimmista modernin taiteen museoista MoMa järjestää vuosittain NYC Art Book Fair -tapahtumaa yhdessä Printed Matterin kanssa. Tapahtuma keskittyy ensisijaisesti taiteilija-kirjoihin ja zineihin mutta suuri näkyvyys on myös itsenäisillä lehdillä ja zineillä. (MoMa, 2016.) Lontoossa järjestettävä DIY Art Fair on tapahtuma jossa tekijät myyvät itsenäisiä julkaisujaan, julisteitaan, taideprinttejä sekä kaikkea pinsseistä itsenäiseen keramiikkaan. Tapahtumasta on tullut niin suosittu että sitä järjestetään jo lähes kuukausittain ja se on usein turistien suosiman Time Out nettisivuston tapahtuma listalla. (Time Out, 2016.) Monocle -lehdellä on viikoittain ilmestyvä radio ohjelma joka keskittyy yksinomaan itsenäisiin lehtiin ja asioihin aiheen ympäriltä, kuten papereihin ja tapahtumiin (Monocle, 2016).

Ilmiö on noussut niin trendin harjalle, että jopa suuret kustantajat ovat ruvenneet julkaisemaan kirjoja aiheesta. Kaupalliset tahot tuovat esiin epäkaupallista pientä toimintaa. (Jamieson, 2015b.)

On siis tulkittavissa, että printti on selkeästi noussut digitalisoitumisen aiheuttamasta laskusuhdanteesta entistä laadukkaampana ja perustellumpana. Seuraavassa luvussa käsittelemme tekijöiden mieltä siitä, mikä printissä yhä kiehtoo ja mikä ylipäättään ajaa tekemään omaehtoista julkaisua.

4 Miksi yhä painaa digitaalisessa ajassa

Mikä sitten saa ihmiset ruutujen ääreltä julkaisemaan painetun julkaisun? Useissa tapauksissa zinejen ja itsenäisten lehtien tekijöillä on taustalla journalistista tai luovaa koulutusta tai työkokemusta. Kaupallisissa päivätöissä olevat journalistit ja graafikot haluavat vastapainoksi julkaista täysin omaehtoista sisältöä luovalla vapaudella. Oman alan töiden puutteessa taas monet tekijät ottivat ohjat käsiinsä ja loivat itselleen oman alan töitä omakustanteiden avulla.

Hate -zinen (Kuva 2) nuoret tekijät kyllästyivät luovan alan työharjoitteluissa vallitsevaan ilmapiiriin, jossa harjoittelijaa tai tämän osaamista ei arvosteta. Tekijät kertovat löytäneen oman zinensä kautta ammatillista itsevarmuutta. (Kane, 2015b.)

Tuoreen ruokaan ja muotiin keskittyvän julkaisun **FFF Zinen** (Food For Fashion) tekijät Zac Bayly ja Stacia Hadiutomo kertovat FFF Zinen (Kuva 3) olevan heille luova pakokeino luovan alan päivätöistä, joissa luovaa vapautta ei ole mahdollista ylläpitää (Jones, 2015).

7 Olu Michael Odukoya kertoo aloittaneensa kokeellisen rajoja rikkovan itsenäisen zinen **Kilimanjaron** (Kuva 4), joka on saavuttanut kulttimaineen ja arvostetun alalla. Olu kertoo, ettei hänellä ollut aluksi taka-ajatusta art directoriksi tulosta Kilimanjaroa luodessaan. Hän kertoo vain saaneensa päähänpiston tehdä lehteä viettäessään vapaapäivää päivätöistään optikkona. Optikon työt eivät antaneet tarpeeksi Olulle luovassa mielessä, ja lehden teko toimi Olulle välineenä tuoda ajatuksiaan ja luovuttaa konkreettiseen muotoon. Ensimmäinen Kilimanjaro-numero oli teemaltaan teini-ikä. Olu ei pyytänyt kirjoittajia osallistumaan lehden tekoon vaan etsi netistä aiheeseen liittyvää materiaalia hakusanoilla ”when I was 17”. Hän printtasi lehteen kaiken minkä löysi hakutuloksista. Tämänlainen työskentely on tyypillistä zineille, joissa käytetään monesti ”löydettyä” materiaalia oman vision rinnalla. (Youtube, 2011.)

4.1 Hidas media ja uusi luksus

Itsenäisten lehtien jutut vaihtelevat monen sivun henkilöhaastatteluista, kaunokirjallisiin, fiktiivisiin ja filosofisiin teksteihin. Itsenäiset julkaisujen sisältö yllättää, ja haastaa lukijan. Visuaalisille ratkaisuille on annettu rajaton tila. Tarkkaan työstetyt ja taustoitettupitkät artikkelit ja kuvasarjat voivat olla kuukausien työn takana. (Jamieson 2015b, s.8.)

Itsenäisiä julkaisuja yhdistää niiden ilmestymisnopeus – tai oikeastaan hitaus. Lehtien ilmestymistahti on hitaampi kuin perinteisillä kaupallisilla aikakauslehdillä, joiden määrittellään ilmestyvän vähintään neljä kertaa vuodessa, usein kuitenkin



Kuva 2 Hate -zinen ensimmäisen numeron kansi (Kane, 2015b).



Kuva 3 FFF Zinen ensimmäisen loppumyydyn numeron kansi (FFF Zine, 2016).



Kuva 4 Olu Michael Odukoya esittelee ensimmäistä numeroa Kilimanjaro -lehestään (Youtube, 2011).

kin kuukausittain tai jopa viikoittain (Tilastokeskus, 2006). Useimmat itsenäiset lehdet, joihin olen tutustunut tutkimusta tehdessä ilmestyvät vain joko vuosittain, puolivuositain tai perinteiseen zine-tyyliin juuri silloin, kun tekijä tai tekijät niin päättävät. Jälkimmäistä julkaisutahtia edustaa **Alpine Review** (Kuva 5), joka ilmestyy vasta silloin, kun uusi numero sattuu olemaan tekijöiden mielestä valmis. Lehden perustaja Louis-Jacques Darveau vertaa Alpine Review'n tekoa rokkialbumiin, jossa albumia työstetään ja hiotaan niin kauan, kunnes se tuntuu oikealta. (The Stack, 2015 16:03.) Samoilla linjoilla on kokeellinen surffilehti **Acid** (Kuva 6), jonka julkaisutahti vaihtelee puolivuositaisesta vuosittaiseen riippuen siitä, kuinka tyytyväisiä tekijät ovat lehtensä sisältöön (Acid, 2015). **Happy Reader** –lehti (Kuva 7) kuvailee itseään uniikiksi lehdeksi joka käsittelee lukemista ja sen iloa itsessään. Lehti on jaettu kahteen osaan joista ensimmäinen sisältää syväluotaavan haastattelun julkisuudenhenkilöstä jonka täytyy olla intohimoinen lukija sillä haastattelukysymykset liittyvät lähinnä kirjallisuuteen. Toisessa osiossa on pienempiä artikkeleita ja kaunokirjallisia tekstejä kirjallisuuteen liittyen. Lehti kertoo pyrkivänsä olemaan kaunis designesine joka ylistää lukemisen nautintoa ja rauhoittavaa luksusta olla poissa digitaalisesta mediasta. (The Happy Reader, 2016.)

Uutisten ja ajankohtaisen nopean sisällön sekä klikkihakuisen juorujournalismin ollessa netissä kuin kotonaan keskittyvät itsenäiset printtijulkaisut hitaaseen, ajattomaan, laadukkaaseen sisältöön. Lehti muuttuu kertakäyttöisestä ja selailtavasta säilytettäväksi ja uudelleen luettavaksi. (O'Reilly, 2014.)

9

Vaikka lehtien tarkoitus on jäädä fyysisesti elämään ihmisten säilyttäminä, niiden tarkoitus ei välttämättä ole jatkaa toimintaansa ikuisesti ja kasvaa kuten kaupallisten vastineidensa. Älykään eroottisen lehden, **Odiseon** (Kuva 8) toimitus pohtii tekevänsä lehteään mahdollisesti enää viisi numeroa aloittaakseen toiset projektit. Odiseo pyrkii myös pitkäaikaiseen suhteeseen lukijan kanssa. He pitävät tärkeänä tehdä hidasta sisältöä, johon lukija voi rauhassa syventyä. (Cartwright 2014.) Sisustuslehti **Dirty Furniture** (Kuva 9, s.20) vastaavasti on rajoittanut jo heti alkuun lehden julkaistavien numeroiden määräksi kymmenen, joiden jälkeen lehti lopettaa (Nicer Tuesdays, 2015). Hitaan sisällön lehdet eivät vanhene, toisin kuin kaupalliset ajankohtaisaiheisiin keskittyvät lehdet. Itsenäisiä lehtiä keräillään, ja niistä on mahdollista ostaa vanhoja irtonumeroita ja keräilybokseja. (Kuvio 10, s.20)

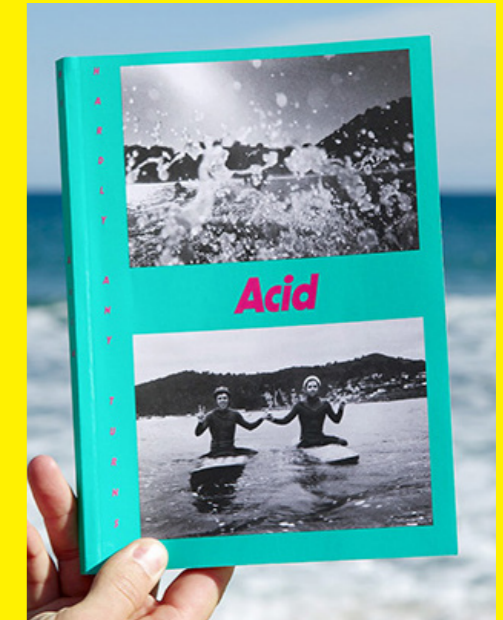
Printin uskotaan myös kestävän aikaa paremmin kuin digitaalisen sisällön ja jäävän ihmisten mieleen paremmin. Kysyttäessä miksi teet painettua julkaisua digitaalisen julkaisemisen sijaan **Bitch-zinen** tekijä Lisa Jervis vastaa näin:

” --how will we remember websites 5 years or even 20 years from now?”

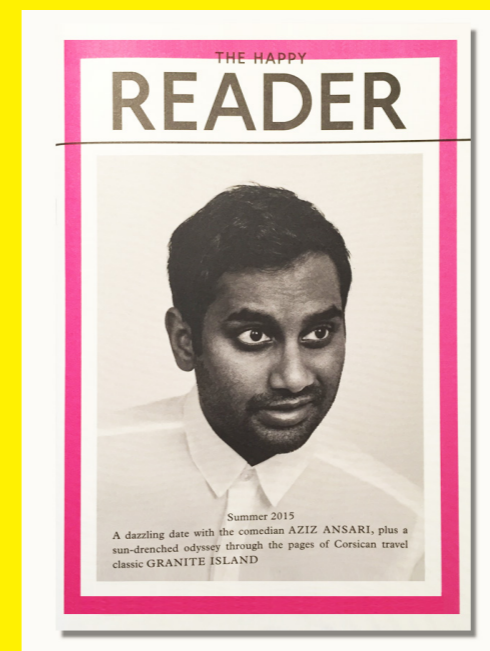
eli miten muistamme nettisivut viiden tai jopa 20 vuoden päästä (Piepmeier 2009, 65).



Kuva 5 The Alpine Review ei kiirehdi numeroitaa, vaan julkaisee lehteään omassa tahdissaan (The Alpine Review, 2016).



Kuva 6 Surffilehti Acid on nimensä mukaisesti myös happovärein brändätty (Acid, 2016).



Kuva 7 Koomikko Aziz Ansarin tähdittämä The Happy Reader -lehti (The Happy Reader, 2016).



Kuva 8 Eroottisen älykkään lehden Odiseon neljäs numero (Magpile, 2016).



Kuva 9 Aukeama Dirty Furniture -lehden sisältä jonka teemana tässä numerossa on sohva (Dirty Furniture, 2016).



Kuva 10 Mono Kultur -lehdestä on saatavilla keräilyboksi joka sisältää 15 vanhaa numeroa (Mono Kultur, 2016).

