

---

# ESTETIIKASTA ANARKISMIIN

---

*Syitä kohopainon  
suosioon digitalisaation  
aikakaudella*

---

*Ida Juva*

*Metropolia Ammattikorkeakoulu  
Medianomi · Viestinnän tutkinto-ohjelma  
Opinnäytetyö · 7.11.2018*

---

---

## TIIVISTELMÄ

<i>Tekijä</i>	Ida Juva
<i>Otsikko</i>	Estetiikasta anarkismiin - Syitä kohopainon suosioon digitalisaation aikakaudella
<i>Sivumäärä</i>	61
<i>Aika</i>	7.11.2018
<i>Tutkinto</i>	Medianomi
<i>Tutkinto-ohjelma</i>	Viestintä
<i>Suuntautumisvaihtoehto</i>	Graafinen suunnittelu
<i>Ohjaaja</i>	Lehtori Kai Talonpoika

---

Opinnäytetyön aiheena on kohopaino ja sen suosio digitalisaation aikakaudella. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mikä kohopainossa kiehtoo ja mitä syitä kiinnostuksen takana on. Työ esittelee myös kohopainoprosessin eri vaiheet ja miten latominen ja painaminen tapahtuvat.

Erilaiset käsityönä tehdyt artesaanituotteet kiinnostavat massatuotantoon kyllästyneitä kuluttajia yhä enemmän. Laadukkuutta arvostetaan, ja uniikkius on haluttu lisäarvo. Monet ovat löytäneet kohopainosta tavan ilmaista itseään siinä missä joillekin graafisille suunnittelijoille se on paras työkalu. Jotkut kohopainon parissa työskentelevistä haluavat ylläpitää vanhoja traditioita, kun taas toisten lähtökohtana on vastata nykyajan tarpeisiin ja kehittää uusia tekniikoita sekoittaen vanhaa ja uutta.

Työn tärkeimmät lähteet ovat kolme haastattelua, jotka toteutettiin maaliskuussa 2018. Haastateltavat Sakari Männistö, Annika Gummerus ja Raisa Marjamäki suhtautuvat käyttämäänsä painotekniikkaan hyvin eri tavoin, mutta jakavat ”rakkauden lajiin”. Männistö on kokopäiväinen kohopainoyrittäjä ja Gummerus painaa pääasiassa räätälöityjä hääkutsuja. Marjamäki puolestaan on kirjailija, joka on julkaissut runokirjan käyttämättä lainkaan tietokonetta, latomalla tekstin kirjain kirjaimelta ja painamalla sen kohopainolla.

---

*Avainsanat:* Kohopaino, painokoneet, graafinen suunnittelu

---

---

## ABSTRACT

<i>Author</i>	Ida Juva
<i>Title</i>	Aesthetics and Anarchism - Motives Behind Letterpress Printing in The Digital Age
<i>Number of Pages</i>	61
<i>Date</i>	7.11.2018
<i>Degree</i>	Bachelor of Culture and Arts
<i>Degree Programme</i>	Media
<i>Specialisation Option</i>	Graphic Design
<i>Instructor</i>	Kai Talonpoika, Senior Lecturer

---

This bachelor thesis investigates how letterpress has evolved from the only form of printing text to an artisan craft and an art form. The thesis aims to find out what is behind the fascination for letterpress and why people still do this laborious work, when modern printing is an option. This work also explains what letterpress is and how it is done, as it sheds light on the procedure of composing and typesetting text to printing a finished product.

There is a growing interest in all hand crafted and artisan work in opposition to mass produced goods. Customers seem to demand higher quality and style and the trends are on the rise for a unique, slow print. Some people find joy in keeping the art of letterpress printing alive by studying and respecting the old, while others are evolving the craft to be suitable for modern day needs to create art and products without the help of modern technology.

The main source of information was gathered through interviews, all of which were conducted in March 2018. Sakari Männistö, Annika Gummerus and Raisa Marjamäki were interviewed, all with very different approaches to the letterpress but all of whom share a love for the art. Männistö is a full-time letterpress printing entrepreneur, while Gummerus mainly focuses on pressing custom made wedding invitations. Marjamäki is a writer who has published her book of poetry completely without a computer, using only letterpress technique and setting it letter by letter.

---

*Keywords:* Letterpress, printing, graphic design

---

---

# SISÄLLYS

---

<b>1 JOHDANTO.....</b>	<b>2</b>
<b>2 KOHOPAINON PERUSTEET.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Lyhyt katsaus kohopainon historiaan .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Latomisen ABC .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Painokoneista vähäsen .....</b>	<b>13</b>
<b>3 HAASTATTELUT .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Tutkimusaineistot ja -metodit.....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 Sakari Männistö, Letterpress House .....</b>	<b>19</b>
3.2.1 Lähtökohdat .....	19
3.2.2 Asiakkaita käsityöläisistä samppanja-alaan.....	20
3.2.3 "Latominen on kiinnostavampaa" .....	21
3.2.4 Se Yleisin kysymys.....	22
3.2.5 Loppupohdintaa .....	23
<b>3.3 Annika Gummerus, Studio Unicco.....</b>	<b>25</b>
3.3.1 Studio Uniccon alkutaival .....	25
3.3.2 Hääbisnes ja asiakaspolku.....	26
3.3.3 Yrittämisen vaikeus .....	27
3.3.4 "Aina tapahtuu jotain, siksi se on kallista" .....	28
3.3.5 Ennakkoluulojen voittamista.....	29
3.3.6 Miksi tilata kohopainettuna?.....	30
3.3.7 Oma näkökulma, omat asiakkaat.....	31
3.3.8 Tulevaisuus?.....	32
<b>3.4 Raisa Marjamäki, Ei kenenkään laitur.....</b>	<b>34</b>
3.4.1 Lähtökohdat .....	34
3.4.2 Ei kenenkään laitur.....	35
3.4.3 Kirjan muoto.....	35
3.4.4 Sankarillista työtä.....	36
3.4.5 Olli-Pekka Tennilän Ontto harmaa .....	38
3.4.6 Kirjan ja käsityöläisyyden muuttuva merkitys.....	39
3.4.7 Taidollista omavaraistumista .....	40
<b>4 KOHOPAINON VIEHÄTYS .....</b>	<b>42</b>
<b>4.1 Mikä tuotteissa kiinnostaa?.....</b>	<b>43</b>
<b>4.2 Syitä työskentelyn takana .....</b>	<b>45</b>
4.2.1 Kohopaino itseilmaisun välineenä.....	45
4.2.2 Paras työkalu .....	46
4.2.3 Painokoneiden kauneus.....	46
4.2.4 Teknologian vastaisuutta ja anarkiaa .....	47
<b>4.3 Miksi juuri nyt? mitä seuraavaksi?.....</b>	<b>49</b>
<b>5 YHTEENVETO .....</b>	<b>52</b>
<b>5.1 Opinnäytetyön kooste.....</b>	<b>53</b>
<b>5.2 Mitä opin.....</b>	<b>54</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>55</b>

---

# 1 JOHDANTO

---

Kirjat ovat kiinnostaneet minua aina, sekä sisällöllisesti että esineinä. Ajan myötä niiden rinnalle ovat nousseet myös kaikki erilaiset analogiset tavat luoda ja muotoilla tekstiä, jättää jälki – dymo-koneet, kirjonta, kirjainmuotoilu, kalligrafia, leimasimet, siten kohopaino. Ei ihme, että valitsin alakseni graafisen suunnittelun.

Ollessani opiskelijavaihdossa Saksassa Hampurissa sain tilaisuuden tutustua kohopainotaitoon käytännössä. Koulussa järjestetyllä kurssilla käytiin läpi latomisen ja painamisen perusteita ja teimme erilaisia harjoituksia, joissa kirjainten paikat laatikostoissa tulivat hyvinkin tutuksi. Saimme vapauden käyttää painotiloja myös omiin tarkoituksiimme, ja tästä innostuneena painoin kurssitöiden lisäksi erilaisia julisteita omaan käyttööni. Kurssi tuntui kuitenkin vain pintaraapaisulta käsinpainamisen maailmaan ja jäin janoamaan lisää tietoa ja taitoa.

Mitä kohopaino siis on? Yksinkertaisimmillaan kyseessä on painomenetelmä, jossa painettavasta kuvakkeesta tehdään reliefi, johon levitetään mustetta. Tämä painetaan esimerkiksi paperia vasten, jolloin syntyy vedos. Peruseriaate ei ole paljонkaan muuttunut sen kuuluisan Gutenbergin ajoista, joka kehitti tavan painaa kirjoja yli 500 vuotta sitten.

Kohopainolla on satojen vuosien historia, mutta teknologian kehittymisen myötä se on jäänyt muiden tehokkaampien painomenetelmien jalkoihin. Nyt näyttää siltä, että taitoa on herätelty henkiin ja nuoret ja kokeilunhaluiset graafikot ja taiteilijat ovat löytäneet käsillä tekemisen uudestaan. Suomessa ilmiö ei ole näkyvillä niin selkeästi, ja halusin ottaa selvää, mikä asema kohopainolla on meillä nykyään.

Yhdysvalloissa kohopaino on ollut uudessa nousussa jo parikymmentä vuotta. Eräs suosion nostattaja oli maailmankuulu käsillätekemisen puolestapuhuja Martha Stewart, joka 1990-luvun lopussa teki kohopainolla painetuista hääkutsuista hittituotteen (Fleishman 2017b ). Muualtakaan taito ei ole koskaan kokonaan kadonnut, vaan se on pysynyt yhtenä vaihtoehtona painovalikoimassa.

Alkuperäinen tutkimuskysymykseni oli: mikä on kohopainon asema Suomessa tänä päivänä? Aineistoa oli kuitenkin vaikea löytää, sillä kaikki suomeksi löytyvä tieto on pääasiassa historian tutkimusta. Oma kielitaitoni rajoittuu suomeen ja englantiin, joten pystyin tekemään hakuja internetissä vain niillä kielillä. Suurin osa mielekkäästä aineistosta oli englanniksi, ja selatessani sitä löysin niin mielenkiintoisia näkökulmia ja mielipiteitä, että halusin laajentaa tutkimukseni maailmalle. Samalla halusin keskittyä enemmän motiiveihin: miksi kohopainoa edelleen käytetään. Kirjallisuutta oli vaikea

saada millään kielellä käsiinsä, sillä kirjastoissa hakutulokset näyttivät useimmiten nollaa. Tieteellistä tutkimusta aiheesta ei löytynyt englanniksikaan, sillä tutkimuksissa, joissa kohopaino oli aiheena, sitä käsiteltiin lähes aina historiallisesta näkökulmasta.

Tärkein tutkimusaineisto muodostuu kolmesta tekemästani haastattelusta. Valitsin haastateltavat sen perusteella, että heidän taustansa ja motiivinsa ovat hyvin erilaisia. Kuitenkin heitä yhdistää intohimo kohopainoon.

Sakari Männistö omistaa turkulaisen Letterpress House -kohopainoyrityksen ja tekee asiakastöitä käyntikorteista julisteisiin, usein käsin latomalla. Annika Gummerus luo upeita kustomoituja hääkutsuja ja rakastaa kohopainon syvälle painettua jälkeä. Raisa Marjamäki latoi kokonaisen runoteoksen käsin, ja hänen lähtökohtansa olivatkin aivan erilaisia muihin haastateltaviini verrattuna. Siinä missä muut olivat alunperin kiinnostuneita kohopainon tuomasta visuaalisuudesta ja siihen liittyvästä käsityöstä, Marjamäkeä kiinnosti prosessin tuoma autonomian ja omavaraisuuden mahdollisuus.

En käsittele tässä työssä kohopainon mahdollisuuksia taiteen välineenä, sillä graafisena suunnittelijana olen kiinnostunut juuri tekstistä ja modernista, funktionaalisesta designista toteutettuna vanhoilla välineillä. Yksi opinnäytetyöni tavoitteista onkin nostaa kohopaino suuremman yleisön tietoisuuteen ja herätellä sitä museoesineistöstä moderniksi työkaluksi. Kertoessani ystäväilleni työn aiheesta kukaan ei oikein tiennyt, mistä puhuin. Suurimmalle osalle kohopaino oli selitettynäkin uusi tuttavuus.

Ymmärtääksemme, kuinka työlästä kohopainon tuottaminen ja tekeminen on, on hyvä tietää, millaista painajan arki on. On yllättävää, kuinka paljon vaivaa pitää nähdä pientenkin töiden toteuttamiseksi, ja millaisten ongelmien kanssa tekijät painivat päivittäin. Siksi olen sisällyttänyt tutkimukseeni katsauksen kohopainon historiaan ja työn prosessiin vaiheittain. Myös haastatteluissa olin kiinnostunut tekijöiden arjesta ja työprosesseista motiivien lisäksi.

Toivoin työn laajentavan myös omaa alan tuntemustani. Vaikka osasinkin käytännössä latoa ja käyttää tietyn tyyppistä painokonetta, en tiennyt alasta juurikaan mitään. Haastattelut antoivat minulle paljon informaatiota ja myös osviittaa siitä, miten paljon aikaa ja vaivaa metodin parissa työskentely oikeasti vaatii.

Yksi tärkeistä tiedonlähteistäni oli Päivälehdessä museo Helsingissä, jonka Painokellarissa on monta erilaista painokonetta, joista suurin osa on täysin käyttövalmiita. Siellä pidetään välillä painonäytöksiä, jollaisessa kävin ystäväni kanssa. Opetin heitä latomaan

ja painatimme kaikki itsellemme pienen pinon käyntikortteja. Vierailin museossa moneen otteeseen, keskustelin eläköityneiden painoammattilaisten kanssa ja sain kuulla mielenkiintoisia tarinoita lehtipainoalalta.

Olen jakanut työni johdannon jälkeen neljään lukuun. Toisessa luvussa käyn lyhyesti läpi kohopainon historiaa ja työprosessia. Kolmas luku käsittelee tekemiäni haastatteluja. Etsin siinä vastauksia kysymykseen, miksi kohopaino edelleen kiehtoo ja myös siihen, onko sillä vielä tulevaisuutta. Neljäs luku koostuu yhteenvedosta ja työni herättämistä pohdinnoista.

## 2.1 LYHYT KATSAUS KOHOPAINON HISTORIAAN

Länsimaissa kirjapainokoneen kehitti ensimmäisenä Johannes Gutenberg 1450-luvulla. Kuvia oli painettu eri tekniikoin jo aiemmin, mutta kirjat ja tekstit oli kopioitu työläästi ja hitaasti käsin, joten ajatus liikuteltavasta kirjaimistosta oli mullistava. Ensimmäisinä töinä painettiin tietenkin Raamattu, joka on upea taidonnäyte (kuva 1). Itse painokone toimi prässin tapaan ja vaati lihasvoimia (kuva 2). Gutenbergin kehittelemä painokone ja metodi kirjakkeiden valamiseen ja tekstin asetteluun pysyi käytännössä muuttumattomana 1800-luvulle asti. (Houston 2016, 114.)

Teollisen vallankumouksen yhteydessä myös painokoneet kehittyivät käsikäyttöisestä ensin höyry-, sitten sähkökäyttöisiksi. Innovaatioita ja kehitystä tapahtui läpi 1800-luvun. Rotaatiopaino, jossa käsin tai koneella ladotuista ladelmista tehtiin kaarevat muotit, mahdollisti tehokkaamman painotavan esimerkiksi lehdille ja kirjoille. Vuoteen 1890 mennessä ”käsiprässejä” käytettiin enää taidepainamiseen. (Jury 2011, 38.)