Tähän mietteeseen on helppo samaistua. Lehtikokoelmani tärkeimmät lehdet muistan viimeistään siinä vaiheessa, kun menen niitä selailemaan. Hyvätkin blogit ja artikkelit unohdan helposti, vaikka ne olisivat kirjanmerkeissä tallessa. Tietokoneet hajoavat jossain vaiheessa, tai niitä vaihdetaan uusiin. Tietokoneelle tallennetut kirjanmerkitkin täten katoavat ja unohtuvat.

Tutkimusten mukaan näytöltä lukeminen vaikeuttaa ihmisten kykyä navigoida pitkiä tekstimassoja. Lukija ei saa samanlaista lukemisen tyydytystä kuin paperilta luettaessa. Tämä voi vaikeuttaa jopa lukijan luetunymmärrystä. Näytöltä lukeminen myös kuluttaa lukijan aivokapasiteettia suuremman määrin kuin paperilta luettaessa. Tämä vaikuttaa lukijan kykyyn keskittyä lukemaansa ja muistaa lukemansa tekstin sisältöä. Lukiessa näytöltä ihmiset usein poukkoilevat tekstin sisällä, selailevat tekstiä, etsivät avainsanoja ja yrittävät silmäillen saada kuvan sisällöstä. Tietokoneelta luettaessa on myös todennäköisempää, että lukija lukee tekstin vain kerran koskaan. Lukijoilla on myös huomaamattaan erilaiset asenteet näytöltä ja paperilta luettaessa. Lukija mieltää alitajuntaisesti näytöltä lukemisen vähemmän vakavaksi tapahtumaksi kuin paperilta lukemisen. Lukijan valmistautuessa lukemaan näytöltä on tämä jo asenteensa vuoksi vähemmän altis oppimaan lukemastaan verrattuna paperilta lukiessa. (Jabr, 2013.)

Ilmiö tuntuisi olevan myös osa laajempaa downshifatus, eli hidastamisilmiötä, joka on erityisen suosittu nuorten aikuisten keskuudessa. Rahan, nopean voiton ja kulutuskulttuurin sijaan luksusta ovat aika, aitous ja käsin tekeminen. (Heikkilä 2010.) Älypuhelimien, tietokoneiden sekä tablettien ollessa monille itsestäänselvyyksiä onkin kaunis kirja tai lehti haluttu luksustuote, jota voi rauhassa syventyä lukemaan ajan kanssa. Lisäksi slow media -ilmiön painottama hitaasti tuotettua älykäs ja syväluotaava sisältö toimii vastakohtana klikkihakuisille artikkeleille, joita julkaistaan verkkomedioissa ja sosiaalisessa mediassa lähes leikkaa-liimattuna ja usein ilman minkäänlaista lähdekritiikkiä.

Tämä hidas sisältö tuntuu itsestänikin tärkeältä. Kuratoitu lehti on rauhoittava ja sivistävä paketti. Hyvän julkaisun sisältö yllättää ja haastaa lukijan. Netistä luen lähinnä juttuja, joista tiedän jo valmiiksi olevani kiinnostunut. Lehdistä löytää juttuja, joita ei osaa etsiä internetistä. Voisin verrata painetun julkaisun lukukokemusta siihen tunteeseen, kun katsoo hyvän kokopitkän elokuvan verrattuna siihen, että katsoo saman ajan verran Youtube-sivustolta lyhyitä videon pätkiä. Jälkimmäinen tekee olon levottomaksi ja pirstaleiseksi.

4.2 Haptisuuden tärkeys

Kaupalliset edulliselle paperille massapainetut julkaisut ovat toki niin ikään fyysisiä objekteja, mutta monet itsenäiset julkaisut keskittyvät enemmän tuotteen haptisuuteen eli käsin kosketeltavuuteen. Kun painoerät ovat pieniä ja tavoitteena ei ole kaupallisen voiton tavoittelu, antavat omaehtoiset julkaisut mahdollisuuden

ja halukkuuden kokeilullisempiin, käsintehtyihin sekä kalliimpiin painomenetelmiin. Perinteisissä fan-zineissä silmiin pistää käsintehty ulkoasu, josta aistittavissa on tekijän fyysinen panostus ja kosketus. Leikkaa-liimaa-kopioi sekä käsin suoraan julkaisuun tehdyt yksityiskohdat ovat yleisiä työtapoja kyseisissä lehdisissä. Zineissä saattaa olla myös ommeltuja yksityiskohtia esim selkämysten sidonnassa.

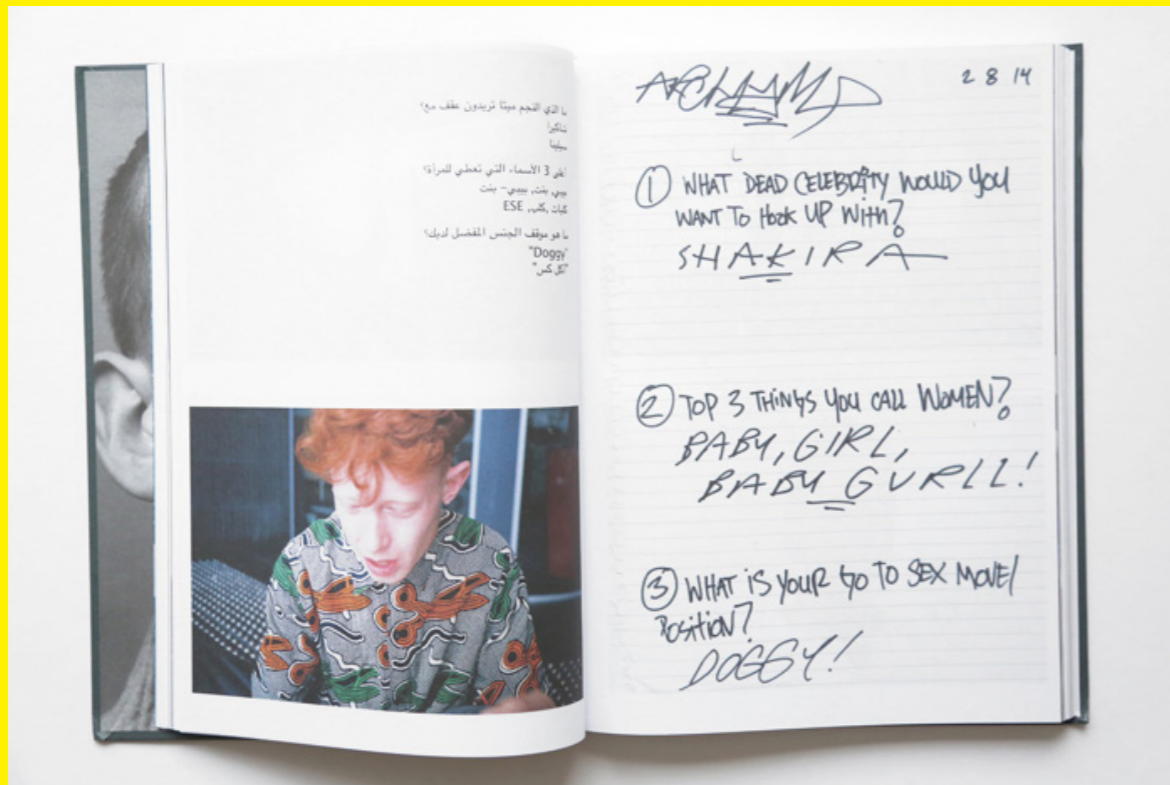
Laadukkaat julkaisut taas tuntuvat käteen arvokkailta. Monet itsenäiset lehdet käyttävät paperinaan paksuja laatupapereita ja hyödyntävät käsin hypisteltäviä jälkikäsittelymenetelmiä kuten foliointia, lakkausta sekä preeglausta eli kohokuviointia. Myös lehtien sidontaan sekä pakkauksiin käytetään innovatiivisia tapoja. Lehdessä on saatettu käyttää useita eri papereita matasta kiiltävään ja kevyestä paksuun. Eri paperilaadut toimivat merkkiaamassa lehtien eri osioita tai tuomassa rikkautta kuvapainotteiseen sisältöön. Erilaiset liitteet lehtien sisällä ovat suosittuja ja tuovat julkaisuun rikasta fyysistä vaihtelua. Myös fan zine-kulttuurista ponnistava oheismateriaalin jakaminen lehden mukana on huomattavan toistuvaa itsenäisissä julkaisuissa. Tämä oheismateriaali voi olla esimerkiksi pinssejä, julisteita, t-paita tai vaikka tarroja. Itsenäisiä lehtiä on formaatiltaan laidasta laitaan. Ääripäitä edustaa kaksipuoleinen A1 julisteformaattia noudattava **Posterzine** (Kuvat 11 ja 12) paksuihin kovakantisiin kirjamaisiin *bookzineihin* kuten **Marfa Journal** (Kuvat 13 ja 14, s.24) ja **Buffalo Zine** (Kuvat 15 ja 16, s.25).



◀ **Kuva 11** Posterzine on kaksipuoleinen A1 julisteformaatin kokoinen zine. Posterzine jakaantuu osiin taitosten mukaan (Department Store, 2016).

Kuva 12 Posterzinen jokaisen numeron kuratoi eri taiteilija. Alla olevan numeron takana on Berliinissä työskentelvä Hort -toimiston Eike König (Antenne Books, 2016).

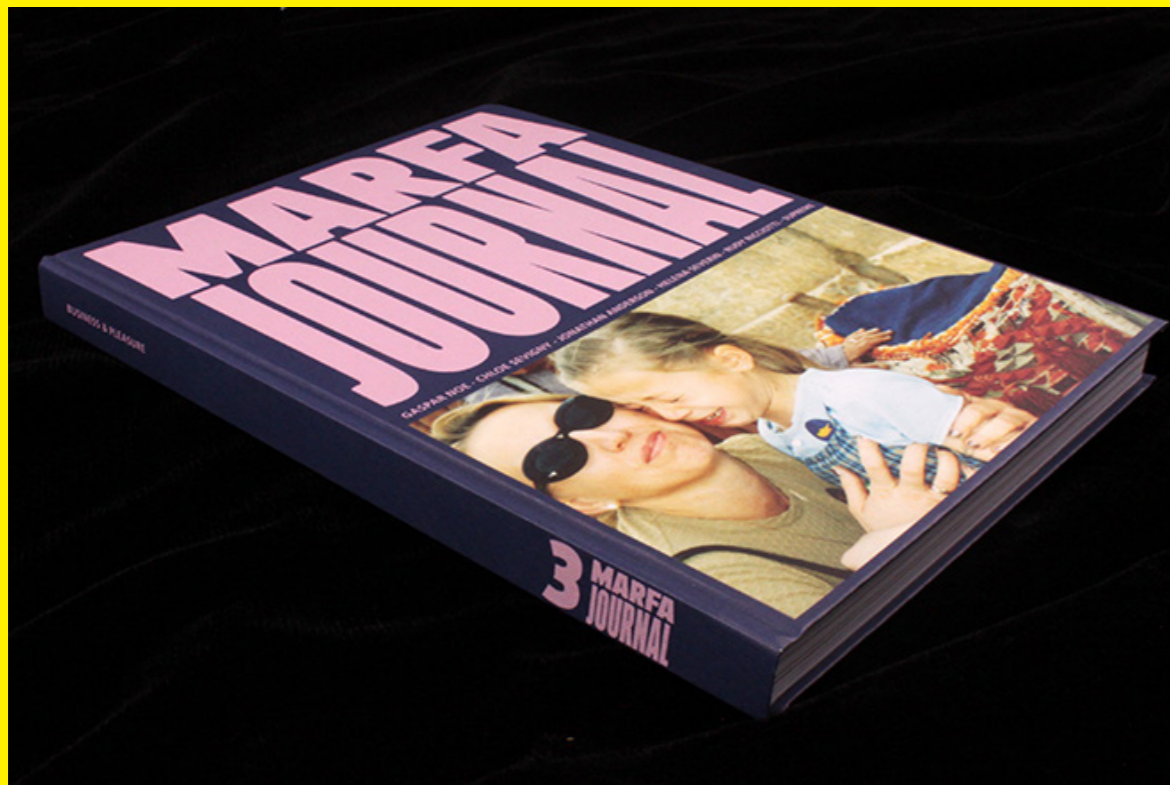




Kuva 13 Kirjamaisen Marfa Journalin sisältöä (Tipitin, 2016).



Kuva 15 Buffalo Zinen satukirjamainen näyttävä kansi (Leslie, 2015).



Kuva 14 Kolmannen Marfa Journalin kovakantinen kansi (Morley, 2015).



Kuva 16 Buffalo Zine on myös sisältä näyttävä (Buffalo Zine, 2016).

Tuntoaistin lisäksi lehdet hivelevät muitakin aisteja. Lehdet rapisevat, kun niiden sivuja kääntää ja täten vaikuttavat kuuloaistiin. Lehdet tuoksuvat eri painomusteilta ja paperilaaduilta. Niihin saattaa olla myös upotettuna erilaisia tuoksuja, joko niin että sivut ovat parfymoituja tai niin sanotulla raavi ja tuoksuta-tekniikalla, jossa raapimisen tuoma lämpö aktivoi tuoksun paperissa.

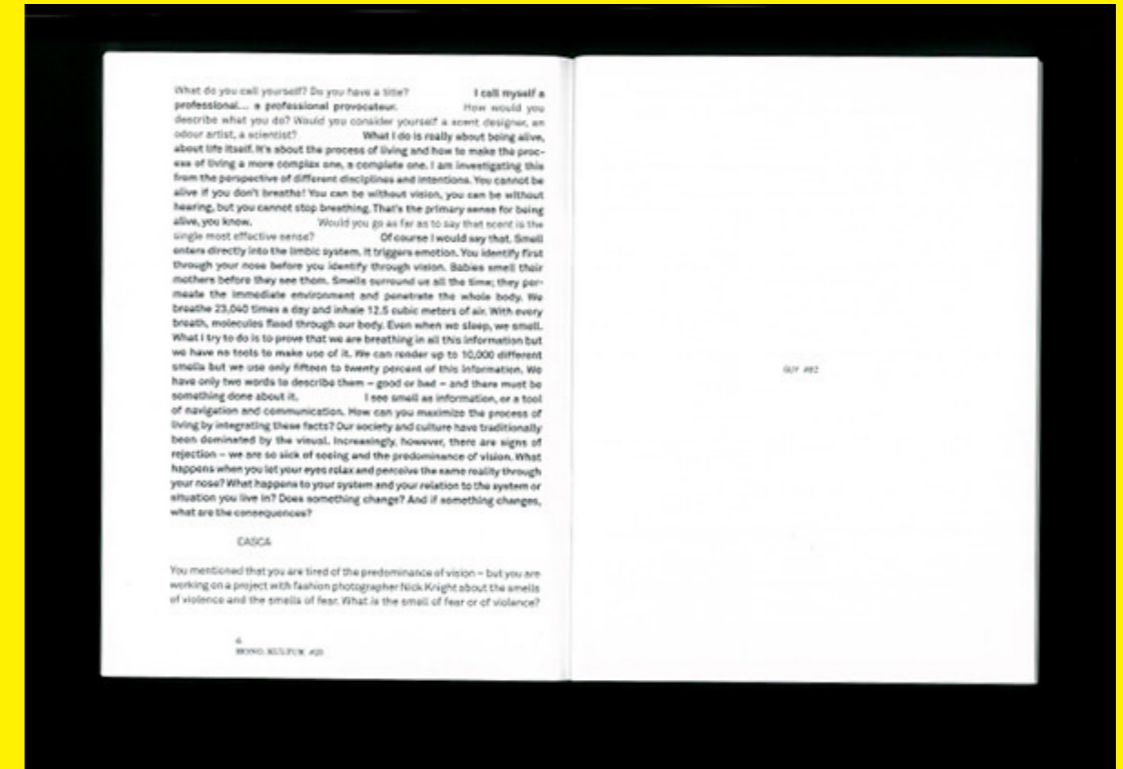
Esimerkkinä nerokkaasti ja innovatiivisesti tuoksuva paperia käyttävästä lehdestä on Berliinistä ponnistava **Mono Kultur**. Lehden konsepti on hyvin fani-zinemäinen. Lehden perusidea on, että jokainen numero keskittyy käsittelemään vain yhtä henkilöä ja sisältää niin keskustelun tämän henkilön kanssa kuin henkilöön liittyvää kuvamateriaalia. Yhdessä Mono Kultur lehden numeroista lehden henkilönä esiintyy norjalainen tuoksuekspertti ja taiteilija Sissel Tolaas. Runsaan kuvamateriaalin sijaan lehden sivuille on painettu 12 eri tuoksua rikastuttamaan haastatteluosuutta (Kuva 17).

Mono Kultur ei ole tuore pienlehti, mutta se porskuttaa edelleen ja on saanut itsenäisen julkaisutrendin myötä paljon huomiota. Lehti on ollut niin suosittu, että runsaan kysynnän vuoksi joitakin vanhoja numeroita on painettu uudelleen. Mono Kultur käyttää painettua formaattiaan monipuolisesti ja innovatiivisesti hyväksi. Sen perusrajoitus on pieni A5-koko, mutta taitto, liitteet, paperivalinta, sidonta ja taittelu vaihtelevat sen mukaan mikä, kullekin haastateltavalle sopii. Punk-bändi Sonic Youthistä tunnettu laulaja, muusikko, taiteilija Kim Gordonin numerossa lehden estetiikka on perinteisen punk-zinen tapaan mustavalkoinen ja kotikutoisesti printattu erivärisille kopiopapereille. (Kuva 18) Lehti on sidottu kuminauhalla ilman minkäänlaista muuta sidontatapaa. Numeron irtonaiset sivut ovat kuin julisteita joita tulee tarkastella jokaista erikseen, jotta tekstiä pystyy lukemaan. Väliin on upotettu Kimin taidetta ja kuvia hänestä. Nämä osiot ovat painettu kiiltävälle ja paksummalle paperille.

Mono Kultur todella leikittelee printatulla formaatilla ja käyttää sitä tuomaan jokaiselle aiheelle sopivan muodon. Lehti on yllätyksellinen ja hyvin esineellinen. Sitä luettaessa vuorovaikutus lukijan ja lehden formaatin kanssa on huomattava ja leikkisä.

Kirjassa *Girl Zines – Making media, doing feminism* Alison Pimperier kertoo zinestä *Fragments of Friendship*, jonka sisältö koostuu sähköpostikeskustelusta zinen tekijä Victoria Lawn ja tämän ystävänsä kanssa. Keskustelu on kopioitu ja printattu zinen muotoon. Victoria kertoo Alisonille halunneensa tulostaa keskustelut ja antaa zinen kyseiselle ystävänsä lahjaksi. Alison väittää tämän tuovan näkyväksi sen, kuinka paperin fyysisyys välittää kontaktia ja tunnesidettä ihmisten välillä paremmin kuin sähköiset viestimet. (Pimperier 2009, 63.)

Itsenäiset kokeelliset lehdet leikittelevät myös monesti pakkaustavallaan. Odiseon viidenteen numeroon sisältyy leikki lehden ja sen pakkauksen kanssa (Kuvat 19, s.29). Alastomuutta sisältävä julkaisu on pakattu vihjailevasti rusehta-



Kuva 17 Tuoksuekspertti ja taiteilija Sissel Tolaasin Mono Kultur numerossa kuvien sijaan lehden sivuille on upotettu erilaisia tuoksuja (Utrecht, 2016).



Kuva 18 Mono Kulturin Kim Gordon -numero koostuu useista irrallisista liitteistä eri papereille painettuna (Perimeter, 2016).

vaan paperikuoreen, joka tulee repiä auki sisällön paljastamiseksi. Tähän viitaten lehti otti sosiaalisessa mediassa käyttöönsä leikkisän hashtagin #undressodiseo (Cartwright, 2014).

Jo aiemmin mainittu Kilimanjaro on formaatiltaan näyttävä A2-kokoinen lehti, jonka moni numero sisältää muodoltaan rikkaita liitteitä, jotka on vielä pakattu erilaisin keinoin yhteen. (Kuvat 20 ja 21) Myös **Mouthfeel** -zine (Kuva 22) on koottu useista liitteistä, jotka muodostavat kunkin numeron kokonaisuuden. Mouthfeel määrittelee itsensä ruokaan keskittyväksi punk-estetiikalla leikitteleväksi homolehdeksi. He halusivat lehtensä sisällön olevan niin niche kuin vain keksivät ja pyrkivät leikittelemään lehden formaatilla, visuaalisella ilmeellä ja pakkaustavoilla. Mouthfeelin suunnittelija Yego Moravia kuvailee filosofiaa lehden visuaalisen ilmeen ja formaatin takana seuraavasti:

“We wanted to deconstruct the magazine format from the start and almost treat the publication more as a Fluxus experiment than a traditionally bound magazine.” (Hawkins, 2015.)

“Halusimme purkaa lehden formaatin osiin ja kohdella julkaisua enemmän Fluxus kokeiluna, kuin perinteisesti sidottuna lehtenä.” (Hawkins, 2015.)

19

Fluxus –termillä Yego viittaa 60-70-luvuilla vallinneeseen taideverkostoon jossa yhdisteltiin eri medioita ja materiaaleja vapaamielisesti ja taiteeksi nostettiin asioita joita ei perinteisessä taidekäsitelmässä taiteena pidetty (Wikipedia 2016, Etälukio 2016). Ensimmäisen numeron myytyä loppuun lähestymistapa ja erikoinen formaatti todella ovat löytäneet lukijansa. (Hawkins, 2015b.)

Monet itsenäiset lehdet leikittelevät eri paperilaaduilla lehdissään. Melkein pä jokaisessa edellä mainitussa lehdessä on useampaa paperilaatua niin värin, tekstuurin, viimeistelyn kuin paksuuden kannalta. Valokuvataiteeseen keskittyvä **Foam** –lehti (Kuvat 23 ja 24, s.30) painaa jokaisen lehdessä olevan eri valokuvasarjan omalle tarkoin valitulle paperille (Foam Magazine, 2016). Tämä paitsi tuo julkaisuun visuaalista ja haptista rikkautta, se tarjoaa mahdollisuuden valita juuri oikea paperi korostamaan eri tyyppisiä valokuvia. Paperilaadun vaihtuessa on lukijalle jo kosketusaistitsee selvää että lehdessä alkaa uusi osio ja kuvasarja.

Tutkimusaineistossa olleissa tekijöiden haastatteluissa heiltä kysyttiin usein syitä haluun tehdä fyysistä, printattua lehteä digitaalisen julkaisun sijaan. Esiin nousi toistuva vastaus tunteesta jonka saa kun pitelee kädessään konkreettista painotuotetta. Tämän voisi ajatella olevan täysin loogista, sillä tutkimusten mukaan ihminen kaipaa ympärilleen käsin koskettavia asioita ja fyysistä kosketusta. Tutkimuksessaan kosketuksen merkityksestä Jukka Koponen nostaa esiin useita tutkimuksia, joissa havaitaan kosketuksella olevan positiivisia vaikutuksia (Koponen, 2009). Ehkä täten myös fyysinen lukukokemus todetaan rauhoittavana ja sitovana. Kosketuksen on myös tutkittu vaikuttavan positiivisesti mm. immuunijärjestelmään, hengitykseen, verenkiertoon ja havainto- ja kognitiivisiin kykyihin



Kuva 19 Eroottinen lehti Odiseo piilotti lehtensä rusehtavaan paperikuoreen ja vihjailivat lukijaa riisumaan lehden käyttäen sosiaalisessa mediassa hashtagia #undressodiseo (Cartwright, 2014).



Kuva 20 Kilimanjaro lehden leikkisä pakkaus (Omo Creates, 2016).