Perinteisiä painotöitä ennen 1800-lukua olivat kirjat, lehdet, vihkoset ja viralliset paperit. Massatuotannon nousun myötä tuli uudenlainen tarve mainostaa tuotteita, ja julisteet nousivat uuteen arvoon. Tämä näkyi myös typografian monipuolistumisessa, sillä tarvittiin uusia, vahvempia ja äänekkäämpiä kirjaintyypppejä, jotka kiinnittävät katsojan huomion. Painotalojen varastot kasvoivat, kun kirjaintyypppejä oli pakko ostaa lisää ja suurimmat yksittäiset kirjasimet saattoivat olla jopa 30 cm korkeita. (Jury 2011, 17.)

Ennen 1900-lukua ei ollut erikseen graafisia suunnittelijoita. Varhaiset kirjanpainajat saattoivat olla sekä tekstin suunnittelijoita, editoijia että kääntäjiä. Painotyöläiset olivat ylpeitä ammattitaidostaan ja paikoin kaavoihin kangistuneita ja sanelivat, miltä töiden pitää näyttää. Vielä viime vuosisadan alussa suunnittelijalla oli harvemmin vaikutusmahdollisuutta töidensä ulkoasuun, ja vasta sotien jälkeen usein taidekoulun käyneistä designereista alkoi tulla myös töiden toteuttajia. (Jury 2011, 17.)

1800-luvulle asti kaikki työt oli ladottu käsin irtokirjasimista. Vuosisadan lopulla latominen muuttui radikaalisti, kun käyttöön otettiin kuumaladontakoneita, jotka valoivat jokaisen merkin uutena rivi kerrallaan samalla, kun sen kirjoituskoneen kaltaisella näppäimistöllä kirjoitettiin. Painamisen jälkeen tekstiritvit sulatettiin ja lyijy käytettiin uu-

---

# 2 KOHOPAINON PERUSTEET

---

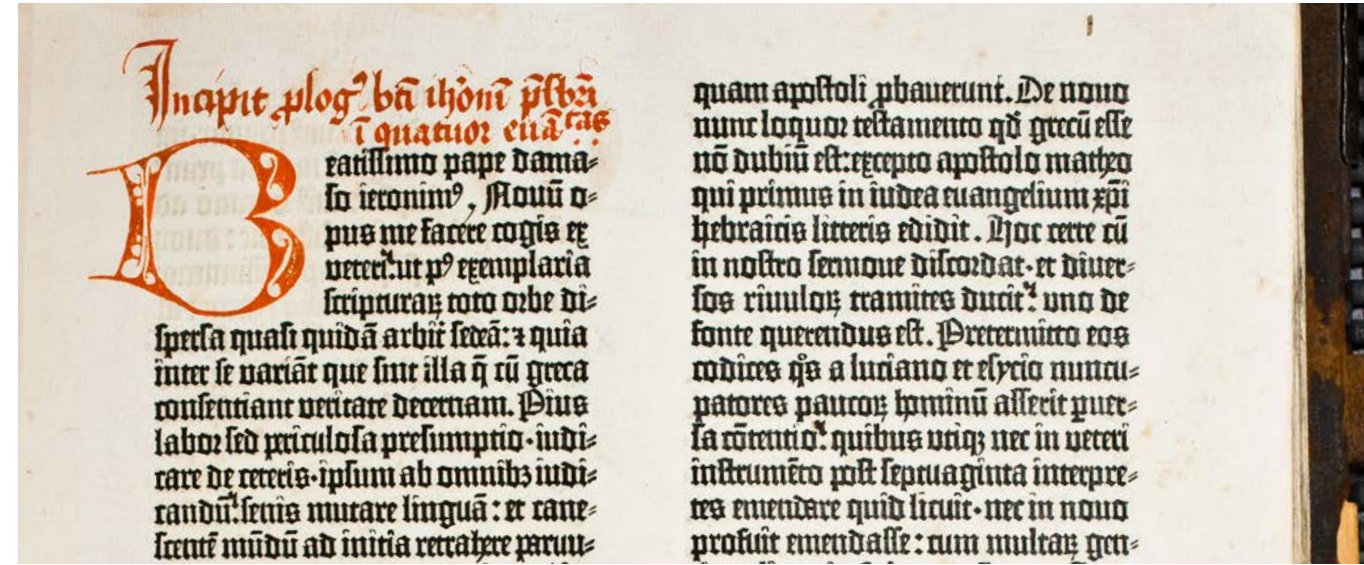
destaan. Verrattuna aiempaan tapaan, jossa latoja asetti jokaisen kirjaimen paikalleen käsin ja toinen purki käytön jälkeen ne takaisin paikoilleen, kone nopeutti prosessia moninkertaisesti ja jätti runsaasti painotalojen työntekijöitä työttömäksi. (Houston 2016, 151.) Tämän seurauksena myös kirjasimia heitettiin valtavia määriä pois. Niille ei ollut enää käyttöä, joten kirjakkeita sulatettiin tai poltettiin lämmikkeeksi ja kohopainokoneista yritettiin päästä eroon (Rivers 2000, 6).

Käytännössä kaikki kirjat ja sanomalehdet koostettiin 1900-luvulta 1950-luvulle asti kuumaladontakoneilla. (Houston 2016, 146.) Suomessa kehitys oli hitaampaa, ja esimerkiksi Helsingin sanomia kuumaladottiin vielä 1970-luvulla. Yksittäiset lehti-ilmoitukset kuitenkin valmistettiin käsilatomossa vielä vuoteen 1974 asti. Sen jälkeen tietokonepohjainen valoladonta syrjäytti käsin ladonnan. (Laakso 2018.)

Valoladonta yleistyi 1960-luvulle tultaessa. Siinä haluttu teksti valotettiin kirjain kerrallaan valoherkälle paperille tai filmille. Tämä mahdollisti uudenlaisen typografisen suunnittelun, jossa kirjaimet saattoivat olla lomittain tai päällekkäin. Kirjat alettiin painaa syväpainolla tai offset-painolla, mikä tarkoitti metalliladonnan lopullista syrjäytymistä. (Houston 2016, 151)

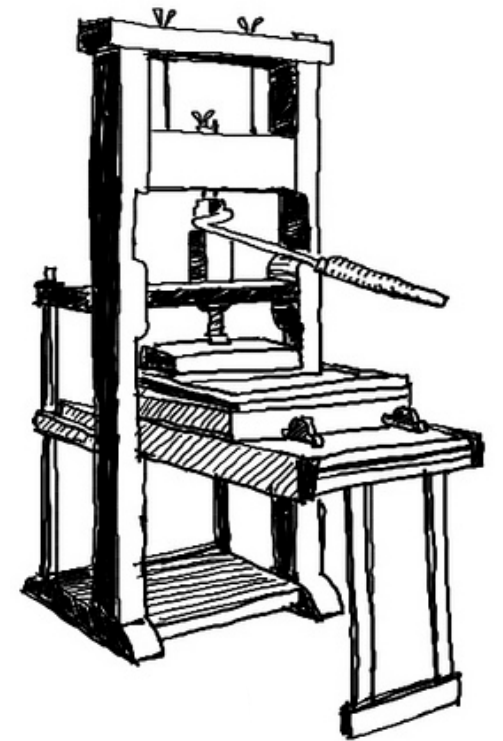
Fotopolymeerilaatta oli 1980-luvulla eräs kohopainon pelastava keksintö. Fotopolymeeri on hartsimaista ainetta, joka on herkkä ultraviolettisäteilylle. Se on kovaa, kestävä ja taloudellista. Halutusta painokuvasta tehdään negatiivi, joka asetetaan laatalle. Kun laatta altistetaan UV-säteilylle, kaikki mustaamaton alue sulaa pois ja jäljelle jää reliefi, joka muodostaa painettavan pinnan. Nykyisin tämä on yleisin, helpoin ja edullisin tapa luoda kohopainokuvia suoraan vektoreista. Tekstitkin voidaan taittaa suoraan esim. Adobe Illustratorissa ja luoda kestävä polymeerilaatta ilman vaivalloista ladontatyötä. (Fleishman 2017b)

Nykyisen typografian konventiot ja säännöt ovat muodostuneet lähes kokonaan perinteisen kohopainon asettamista mahdollisuuksista ja rajoitteista, olihan tämä tekniikka kuitenkin pääasiallinen painotapa puoli vuosituhatta. Monia typografian arkitapoihin kuuluvia sanoja tulee latomisesta. Esim. englannin "leading" (välistys) on kirjaimellisesti "lyijyttämistä", sillä lisää tilaa kirjainten väliin sai vain lisäämällä lyijyisiä välikappaleita tarpeen mukaan. Myös englannin "upper case" ja "lower case", eli versaalit ja gemenat saivat nimensä, koska isoja kirjaimia säilytettiin ylemmässä ja pieniä alemmassa kastissa.



*Kuva 1* Yksityiskohta Gutenbergin painamasta Raamatusta. Rivit on saatu tasaiseksi erikokoisilla kirjasimilla, esimerkiksi a-kirjainta on käytössä noin 10. Punaiset yksityiskohdat on lisätty käsin.

*Kuva 2* Piirros 1400-luvun kohopainokoneesta.



## 2.2 LATOMISEN ABC

Vaikka keskitynkkin tutkielmassani nykyaikaiseen painamiseen, on hyvä tuntee perusteet ja oppia vanhoilta mestareilta. Koen, että vanhoja perinteitä tulisi ymmärtää ja pitäisi opetella tekemään ”oikein”, ennen kuin voi alkaa soveltaa omaa tekemistä.

Latomisen keskeisin komponentti on *kirjake*. (kuva 3) Se on kirjaimen tai muun merkin kohokuvalla varustettu kappale, joka edustaa aina yhtä kirjainta tai kuviota. Pienet kirjaskoot on yleisimmin tehty lyijyseoksesta ja suuremmat, esim. julisteissa käytettävät kirjaskoot on valmistettu puusta. Näitä kirjakkeita säilytetään puisissa *kasteissa*, laatikostoissa, joissa jokaisella kirjaimella on oma tarkka paikkansa (kuvat 4 ja 6). Työskennellessä kastit nostetaan laatikostoistaan vinolle alustalle työpöydälle, jotta kirjakkeisiin on helpompi kurkottaa. (Pajatti 1967, 54–58.)



*Kuva 3* (Vasemmalla) Yksittäisiä metallikirjakeita. Edessä oleva lovi on tunnuke, josta tietää, miten päin kirjake on.

*Kuva 4* Regaalissa kastittain Futuran eri kokoja ja leikkauksia.

*Kuva 5* Latomahaka, johon on ladottu riveittäin tekstiä lepää kirjakekastin päällä. Pienemmät kirjaskoot onjärjestetty kasteihin kirjainten käyttöasteen mukaan. Järjestys vaihtelee maittain ja kielittäin, joskus jopa painotaloittain.

Tekstiä luodessa latojalla on kädessään *latomahaka*, johon kirjakkeita poimitaan yksitellen kastista ja asetetaan hakaan ylösalaisin ja peilikuvana vasemmalta oikealle. (kuva 5) Kun rivin teksti on valmis, ylimääräinen tila täytetään nk. *sokeistolla*, eli erikoisilla metallin palasilla, jotta saadaan tiivis, hölskymätön rivi. Tämä tekstirivi siirretään työpöydälle eräänlaiselle tarjottimelle, *laivaan*, johon riveistä muodostuu kappaleita ja kappaleista sivuja (kuva 7). (Pajatti 1967, 56–58.)

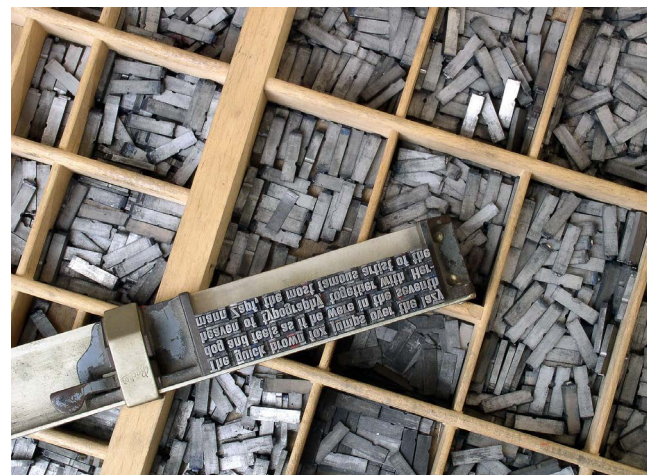
Valmis teksti asetetaan *kehilöön*, kehykseen joka on jokaisessa painonkoneessa tietyn kokoinen. Loppu tyhjä tila täytetään tehokkaasti valitsemalla muusta sokeistosta oikeankokoiset kappaleet, jotta saadaan tiivis *lados* (joskus *ladelma*). Kehilö vielä kiristetään, minkä jälkeen koko kehystä voi liikutella huoletta (kuva 8). (Pajatti 1967, 29–31.) Painaessa aseointi helpottuu, kun jokainen aukeama on samankokoinen ja -muotoinen.

Digitaaliseen tekstin editointiin verrattuna käsin latomisessa pitää kiinnittää erityistä huomiota tyhjän tilaan. Väilylönnit muuttuvat konkreettisiksi kun jokaisen sanan väliin

*Kuva 6* (Oikealla) Suurempia kirjaskoota säilytetään aakkosjärjestyksessä

*Kuva 7* (Alla) Laiva on lastattu ladoksilla. Ladoksen ympärille sidotaan tiukasti punainen lanka, jotta se pysyy kasassa koevedosta varten.

*Kuva 8* Kehilöön asetettu, täytetty tiivis lados valmiina painoon.





laitetaan *suluke*, kirjasinkokoa vastaava lyijykappale, joita löytyy standardoiduissa koissa. Sanojen ylimääräiset välilyöntiset pitää asettaa manuaalisesti joka kirjaimen väliin ja rivivälit määrittellä sopivilla välikkeillä, ohuilla metallilevyillä. Testipainatusten jälkeen välilyöntisiä ja rivivälejä on vielä mahdollista muuttaa. Tekstistä löytyy lähes poikkeuksetta kirjoitusvirheitä, kun esimerkiksi b:t ja d:t menevät helposti sekaisin. Aloittelijalla koko tekstin orientaatio saattaa mennä sekaisin (kuva 9).

Mielestäni yksi latomisen hienouksista on typografisten päätösten tekeminen ja niiden konkreettisuus. Tekstin ulkoasu pitää suunnitella tarkkaan, valita kirjaintyyppi etukäteen, sen koko, palstan leveys ja montako riviä tekstiä tulee. Toisin kuin digitaalisessa tekstin muokkaamisessa näitä arvoja ei voi vaihtaa sekunnin sadasosissa, vaan koko työ pitää aloittaa uudestaan, jos muuttaa mielipidettä tyylin sopivuudesta. Myös kirjakkeiden fyysinen lukumäärä on yllättävän tärkeä tekijä. Esimerkiksi Saksassa latoesani tekstejä englanniksi ja suomeksi huomasin usein y- ja j-kirjainten vähäisyyden, sillä niitä käytetään saksassa vain lainasanoissa. Jouduin siis aloittamaan erään tekstin kokonaan alusta, sillä kirjakkeet kyseisestä kirjasinkoosta vain loppuivat kesken.