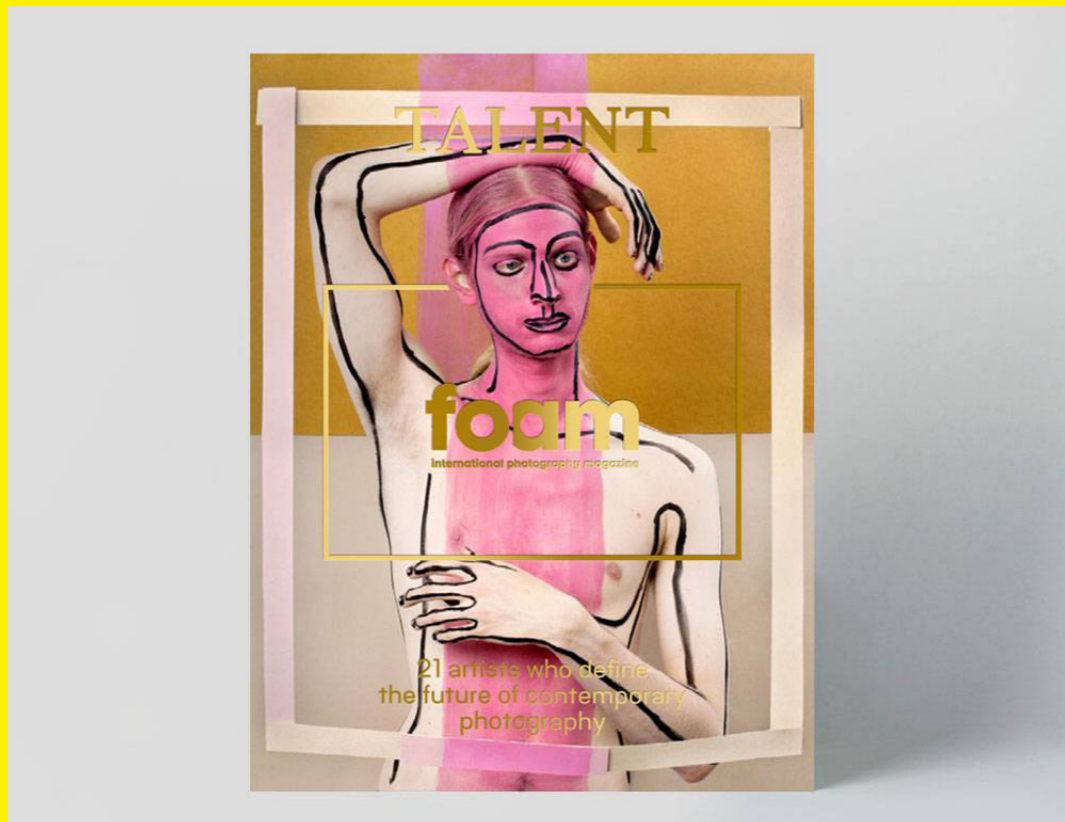
Kuva 21 Kilimanjaron numerot sisältävät useita liitteitä pakattuna koviin koteloihin (Bec, 2009).



Kuva 22 Mouthfeel -zine koostuu useista liitteistä pakattuna muovitaskuun (Hawkins, 2015).



Kuva 23 Foam -lehti painaa jokaisen eri valokuvaajan kuvasarjan eri paperilaadulle joka tukee erilaisia kuvasarjoja (Poiata, 2013).



Kuva 24 Foam -lehden kansi jossa on kultafolioituja yksityiskohtia (Frame, 2016).

(Rautajoki 1996, 15). Tähän voisi rinnastaa myös monen lehden tekijän vastaukset, joissa printtijulkaisu koettiin rauhoittavana hengähdyskautena nopean ja kylmän digitaalisen median rinnalla.

Tutkimukset, joissa on tutkittu lukemista printatussa mediassa verrattuna digitaalisessa mediassa, tukevat edellä mainittuja huomioita. Näytöltä luettaessa lukijan keskittymiskyky herpaantuu ja stressitaso kasvaa. Näytöltä luettaessa lukija muistaa lukemansa huonommin kuin paperilla. Tutkimusten mukaan ihmiset kaipaavat printin taktiillista tunnetta ja kokemusta joista näytöt jättävät kylmäksi. Alitajuntaisesti ihmiset pitävät näytöltä lukemaansa jo ennalta vähemmän vakavana ja uskottavana kuin paperilta. (Jabr, 2013.) Tästä lisää seuraavassa luvussa.

4.3 Painetun julkaisun uskottavuus

“There’s still that feeling in the back of people’s minds that it’s not proper until it’s proper.”

”Ihmisten ajatuksissa vieläkin on tunne, että jos jokin ei ole konkreettinen, se ei ole kunnollinen.”

Näin kuvailee Jeremy Leslie – painoalan asiantuntija – painetun julkaisun uskottavuutta. (Smith, 2015.) Etenkin poliittisissä julkaisuissa yhtenä syynä painettuun muotoon on se, että printti koettiin oikeana, vaikuttavana ja voimakkaana digitaaliseen nähden. Tutkimusten mukaan painetun julkaisun fyysinen olomuoto koetaan tärkeämmäksi ja kunnollisemmaksi kuin digitaalinen. Painetun julkaisun fyysinen olomuoto myös vaatii fyysisesti tilan olla olemassa. (Jabr, 2013.)

British Values -zinen (Kuva 25, s.32) Kieran Yates kertoo Dazed-lehden haastattelussa halunneensa tehdä jotain fyysistä ja tehdä selväksi, että hän ja muut maahanmuuttajat ja heidän äänensä ovat olemassa fyysisesti. Hän toteaa:

“I wanted to make something physical, making the point that we were here, physically – and not going away“, ja jatkaa: “To make something physical was important to me because like us, it’s difficult to ignore.”

”Halusin tehdä jotain fyysistä tehdäkseni selväksi, että olemme täällä fyysisesti – ja emme ole menossa mihinkään. -- Jonkin fyysisen tekeminen oli minulle tärkeää, sillä sitä on vaikea sivuuttaa, niin kuin meitäkin.” (Kane, 2015c.)

Zinensä pääkirjoituksessa Yates kirjoittaa, kuinka hänen mielestään on tärkeää olla fyysisiä konkreettisia asioita muistuttamassa erilaisuudesta. Hän kuvailee, kuinka fyysisyyden keinoin voidaan tuoda selväksi, että hän ja muut maahanmuuttajat ja heidän äänensä ovat olemassa fyysisesti tilassa. Zinessä Yates



Kuva 25 British Values antaa äänen Britannian maahanmuuttajataustaisille kieli poskessa asenteella. (Yates, 2015).



Kuva 26 Polyester Zinen sisäaukeama (Wolfe, 2015).

halua antaa äänen eri etnisistä taustoista tuleville briteille oikeistopoliittikan maahanmuuttokriittisen ilmapiirin valitessa Britanniassa, jossa keskustelu on kantaväestön me vastaan he, ikään kuin etnisiä taustoja omaavilla Britannian kansalaisilla ei tosiaan ole ääntä. (Kane, 2015c.)

Samankaltaisilla ajatuksilla kuuluu itsenäisen feministisen pienjulkaisun **Polyester Zinen** (Kuva 27) kuvaus itsestään:

"We want to be recognised as real human beings offline and online, not just 'digifeminist' or emotional and hormonal young adults using the Internet as a way to let off some steam. We want the internet generation to know their online posts about bullying, racism, sexual orientation, and other social politics are worth much more than 1,000 notes on Tumblr, they should be publically written in newspapers and pasted on walls around the city so people who don't use the internet know who these many individuals are."

"Haluamme, että meidät tunnustetaan oikeina ihmisinä niin netissä kuin sen ulkopuolellakin. Ei vain "digifeministeinä" tai tunteellisina hormonaalisina nuorina aikuisina, jotka käyttävät internettiä keinona päästellä höyryjä ulos. Me haluamme internet-sukupolven tietävän, että heidän nettiin kirjoitetut postauksensa kiusaamisesta, rasismista, seksuaalisesta suuntautumisesta ja muista sosiaalipoliittisista aiheista ovat arvokkaampia kuin 1000 Tumblr-merkintää, niiden pitäisi olla julkisesti kirjoitettu sanomalehtiin ja liimattuna seinille ympäri kaupunkia, jotta ihmiset jotka eivät käytä internetiä tietäisivät, keitä nämä yksilöt ovat." (Polyester, 2015.)

24

Poliittisävytteisten zinejen tekijöiltä esiin nousee myös internetin tuomitseva ilmapiiri. Kun nettiin kirjoittaa poliittisia tekstejä, niin sanottu internet-trollaus eli tahallinen ja turha häiriköinti, rasismi sekä seksismin täyteiset kommentit täyttävät nopeasti kommenttilaatikot ja jopa tekijöiden henkilökohtaiset sähköpostit. (Piepmeier 2009, 15.) Herää kuitenkin kysymys, päätyvätkö fyysiset kantaaottavat zinet toisinajattelijoiden luettaviksi vaiko jo samankaltaiset arvot omaavien ihmisten luettaviksi, toisin kuin ehkä digitaalisessa mediassa. Tämä kysymys jää auki keräämästäni haastattelu- ja keskustelumateriaalista. Toisaalta jos tekijöiden tavoitteena on ennemminkin toimia tukevana paikkana esimerkiksi etnisen taustan omaaville nuorille, on kuratoitu julkaisu ilman rassistista kommenttivöryä turvallinen paikka lukijalle.

4.4 Nostalgia

Tekijät mainitsevat usein myös nostalgian puhuttaessa printatuista julkaisuista. Esteettisiin tiloihin ja ihmisiin tiloissa keskittyvän **Ancestry Quarterly** -lehden (Kuva 27, s.34) Jordan Vouga sanoo näin:



Kuva 27 Ancestry Quarterlyn tekijät saavat erityisen tunnesiteen painettuun lehteen (Magpile, 2016).



Kuva 28 Violet -lehden perustaja Leith Clark perusti Violetin, sillä hän ei löytänyt lehtihyllyiltä mieleistä luettavaa (Boutique Mags, 2016).



Kuva 29 Hello Mister on syvälliseen sisältöön keskittyvä homomiehille suunnattu lehti (Hello Mr, 2016).



Kuva 30 OOMK Zinen ensimmäinen numero (OOMK Zine, 2016).

“There is something nostalgic about a magazine. It’s substantial and you can smell the paper. It hits you at a subconscious level. I don’t get the same emotional connection with digital content.”

”[Painetussa] lehdessä on jotakin nostalgista. Se on todellinen, ja paperin voi haistaa. Se on aistittavissa alitajunnassa. En saa samanlaista tunnesidettä digitaaliseen sisältöön.” (Mettler, 2014.)

Kuitenkaan nostalgialla ei voida kuitata julkaisuja, joiden nuoret tekijät ovat kasvaneet jo suureksi osaksi digitalisoituneessa ajassa. Internetin parissa ja älypuhelin kädessä kasvaneet nuoret ovat suuressa määrin osana kuluttamassa ja tekemässä painettuja pienjulkaisuja. Lehtialan asiantuntija ja julkaisualan keskittyvän MagCulture -nettisivun perustaja Jeremy Leslie on huomannut ilmiön ja ehdottaa, että digisukupolvelle, jossa useilla on blogit ja nettisivut ja jossa digitaalinen julkaisutoiminta on itsestäänselvyys, on printattu media uutta ja kiehtovaa. (Burrell 2014.)

4.5 Tekijälähtöisyys ja “me media”

Ainestoani läpikäydessä havaitsin tekijöiltä toistuvan vastauksen syihin tehdä omaa julkaisua. Useissa haastatteluissa tekijät ovat kertoneet syyksi tietyn aiheen tai näkökulman puuttumisen julkaisukentältä. Usein aihe on henkilökohtaisesti lähellä tekijän sydäntä ja suuri intohimo. Tutustuessani itsenäisten julkaisuiden tarjontaan löysin lehtiä lukemattomiin aiheisiin liittyen. Aiheita oli kissoista, ruuasta, muodista, matkustamisesta, erilaisista harrastuksista aina feministisiin aiheisiin.

Monet lehtien tekijät lähestyvät tekemistään lukijoina. He haluavat tehdä lehteä, jota itse lukisivat eikä suinkaan halusta tulla luetuksi. Heitä siis motivoi tehdä lehtiä, joita he haluaisivat itse lukea ja jotka puuttuvat heidän mielestään lehtikentältä. (Jamieson 2015b, 8.)