*Kuva 9 Opiskelijavaihtoaikaisen kurssitoverini koevedos teoksesta, jossa piti lukea ”bob dylan – don't think twice – it's all right” Bob Dylanin tekemän kappaleen mukaan. Lopputulos ei kuitenkaan ollut aivan suunnitelmien mukainen. Vedos on mielestäni niin upea, että olen pitänyt sitä muistona seinälläni.*



## 2.3 PAINOKONEISTA VÄHÄSEN

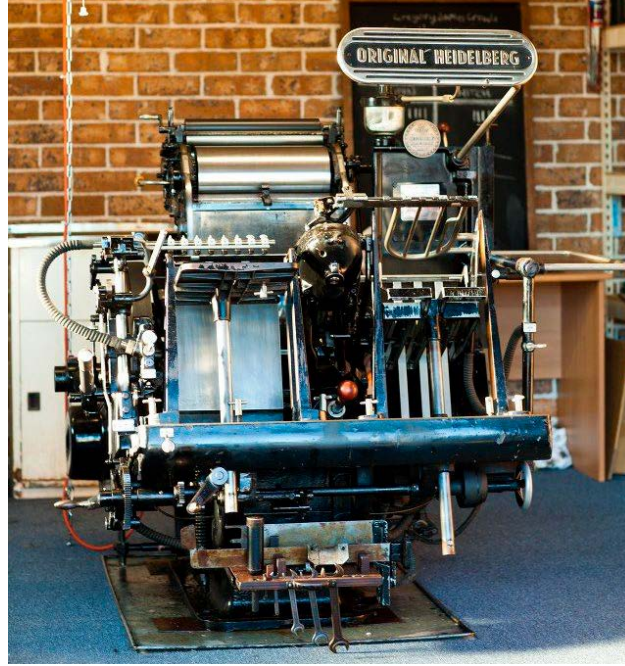
Kun latoja on saanut tekstistään painokehilön valmiiksi, siirrytään seuraavaan työvaiheeseen, itse painamiseen. Tämä vaatii usein monia testipainatuksia, jotta saadaan aikaan haluttu lopputulos, sillä tässäkin vaiheessa piilee monta muuttujaa. Paperin laatu ja paksuus, painomusteen määrä ja levityksen tasaisuus, paineen määrä sekä kirjakkeiden kuluneisuus vaikuttavat kaikki lopputuotteeseen (Kujamäki 2015). Painomusteena käytetään yleensä öljy- tai soijapohjaisia musteita, ja joidenkin kuivuminen voi kestää jopa päiviä.

Harrastajakäytössä on nykyään pääasiassa kahta erilaista painokonetyyppiä, *tiikelikoneita* ja *sylinterikoneita*, jotka ovat pitäneet suosionsa helppokäyttöisyytensä ja manuaalisuutensa takia. Näistä kahdesta painokoneen päätyypistä on paljon variaatioita ja eri aikakausilta löytyy hieman eri mekaniikalla toimivia ja hyvinkin erinäköisiä koneita ja pienempiä pöytäkäyttöisiä versioita.

Tiegel- eli tiikelikoneessa painettava pinta eli kehilö ja puristaja ovat tasoja, jotka puristetaan tai painetaan toisiaan vasten. Koska painettavaa materiaalia ei tarvitse taivuttaa, sopii menetelmä myös paksummille materiaaleille, ja näillä koneilla saadaan haluttaessa aikaan syvään painettu jälki. Kovin suuria papereita näillä ei useinkaan voi painaa, mutta painoala vaihtelee koneittain. Koneita on sähkökäyttöisiä, polkukäyttöisiä ja käsikäyttöisiä sekä automaattisesti paperia syöttäviä ja niitä, joihin paperia syötetään itse tasaiseen tahtiin (kuva 10). (Modin 1964, 26.)

Yksi suosituimmista tiikeleistä on täysautomaattinen, sähköllä käyvä Heidelberg, jota kutsutaan lempinimellä ”Windmill” tai Suomessa ”Siipiheikku” sen siipimäisen mekaniikan takia (kuva 11). Niitä valmistettiin vuosina 1927–1985 suuria määriä, ja niihin valmistetaan edelleen varaosia, mikä on yksi suosion syistä. ”Siipiheikkuja” on edelleen kirjapainoissa tuotantokäytössä. (Laakso 2018.) Annika Gummerus ja Raisa Marjamäki työskentelivät molemmat juuri Heidelbergillä. Myös Päivälehdien museon Painokellarista löytyy vastaava kone.

Sylinterikoneissa painokehilö on taso, mutta puristajana toimii pyöreä sylinteri. Lados voidaan asettaa joko kehilössä (kuva 12) tai suoraan painokoneen pinnalle vahvoilla

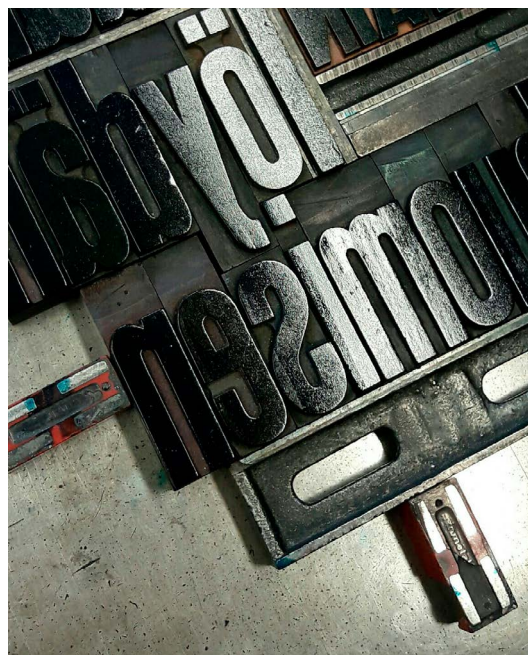


*Kuva 10 Polkukäyttöinen Golding Pearl No.11 noin vuodelta 1920 on yksinkertaisimpia tiikelikoneita. Tässä käytetty sininen painoväri on asetettu päällimmäiseen pyöreeen tasoon, josta telat kuljettavat tasaisen kerroksen kehilöön, joka kuvassa on telojen alla. Paperi asetetaan levyille, joka painaa itsensä kehilöä vasten.*

*Kuva 11 Heidelbergin tiikelikone eli "Siipiheikku".*

*Kuva 12 Erik Spiekermann asettaa kehilöä sylinteripainoon p98a -kohopainostudiossaan.*

*Kuva 13 Suoraan sylinteripainoon asetettu lados, jota pidetään kiinni vahvojen magneettien avulla.*



magneeteilla. Painomuste asetetaan painettavaan pintaan joko käsin telaamalla tai koneiden automaattisia telarullia käyttämällä. Paperi kiinnitetään sylinteriin ja pyörytetään käsin painettavan pinnan yli, jolloin pyörytyksen päätteeksi ulos tulee painettu lopputulos. Englanninkielinen nimitys "proof press" kertoo siitä, että niitä käytettiin alun perin pääasiassa testiprinttien tekemiseen kirjoitusvirheiden varalta ennen kuin ne syötettiin teollisuuspainokoneisiin. Sylinterikoneet soveltuvat suurien painotuotteiden, kuten julisteiden tai teksti-arkkien painamiseen paremmin kuin tiikelikoneet. Ne ovat usein helppokäyttöisempiä kuin tiikelit, joten ne ovat myös aloittelijaystävällisiä. (Rivers 2000, 10)

Nykyään yksi kohopainon pääviejätyksistä on syvään painettu jälki, jonka tuntee ja näkee esimerkiksi paksuissa puuvillakorteissa. Tällaista jälkeä saadaan tiikelikoneilla, joissa painetta voidaan säätää halutun efektin saamiseksi. Aiemmin tämä olisi nähty painajan virheenä, sillä pyrkimyksenä oli tuolloin saada aikaan mahdollisimman hento mutta tarkka kosketus painettavaan pintaan (Pajatti 1967, 17). Liian kova paine myös vahingoittaa kirjakeita ja painokoneita. Polymeerilaatoilla voi onneksi painaa syvempään kuluttamatta laitteistoa, mutta kalliiden ja vanhojen irtokirjakeiden kanssa tulisi olla varovaisempi.

Uusia metallikirjakeita tehdään edelleen ja kokonaisia kastillisia kirjakeita voi tilata kirjainvalimoista. Käytetyt kirjakeet voivat olla vuosikymmeniä vanhoja, ja varsinkin puukirjakeet kuluvat ja kolhiintuvat helposti. Joskus ensimmäisissä testipainatuksissa puolet tekstistä erottuu juuri ja juuri, kun loput painautuvat siististi. Myös painamisvaiheessa joutuu siis usein tekemään käsityötä ja näkemään vaivaa, kun kohottaa kirjakeita paperinpaloilla yksi kerrallaan, jotta ne saisi samaan tasoon muiden painettavien kanssa. Tehtäessä suurempia printtejä, joissa on vähän sanoja, voi kirjaimet latoa vaikka suoraan painokoneen painopinnalle. Tällöin on helpompi muuttella välityksiä, leikitellä kirjainten asettelulla ja ottaa välillä koevedoksia, eikä tarvitse huolehtia kokonaisen ladoksen täyttämisestä (kuva 13).

### 3.1 TUTKIMUSAINEISTO JA -METODIT

Kohopainosta ei ole paljoakaan kirjoitettu suomeksi 1970-luvun jälkeen, ja jos se on kirjoissa mainittu, siihen viitataan pääasiassa historiallisena työkaluna tai taiteen teon välineenä. Ainakaan kirjastojen tietokannoista ei löytynyt kuin muutama englanninkielinen teos, joista vain pari oli kirjoitettu 2000-luvun puolella. Amazonin verkkokaupasta sen sijaan olisi löytynyt juuri aihepiiriini sopiva teos jos toinenkin, mutta ne olivat liian kalliita tilatakseni niitä aineistoksi.

Melko myöhäisessä vaiheessa tutkimustani löysin David Juryn kirjan *Letterpress: The Allure of the Handmade*, josta tuli yksi työni tärkeimmistä lähteistä. Painamisen käytäntöä esittelevän luvun kirjoittamisen tueksi sain Painokellarista vanhoja 1960-luvun latomisopin käsikirjoja, joista löysin suomenkielisen termistön, jota ei verkkolähteistä löytynyt. Oma tietämykseni välineistöstä oli englanniksi ja saksaksi, joten välillä työn kuvauksen kirjoittaminen oli hidasta, vaikka työ itsessään oli tuttua.

Tiedostan, että työn teoreettinen viitekehys on suppea, mutta pidän sitä riittävänä haastatteluihin keskittyvälle työlleni. Mielestäni se tuo myös mielenkiintoa ja motivaatiota tekemiseen, kun aiheesta ei ole kirjoitettu paljoakaan suomeksi.

Koska tutkimuskysymyksiini ei ole mahdollista saada vain yhtä vastausta eivätkä tutkimuksen tulokset ole mitattavissa, mielestäni paras tapa lähestyä aihetta oli kvalitatiivinen tutkimus keskittymällä muutamien alan ammattilaisten ajatuksiin ja mielipiteisiin. Tiedonhankintamenetelmänä haastattelu oli selkeä valinta jo aiheen valitsemista lähtien. Halusin tavata mielenkiintoisia ihmisiä ja keskustella vapaasti kohopainoon liittyvistä asioista hahmottaakseni, mikä merkitys kohopainolla on sen käyttäjille.

Syyt kohopainon valitsemiseen ovat moninaiset ja usein tunnepitoiset. Nämä tulevat mielestäni parhaiten esille haastateltavien omalla äänellä kerrottuina, minkä takia olen jättänyt haastatteluihin paljon suoria lainauksia. Halusin myös pitää kysymykset laajoina, jotta esille nousisi aiheita, joita en itse olisi edes tullut ajatelleeksi. Tiesin, ettei alan tuntemukseni ollut tarpeeksi laaja strukturoidun haastattelun tekemiseen, joten teemahaastattelu oli loogisin lähtökohta.

---

## 3 HAASTATTELUT

---

Hirsjärvi ja Hurme kirjoittavat teemahaastattelusta näin:

*”Sen sijaan nimi [teemahaastattelu] kertoo siitä, mikä tässä haastattelussa on kaikkein olennaisinta, nimittäin sen, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen teemojen varassa. Tämä vapauttaa pääosin haastattelun tutkijan näkökulmasta ja tuo tutkittavien äänen kuuluviin. Teemahaastattelu ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamansa merkitykset ovat keskeisiä, samoin kuin sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa.”* (Hirsjärvi & Hurme, 2001)

Kävin siis haastattelutilaisuuksiin muutamilla etukäteen kirjatulla kysymyksillä, ja sitä mukaa kun keskustelussa ilmaantui uusia aiheita, kyselin lisää ja pyysin laajentamaan joitain vastauksia. Melko vapaamuotoisten haastattelujen litterointi oli kuitenkin hidasta ja samoihin aihepiireihin liittyvien asioiden yhdistäminen osoittautui hyvin työlääksi, kun vastauksia kysymyksiin tuli sieltä täältä. Tärkeitä huomioita yhdestä aiheesta tuli aivan toisen aiheen sivulauseessa, ja koostaminen oli kuin sekava palapeli.

Halusin haastatella alan ihmisiä varsinaisen painoalan ulkopuolelta ja varsinkin nuoria tekijöitä, jotka ovat löytäneet kohopainon itse, alan kouluja käymättä. Mielessäni oli jo pienoistutkielman tekovaiheessa lista ihmisistä, joita olisi mielenkiintoista haastatella. Valitsin näistä kolme, jotka olisivat mahdollisimman erilaisia tekijöitä. Olin onnekas, kun kaikki kolme vastasivat myöntävästi haastattelukutsuuni. Olin tyytyväinen myös siihen materiaaliin, jonka sain koottua kustakin haastattelusta, sillä jokainen haastateltava toi työhöni jonkun uuden näkemyksen aiheesta.

Ensimmäisenä listallani oli Sakari Männistö. Tunsin Männistön entuudestaan, joten hän oli selkein vaihtoehto haastateltavaksi. En ollut tavannut häntä sen jälkeen, kun hän avasi oman kohopainokivijalkaliikkeen Turkuun, joten kävelin vain sisään Letterpress Houseen ja sain sovittua haastattelun seuraavalle viikolle. Tämä oli ensimmäinen haastatteluni, joten kysymyksiä oli vielä vähän ja harhauimmekin usein keskustelemaan muista aiheista. Puhuimme paljon typografiasta ja sen laiminlyömisestä eli aiheista, joista suuri osa oli lähellä aihettani mutta tutkimukseni ulkopuolella, joten jouduin jättämään paljon hyvää haastattelumateriaalia pois lopullisesta työstä.

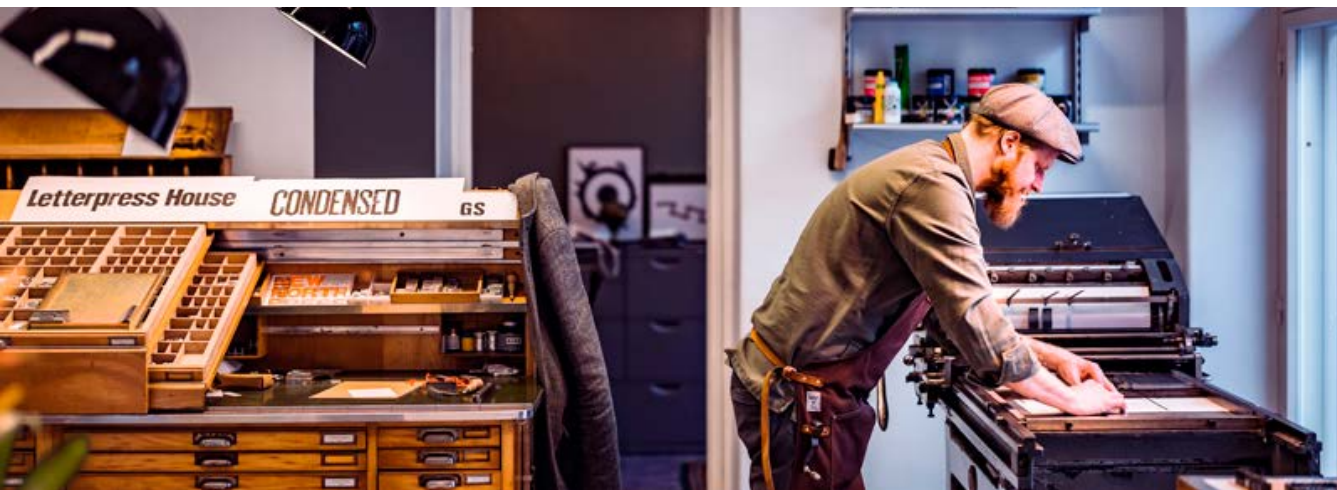
Annika Gummeruksen löysin Studio Uniccon blogin kautta. Hänen asiakaskuntansa ja lähestymisensä oli aivan erilainen kuin Männistön, joten hän sopi erinomaisesti toiseksi haastateltavaksi. Harmittelin, että studio oli tauolla, sillä olisi ollut mielenkiintoista käydä vierailmassa ja katsomassa asiakastyön valmistumista. Meillä oli Gummeruk-

sen kanssa kuitenkin paljon yhteistä ja sain paljon arvokasta materiaalia. Oli kiinnostavaa kuulla hänen yrittäjän taipaleestaan, vastoinkäymisistä ja voitoista.

Tiedonhakuvaiheessa törmäsin sattumalta blogihaastatteluun (Ylikangas 2014) Raisa Marjamäen kohopainolla luomasta runokirjasta, *Ei kenenkään laituri*. Ajatus kokonaan käsin ladotusta kirjasta sytytti heti mielenkiintoni. Hänen artikkelissa esille tuomansa näkemykset kohopainosta, sen käytön jalostamisesta ja kirjan merkityksestä olivat huomattavan epätavallisia, mikä kutkutti mielenkiintoani entisestään. Sain häneen yhteyden Poesian, runokustantamon kautta. Muihin tapaamisiin verrattuna haastattelun painopiste oli erilainen, kun lähtökohta ei ollut visuaalinen vaan kirjallinen. Käsittelen tekstissä pääasiassa runokirjan fyysistä muotoa, sen luomisprosessia ja motivaatioita työn takana.

Tutkimuksen yhteydessä vierailin moneen otteeseen Päivälehdessä museossa, jonka henkilökunta oli erittäin avuliasta ja sain luvan käyttää painokoneita omiin tarkoituksiini. Sain käynneilläni hyviä neuvoja, lähdekirjallisuutta ja kontakteja sekä eväät siellä työskentelyyn tulevaisuudessa.

Toteutin kaikki haastattelut maaliskuussa 2018. Haastattelujen puhekielisyttä on osittain korjattu. Seuraavassa luvussa kaiken materiaalin lähteenä on käytetty kyseisiä haastatteluja ellei toisin mainittu, joten jätän pois toistuvat lähdeviittaukset.



Kuva 14 Sakari Männistö asettelee työtä sylinteripainoon Letterpress Housen työhuoneella.

## 3.2 SAKARI MÄNNISTÖ, LETTERPRESS HOUSE

### 3.2.1 LÄHTÖKOHDAT

Sakari Männistö on turkulainen graafikko ja kohopainaja, joka työskentelee kokopäiväisenä yrittäjänä Turussa Humalistonkadulla sijaitsevassa Letterpress House -kivijalkaliikkeessä (kuva 14). Liikkeessä on samoissa tiloissa Männistön työhuone sekä pieni puoti, jonka valikoimista löytyy mm. design-kirjoja ja paperitavaraa. Kaikki painokoneet ja työvälineet ovat esillä ja ohikulkijoiden ihmeteltävissä. Männistö kuvailee Letterpress Housen kotisivuilla työskentelyään näin:

*”Painamme vanhalla kohopainotekniikalla mustetta laadukkaille papereille. Kiirettä emme tunne. Tunnustamme rakkautta typografiaan, laadukkaaseen painojälkeen, yksilöllisiin tuotteisiin ja huolelliseen graafiseen ilmeeseen, olipa se sitten tyyliltään vanhaa tai modernia.”* (Männistö 2018.)

Männistö on alun perin valmistunut Turun AMK:n muotoilun koulutusohjelmasta. Muotoilun ohella hän päätyi tekemään asiakkaille myös logoja, tuotelappuja ja muuta graafista suunnittelua. Männistö ei muista, mikä oli ensimmäinen kosketus kohopainoon,

mutta kiinnostus paperiin hänellä on ollut aina. Työnsä kautta hän lähti miettimään, voisiko painattaa asiakkaiden tuotteita kohopainolla. Hänen tuttavapariskunnallaan oli kohopaino, jolla Männistö pyysi heitä painamaan joitakin töitä kokeiluna.

Opetellakseen prosessia ja tutkiakseen, mitä kaikkea tekniikalla voi tehdä, Männistö osti pienen pöytäkäyttöisen Adana-painokoneen kuusi vuotta sitten. Seuraavan parin vuoden aikana hän harjoitteli painamista ja alkoi haaveilla suuremmasta koneesta. Pian etsinnässä oli Arab-mallinen tiikelikone, jonka löytämiseen meni vuosi ja kuljettamiseen vielä puoli vuotta. Tänä aikana hän yritti etsiä jonkun, jolla olisi samanlainen kone, jotta voisi opetella sen käyttöä. Hän päätyi Letterpress Amsterdamiin Thomas Gravemakerin, tunnetun graafikon ja kohopainajan oppiin, minkä seurauksena he pitivät edelleen tiiviisti yhteyttä.

Männistö avasi vuonna 2016 oman työhuoneen ja puodin Humalistonkadulle. Sitä ennen hänellä oli ollut työhuone Logomolla, mutta siellä tila kävi nopeasti ahtaaksi tiikelin saavuttua. Myös oma autotalli ja muidenkin varastot alkoivat olla täynnä painamiseen liittyviä työkaluja ja tavaroita, joten tarve oli suuri saada kaikki samaan paikkaan. Samoihin aikoihin Männistöllä oli ollut jo parin vuoden ajan pakosuunnitelma vanhoista suunnittelutöistä. ”Olin mielestäni antanut kaiken minkä musta irtosi, enkä ollut kauhean innoissani [työstäni] enää muutenkaan. Opiskeluajoilta jäi hyvä fiilis käsillä tekemisestä ja oli tarve päästä takaisin siihen tilanteeseen, että kädet pitäisi pestä myös ennen kun menee vessaan.”

### 3.2.2 ASIAKKAITA KÄSITYÖLÄISISTÄ SAMPPANJA-ALAAAN

Yleisimmät Letterpress Housen työt ovat hääkutsuja ja käyntikortteja. Muita ovat lahjakortit ja ravintoloiden menu-listat, erikseen tilaustyönä tehdyt hääkutsut ja tuotelaput. Joskus työhuoneella järjestetään myös kohopainotyöpajoja. Vieraillessani liikkeessä työn alla oli turkulaisen ravintolan Ludun menu-kortit, joita Männistö leikkasi muotoon haastattelun lomassa.

Männistön ensimmäisiä asiakkaita oli hänen ystävänsä, joka tekee käsin pieniä savisia astiahuiluja. Kun huilut pakataan siististi puulaatikoihin heidän keskelle, ongelmaksi oli jo aiemmin muodostunut digiprintattu käyntikortti, joka ei lainkaan sopinut tähän estetiikkaan. Ystävä oli ymmärtänyt heti painokoneen nähdessään, että tässä on ratkaisu. Painokoneen jälki toi juuri sitä fiilistä, mihin hän töillään pyrki.

Myös muita nuoria yrittäjiä on kiinnostanut kohopainon jälki. Esimerkiksi käsintehtyihin cocktailmekkoihin on haluttu tuotteeseen sopivia tuotelappuja. Kun mekko maksaa 300 euroa, niin 50 senttiä yhdestä lapusta ei ole enää suuri hinta.

Toinen esimerkki on joukko nuoria miehiä, jotka maahantuovat luomusampanjaa. Männistö latoi heille yksinkertaiset käyntikortit hyvälle paperille, kauniilla jäljellä. Tämä edesauttoi sitä, että heidät otettiin vakavammin vastaan keski-eurooppalaisissa sampanjataloissa, joissa asenne heitä kohtaan oli käyntikortteja vaihdettaessa muuttunut varauksellisesta suopeaan.

Eräs asiakas toivoi, että Männistö suunnittelisi ladotut käyntikortit, joita painettaisiin 150 kappaletta laadukkaalle puuvillapaperille, minkä lisäksi teetettäisiin digipainossa 1000 kappaletta samalla designilla. Tarve oli siis sekä tyylikkääseen käyntikorttiin, joilla tehdä vaikutus tärkeisiin asiakkaisiin että halvempiin kortteihin, joita voi huoletta jakaa messuilla.

### 3.2.3 ”LATOMINEN ON KIINNOSTAVAMPAA”

Männistö mietti pitkään mitä, kirjaintyyppejä hankkisi omaan käyttöönsä. Kun tilan määrä on rajallinen, pitää valita muutama hyvä joilla pärjää. Tällä hetkellä Letterpress Housen valikoimista löytyy eniten Garamondia ja Helveticaa, lisäksi erilaisia varastoista ja kellareista löydettyjä ja pelastettuja sekalaisia kirjasimia. Silti niitä ei tunnu olevan koskaan tarpeeksi: ”Lähes päivittäin hämmentää se tavaramäärän tarve. Kun ei puuhastele enää harrastukseksi, ei voi vaan vedellä auki laatikoita, että mitäs täällä on ja mitäs näistä tekisi. Suunta muuttuu siihen, että joku haluaisi tällaisen ja sitten menet vetelemään auki niitä laatikoita ja mietit, että millä ihmeellä sen teet.” ”Onhan siinä omat hauskat asiansa, ettei voi tehdä kaikkea kun on rajallinen määrä tavaraa ja rajallinen määrä asioita mitä voi tehdä”, hän jatkaa.

Männistö huomauttaa, että ongelmat eivät ole uusia. Niitä on jokaisessa mediassa, kohopainossa ne ovat vain konkreettisempia. Vanhat graafisen suunnittelun tyyliä, joita on pidetty esikuvina eivät välttämättä olleet silloisten suunnittelijoiden itsensä valitsemia, vaan saatavilla olevat työkalut sanelivat, mitä voi ja mitä ei voi tehdä. Suurilla kustantamoilla oli toki mistä valita, mutta pienemmissä painotaloissa oli käytössä yllättävän vähän erilaisia kirjasimia ja merkkejä, joita piti paremman puutteessa soveltaa.

Männistö kertoo kaataneensa lukemattomia rivejä ladottua tekstiä ja joskus pudottanut kokonaisen valmiin ladoksen, jolloin kirjakkeet pitää ensin lajitella takaisin kastiin

ja vasta sitten aloittaa koko työ alusta. Toinen toistuva ongelma Männistöllä on tekstin kohdistaminen ja kehilön asemointi Arabiin. Vanhan koneen pinnit, jotka pitävät kehilöä paikoillaan, liikkuvat välillä ja tekstiä on joskus vaikea saada edes suoraan.

Männistö myöntää, että tietokoneella olisi tietenkin helpompi taittaa fotopolymeerilaattoja, kun ei ole rajoittavia tekijöitä. Silloin painojälki ja tyyli on kuitenkin erilaista, digitaalisesti taitettu teksti on esimerkiksi tiiviimpää ja siistimpää. Silti siinä pitää kiinnittää huomiota yhtä moneen typografiseen seikkaan kuin käsinkin ladottaessa, vaikka silloin valinnat pitää vain tehdä manuaalisesti. ”Tiesin, että haluan tehdä käsin latomista enkä kaikkea fotopolymeerilaatoilla. Nyt tykkään tosi paljon juuri latomisesta, vaikka se onkin välillä työlästä ja tuskaista.” Hän miettii. ”Jos on hyvä latoja niin eihän siitä silti typografisesti jää mitään uupumaan. Ei ole mitään lainalaisuutta, mitä ei pystyisi toteuttamaan.”

Nykyään Männistöä kiinnostaa enemmän itse teksti kuin varsinainen syvään puristettu painojälki, mikä häntä oli alunperin tekniikassa kiehtonut. Kun Männistö aloitti toimintansa, minimalistiset käyntikortit olivat hänen mielestään tylsiä. Nyt mieltymykset ovat kääntyneet päälleen, ja siistit ja tyylikkääseen käsin ladotut kortit ovat innostavampia kuin polymeerilaatalla tehdyt, hienotkin grafiikat.

Tyylillisesti kohopaino antaa typografisia virheitä anteeksi. ”Kun vanhat kirjakkeet ovat kuluneet ja painojälki on valmiiksi epätasainen, niin välistämisellä ei ole niin väliä”, Männistö huomauttaa. Lopputulos näyttää tarkoituksenmukaiselta vähän vinksallaan. ”It’s letterpress” – se on kohopainoa, Männistö tiivistää. Hän jatkaa, että on yrittänyt kaksi vuotta opetella päästämään irti typografisesta tarkkuudesta. Tällä tekniikalla kaiken ei tarvitse olla niin viimeisen päälle.

### 3.2.4 SE YLEISIN KYSYMYS

Suurin osa Männistön töihin tutustuneista ovat ihastelleet jälkeä ja kertoneet, että ovatkin miettineet mistä tällaisia saa. Silti yleisin kysymys, mitä Männistölle esitetään on ”miksi?”. Letterpress Housen putiikissa käy Männistön mukaan yllättävän paljon ihmisiä, jotka kyseenalaistavat koko painomenetelmän tarpeellisuuden. Kun kotona voi tulostaa mitä vain nappia painamalla, joidenkin on vaikea ymmärtää, miksi kukaan maksaisi erikseen kohopainetusta töistä.

Männistö vertaa painoa savipajaan. ”Eihän kukaan mene Kustavin savipajalle miettimään että miksi te myytte täällä näitä kuppeja kun muumimukeja saa joka paikasta?”

Miten tällainen vähän vinossa oleva savikuppi on nyt parempi, miksi mun pitäisi ostaa tällainen mun aamukahvimukiksi kun mähän saan ikeasta 40 kuppia samaan hintaan ja ne on kaikki ihan samanlaisia.”

Männistö toteaa, että kohopainon ideahan on siinä, että jälki on erilaista. ”Kysymyshän ei ole hinnasta, -- se on enemmän siitä, että on halunnut tällaisen kortin ja sillä on ollut väliä.”

Männistö nimeää paperin yhdeksi erottavaksi tekijäksi koho- ja digipainon välille. Hän painaa melkein kaiken puuvillapohjaiselle paperille puhtaasti haptisen sormituntuman takia. Se on paksua, pehmeää ja kevyttä. Männistö valittelee, ettei Suomessa myydä kunnollista puuvillapaperia, tai sitten se on liian kallista. Suurin osa Letterpress Housen käyttämistä papereista tilataan Pariisista. Digipainossa käyntikortit tehdään yleensä noin 220 grammaiselle paperille, kun tiikelipainolla voi painaa jopa 500 grammaiselle paperille. Kun paperia ei tarvitse painoprosessissa taittaa, se voi olla periaatteessa kuinka paksua tahansa. Tämä mahdollistaa monien tuotteiden painamisen, jotka digipainossa olisi mahdoton toteuttaa, esimerkiksi paksut tuotelaput tai lasinaluset tai esimerkiksi servietit, joihin halutaan hääparin nimikirjaimet.