Älykkään naistenlehden **Violetin** (Kuva 28) tekijä Leith Clark kertoo perustaneensa lehtensä, koska tunsikin, ettei lehtihyllyllä ollut lehtiä, joita hän itse ostaisi. Niinpä Clark päätti julkaista sellaisen. (Siddall, 2014.) Samoin kävi myös **Hello Mister** -lehden (Kuva 29) perustajalle tämän huomattessa älykkään ja syvällisemmän homomiehille suunnatun lehden puuttumisen (Hawkins, 2015a). Polyester-zine taas koki tarpeen tuoda fyysiseksi printtijulkaisuksi feminististä näkökulmaa (Kane, 2015).

Lontoolainen **OOMK Zine** (One of My kind) (Kuva 30) haluaa tarjota alustan etnisen taustan omaaville naisille, jotka ovat kiinnostuneita taiteista ja kulttuurista. Vakituksia teemoja zinessä ovat uskonto, aktivismi ja identiteetti. (OOMK, 2015.)

Kuitenkaan aiheen totaalinen puuttuminen ei ole ainut motivaatio tekijöillä. Anna Bates ja Elizabeth Glickfeld kertovat uudesta julkaisustaan Dirty Furniture ja syitä julkaisusta taas uusi designlehti. He itse myöntävät, kuinka niistä ei heidän mielestään ole pulaa. Kuitenkin tietty näkökulma ja lähestymistapa aiheeseen uupuivat. He kertoivat törmänneensä lukuisiin designjulkaisuihin, jotka näyttivät designin kiiltokuvan tavoin irrallaan todellisesta elämästä. He halusivat käsitellä lehdessään designia arjen sotkujen keskellä ”oikeassa elämässä”. (Nicer Tuesdays, 2015.)

5 Internet ja pienjulkaisutoiminta käsi kädessä

Vaikka toisaalta digitaalinen media on ollut syynä kaupallisen printatun julkaisun katoamiseen, on mielenkiintoista, että sillä on nimenomaan ollut päinvastainen vaikutus itsenäisiin julkaisuihin. Internet mahdollistaa välikäsien leikkaamisen pois niin tuotannosta, jakelusta kuin markkinoinnista. (Jamieson 2015.) Tämä mahdollistaa pienten tekijöiden ottamisen ohjat omiin käsiin ilman kaupallisia kustantajia ja mainontaa.

27 Ehkä sosiaalinen media, jossa kukin on oman elämänsä julkaisija, on myös luonut ilmapiirin jossa kaikki voivat tuoda äänensä kuuluviin ja täten antanut rohkeutta ihmisten tehdä se myös virallisemmin painetussa mediassa. Ihmisillä on ulkallusta luoda ja julkaista itse ja uskoa että omalla äänellä on merkitystä.

5.1 Jakelu

Internet mahdollistaa itsenäisten lehtien ja zinejen jakelun helposti ja ympäri maailmaa (Gamble 2015). Internetin avulla jakelun ollessa täysin globaalia ja jälleenmyyjän sijainnista riippumatonta mitä eriskummallisimmille niche-aiheillekin voi löytyä lukijoita. Lukijat voivat tilata lehtiä suoraan lehtien omilta sivuilta, pienlehtiin keskittyviltä jakelijoilta tai käyttää esimerkiksi jo luvussa kolme mainittua Stack –palvelua, josta saat kotiisi toimitettuna kuukausittain yllätyksenä uuden itsenäisen julkaisun. Itsenäisiin julkaisuihin keskittyvän kivijalkatoiminnan kasvu on toisaalta myös tärkeä asia sillä näitä julkaisuja on tärkeää päästä koskemaan ja tunnustelemaan. Tämä kun ei internetin välityksellä toki ole mahdollista.

5.2 Avustajat

Netin avulla pystytään muodostamaan yhteistyötä tekijöiden välille ja saadaan ihmisiä osallistumaan sisällöntekoon. OOMK-zinen (One of My Kind) tekijät kertovat sähköpostin olevan oiva väline lähestyä oman ystäväpiirin ulkopuolelta olevia ihmisiä tulemaan mukaan lehden tekoon. (Kane 2015d.) FFF-zinen (Food For Fashion) tekijät mainitsevat lähettäneensä sähköpostitse yhteistyöehdotuksia täysin tuntemattomille, joista moni lähti mukaan yhteisestä kiinnostuksesta ruokaan. (Syfret, 2015.)

5.3 Sosiaalinen media ja markkinointi

Markkinoinnissa sosiaalinen media jyrää. Uusien itsenäisten lehtien tekijät ovat internetin kanssa kasvaneita ja käyttävät sitä luontevasti hyödyksi muutenkin kuin vain lehden teossa. Lehtien sosiaalisen median kanavat toimivat malttamattoman ja uutta informaatiota tauotta janoavan diginatiivin janon sammuttajina. FFF-zine on julkaissut vasta ensimmäisen numeronsa viime vuonna, eikä seuraavasta ole vielä tietoa. Silti heidän Instagram tilillään on lähes 10 000 seuraajaa. FFF-zine kuratoikin tiliään tarkkaan ja julkaisevat lehden teemaa mukailevia postauksia lähes päivittäin. FFF-zinen painomäärän ollessa vain 700 kappaletta, seuraavan numeron tullessa vihdoinkin painosta sen voisi kuvitella myyvän loppuun kuten ensimmäinenkin numero (Hadimutomo, 2016). Sosiaalisen median avulla voidaan lehden markkinoinnin ja fanikunnan keräämisen lisäksi kerätä myös rahoitusta itse lehden tekoon. Tästä lisää seuraavassa alaluvussa.

28

5.4 Rahoitus

Irtonumeromyynnin lisäksi Internet tarjoaa myös täysin uuden rahoitusmallin: Itsenäisten lehtien ollessa vapaita mainoksista on useiden lehtien takana internetin kautta toteutettu joukkorahoituskampanja (Mettler, 2014). Tätä rahoitusmallia käytti myös suomalainen kuvajournalisti Touko Hujanen. Hujanen keräsi mesenaatti.fi sivuston kautta joukkorahoitusta noin 16 000 euroa, jonka avulla hän painatti valokuvista koostuvan lehtensä Uuden Maan Sanomat (Kuva 31, s.39). (Tuhkanen, 2015.) Myös aiemmin mainitun itsenäisen designlehden Dirty Furnituren painaminen rahoitettiin joukkorahoituksella. Ennen rahoituskampanjan alkua lehden sisältö ja design olivat täysin viimeistellyt ja rahaa kerättiin puhtaasti painamiseen. Lehden tekijät toteuttivat joukkorahoituskampanjaa varten videon jossa esiteltiin lehden ideaa, filosofiaa ja sisältöä. Rahoitusta

onnistuttiin keräämään yli 7500 puntaa. Tekijöiden tavoitteena oli saada kasaan vain 4000 puntaa, joten joukkorahoitukseen osallistuneiden tuki oli huomattava. (Nicer Tuesdays 2015.)

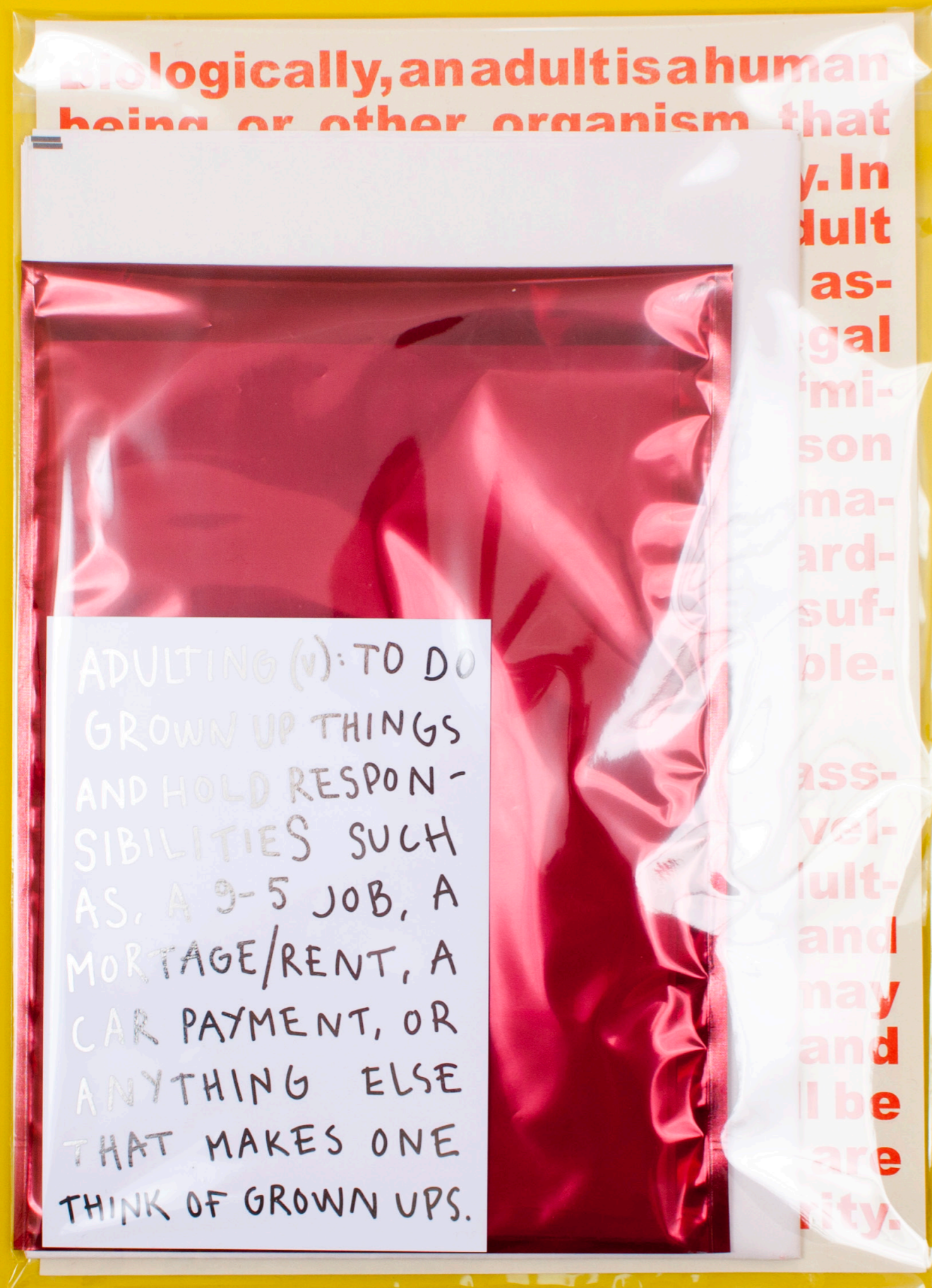
5.5 Työkalut

Tietokoneiden ja internetin yleistymisen myötä myös työkalut lehtien tekemiseen ovat muuttuneet ja tulleet kaikkien ulottuville. Vaikka kaikilla tässä opinnäytetyössä mainituilla lehtientekijöillä on ammattitautaa painetussa mediassa, voi kuka tahansa harrastelijakin opetella Youtuben opetusvideoiden avulla taittamista ammattiohjelmilla tai käyttää ilmaisia lehtien tekoon tarkoitettuja sovelluksia kuten Canvaa tai Madmagz -sovellusta (Mad Magz 2016, Canva 2016). Nämä sovellukset tarjoavat valmiita pohjia lehtien taittoon. Zinejen fyysinen olomuoto onkin määrittynyt sen mukaan mitä ihmisillä on ollut käytettävissä taloudellisesti ja fyysisesti. Näiden rajoitteiden vuoksi itsenäiset lehdet ja zinet ovat eronneet ennen hyvin paljon kaupallisista julkaisuista. Täten voi todeta että zinen, lehden ja lehtisen eli bookletin että bookazineen määritysten rajat ovat häilyneet. Puristit saattavat määritellä zinen yhä käsin tehdyksi mustavalkoprintterillä toteutetuksi ja punk estetiikalla leikitteleväksi, mutta uuden sukupolven zinet ja itsenäiset lehdet ovat muodoltaan kaikkea perinteisestä paksuun kiiltokuvamaiseen julkaisuun, kovakantiseen kahvipöytäkirjaan ja kaikkeen siltä väliltä.