On monia töitä, joita pystyisi toki tekemään suurilla tuotantokoneilla käsityön sijaan, mutta silloin tuotantomäärien pitäisi moninkertaistua ollakseen kannattavaa. Jos asiakas tarvitsee 50–300 kappaletta lasinalusia, kirjankansia tai muita preeglausta vaativia töitä, niin kohopainolla se käy helpoiten. Tehokkuudessa kohopaino ei tietenkään päihitä nykyajan teknologiaa. Siinä missä modernissa painotalossa saadaan päivässä tonneittain valmiita tuotteita, kiireisenäkin päivänä Letterpress Housessa painetut työt kulkevat asiakkaalle kainalossa.

### 3.2.5 LOPPUPOHDINTAA

Pohdimme vielä, onko kohopaino kokenut ”uuden tulemisen” viime aikoina. Männistö epäilee asiaa. Hän kertoo, ettei kohopaino esimerkiksi Keski-Euroopasta ole missään välissä hävinnyt, vaikka digi- ja offsetpainojen takia se onkin huomattavasti vähentynyt. ”Se nyt ehkä nostaa päätään, kun ylittäänsä kaikki craftatut design-asiat on löytänyt itsensä Pinterestiin ja muualle.” 10 vuotta sitten oli vaikeampi jakaa ja löytää uusia ilmiöitä ilman helppoa ”somea”.

Männistö miettii, että kaikki asiat tasapainoilevat jollakin tavalla. Ihan sekin, että silmä kyllästyy, ihmiset tykättyvät taas johonkin uuteen. Kun digiprinttiä on joka paikassa

ja paljon ja paperit ovat samanlaisia, niin sitten siinä onkin taas jotain hauskaa, kun tulee erilainen lappunen käsiin. ”Hei tää onkin pehmeätä paperia, tää tuntuu ku tää on painettu tähän”.

Pohdimme vielä, miten käsityöläisyydestä ja vanhoista ammateista kuten metallisepän tai keraamikon töistä on tullut taas realistisia uravaihtoehtoja. Kaikennäköinen hidas käsillätekeminen on muutenkin muodikasta. ”Nykyään on paljon siistejä asioita, joita voi tehdä essu päällä”, Männistö tiivistää.



Kuva 15 Studio Unicon kohopainamia hääkutsuja.

### 3.3 ANNIKA GUMMERUS, STUDIO UNICCO

#### 3.3.1 STUDIO UNICCON ALKUTAIVAL

Annika Gummerus (s.1979) on helsinkiläinen käsityönopettaja, joka pitää osa-aikaisesti vuonna 2011 perustettua kohopainoyritys Studio Uniccoa. Valtaosa Studio Unicon asiakkaista on hääpareja ja asiakastyöt ovat pääasiassa hääkutsuja (kuva 15).

Annika Gummerus innostui kohopainosta vuonna 2009, kun hän löysi amerikkalaiselta hääsivustolta kauniin, syvälle paperiin painetun kutsukortin. Hän ihastui sen ulkonäköön niin, että halusi tietää, miten se oli tehty. Hänen verkosta ja blogeista englanniksi löytämänsä tieto aiheesta oli peräisin lähinnä Yhdysvalloista, ja hän otti yhteyttä sikkäläisiin painotaloihin. Albertine Press Bostonista toivotti Gummeruksen tervetulleeksi, ja hän matkusti sinne viideksi päiväksi opiskelemaan painamista. Painotalo oli juuri sitä mitä hän oli odottanutkin: ”Hetimitä kun mä astuin siihen tilaan niin tiesin, että tää on mua. Jotenkin se painokoneiden ja -värien tuoksu ja paperit ja kaikki, mietin että tää on taivas”, hän muistelee kokemustaan.

Takaisin Suomeen saavuttuan Gummerus alkoi etsiä painokonetta itselleen ympäri Eurooppaa. Etsimiseen meni vuosi, sillä kaikki kaupat kaatuivat siihen, ettei kukaan

ulkomailla halunnut pakata ja lähettää noin 800-kiloista konetta Suomeen. Gummerus jatkoi sitkeästi kyselyjä, ja vihdoin hän löysi Heidelberg-merkkisen tiikelikoneen Painetek Pihlajamäen digipainosta Itä-Pakilasta. Gummerus sai myös koulutuksen koneen käyttöön, koska se oli erilainen kuin bostonilaiset ”prässit”. Kone jäi oston jälkeen digipainoon, jossa Gummerus on tehnyt painotyöt.

”Unico” on ainutlaatuinen italiaksi, mutta Gummerus ajatteli, että ”Unicco” sopii paremmin Suomeen. Nimessä on kohopainotöiden ydin: jokainen työ ja kappale on ainutlaatuinen virheineen kaikkineen. Kun Studio Unico oli saanut tuulta siipiensä alle, otti Gummerus opetustöistä neljä kuukautta virkavapaata ja teki yhteistyötä mm. helsinkiläisen paperikaupan Papershopin kanssa. Yrittäjyys alkoi kuitenkin tuntua raskaalta ja hän päätti pitää pienen tauon. Viime vuoden Gummerus asui Pariisissa, ja studio on pitänyt hiljaiseloa. Nyt Gummerus on palannut Suomeen ja hän rakentaa omaa taloa Espooseen, jonka ulkorakennukseen tulee oma kohopainostudio. Kun se on valmis, Studio Unicco jatkaa toimintaansa uusien suunnitelmin.

#### 3.3.2 HÄÄBISNES JA ASIAKASPOLKU

Studio Unicon asiakkaista 90 % on hääpareja ja työt ovat yleisimmin hääkutsuja. Gummerus kertoo, että jos kohopainamisella haluaisi elää, kustomoidut asiakastyöt ovat alan kannattavin media. Hääbisneksessä on erinomainen markkinarako, sillä monet haluavat panostaa elämänsä tärkeään juhlaan.

Gummerus sai kuitenkin havaita, että tämänkaltaisten palvelujen myynti on bisneksenä epätasaista ja arvaamatonta. Studion ensimmäisenä keväänä tammikuussa Gummerus odotti asiakkaita, mutta tilauksia ei kuulunut. Helmikuussa niitä alkoi tulla yksi kerrallaan ja maaliskuussa lisää niin ettei aika tahtonut riittää kaikkien töiden tekemiseen. Kevät on selkeästi hääbisneksen kulta-aikaa, sillä kesä on Suomessa edelleen suosituin aika järjestää häät. Muina aikoina on hiljaista, Gummerus valottaa.

Vuonna 2015 Gummerus teki tiivistä yhteistyötä Papershopin Anna Fryckmanin kanssa. Studio Unicco toimi tuolloin sekä digi- että kohopainona. Postikortteja ja muita tuotteita tehtiin kauppaan myyntiin ja suuri osa tuotteista suunniteltiin Papershopissa. Fryckman ja Gummerus olivat myös yhdessä häämessuilla esittelemässä hääkutsuja.

Asiakkaan käyttäjäpolku ja työn valmistus on monivaiheinen. Asiakkaan otettua yhteyttä sovitaan tapaaminen, jossa sovitaan kutsun mallista, väreistä ja materiaaleista.



Yksinkertaisimmillaan asiakkaat voivat valita sopivan kutsun valmismallistosta ja lisätä siihen omat tiedot. Joskus hääparit ovat suunnitelleet kutsun itse. Suunnitelman voi myös teettää ammattilaisella joko Gummeruksen kautta tai ulkopuolisella suunnittelijalla.

Kun suunnitelma on valmis, tiedostot lähetetään fotopolymeerilaatantekijälle. Gummerus käyttää amerikkalaista laatantekijää, sillä laatat ovat sopivamman korkuisia ja halvempia kuin Suomessa teetetyt. Laattojen saavuttua Suomeen ne pestään ja ulkopuolinen firma saattaa ne painokuntoon. Kaiken tämän jälkeen Gummerus pääsee työn touhuun painokoneellaan. Värit sekoitetaan ja niitä vertaillaan Pantonen värikarttaan, sivellään painokoneen teloihin ja säädetään painokoneen asetukset kullekin työlle erikseen. Muutamien testipainatusten jälkeen Gummerus painaa kortit Heidelbergilla, ja riippuen painettavien puolien ja värien määrästä painoprosessi toistetaan eri laatoilla, kunnes kortit ovat valmiit. Painetut työt leikataan, pakataan ja toimitetaan asiakkaalle. Koko prosessiin tilauksesta valmiiksi tuotteeksi kestää noin kaksi kuukautta.

Usein yhden työn painamiseen menee koko päivä. Joskus tulee tehtyä kolmekin työtä päivässä, mutta se on ollut raskasta. Gummerus huomauttaa olevansa vielä suhteellisen hidas painaja, joten vilkkainakin aikoina hän pyrkii tekemään vain yhden työn päivässä, jotta voisi keskittyä siihen täysillä. Unelmatahti olisi kuitenkin muutama työ viikossa niin, ettei koko työhön leipääntyisi.

### 3.3.3 YRITTÄMISEN VAIKEUS

Gummerus aloitti Studio Uniccon pienellä sijoituksella. Hän arvioi, että muutamilla sata-silla pääsee jo alkuun, sillä vaikka tarvikkeet ovat joskus kalliita, asiakkaat maksavat niistä. Gummerus on kiitollinen, että on saanut työskennellä Pihlajamäki Paintekin tiloissa. Se on mahdollistanut Studio Uniccon toimintaa, sillä jos hänen olisi pitänyt etsiä oma studiotila, olisi yrittämisestä varmasti tullut kalliimpaa. Järjestelystä on muutakin hyötyä, sillä siellä hänellä on käytössään myös Paintekin teollisuuspaperileikkurit ja muut työkalut. Muiden tiloissa työskentely on kuitenkin välillä ollut altavastaajana raskasta, ja Gummerus odottaakin innolla oman studiotilansa valmistumista.

Gummerus kokeili siipiään yrittäjänä ja otti neljä kuukautta virkavapaata työstään käsityöopettajana. Yhteistyö Papershopin kanssa toimi, kun Studio Uniccon töistä noin kolmannes oli kohopainotöitä ja loput digipainotöitä. Kuitenkin yrittäjyys tuntui raskaalta eikä sopinut Gummeruksen elämäntyyliin. Epätietoisuus palkan suuruudesta oli

kuluttavaa ja opettajan töihin palatessaan hän huomasi, kuinka tärkeitä tasaiset tulot, lomat ja sairasturva oli. Vaikka kokeilu täyspäiväisenä yrittäjänä ei onnistunutkaan niin kuin Gummerus oli ajatellut, hän on tyytyväinen valintoihinsa eikä vaihtaisi kokemuksestaan mitään pois.

”Haluan aina pitää kohopainamisen sivutoimisena. Yritin sitä (kokoaikaisesti) mutta se ei tuntunut oikeelta. -- Mä en haluaisi tehdä sitä niin paljon että pitäisi niska limassa tehdä. Voisin tehdä kolme työtä viikossa. Siinä säilyisi sellanen ilo ja into ettei se olisi työtä vaan elämys, se on esteettistä ja ihanaa, fiilistelyä”, hän miettii.

### 3.3.4 ”AINA TAPAHTUU JOTAIN, SIKSI SE ON KALLISTA”

Moni Gummeruksen asiakas on ihmetellyt, miten kutsujen painaminen voi olla niin kallista. Vaikka kutsuja tulisi vain kymmenen, hinta voi olla silti sama kuin 100 kappaleen erässä, jolloin kappalehinnoissa on valtava ero. Työtä ja aikaa menee kuitenkin suunnitteluun, painolaattojen valmistukseen ja painokoneen kanssa työskentelyyn kokonaisuudessaan lähes yhtä paljon kappalemäärästä riippumatta. Keskimääräinen tilauksen hinta on 250–300e. Kustannustehokkaimpia töitä ovat yksipuoliset ja yksiväriset kortit, sillä useampia värejä ja puolia painettaessa työn määrä saattaa kaksin- tai kolminkertaistua. Jotkut asiakkaat tilaavat kohopainettujen kutsujen lisäksi halutut ohjeet digipainosta, jolloin kustannuksia saadaan alas.

Noin neljä kymmenestä tiedustelijasta päätyy Studio Uniccon asiakkaaksi. Suhteellisen korkea hinta näkyy tilausten määrässä. Gummerus huomauttaa kuitenkin, että esimerkiksi Yhdysvalloissa hinnat ovat vielä korkeammalla, eivätkä painajat siellä tekisi koskaan töitä näin halvalla. Hän arvioi, että yksi syy voi olla se että siellä paperitöitä arvostetaan eri tavalla ja ammattilaisten palveluista maksetaan mielellään, kun taas Suomi on aina ollut enemmän tee-se-itse-maa.

On niitäkin asiakkaita, jotka ovat päättäneet, että kohopainetut kutsut otetaan, maksoi mitä maksoi. Jos hääbudjetti on 10 000€, niin silloin korttien hinta ei enää tunnu. Myös moni luovan alan ihminen haluaa syvään painetut käyntikortit, vaikka ne olisivatkin kalliita. ”Ne arvostaa sitä fiilistä”, Gummerus tiivistää.

Tyypillistä käsityössä on se, että aina voi sattua virheitä. Painetut tuotteet pitää tarkistaa yksitellen ja tarkkailla painojälkeä ja värien tasaisuutta ja verrata sävyä vielä Pantonen värikarttaan. Joskus sattuu yllätyksiä jotka huomataan vasta kun kaikki on

jo painettu, esimerkiksi mustetta on voinut tarttua korttien nurjalle puolelle. Asiakas ei voi kuitenkaan maksaa virheistä. Joskus työt, jotka Gummerus on arvioinut työläiksi ja asettanut hinnan sen mukaan, ovatkin sujuneet ongelmitta, joten kaikki työt lopulta kompensoivat toisiaan. ”Joskus sulle jää katetta ja joskus ei. Mut aina tapahtuu jotain. Siksi se on niin kallista. Jos digipainossa tapahtuu jotain niin uudet paperit vain koneeseen, siinä ei tule hikipisaroita. Painokoneella teet kahdeksan tuntia töitä, putsaat koneet ja huomaat et ei, uusiksi meni”, Gummerus selittää.

### 3.3.5 ENNAKKOLUULOJEN VOITTAMISTA

Gummeruksen aloitellessa hän kertoo tavanneensa paljon iäkkäitä alalla työskennelleitä miehiä. Heille syvään painettu jälki on kauhistus, kun vanhan koulukunnan mukaan jäljen pitäisi olla ”kiss on the paper”, vain hento kosketus paperille. Gummerus otettiin painomaailmassa vastaan pääosin positiivisesti, mutta työttölyä hän on välillä kohdannut. Monet ovat aliarvioineet Gummeruksen innokkuutta ja omistautuneisuutta työlle, kun hän on käynyt keskustelemassa ammattilaisten kanssa ”Vanhat miehet katto että ai tollanen tyttö tänne tulee. Toisaalta kun ne huomasi että mä oon vakavissani niin nekin vähän vakavoitu ja ne on oikeasti ollut hirveen hyvillään siitä että joku nuori jatkaa ja on kiinnostunut.”