29



►
Kuvat 31 ja 32 Aukeamat Touko Hujasen Uudenmaan Sanomat -lehestä, jonka painaminen kustannettiin joukkorahoituksella (Journalisti, 2015).



6 Oma kokeellinen zine-projekti – Adulting

6.1 Lähtökohdat ja tavoite

Teos-osioni toteutin kevään 2016 aikana ollessani työharjoittelussa Hato Press – studiolla joka on erikoistunut risopainotekniikkaan ja pieniin painomääriin. Halusin toteuttaa tekijälähtöisesti julkaisun, jonka avulla pääsisin kokeilemaan ja tutkimaan printin mahdollisuuksia, moninaisuutta ja haptista olemusta. Halusin yhdistää ja kokeilla eri painotekniikoita, papereita, sidontatapoja sekä formaatteja. Toteutukseni muodostui kokeelliseksi zineksi, joka sisältää eri liitteitä eri painotekniikoin toteutettuna.

Kokeilevan teososion tarkoitus oli syventää tietämystäni ja rohkeuttani printtituotteen mahdollisuuksista ja rajoitteista ja valmistaa minua jatkossa toteuttamaan toimituksellisia haptisia printtituotteita. Aikomukseni valmistumisen jälkeen on toteuttaa myös toimituksellinen pienlehti.

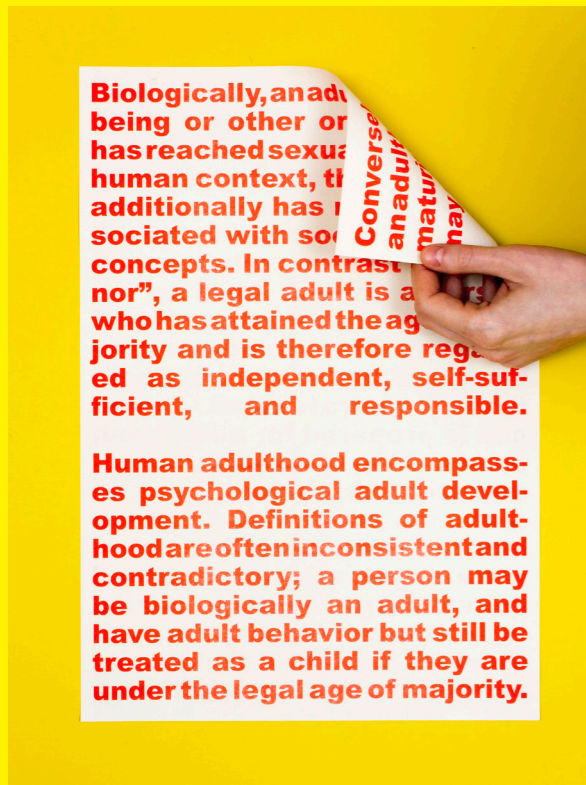
Kuten monien zinejen taustalla, minulla oli ammatillinen kiinnostus päästä toteuttamaan omalähtöisesti ja vapaasti julkaisu, jossa pääsen toteuttamaan luovaa näkemystäni rajoituksetta ja joka toimii myös ammatillisena taidonnäytteenä.

6.2 Prosessi

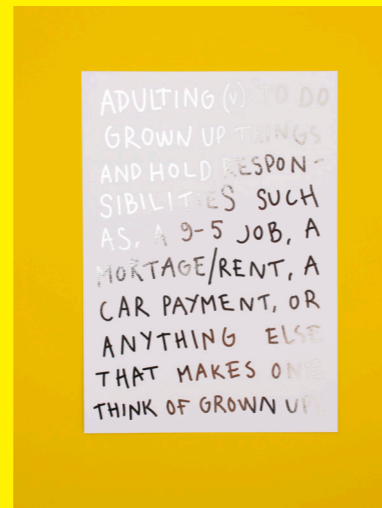
Teokseni (Kuva 33) muotoutui toimituksellisen julkaisun sijaan taidejulkaisuksi, koostuen kuvituksista sekä teksteistä sekä kuvamateriaalista aiheen ”aikuisuus” ympärillä. Tein teos-osiota prosessin omaisesti työskennellessäni Hato Pressillä keväällä 2016. Halusin leikitellä zinessäni eri painotavoilla, formaateilla, paperilaaduilla sekä pakkaustavoilla. Zine muotoutuikin toimituksellisen zinen sijaan taidezineksi, jossa käsittelin sukupolveni aikuisuutta kuvituksien ja tekstien kautta.

Aluksi tilasin erikoispaperinäytteitä ja tutustuin eri pakkausmenetelmiin. Erikoispainomenetelmät ja paperit ovat luksustuote niiden kovan hinnan vuoksi ja sen vuoksi en pystynyt sisällyttämään kaikkia kokeiluja teokseeni. Törmäsin painotalojen kanssa myös ongelmaan painoerän pienuudesta, sillä monet painotalot pystyvät tekemään vain isoja määriä erikoiskäsittelyille.

Teos koostuu eri osioista jotka noudattavat eri formaatteja. Riso-tekniikkaan päädyin kun olin työharjoittelussa Hato Press riso-painostudiolla. Risotekniikka pohjautuu silkipainantaan jossa muste painetaan paperiin. Riso-muste on suh-



Kuva 34 Kaksipuoleinen A3-kokoinen juliste risopainotekniikalla painettuna. Paperi on ohutta luonnonvalkoista 80gsm kierrätyspaperia.



Kuva 35 Zinen sisältö on monimuotoinen ja eri liitteitä sisältävä. Kuvissa zinen koko sisältö purettuna.

Kuvat 36 Zinen sisältö on monimuotoinen ja eri liitteitä sisältävä. Kuvassa zinen eri liitteet.



teellisen paksua ja hidasta kuivumaan. Siinä on hyvin mattapintainen ja haptinen jälki. Zine sisältää kaksipuoleisen A3-julisteen (Kuva 34) ohuelle 80gsm paperille riso-tekniikalla painettuna. Yksi teoksen osio on myös A4-kokoisista eri papereille riso-tekniikalla painetuista kuvituksista (Kuvat 40–45 s.37–38).

Toinen osio on digipainettu broadsheet sanomalehti (Kuvat 37–39 s.35 ja 36), joka koostuu niin sanotulla printed internet taidetekniikalla, jota Olu Odukoya käytti Kilimanjaro-lehden ensimmäisessä numerossa. Olen kerännyt pitkään näyttökuvia Tumblrissa olleista blogeista. Näyttökuvat ovat lyhyitä tekstipostauksia ja niiden kommentteja, jotka käsittelevät sukupolveni aikuisuutta. Postaukset ovat kaikessa lyhykäisyydessään mielestäni nerokkaita ja ansaitsevat tulla painetuksi. Jäljensin näyttökuvat Illustrator-ohjelmaa käyttäen niin, että pystyin suurentamaan ne sanomalehtiauukeamien kokoiseksi. Halusin tuoda näille internetin massaan hukkuville pienille teksteille arvon ja tuoda ne yhteen kuratoituun pakettiin suuressa koossa.

Teoksen mukana tulee myös paksu 350gsm A5-kortti, jossa on ”soft touch” samettinen mattalaminointi molemmin puolin ja hopeafolioitu teksti, joka on hiukan koholla paperin pinnasta (Kuva 35).

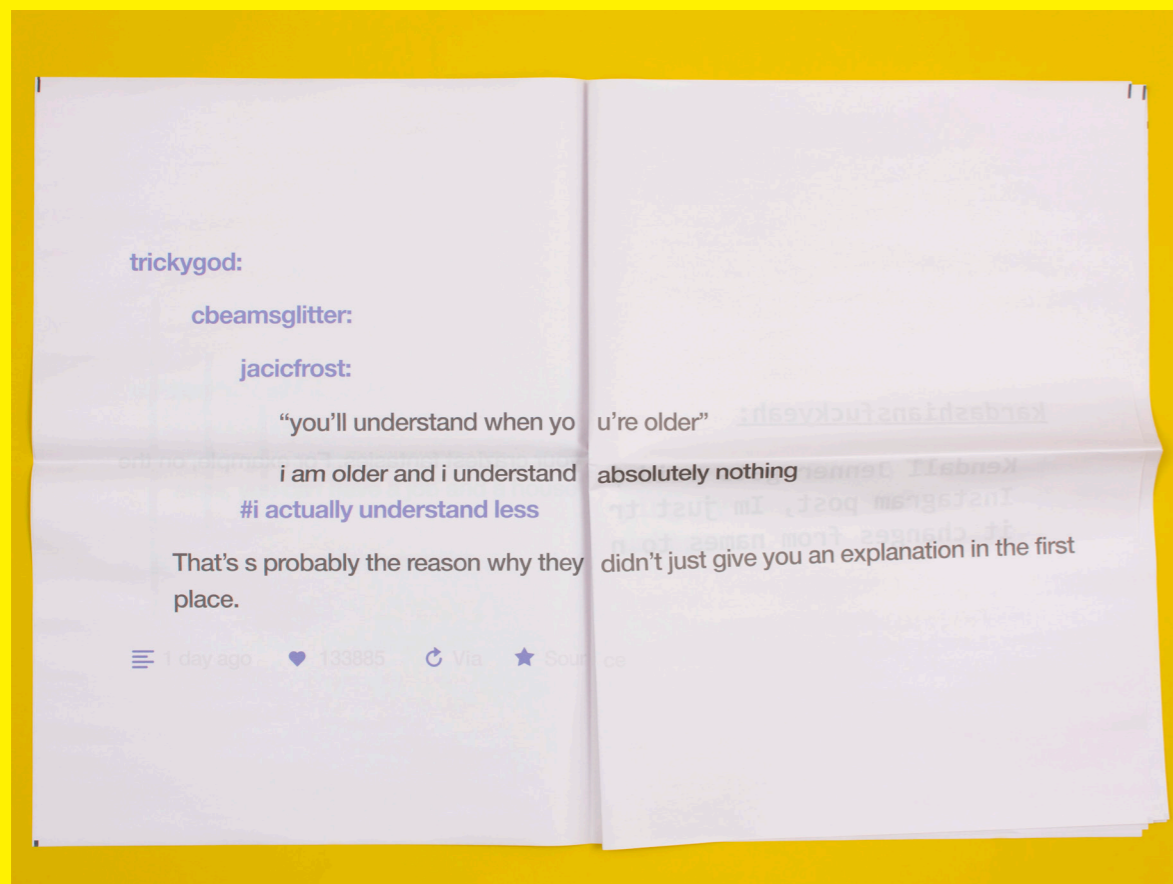
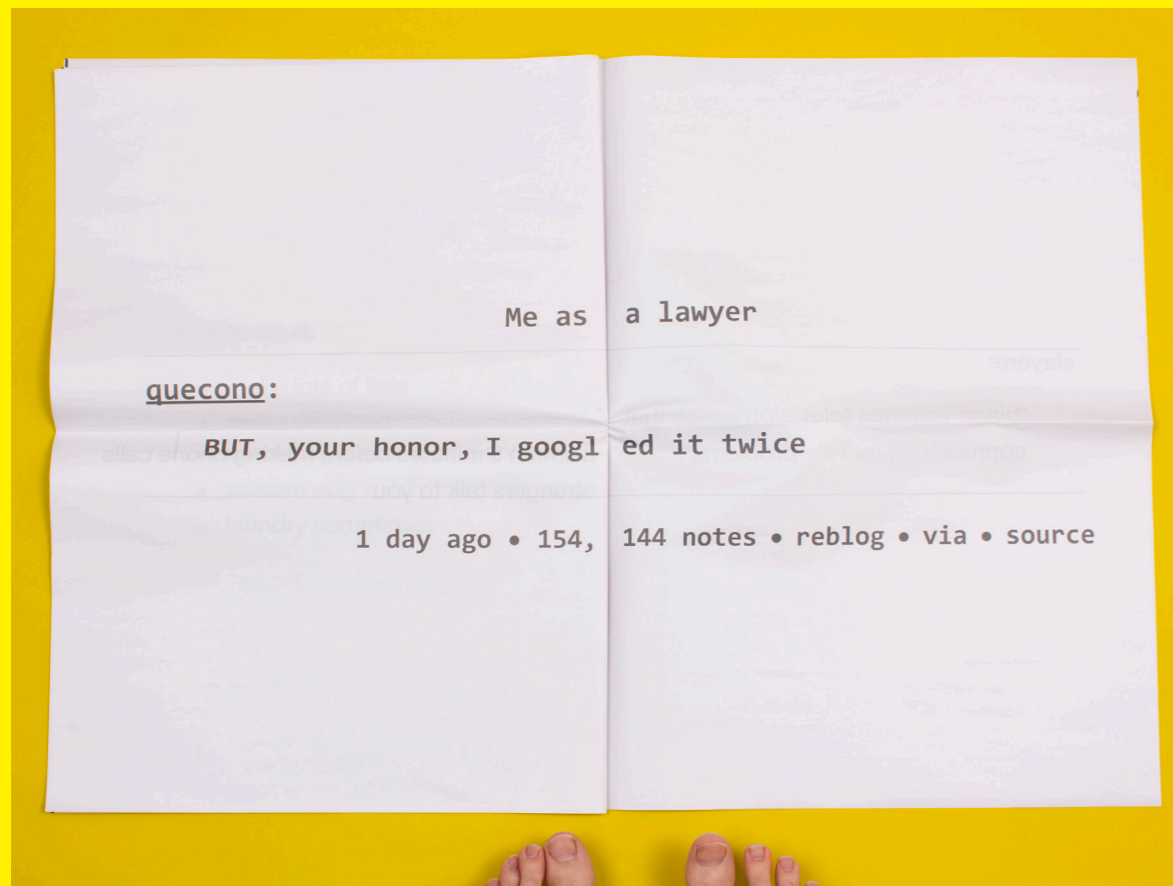
Mietin pitkään eri sidontamenetelmien välillä, ja johtuen jopa korttimaisista paperipaksuuksista päädyin formaattiin, jossa kuvitukset ovat kannen sisällä irrallaan pakattuna läpikuultavaan A4-muovikuoreen. Kokonaisuus on pakattu C3-kokoiseen läpinäkyvään muovikuoreen (Kuva 32, s.31), jonka voi uudelleen sulkea ja avata. Teoksen koostuessa eri osioista halusin leikkiä sen pakkaustavalla kuten Mouthfeel -zine ja Kilimanjaro -lehti.

Teokseni on eri osasista johtuen katseltava rauhassa suuren tason päällä. Teoksen irralliset eri osiot tekevät lukukokemuksesta hyvin kosketuksellisen ja siinä on tekemistä katselijalle.

6.3 Pohdintaa

Luovan työn tekijänä on mielestäni hyvä herätellä vapaata luovuutta ja pitää yllä kokeilunhalua tekemällä täysin omaehtoisia projekteja. Tekijälähtöinen työskentely on mielestäni tärkeää luovan työn tekijällä. Sen avulla voi tehdä työnäytteitä ilman kompromisseja, kokeilla eri tekniikoita ja pitää yllä uteliaisuutta ja kokeilunhalua.

Zinen tekeminen sai minut tutustumaan eri jälkikäsittelymenetelmiin ja sain ymmärryksen siitä mikä on mahdollista missäkin budjetti- ja määräluokassa. Parhaassa tapauksessa omat projektit avaavat uusia mielenkiintoisia työmahdollisuuksia ja useat omia lehtiään toteuttaneet tekijät ovat lehtiensä jälkeen pystyneet perustamaan omia luovia studioita.



Kuvat 37–39 Jättikokoinen broadsheet-sanomalehti joka sisältää kuvakaappauksia Tumblr-blogialustan blogien tekstipostauksista ja niiden kommentista. Lehti on digipainettu sanomalehtipaperille.



Kuva 40 Riso-tekniikalla painetut kuvitukset ovat painetut eri paksuisille ja värisille papereille ja pakattu kiiltävän kartonkisen kannen sisään.



Kuvat 41-45 A4-kokoinen kuori pitää sisällään viisi kuvitusta, joista jokainen on painettu erilaiselle paperille.

Kuva 46 Adulting -zinen kokonaisuus on värikäs ja humoristinen.

, an adult is a human
her organs
d sex
text,
y has
ith soc
n cont
al adult
ained th
is theref
ependent
and res
ulthood end
ological adu
Definitions o
ften inconsis
tory; a pers
ically an a
t behavior
s a child
legal as



usne:euondr

YOU CAN BE
ANYTHING
YOU WANT

JUST ANOTHER
DAY OF
BEING RIGHT
AND FAMOUS

ADULTING (N) TO DO
GROWN UP THINGS
AND HOLD RESPON-
SIBILITIES SUCH
AS, A 9-5 JOB, A
MORTGAGE/RENT, A
CAR PAYMENT, OR
ANYTHING ELSE
THAT MAKES ONE
THINK OF GROWN UPS.

HAVE
BLOG



7 Yhteenveto

Opinnäytetyöni tavoitteena oli kartoittaa tekijälähtöisen painetun julkaisutoiminnan ilmiötä digitaalisessa ajassa, jossa kaupallinen painettu media on ollut pulassa jo jonkin aikaa. Halusin löytää vastauksia siihen, miksi itsenäisille hitaille julkaisuille on kasvavassa määrin tekijöitä ja kysyntää ja tutkia julkaisuja, jotka ottavat painetun median kokonaisvaltaisesti haltuun.

Keräsin tutkimukseen valmiita haastatteluja, videolähetyksiä, podcasteja sekä tutkimuskirjallisuutta. Lisäksi tarkastelin itse teoksia.

Tutkimuksessa ilmeni yhteys vallalla olevaan downshiftausilmiöön. Diginatiiveilla painetun median erilaisuus digitaaliseen verrattuna ja toisaalta vanhemman sukupolven nostalgiamielleyhtymä painettuun mediaan nousivat esiin useiden julkaisujen kohdalla.

Elämään kaivattiin fyysisiä käsinkosketeltavia kokemuksia ruutujen oheen. Painettua sanaa pidettiin edelleen arvossa enemmän kuin internetiin kirjoitettua. Toisin kuin uutisprintissä ja kaupallisissa aikakauslehdissä internet oli vihollisen sijaan itsenäisten julkaisujen paras ystävä. Internet mahdollisti välikäsien putoamisen pois julkaisuprosessista, jakelusta ja markkinoinnista.

41 Tutkimus toimi henkilökohtaisesti oman alan suuntauksen identiteetin vahvistamisessa ja loi uskoa printin tarpeellisuudesta. Moniin itsenäisiin julkaisuihin tutustuminen loi viitekehystä tarjonnasta markkinoilla, ja lehtien fyysiset ja visuaaliset sekä sisällölliset ratkaisut toimivat inspiraationa omaan teokseeni ja tulevaan työskentelyyni.

Ympäristön ja tiedonsaannin kannalta suunta on terve ja järkevä. Printin turhaksi tulemisen sijaan voidaan siinä keskittyä pieniin säilytettäviin julkaisuihin, ajattomaan sisältöön ja elämykseen ja suunnata uutistoiminta ja ajankohtaisaiheet internetiin.

Lähteet

Acid 2015. About. Acid Surfing. [verkkosivu] <<http://acidsurfing.com/about>> (Luettu 10.11.2015)

Burrell, Ian 2014. Looks good on paper: Forget tablet editions - a new wave of young independent publishers is producing wonderful hard-copy titles. Independent. [verkkosivu] <<http://www.independent.co.uk/news/media/press/looks-good-on-paper-forget-tablet-editions-a-new-wave-of-young-independent-publishers-is-producing-9139520.html>> (Luettu 20.11.2015)

Canva, 2016. About. Canva. [verkkosivu] <<https://about.canva.com>> (Luettu 23.04.2016)

Cartwright, James 2014. The fifth edition of Odiseo is on its way and it's ringing in some changes. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/odiseo-volume-5>> (Luettu 10.11.2015)

Cambridge dictionary, 2015. [verkkosivu] <<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zine#translations/>> (Luettu 15.03.2016)

Demokraatti, 2015. Sanoma sulkee Forssan painotalon – 54 saa potkut. [verkkosivu] <<http://demokraatti.fi/sanoma-sulkee-forssan-painotalon-54-saa-potkut/>> (Luettu 15.03.2016)

Etälukio, 2016. Sanastoa. Opetushallitus. [verkkosivu] <http://www02.oph.fi/etalukio/kuvataide/kurssi5/kappale2_5.html> (Luettu 23.04.2016)

Foam Magazine, 2016. About Foam Magazine. [verkkosivu] <<http://www.foam.org/magazine/about-foam-magazine>> (Luettu 23.04.2016)

Frilander, Aino 2015. Helsinki saa uuden kivijalkakirjakaupan: Nide keskittyy laatu-kaunoon, designiin ja lehtiin. Helsingin Sanomat. [verkkosivu] <<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1449195978100/>> (Luettu 15.03.2016)

Gamble, Ione 2015. How the internet revived the zine scene. Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/25561/1/how-the-internet-revived-the-zine-scene>> (Luettu 20.11.2015)

Grabowicz, Paul 2014. Tutorial: The Transition To Digital Journalism. Berkeley University of California, Advanced Media Institute. [verkkosivu] <<http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/digital-transform/>> (Luettu 20.11.2015)

Hadimutomo, Stacia 2016. FFF Zine. [verkkosivu] <<http://www.staciahadimutomo.com/FFF-Zine>> (Luettu 23.04.2016)

Hawkins, Alex 2015a. A closer look at the gay magazine going against the status quo, Hello Mr. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/hello-mr-magazine>> (Luettu 10.11.2015)

Hawkins, Alexander 2015b. Mouthfeel is the sexy new zine giving food a gay voice. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/mouthfeel-magazine>> (Luettu 23.04.2016)

Heikkilä, Annastiina 2010. Downshifting kiinnostaa nuoria aikuisia. YLE. [verkkosivu] <http://yle.fi/uutiset/downshifting_kiinnostaa_nuoria_aikuisia/1531710> (Luettu 22.11.2015)

Ives, Nat 2009. The Last Page - A Guide to Magazines That Have Ceased Publication. AdvertisingAge. [verkkosivu] <<http://adage.com/article/media/a-guide-magazines-ceased-publication/132779/>> (Luettu 15.03.2016)

Jabr, Ferris 2013. The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens. Scientific American. [verkkosivu] <<http://www.scientificamerican.com/article/reading-paper-screens/>> (Luettu 15.03.2016)

Jamieson, Ruth 2015a. Cat People, Riposte and Works that Work: the niche world of indie magazines. The Guardian. [verkkosivu] <<http://www.theguardian.com/media/shortcuts/2015/apr/06/cat-people-riposte-and-works-that-work-the-niche-world-of-indie-magazines>> (Luettu 20.11.2015)

Jamieson, Ruth 2015b. Print is Dead. Long Live Print-The World's Best Independent Magazines. Prestel. Munich, London, Newyork.