Gummerus on saanut kuulla paljon kommentteja vieraillessaan painotaloissa. ”Kun kerroin millä asialla olen niin eka asia mitä se kysyi oli että onko sulla miestä. Kun vastasin että oon sinkku niin se sanoi että hommaa nyt ensin mies joka elättää sut koska tällä sä et elä. – – Yksikin mies nauroi että mitä sä Heikkua hommaat, hommaa Adana (käsikäyttöinen pöytäkone) keittiöosi ja ala sillä tekee.”

Aloitellessaan Studio Uniccoa Gummerus haki starttirahaa. Kovaan tarpeeseen hän ei tukea hakenut, sillä hän tiesi pärjäävänsä ilmankin, koska investoinnit olivat pienet. Gummerus kuitenkin sanojensa mukaan naurettiin ulos. Käsittelijävirikailija ei ollut ymmärtänyt, mitä erikoista tällaisessa kalliissa painomenetelmässä on, kun kotitulostimella voi tulostaa mitä tahansa sekunneissa. ”Tähän asenteeseen tulee törmäämään aina”, Gummerus toteaa. Esimerkiksi häämessuilla hän näki paljon vierailijoita, jotka innostuivat Studio Uniccon designeista ja ottivat niistä valokuvia ja halusivat samanlaiset. Oli kuitenkin Gummeruksen mukaan selvää, etteivät he tulisi tilaamaan kohopainettuja kutsuja, vaan tekisivät tai teettäisivät kutsut itse halvemmalla.

Gummerukselle sanottiin myös, että hänen yrityksensä ei voi kannattaa, koska hääkutsut ovat kertakäyttöisiä myyntiartikkeleita. Heidän mukaansa tuotteiden pitäisi olla sellaisia, että ihmiset palaavat uusilla tilauksilla. Gummerus on eri mieltä. Ihminen uusiutuu ja tulee uusia sukupolvia. Sadan henkilön juhlista löytyy aina niitä naimattomia, jotka näkevät kutsun. Heistä ehkä yksi tilaa omat kutsunsa Studio Uniccolta sitten, kun menee itse naimisiin. ”Ei ne morsiamet maailmasta lopu.” Hääkutsun tilanneet saattavat jäädä asiakkaiksi ja tilata kiitoskortteja tai paperituotteita muihin tilaisuuksiin.

Kerran Gummerus sai puhelun mieheltä, joka tarvitsi kohopainetut käyntikortit. Kun Gummerus selitti, ettei juuri nyt voi ottaa tilauksia vastaan, mies huolestui ja kielsi Studio Uniccoa missään nimessä lopettamasta, kun kohopainajia on Suomessa niin vähän. Gummerus myöntää, että kysyntääkin on täällä niin vähän, että on ymmärrettävää, miksi Suomessa ei ole montakaan täyspäiväistä kohopainajaa.

### 3.3.6 MIKSI TILATA KOHOPAINETTUNA?

Pohdimme yhdessä Gummeruksen kanssa, mikä kohopainetuissa korteissa viehättää ja miksi jotkut haluavat sellaiset esimerkiksi häihinsä. Löysimme useita syitä.

Kohopainettu hääkutsu on laadukas ja tyylikäs. Kutsu luo ensimmäisen mielikuvan tulevasta häistä, ja se ikään kuin määrittää juhlan tyylin ja tunnelman. Kutsu voidaan myös säilyttää tärkeänä muistona tai sen voi jopa kehystää. Gummerus pohtii, että vaikka nappia painamalla kotona tai digipainossa saakin periaatteessa tulostettua mitä vain, on painojäljen laatu silloin aina vähän pettymys. Hän arvelee, että asiakkaiden laatu-tietoisuus on saattanut lisääntyä, ja siksi kääntyy ammattilaisen puoleen. Elin-tason nousu on myös varmasti vaikuttanut asiaan, kun monella on nykyään enemmän varaa ulkoisiin palveluihin ja ylellisyystuotteisiin.

Myös trendit vaikuttavat valintoihin. USA:ssa kohopainetut hääkutsut ovat olleet erityisen suosittuja siitä lähtien, kun Martha Stewart loi niistä ilmiön 1990-luvun lopulla. Trendit ja muodit leviävät nykyään nopeasti esimerkiksi suosittujen hääblogien välityksellä verkossa. Gummeruskin seuraa niitä tarkasti, ja Studio Unicco uusii mallistonsa joka vuosi.

Hääblogien suosio on auttanut myös Gummerusta. Studio Uniccon alkuaikoina hän teki yhteistyötä muutaman Suomen johtavan hääblogistin kanssa. Siitä seurasi paljon asiakkaita ja liikennettä Studion verkkosivuille. Mainostamiseen ei näin tarvinnut lait-

taa paljonkaan rahaa. Asiakkaiksi tuli myös pareja, jotka olivat saaneet Studio Uniccon valmistaman kutsun johonkin aiempaan tilaisuuteen.

On selkeää, että kohopaino on Gummerukselle innostava aihe. Kun kysyn, miksi hän tekee tätä, vastaus tulee helposti. Ensinnäkin kohopainetut kortit ovat hänestä erittäin kauniita ja ne tuottavat hänelle esteetikkona suurta mielihyvää, myös haptillisesti. Gummerus on sukua samannimisen kirjakustantamon perustajalle, ja haastattelun aikana pohdimme, jos rakkaus paperituotteisiin tuleekin verissä.

Toiseksi syyksi hän nimeää hääbisneksen ja siihen liittyvät asiakastapaamiset. ”Rakastan hääbisnestä, mä hengitän sitä!” Gummerus sanoo, että yksin kotona puurtaminen ei ole niin mukavaa. Hän haluaa tavata asiakkaita ja kuulla heidän toiveitaan ja ajatuksiaan. Vuorovaikutus on hänelle tärkeää ja hänestä on mielenkiintoista käydä valintaprosessi läpi asiakkaan kanssa. ”Niiden ihmisten takia tätä myös osittain tekee.”

Kohopainotuotteet kuitenkin jakavat mielipiteitä, Gummerus toteaa. Hänen ystävänsä eivät jaa hänen innostustaan, vaikka pitävätkin tuotteita ”kivoina”. Hauskaa onkin sitten kotimaassa ja ulkomailla tavata itsensä kaltaisia, kohopainoon hullaantuneita ihmisiä. Se hullaannus on kuin kansainvälinen, yhteinen kieli siinä joukossa.

### 3.3.7 OMA NÄKÖKULMA, OMAT ASIAKKAAT

Gummeruksen näkökulma tekemiseen on hänen mukaansa erilainen kuin monilla, jotka kohopainoa harrastavat tai tekevät työkseen. Hänen ajattelunsa lähtee asiakkaasta. Hän haluaa palvella asiakkaita ja kyetä vastaamaan heidän odotuksiinsa, esimerkiksi trendejä pitää seurata, jotta voi vastata kysyntään. Studio Uniccon alkuaikoina Gummerus suunnitteli joitakin malleja itse. Nyt hän ei ole pitkään aikaan suunnitellut mitään eikä haluakaan. Hänellä ei ole graafisen suunnittelun koulutusta ja hän kokee, ettei hänellä ole tarpeeksi näkemystäkään muihin suunnittelijoihin verrattuna. Hän mieluummin ostaa suunnittelupalvelun muualta.

Vaikka Gummerus rakastaa ja kunnioittaa käsitöitä, kohopaino-alalla hän ei näe itseään käsityöläisenä. Hänelle itse koneen käyttäminen ei ole niin tärkeää, vaan työn lopputulos on ”se juttu”. ”Mulle tärkeätä on se visuaalisuus ja että se tuote on kaunis ja se vastaa niiden morsiamien tarpeisiin”, hän kertoo.

Gummerus pohtii, että kaikki hänen tuntemansa kohopainajat luovat erilaisia tuotteita erilaiselle kohderyhmälle. ”Vaikka vois ajatella et tää maailma ei kaipaa yhtään kohopainajaa enää niin me ollaan kaikki kuitenkin niin erilaisia ja meillä on ne omat asiakkaat.” Jokaisella on oma tyylinsä ja kohopaino on vain yksi työkalu muiden joukossa. Gummerus ei kovasti välitä käsin latomisesta, jota hän kokeili ollessaan Bostonissa. Hänen kärsivällisyytensä ei riitä ”näpertämiseen”, joten sellaisellekin on omat tekijänsä.

Asuessaan Ranskassa Gummerus kävi vieraillemassa pariisilaisessa painotalossa. Kohopainotuotanto siellä oli verrattavissa digipainoon, volyyymi oli niin suuri. Siellä ollut painaja oli painanut koko ikänsä, mikä näkyi hänen tehokkuudessaan ja varmoissa otteissaan. Gummerus valittelee, että heillä ei ollut yhteistä kieltä, muuten hän olisi oppinut paljon enemmän.

Gummerus näkee itsensä pariisilaisen painajan vastakohtana. Hän haluaa tehdä hitaasti ja ajatuksella. ”Mähän elän näit kutsuja ja mä fiilistelen ja luen ne tarkkaan ja oon onnellinen niiden puolesta. Noi miehet kattoo että jaa tommonen työ, pistää sen koneeseen ja alkaa tekee duunii.”

### 3.3.8 TULEVAISUUS?

Vaikka Studio Unicco on ollut lähes puolitoista vuotta tauolla, uuden talon ja studion valmistumisen myötä Gummerus aikoo aloittaa yritystoiminnan tuoreella otteella. Uusien yhteistyökumppaneiden myötä hän ottaa mukaan myös modernia kalligrafiaa, jota on opiskellut kursseilla.

Yhtenä isona haaveena Gummeruksella on ollut ajatus kivijalkapainosta, jossa olisi painotalo, puoti ja kahvila samassa yhteydessä. Esikuvana hänellä on Brisbanessa sijaitseva Bespoke Press. Se vaatisi yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa. Gummerus painottaa, että kaikessa yrittämisessä kannattaa kerätä ympärille muita ihmisiä eikä vain tehdä yksin, se rikastuttaa työtä ja tuo myös enemmän asiakkaita.

Päivälehdien museosta Gummerus on saanut paljon apua ja tietoa. Gummeruksesta on tärkeää, että taito pysyisi hengissä. Hän arvostaa paljon miehiä, jotka pitävät Päivälehdien museon Painokellaria elävänä erilaisilla painonäytöksillä. Hän kannustaa yleisön edessä työskentelyyn, sillä on hienoa, että ihmiset saavat kosketusta siihen, miten koneita oikeasti käytetään. Hän jatkaa, että koneet ja työkalut on tehty käyttöä varten, joten minkä takia niiden pitäisi kerätä pölyä, onhan ne tehty kestävästä mate-

riaaleista. Gummeruksen mukaan alkaa olla korkea aika kouluttaa uutta osaamista kohopainoalalle, jotta painokoneiden käyttö ja niiden korjaamisen taito pysyisivät hengissä. Hän toivoo, että museoon ja alalle löytyisi nuoria jatkajia, jotka ylläpitäisivät kohopainotaitoa.

”Onhan se tärkeää että tätä pitäis jatkaa ja ylläpitää ni on hyvä että tulee nuoria. Vaikka se ookaan välttämättä sellasta kuin ennen ni ei sen tarvi ollakaan kaikilta osin, että kyllä se voi mennä ajassa eteenpäin.”

”Jatkuvasti pitää uusiutua. Tempo on niin kova, me ei enää voida olla niinkun ne valkokakkiset painajat. Ne oli silloin ainoat jotka teki tätä ja kaikki työt tuli joka tapauksessa niille. Mut meidän pitää erottautua ja meillä pitää olla erikoisosaamista ja sitäkin täytyy koko ajan hioa uudeksi.”



*Kuva 16 Ei kenenkään laiturilla koostuu irtolehdistä jotka sidotaan kiinni kädellä kuminauhalla.*

## 3.4 RAISA MARJAMÄKI, EI KENENKÄÄN LAITURI

### 3.4.1 LÄHTÖKOHDAT

Raisa Marjamäki (s. 1987) on julkaissut kaksi runoteosta: *Katoamisilmoitus* (2010) ja *Ei kenenkään laiturilla* (2014) (kuva 16). Lisäksi hän on kirjoittanut esimerkiksi esseitä lehtiin. Hän aloitti Helsingin yliopistossa teatteritieteen ja filosofian opinnot vuonna 2007, mutta lähti ensimmäisen vuoden jälkeen Oriveden opiston kirjoittajalinjalle. Hänen tarkoituksenaan oli ensin kirjoittaa draamaa, mutta hänelle suositeltiin pian runoutta. Opiston jälkeen Marjamäki opiskeli kirjallisuus pääaineenaan filosofian kandidaatin tutkinnon Jyväskylässä, sillä siellä oli Suomen paras ”runoscene”. Maisteriksi hän valmistui Skotlannista St. Andrews sin yliopistosta vuonna 2013 pääaineenaan luova kirjoittaminen (creative writing).

### 3.4.2 EI KENENKÄÄN LAITURI

Marjamäki latoi *Ei kenenkään laituri* -teoksen käsin irtokirjakkeilla ja painoi sen yhdessä Olli-Pekka Tennilän kanssa Heidelbergin kohopainokoneella Kuopiossa. Kun kysyn, miksi Marjamäki halusi luoda teoksen kokonaan kohopainolla, vastauksia on useita ja syyt ovat huomattavasti monitahoisempia kuin odotin. Motiivit kattavat mm. halun luoda esine, teos, kokonaan itse, välttellä modernia teknologiaa sekä ajatuksen kustantamisen omavaraisuudesta.

Jo esikoiskirjansa Katoamisilmoitus yhteydessä Marjamäkeä mietitytti kirjan julkaisemisen prosessi. Hänellä oli monimutkainen suhtautuminen julkaisemiseen, ja koko institutio ja ajatus kirjailijuudesta oli hänelle vaikea. Kun Marjamäki toteutti kirjan saksat ja liima kädessä, teoksen lähettäminen ulkopuoliselle vieraaseen painoprosessiin tuntui oudolta. Siitä asti oli selvää, että Marjamäki halusi olla osallisena teostensa aineellisessa julkaisemisessa. Kun oikeanlaisia kouluja ei pienen kaliiberin painamiselle löytynyt, hän opetteli taidon ”punk-hengessä” itse. Hän kertoo, ettei ollut alun perin ajatellut olevansa käsillä tekevää tyyppiä, mutta sittemmin mielipiteet ovat kääntyneet pääläelleen.

Marjamäellä on vaikea suhde myös moderniin teknologiaan. Muutaman vuoden aikana häneltä hajosi kolme kannettavaa tietokonetta. ”Se oli uskomattoman turhauttavaa, kun ei ole mitään taitoa eikä kiinnostusta korjata niitä. Jotenkin laitteiden epäluotettavuus meni jonain herkkänä hetkenä tosi syvälle kehoon.” Hän vertaa laitteita kohopainokoneisiin, joissa sen sijaan on tarkoituskin, että käyttäjä pystyy huoltamaan ja korjaamaan pieniä ongelmia. Mekanismit on rakennettu niin, että niihin pääsee käsiksi toisin kuin uusimmissa kannettavissa. Marjamäen teknologian vastaisuus ulottuu myös siihen, ettei hänellä ole lainkaan älypuhelin, vaan näppäimistöikäyttöinen vanha Nokia.