Jones, Lucy 2015. Inside Tasty New Zine 'FFF' Feat. Maisie Williams, Blood Orange and More. Oyster Magazine. [verkkosivu] <<http://www.oystermag.com/inside-tasty-new-zine-fff-feat-maisie-williams-blood-orange-and-more>> (Luettu 14.11.2015)

Kane, Ashleigh 2015a. How to start a kick ass zine that stands for something real. Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/26646/1/how-to-start-a-kick-ass-zine-that-stands-for-something-real-polyester>> (Luettu 10.11.2015)

Kane, Ashleigh 2015b. This new mag is an outlet for your angst. Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/26170/1/this-new-mag-is-an-outlet-for-your-angst-hate-zine>> (Luettu 9.11.2015)

Kane, Ashleigh 2015c. How to tackle Britain's anti-immigrant rhetoric, in a

zine. Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/26305/1/how-to-tackle-britain-s-anti-immigrant-rhetoric-in-a-zine-kieran-yates>> (Luettu 28.9.2015)

Kane, Ashleigh 2015d. How to be a badass Muslim female artist. Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/25755/1/how-to-be-a-badass-muslim-female-artist>> (Luettu 20.11.2015)

Koponen, Jukka 2009. Kosketuksen merkitys. Jyväskylän yliopisto. [pro gradu – tutkielma] <<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/23026/URN:NBN:fi:jyu-201003101311.pdf?sequence=1>>

Lui, Herbert 2012. Re(de)fining Print and the Resurgence of the Magazine. Hypebeast. [verkkosivu] <<http://hypebeast.com/2012/5/hypebeast-op-ed-redefining-print>> (Luettu 20.11.2015)

Mad Magz, 2016. Key Features. Mad Magz. [verkkosivu] <<https://madmagz.com>> (Luettu 23.04.2016)

Mediaviikko 2015. [verkkosivu] <<http://mediaviikko.fi/kategoriat/uutiset/uutinen/lahes-puolet-lukee-uutiset-paaasiassa-verkosta.html>> (Luettu 10.11.2015)

Mettler, Lizzie Garrett 2014. The Great Indie Magazine Explosion: A Survey. Vogue [verkkosivu] <<http://www.vogue.com/1856125/indie-magazine-independent-bookstore-explosion/>> (Luettu 15.11.2015)

MoMa, 2016. Printed Matter's NY Art Book Fair. [verkkosivu] <<http://momaps1.org/nyabf/>> (Luettu 23.04.2016)

Monocle, 2016. The Stack. Monocle. [verkkosivu] <<https://monocle.com/radio/shows/the-stack/>> (Luettu 23.04.2016)

Nicer Tuesdays, 2015. Nicer Tuesdays 2015: Anna Bates and Elizabeth Glickfeld. It's Nice That. [video] <<http://www.itsnicethat.com/watch/nicer-tuesdays-2015/anna-bates-and-elizabeth-glickfeld>>

OOMK, 2015. About. OOMK. [verkkosivu] <<http://oomk.net/about>>

O'Reilly, John 2014. The beautiful magazines setting out to prove print isn't dead. The Guardian. [verkkosivu] <<http://www.theguardian.com/media/2014/feb/16/beautiful-magazines-prove-print-isnt-dead>> (Luettu 17.11.2015)

Pappi, Iisa ja Röyskö, Annika 2015. Printti elää! Groteski. [verkkosivu] <[\[groteski-magazine.fi/2015/12/11/printti-elaa/\]\(http://groteski-magazine.fi/2015/12/11/printti-elaa/\)>\(Luettu 15.03.2016\)](http://</p></div><div data-bbox=)

Piepmeyer, Alison 2009. Girl Zines: Making Media, Doing Feminism. New York: New York University.

Polyester, 2015. About Polyester. Polyester Zine. [verkkosivu] <<http://www.polyesterzine.com/about-polyester>> (Luettu 2.11.2015)

Siddall, Liv 2014. Leith Clark on women, age and publishing in The Violet Book Issue 2. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/violet-magazine>> (Luettu 20.11.2015)

Smith, Rena Niamh 2015. Why a new wave of independent magazines are thriving. The Telegraph. [verkkosivu] <<http://www.telegraph.co.uk/news/media/11478027/Why-a-new-wave-of-independent-magazines-are-thriving.html>> (Luettu 20.11.2015)

The Stack, 2015. Monocle. Jakso 167. 16:03 [podcast] <http://monocle.com/radio/shows/the-stack/167/>

Suni, Annakaisa 2015. Lehtien myynti Akateemisessa loppuu väliaikaisesti – uudesta linjasta ei mitään tietoa. Vihreä Lanka. [verkkosivu] <<http://www.vihrealanka.fi/uutiset-kulttuuri/lehtien-myynti-akateemisessa-loppuu-vaaliaikaisesti---uudesta-linjasta-ei-mitaan>> (Luettu 15.03.2016)

Syfret, Wendy 2015. fff is the most delicious fashion zine imaginable. i-D. [verkkosivu] <https://i-d.vice.com/en_au/article/fff-is-the-most-delicious-fashion-zine-imaginable> (Luettu 20.11.2015)

Taloussanommat, 2015. Olivian ja Divaanin printtilehdet lopetetaan – 40 työntekijää ulos. [verkkosivu] <<http://www.taloussanommat.fi/media/2015/06/29/olivian-ja-divaanin-printtilehdet-lopetetaan-40-tyontekijaa-ulos/20158268/135>> (Luettu 15.03.2016)

The Happy Reader, 2016. The Happy Reader. [verkkosivu] <<https://www.thehappyreader.com>> (Luettu 23.04.2016)

Tilastokeskus 2006. Tietoa tilastoista: Aikakauslehti. Tilastokeskus. [verkkosivu] <<http://www.stat.fi/meta/kas/aikakauslehti.html>> (Luettu 20.11.2015)

Time Out, 2016. DIY Art Market. Time Out. [verkkosivu] <<http://www.timeout.com/london/art/diy-art-market>> (Luettu 23.04.2016)

Tuhkanen, Ari 2015. Harhailuretken kuvista syntyi Uuden Maan Sanomat. Yle. [verkkosivu] <http://yle.fi/uutiset/harhailuretken_kuvista_syntyi_uuden_maan_sano-

mat/7809152> (Luettu 06.04.2016)

Uusi Suomi, 2013. Alma Media sulkee painon: Koko henkilöstö irtisanotaan. [verkkosivu] <<http://www.uusisuomi.fi/kotimaa/58641-alma-media-sulkee-painon-koko-henkilosto-irtisanotaan>> (Luettu 15.03.2016)

Wikipedia, 2016. Fluxus. Wikipedia. [verkkosivu] <<https://fi.wikipedia.org/wiki/Fluxus>> (Luettu 23.04.2016)

Youtube, 2011. Olu Michael Odukoya and Ben Hillwood-Harris - physical beings in a physical world. Mercedes Bentz. Youtube. [video] <<https://www.youtube.com/watch?v=iohvbQNBc2I>> (Katsottu 19.03.2016)

Kuvalähteet

Kuva 1 Watson, Steve 2015. MagCulture shop: One week in. Stack Magazines. [verkkosivu] <<http://www.stackmagazines.com/update/magculture-shop-one-week/>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 2 Kane, 2015b. This new mag is an outlet for your angst . Dazed. [verkkosivu] <<http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/26170/1/this-new-mag-is-an-outlet-for-your-angst-hate-zine>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 3 FFF Zine, 2016. FFF Zine Issue 1. [verkkosivu] <<http://fffzine.bigcartel.com/product/fffzine-issue-1>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 4 Youtube, 2011. Olu Michael Odukoya and Ben Hillwood-Harris - physical beings in a physical world. Mercedes Bentz. Youtube. [video] <<https://www.youtube.com/watch?v=iohvbQNBc2I>> (Katsottu 19.03.2016).

Kuva 5 The Alpine Review, 2016. [verkkosivu] <<http://thealpinereview.com>> (Luettu 14.04.2016)

Kuva 6 Acid, 2016. Issue 1. Acid Surfing. [verkkosivu] <<http://acidsurfing.com/issue1>> (Luettu 10.11.2015)

Kuva 7 The Happy Reader, 2016. Issues. The Happy Reader. [verkkosivu] <<https://www.thehappyreader.com/issues#step-issues>> (Luettu 14.04.2016)

Kuva 8 Magpile, 2016. Odiseo Issue #4. [verkkosivu] <<http://magpile.com/odiseo/4/>> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 9 Dirty Furniture, 2016. Issue 1. Dirty furniture. [verkkosivu] <<http://dirty-furniture.com/buy/issue-1-couch/>> (Luettu 23.04.2016)

Kuva 10 Mono Kultur, 2016. Mono Kultur Box Set. [verkkosivu] <http://www.mono-konsum.com/index.php/monokultur_en/monokultur-boxset/mono-archiv-02.html> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 11 Department Store, 2016. People Of Print. Posterzine Issue 01 — Eike König. [verkkosivu] <<http://department-store.co/products/posterzine01?variant=14868368836>> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 12 Antenne Books, 2016. PEOPLE OF PRINT, #1 Eike König. [verkkosivu] <<https://www.antennebooks.com/product/posterzine-1-eike-konig/>> (Luettu 20.04.2016)

Kuva 13 Tipitin, 2016. MARFA JOURNAL 2. [verkkosivu] <<http://www.tipitin.com/shop/marfa-journal-2>> (Luettu 15.04.2016)

Kuva 14 Morley, Madeleine 2015. Marfa Journal #3. MagCulture. [verkkosivu] <<http://magculture.com/marfa-journal-3>> (Luettu 15.04.2016)

Kuva 15 Leslie, Jeremy 2015. Buffalo Zine is the Print Version of the Cool Teen Rebel You Wish You Were in High School. Eye On Design. [verkkosivu] <<https://eyeondesign.aiga.org/buffalo-zine-is-the-print-version-of-the-cool-teen-rebel-you-wish-you-were-in-high-school/>> (Luettu 15.04.2016)

Kuva 16 Buffalo Zine, 2016. [verkkosivu] <<http://buffalozine.com/publication/buffalo-zine-no3-jwanderson-cover>> (Luettu 15.04.2016)

Kuva 17 Utrecht, 2016. [verkkosivu] <<http://utrecht.jp/?product=mono-kultur-23-sissel-tolaas>> (Luettu 13.04.2016)

Kuva 18 Perimeter 2016. Mono Kultur #33 Kim Gordon: Dissonatine. Perimeter Books. [verkkosivu] <<http://shop.perimeterbooks.com/products/mono-kultur-33-kim-gordon-dissonatine>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 19 Cartwright, James 2014. The fifth edition of Odiseo is on its way and it's ringing in some changes. It's nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com:8080/articles/odiseo-volume-5>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 20 Omo Creates, 2016. Kilimanjaro Magazine, Issue 11 — Morlbloro. Omo Creates. [verkkosivu] <<http://omocreates.com/project/kilimanjaro-magazine-issue-11-the-morlbloro-issue/>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 21 Bec, Alex 2009. Kilimanjaro Magazine. It's Nice That. <<http://www.itsnicethat.com/articles/2141-kilimanjaro-magazine>>

Kuva 22 Hawkins, Alexander 2015. Mouthfeel is the sexy new zine giving food a gay voice. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/mouthfeel-magazine>> (Luettu 23.04.2016)

Kuva 23 Poiata, Cristina 2013. Interview with Hamid Sallali, art director at Foam Magazine. De Monsterkamer. [verkkosivu] <<http://monsterkamer.com/2013/07/23/interview-with-hamid-sallali-art-director-at-foam-magazine/>> (Luettu 23.04.2016)

Kuva 24 Frame, 2016. Foam Magazine #42. Frame Store. [verkkosivu] <<http://store.frameweb.com/foam-foam-magazine-42.html>> (Luettu 15.03.2016)

Kuva 25 Yates, Kieran 2015. British Values: a new zine celebrating stories from immigrant communities in the UK. It's Nice That. [verkkosivu] <<http://www.itsnicethat.com/articles/british-values>> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 26 Wolfe, Cameron James 2015. OUGD402 - Brief 01 - Toilet Paper Magazine + Polyester Zine. Personal & Professional Practice. [verkkosivu] <<http://c-wolfe1417-ppp.blogspot.co.uk/2015/04/ougd402-brief-01-toilet-paper-magazine.html>> (Luettu 23.04.2016)

49

Kuva 27 Magpile, 2016. Ancestry Quarterly #1. Magpile. [verkkosivu] <<http://magpile.com/ancestry-quarterly/sep-13/>> (Luettu 23.04.2016)

Kuva 28 Boutique Mags, 2016. Violet. [verkkosivu] <<https://boutiquemags.com/products/violet>> (Luettu 23.04.2016)

Kuva 29 Hello Mr, 2016. Issue 5. [verkkosivu] <<http://hellomrmag.com/magazine/issue-5/>> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 30 OOMK Zine, 2016. OOMK Zine Issue 4. [verkkosivu] <<http://oomkzine.bigcartel.com/product/oomk-4>> (Luettu 19.04.2016)

Kuva 31 Journalisti, 2015. Matkalla jonnekin. [verkkosivu] <<http://www.journalisti.fi/artikkelit/2015/1/matkalla-jonnekin/>> (Luettu 19.04.2016)