”Tokan kirjan kohdalla ei missään vaiheessa tehnyt mieli alkaa naputtelemaan sitä koneelle. Ajattelemisen ja askartelemisen risteys on se missä mä koen toimivani. Läppänä mietin et vois tehdä sen kirjan kokonaan itse”, Marjamäki muistelee kirjansa muotoutumisprosessia.

### 3.4.3 KIRJAN MUOTO

Ajatus kohopainosta tuli Olli-Pekka Tennilän kautta. Hän on Poesian perustajajäseniä ja Marjamäen hyvä ystävä. Tennilän sukulaisten kellarissa Kuopiossa oli hänen nuorena ostamansa kohopainokone, Kuopion lomakepainosta haettu Heidelberg. Sillä

painettiin ennen *Ei kenenkään laituria* myös kansia Poesian runoteoksiin, joiden sisus painettiin ja sidottiin muualla.

”Jo kirjoitusprosessissa oli selvää, että me tullaan painamaan se itse ja latomaan se käsin yksittäisistä irtokirjakkeista, mikä aika nopeasti alkoi tihentää mun kirjoittamista. Tajusin aika nopeasti, että sen lisäksi, että tämä pitää kirjoittaa, niin se pitäisi jaksaa merkki merkiltä toteuttaa, mikä vaikutti myös siihen poetiikkaan minkälaiseksi se lopulta muotoutui.” Marjamäki ei kuitenkaan halunnut teoksesta pienen painoksen taiteilijakirjaa. Oli tärkeää, että kaikesta ulkoisesta poikkeavuudesta huolimatta se on hahmotettavissa kirjaksi eikä yksittäisteokseksi.

Itsepainamisen rinnalle tuli ajatus, että voiko 2010-luvulla tehdä kirjan kokonaan ilman tietokonetta, olisiko se edes mahdollista. Pohdittuaan erilaisia ratkaisuja Tennilän kanssa he tulivat lopulta siihen tulokseen, ettei kirjaa voisi sidotuttaa niin, että se olisi analogista ja samalla kustannustehokasta. Muodon pitäisi siis olla avosidos, jossa on kovat kannet, sisältö arkkeina ja jonkinnäköinen kiinnitys. Kiinnityskään ei saanut olla liian monimutkainen, sillä sen tuli toimia kirjan logistiikassa, hyllyssä ja postissa.

*Ei kenenkään laituri* koostuu kymmenestä vihosta, joista jokaisessa on kaksi arkkia ja jokaisessa arkissa neljä sivua. Ne on koottu erillisten pahvikansien väliin ja koottu yhteen kahdella kuminauhalla. Pyöriteltyään erilaisia vaihtoehtoja ja sulkemalla pois tapoja, joihin ei ollut varaa, taitoa tai aikaa, jäljelle jäi nykyinen muoto. Marjamäki on kuitenkin tyytyväinen lopputulokseen. ”En tekisi uudestaan samanlaista, mutta olin sen jälkeen sitä mieltä että voin kuolla, olen saavuttanut tavoitteeni”, hän naurahtaa.

### 3.4.4 SANKARILLISTA TYÖTÄ

*Ei kenenkään laituri* ladottiin syksyllä 2014. Painokone sijaitsi Kuopiossa ja Marjamäki asui Jyväskylässä. Koska latominen on aikaa vievää ja muutakin tekemistä oli, tuntui hyvältä idealta kuljettaa kastit Jyväskylään niin, että latomista voisi tehdä kotona. Se ei käytännössä ollutkaan aivan niin helppoa. ”Se oli typerää ja vaikeeta siinä mielessä että eihän noita ladelmia ole tarkoitus siirrellä pitkiä matkoja.” Koska autoa ei ollut, kastien ja ladelmien kuljetus Jyväskylästä Kuopioon tapahtui julkisen liikenteen varassa. Teosta ladottiin fragmentti tai runo kerrallaan, mitkä sidottiin kuljetusta varten folioteipillä kiinni toisiinsa fragmentin ympäriltä ja alta.

Marjamäen teos on ladottu kokonaan Supertype 8 -kirjasimella pistekoossa 8. Kirjaintyyppin valinnassa päädyttiin ainoaan leipätekstiksi sopivaan joka Tennilältä löytyi, mutta Marjamäki on siihen tyytyväinen. Kirjasintyyppistä löytyi kaksi kastia, mutta ne olivat käytettyjä ja kuluneita, ja vasta painettaessa huomattiin, että niissä oli myös lieviä eroja. Esimerkiksi a-kirjaimet eivät olleet identtisiä. Sitä oli kuitenkin vaikea huomata, kun painojälki oli muutenkin epätasaista.

Kirjasinten kuluneisuuden takia piti koevedoksia tehtäessä melkein jokaisesta fragmentista vaihtaa kirjaimia. Pienikokoisista kirjakkeista oli vaikea nähdä, olivatko ne rikki, ja folioteippi hankaloitti vaihtamista entisestään. ”Jos olisi saanut käyttää priimaa (kastia) niin olisi ollut varmaan huomattavasti kevyempää. Itse työvaiheet eivät tuntuneet niin raskailta, vaan juuri siitä sekundamateriaalista johtui se kova urakka. Se toi odottamattomia lisäkiirroksia tekemiseen.” Painokseen on eksynyt mukaan kolme kirjoitusvirhettä, jotka Marjamäki on sitten korjannut käsin jokaiseen kappaleeseen. Kastista ei esimerkiksi löytynyt é-aksenttimerkkiä, joten se lisättiin kynällä jälkikäteen.

Kasti rajoittaa myös poetiikkaa ja muotoa. ”Tuntuu että 2000-luvun runoudessa typografian käyttö on aika villiä ja vapaata. Tullaan pois pelkästään roomalaisten kirjainten alueelta. Sitähän ei voi tehdä jos kastissa ei ole merkkejä, esim. vieraskielisiä aksenteja.” Marjamäki editoi käsikirjoituksesta pois myös @-merkin, kun tajusi, ettei sellaista löydy kastista.

Marjamäki ei muista enää, oliko epätasainen jälki haettava vai olisiko hän halunnut parempaa. Hänen mukaansa Tennilä on tarkempi painojäljestä ja haluaisi, että jälki olisi näkymätöntä ”sympaattisen” epätasaisuuden sijaan. Oli kuitenkin Marjamäestä kiinni, millaiseen jälkeen tyydyttiin, ja hän halusi edetä nopeammin kuin Tennilä. Työssä meni sellaisenaankin monta kuukautta ja se oli uuvuttavaa. Tuloksen olisi voinut saada tasalaatuisemmaksi, mutta Marjamäki alkoi pitää painojäljen ”elämisestä”. ”Ei voi sanoa, että (epätasainen jälki) tuli tarkoituksella mutta kun painaessa tajusi ettei tasaista voi saada, niin ei se mua surettanut yhtään. Varsinkin ton kirjan kohdalla, kun siinä ei ole sidosta ja se on selvästi ei-tietokone-todellisuudessa tehty, niin tuntui että se on ihan rehellistä eikä häiritsevää.”

Painosta ei koskaan tule tasaista jälkeä, joten jälkikontrollointi on tärkeää. Kirjan painos oli 500 kappaletta, jonka lisäksi painettiin 100–150 vara-arkkia. Painamisen jälkeen jokainen arkki pitää käydä läpi ja karsia joukosta pois ne, joissa painojälki ei ole tarpeeksi hyvää. Marjamäki kertoo sen olleen hänen temperamentilleen vaikeinta. On

vaikea erottaa, missä vaiheessa yksi sana käy liian epäselväksi niin ettei se ole enää kelvollinen kirjaan.

”Monta vaihetta tähän on liittynyt. Kun on ladottu niin ei olla vielä missään, siinä vaiheessa kun on painettu niin ei olla vielä kukaan kauhean pitkällä. Sivujen lajittelu, taittaminen, kokoaminen, vihkottaminen. Monta pientä liukuhihnaa.” Marjamäki sanoo, ettei ollut alkuun ehkä ymmärtänyt työn määrää. ”Mut olin mä motivoitunut siitä, ettei Suomessa oo ladottu kokonaista kaunokirjallista teosta varmaan sataan vuoteen. Kyllä sellanen kantaa aika pitkälle vaikka väsyttäisi.”

Syksyn raskaan latomisrupeaman jäljiltä Marjamäki oli väsynyt. Hänestä tuntui, ettei kukaan oikein Tennilän lisäksi ymmärtänyt, kuinka paljon työtä koko kirja vaati, kun sitä oli vaikea konkretisoida. Kun hän pääsi ensimmäistä kertaa Päivälehdessä museoon puhumaan urakasta kokeneille latojille jotka olivat ihmeissään Marjamäen suorituksesta, tuntui, että hän sai vihdoin ymmärrystä projektilleen. ”Painokellarin sedälle selitin että olihan tää aika naurettavaa niin hän vastasi että 'Ei, se oli sankarillista!'”

### 3.4.5 OLLI-PEKKA TENNILÄN ONTTO HARMAA

Olli-Pekka Tennilän runoteos *Ontto harmaa* tehtiin *Ei kenenkään laiturin* jälkeen. Marjamäen kirjan latominen oli suuritöistä, ja raskainta oli ladelmien korjaaminen. Tämä oli mahdollisesti yksi syy siihen, miksi Tennilä kiinnostui kuumaladonnasta ja hankki pieneen kellariinsa Hedelbergin viereen ladontakoneen. Vaikka koneella kirjoittaminen on huomattavasti nopeampaa kuin latominen, tämäkin tapa ei tullut ongelmitta. Kone jäi jatkuvasti jumiin ja tukoksia piti purkaa usein. Painojälki on kuitenkin tasalaatuisempaa kuin ladotussa tekstissä, koska painettava pinta on tuliterä. Marjamäki oli mukana projektissa ja naputteli joitain tekstejä, mutta Tennilä oli päävastuussa. Kesken prosessin Tennilän kuumaladontakoneesta paloi vastus, mutta kiireessä he pääsivät onneksi Päivälehdessä museoon tekemään työn loppuun. Kuumaladonnasta järjestettiin samalla painonäytös. Marjamäki muistelee museohenkilökuntaa lämmöllä ja arvostaa heidän työtään. ”On nerokasta että sellanen on olemassa Helsingissä ja niin hyvällä paikalla.”

*Ontto harmaa* on vastaanotettu hyvin ja siitä on otettu jo toinen painos. Runoteos oli Pohjoismaisen neuvoston kaunokirjallisuuspalkintoehdokkaana, mikä on harvinaista suomalaiselle runoudelle. Palkinnot jaettiin 30.10., juuri ennen opinnäytetyöni palauttamista, mutta voittoa Suomeen ei tullut.

### 3.4.6 KIRJAN JA KÄSITYÖLÄISYYDEN MUUTTUVUUS MERKITYS

Runokirjaksi *Ei kenenkään laiturin* sai yllättävän paljon kritiikkejä päivälehdissä. Ei ole itsestään selvää et useissa lehdissä huomioitaisi runokirjoja. Poikkeuksellinen muoto ja tekotapa herättivät huomiota. Koska Marjamäki ja Tennilä ovat kuitenkin ensisijaisesti kirjoittajia, he toivoivat, että teos tulisi käsitellyksi myös tekstinä eikä vain eriskummallisena esineenä tai kuriositeettinä. Kuten kaikki runokäsikirjoitukset, sekin on harkitusti tehty, ja he miettivät, tuleeko sisältö saamaan huomiota muodon ohi. ”Oon ehkä lähinnä ollut tosi kiitollinen siitä miten asiat on menny. Suurin osa aiheesta kirjoittelusta kiinnittyi juuri muotoon, mutta kyllä sieltä osattiin myös lukea merkityksiä ja miten muoto ja sisältö voi ruokkia toisiaan.”

Sekä Marjamäen että Tennilän kirjoista *Ei kenenkään laiturin* ja *Ontto harmaa* on virheellisesti kirjoitettu, että ne on ”käsien painettu”. Marjamäen mukaan niin ei voi kuitenkaan sanoa, jos käytössä on sähköllä toimiva kone. *Ontto harmaa*, joka on ladottu kuuma-ladontakoneella, ei ole edes käsin ladottu, toisin kuin Marjamäen kirja. Myös muista Poesian kustantamista, offsetillä painetuista kirjoista kirjoitettiin yhtäkkiä, että ne ovat ”Poesian vanhalla teknologialla tekemää”, vaikka vain niiden kannet olisi painettu Heidelbergillä. Marjamäki pohtii, että tämä kertoo siitä, että erilaiset painotavat ovat nykyään vieraita asioita myös kirjallisuuden alan ihmisille.

Kysyn Marjamäeltä, näkeekö hän itsensä käsityöläisenä. Kysymys on vaikea. Työ ei ainakaan ole ”käsien painamista”, sillä kone tekee painamistyön, ei ihminen. ”Mutta jos väittäisi että toi ei olisi käsityöläistä puuhaa ni sekään ei olisi totta koska tää on ihan sormilla näpertämistä suuri osa ajasta”, Marjamäki pohtii.

Käsityön ajatus kuitenkin muuttuu modernissa maailmassa. Esimerkkinä Marjamäki mainitsee englantilaisen nuoren miehen, joka alkoi kutoa kangasta 1800-luvun koneilla. Miehen mielestä se ei ole käsityötä, sillä se on koneellistettua toimintaa. ”Kun eletään ajassa, jossa massatuotanto on niin kohtuutonta niin jo se että joku tekee koneellisesti hitaammin tai pienemmällä erällä alkaa saamaan käsityöläisyyden piirteitä”, Marjamäki selittää. Kirjan latominen oli kuitenkin hänen mukaansa miellyttävää käsityötä. ”Askartelun ja ajattelun ristisiitos on se mihin mä miellän itseni. Kirjottaminen on ajattelua ja tää on koneellistettua askartelua.”

Marjamäki pohtii käsityötuotteen ja kirjan eri lähtökohtia. ”Tällaisessa käsityöläis-konsumerismissa mulle on aika vaikea yhtälö sellanen että tehdään jotain tosi pieteetillä

ja sit myydään se tosi kalliilla jollekin superrajatulle porukalle. Kirjahan on esineenä tosi demokraattinen lähtökohtaisesti.” Kirja on helposti levitettävissä ja saatavissa, sen idea on kaukana siitä ajatusmaailmasta mihin käsityöläisyys perustuu. Siinä missä käsityöläisyydessä tehdään uraa pienten erien tekemisestä harvoille ja valituille, kirja ei ole mittojen mukaan vain yksilölle tehty vaan se on ”for all and no one”. ”Siinä on jotain hauskaa käsitteellistä ristiriitaa. Käyntikortit, hääkutsut, ne voi olla tosi mittojen mukaan tehty ja yksilöllisiä. Mut kun me ollaan tehty kirjoja niin en mä oo halunnut tehdä tolle ja tolle kirjaa, vaan oon halunnut, että kirja lähtee anonyyminä kenelle tahansa. Siinä on samalla joku massatuotannon puoli tosi voimakkaana.”

### 3.4.7 TAIDOLLISTA OMAVARAISTUMISTA

Kirjan teossa on pyörinyt mukana myös voimakkaita henkilökohtaisia vakaumusellisuuksia. Marjamäki näkee yhteyden maailman digitalisoitumisen ja ympäristöuhon välillä. ”Näiden asioiden välille pitäisi rakentaa merkityksellisiä siltoja että nähtäisiin että ne eivät ole irrallisia ilmiöitä.”

”Johonkin sellaseen eksistentiaaliseen kriiseilyyn ja kelailuun toi vähän perustu”, Marjamäki kertoo. Kun on kirjailija eikä insinööri tai maanviljelijä, Marjamäki halusi hahmottaa edes yhden tekemänsä esineen kaaren raaka-aineesta valmiiksi tuotteeksi. ”Runouden aineellisen tason kanssa oleminen on joku oma tapa silloittaa niitä aika erillisiä todellisuuksia ja olla holistisesti jonkun asian äärellä. Painamisessa mulle on ollu tärkeä se että on tullu sellanen olo että voi tehdä asioita joita arvostaa sen sijaan että itselle vain tapahtuu asioita.”

Marjamäki maalaa kuvaa siitä, että jos Suomeen tulisi talouskatastrofi, kirjoja ei ehkä olisi isoissa kustantamossa mahdollista painaa jos ei esimerkiksi ole varaa maksaa työntekijöille. *Ei kenenkään laiturin* oli ”läpällä haaste että halutaan omavaraistua sekä marxilaisittain että ympäristöllisesti.” Painokone käyttää toki ulkopuolista energiaa ja paperia, mutta taidollinen omavaraisuus oli ajatuksena mukana, jotta tarvittaessa on laitteistoa ja osaamista joilla tehdä itse. ”Nää kaunokirjallisuuden omavaraisuus-ajatukset oli myös tärkeitä.”

*Ei kenenkään laiturin* takakannessa on vielä yksi kannanotto. Kirjan takakanteen on painettu ISBN-numero ja kirjastoluokitus, mutta ei viivakoodia. ”Me tajuttiin, että oishan se nyt typerää, että tässä olisi viivakoodi, joka perustuu taas digitaaliseen lukemiseen koska tää on ei-digitaalinen kirja.” Marjamäki halusi, että kirjastoluokka 82.2 tulee ta-

kakannessa selkeästi esille, koska hänen mukaansa runokirjat ja runokustantaminen ilman suomen kirjastolaitosta olisi mahdotonta.

Vaikka viivakoodi helpottaa myymistä, Poesian näkökulmasta oli tärkeämpää helpottaa kirjastojen työskentelyä koska sitä kautta teos realistisesti leviää ja löytää lukijoita. Joissain kirjastoissa teoksen muoto on aiheuttanut närää. Jossain kirja on kuulemma sidottu niin että kannet on kiinnitetty sivuihin, jossain ne on kasettipusseissa. Marjamäkeä ei kuitenkaan haittaa, että hänen kättensä työtä on jatkojalostettu. ”Mä arvostan kirjastolaitosta niin paljon, niin mitä tahansa mitä ne haluaa tehdä että runous on saavutettavissa sillä tavalla kuin se Suomessa kirjastojen kautta on niin olen vaan tosi kiitollinen.”



---

# 4 KOHOPAINON VIEHÄTYS

---

## 4.1 MIKÄ TUOTTEISSA KIINNOSTAA?

Tässä luvussa selvittelen, mitä erikoista kohopainetuissa tuotteissa on toisaalta kuluttajien, toisaalta tekijöiden mielestä. Olen erotellut nämä aiheet toisistaan, vaikka molemmissa osioissa on päällekkäisyyksiä ja samoja teemoja. Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, ettei kohopainon nykyisellä suosiolla ole mitään yksittäistä syytä, vaan se on monien tekijöiden summa.

Ajattelin ensin koostaa osion haastatteluissa ilmi käyneistä ajatuksista, mutta löysin kuitenkin niin mielenkiintoisia kommentteja ja ajatuksia blogeista, kirjoista ja verkosta, että mielestäni ne täydentävät hyvin haastateltavien näkökulmia. Esittelen muutamalla sanalla ulkomaalaisia tekijöitä ja heidän näkemyksiään, jotta kentän kirjo näkyisi mahdollisimman laajasti. Lopuksi pohdin, miksi ilmiö on noussut suosioon juuri nyt ja miltä kohopainon tulevaisuus voisi näyttää.

Ensimmäinen asia, mikä kohopainetuissa töissä huomataan, on sen ulkonäkö. Menetelmällä tuotetuilla painotuotteilla on selkeä omintakeinen painojälki, jota on vaikea sekoittaa digiprintattuun tuotteeseen. Vaikka kohopainolla ei puristettaisikaan syvään uurrettua jälkeä, painojäljessä on arvaamaton tekstuuri, jota on vaikea toistaa digipainolla.

Kohopainettujen tuotteiden haptisuus ja käsinkosketeltavuus on nykykuluttajille uutta ja erikoista. Tätä tunnetta luo sekä syvälle paperiin painettu jälki, että myös paperin laatu ja paksuus. Monet painajat käyttävät töissään tavallisia korttipapereita kalliimpaa puuvillapaperia, joka on paksua, pehmeää ja kevyttä. Se on myös harvinaisempaa ja tuntuu selkeästi erilaiselta koskettaa kuin useimmat paperituotteet. (Männistö 2018)

David Jury kirjoittaa kirjassaan, miten hänen mielestään yksi merkittävimmistä eroista koho- ja digipainon välillä on työkalujen historia, joka on fyysisesti läsnä ajan ja työn kuluttamissa puukirjasimissa. Digipainosta on massatuotannon myötä tullut ennalta-arvattavaa. Työskenneltäessä kohopainokoneilla jokainen printti on uniikki ja originaali, eikä vain kopio alkuperäisestä, toisin kuin digitaalisesti painettu materiaali. Aiemmin tasaista ja siistiä painojälkeä oli vaikea saada, joten tasalaatuista työtä tehneitä paina-

ja ihailtiin. Asenteet ovat muuttuneet, sillä nykyään kohopainolta jopa odotetaan persoonallista ja uniikkia jälkeä. (Jury 2011, 17, 20.)

Toisin sanoen jokainen kohopainokoneella luotu printti on kuin oma taideteoksensa virheineen kaikkineen. Moni sanoo kohopainettujen tuotteiden tuntuvan ”aidommilta”. Kun voi tuntea koneen jättämän jäljen, voi uskoa, että työhön on mennyt aikaa ja ajatusta.

Kun määrät ovat painoksissa aina suhteellisen pieniä, monille ajatus rajallisuudesta lisää tuotteen arvoa. Tuote on persoonallisempi kuin vastaava, jota on tehtaassa teetetty tuhansittain. Usein tuotteissa kerrotaan, missä ja millä ne on painettu ja kenen toimesta. Tämä tuo tekijöitä lähemmäs asiakasta. Kosketettaessa painojälkeä voidaan kuvitella, kuinka joku on suunnitellut ja painanut juuri tämän kortin, jolloin voidaan kokea yhteenkuuluvuutta valmistajan ja käyttäjän välillä.

Kohopainettu painojälki on paitsi kaunista, laadukas jälki ja paperi luovat myös kuvan tyylikkyydestä. Annika Gummerus tiivistää tämän blogissaan mielestäni hyvin:

*”Huolellisesti suunnitellut ja käsityönä painetut käyntikortit ovat paitsi ilo silmälle, myös tehokkaita viestejä yrityksen ja yrittäjän arvoista. Hallitun tyylikäs käyntikortti kertoo yleensä hallitun tyylikkäästä yritystoiminnasta. Oma mottoni onkin: erottuva kortti, erottuva yritys.”* (Gummerus 2011a.)

Tästä hyvä esimerkki oli Männistön asiakkaana ollut samppanja-alan yritys, jonka käyntikortit vakuuttivat yhteistyökumppanit.

## 4.2 SYITÄ TYÖSKENTELYN TAKANA

### 4.2.1 KOHOPAINO ITSEILMAISUN VÄLINEENÄ

Kohopaino on menetelmänä hidas, vaivalloinen ja kallis, ja se vaatii erityisiä työvälineitä ja erityistä osaamista. Miksi se sitten edelleen pitää pintansa? Menetelmän käyttämiselle löytyy monenlaisia kiinnostavia ja yllättäviäkin perusteluja.

Selatessani blogeja ja keskustelupalstoja huomasin joitain yhteneväisyyksiä kohopainon harrastajien välillä. Monet olivat löytäneet painoharrastuksen hyväksi vastapainoksi toimistotyölle ja tietokoneen ääressä istumiselle. Taustatarinoita riitti moneen junaan: joku oli ollut töissä tilitoimistossa, toinen oli graafikko, kolmas taiteilija ja neljäs opettaja.

Kaikennäköinen käsityöläisyys ja pienyrittäjyys on jo jonkin aikaa ollut selkeästi nousussa. On pienpanimoja, kahvipaahtimoja ja moniin tuotteisiin on alettu liittää ”artesaani”-etuliitteitä samalla kun parrakkaat miehet ovat alkaneet kutsua itseään artesaneiksi. Käsityöläisyyttä ei liitetä enää askarteluun, vaan laatuun ja ekologisuuteen.

Siinä missä joskus tavaroista on sanottu vähättelevästi, että ne näyttävät ”käsini tehdyiltä”, on se nykyään tuotteissa usein jopa tavoiteltua. Monet löytävät elämäänsä sisältöä ja merkitystä valmistaessaan myytäväksi ainakin osittain käsintehtyjä tuotteita.

Annika Gummeruksen blogikirjoitus käsityön arvosta ja sen tekemisestä summaa mielestäni hyvin ajatuksen käsityöläisyyden takana:

*”Ilman käsityötä maailma ei toimisi. Ainakaan se ei toimisi yhtä kauniisti. Käsityö on epätäydellisyyden ja täydellisyyteen pyrkimyksen liitto. — Käsityön tekemisestä on varmasti jokaisella lukijalla omakohtainen kokemus. Se voi herättää vastenmielisyyttä tai taivaita hipovaa mielihyvää. Tai sitten näitä molempia vuorotellen. Yhtäkaikki, käsityöläiseksi ryhtyminen on tunneperäinen juttu. Sitä joko haluaa tai ei. Sen vuoksi kärsii ja voittaa.”* (Gummerus 2011b)

## 4.2.2 PARAS TYÖKALU

Jopa Erik Spiekermannilla, maailmankuululla graafikolla ja typografilla, on oma painostudio, p98a, Berliinissä. Fotopolymeerilaattojen valottaminen ja pesu on vaivalloista, eivätkä ne ole kirjan painamiseen tarpeeksi kestäviä ja tarkkoja. Spiekermannin studio on keksitty uusi tapa luoda painolaattoja nailonista. p98a:ssa on painettu kirjoja vanhoilla koneilla, joita on modifioitu reippaalla kädellä tehokkaammiksi ja studion tarkoituksiin sopivammiksi. (Brewer 2017.)

Erik Spiekermann sanoo, että kaikki huomaavat p98a:n painamisessa kirjoissa painovärin erityisen syvän mustan sävyn. Hänen mielestään se onkin suurin ero digitaalisen ja kohopainon välillä. Teksti kirjan sivuilla tuntuu käsin kosketeltavalta, musta väri on mustempi ja jokainen kirja on uniikki myös massatuotettaessa, hän tiivistää. (Fleishman 2017a.)

Dafi Kühne taas on Zürichissä vaikuttava graafinen suunnittelija, joka toteuttaa julisteita kohopainotekniikalla modernilla otteella studiossaan Babyinktwice. Hän yhdistelee töissään mm. vanhoja puu- ja metallikirjasimia, itse kaiverrettuja linolevyjä sekä 3D-printattuja ja laserleikattuja kirjasimia. Lähes jokaisesta tekemästään työstä hänellä on myös prosessivideo josta on mielenkiintoista seurata julisteiden monimutkaisia työvaiheita. Hän kirjoittaa sivustollaan, ettei käytä kohopainoa sen itsensä vuoksi, vaan että se on vain hänen työskentelylleen paras työkalu. Hän haluaa kontrolloida painoprosessin eri osia, kuten paperin laatua, sekoittaa painovärin itse ja säättää painon asetukset joka julisteeseen sopivaksi. (Kühne 2018.)

## 4.2.3 PAINOKONEIDEN KAUNEUS

Kohopainokoneet ovat usein kauniita mekaniikan taidenäytteitä. On ihmisiä, jotka arvostavat taidolla tehtyjä, kestäviä koneita. Annika Gummerus kertoo, miten Paintek Pihlajamäen painotalon vierailijat kiinnittävät aina huomiota hänen Heidelbergin painokoneeseen. ”Sen jylhä olemus, sen äärelle jengi pysähtyy. Siinä on karismaa.” Hän sanoo, että ihmiset haluavat tarinoita ja pohtii mitä kaikkea yli 60 vuotta vanha painokone on nähnyt. ”Ei digissä ole mitään tunnetta”, hän julistaa. (Gummerus 2018.)

Briar Pressin keskustelufoorumilla australialainen graafikko Nathanael Jeanneret kertoo olevansa ylpeä kaikista painokoneistaan. Hän on tyytyväinen tietäessään, että on

pelastanut ainakin yhden koneen joutumasta puretuksi. Hänen painokoneensa ovat vanhempia kuin kukaan hänen sukulaisistaan, ja Jeanneret kokee merkitykselliseksi huoltaa ja säilyttää perintöä myös tulevalle sukupolvelle. (Briarpress 2011)

Vanhojen kohopainokoneiden mekaniikka kestää hyvällä huollolla vuosikymmeniä. Painokellarin ”Heikku” on ollut käytössä 60 vuotta, josta viimeiset 15 vuotta Päivälehdessä museossa. Sen toimintakunnon ylläpitämiseen on museossa käytetty rahaa noin 500 euroa lukuun ottamatta insidenttiä, jossa työkalu putosi koneen sisuksiin. Seppo Laakson mukaan modernien offset-painojen käyttöikä on noin 10 vuotta, ja silloinkin niihin on pitänyt vaihtaa paljon kalliita osia. (Laakso 2018.)

Raisa Marjamäki puhuu myös vanhan mekaniikan puolesta. Häneltä meni monta tietokonetta rikki lyhyen ajan sisällä ja hän turhautui kun ei ollut mitään tapaa tai kiinnostusta korjata niitä itse. Kohopainokoneet sen sijaan on suunniteltu ja rakennettu sillä ajatuksella, että käyttäjä voi korjata pieniä vikoja itse ja varaosia on saatavilla. Mekanismi on avoin, toisin kuin monissa nykyaikaisissa, elektronisissa laitteissa.

## 4.2.4 TEKNOLOGIAN VASTAISUUTTA JA ANARKIAA

Mielenkiintoinen tutkimuksessani esille tullut asia on joissakin ihmisissä virinnyt teknologiavastaisuus. Kohopainetuissa tuotteissa on jotain lohduttavan perinteistä, kuin kaikuja menneestä, johon voi tarttua, kun digitaalinen maailma tuntuu liian aineettomalta.

Englanninkielisellä kohopainoon keskittyvällä keskustelufoorumilla nimeltä Briar Press on keskusteltu aiheesta monitahoisesti. Nancy Collins kysyi jo tammikuussa 2011: miksi tai miten kohopainosta on tullut niin suosittua viime vuosien aikana? Nimimerkki ”Milkandtoast” on kommentoinut 1.2.2011 seuraavasti:

*”Olen 24-vuotias ja olen kasvanut tietokoneiden keskellä. En vain niiden seurassa vaan myös koko tietokone-alan kanssa. Olen opetellut kaunokirjoitusta, mutta myös pelannut pelejä levykkeiltä. Luulen että monella ikäiselläni ja hieman vanhemmalla on ristiriitainen suhtautuminen teknologiaan. Minulla ainakin on viha-rakkaussuhde elektroniikkaan. Siksi rakastan mennä kellariini, sekoittaa painomustetta ja painaa kirjakeilla, jotka on tehty ennen syntymääni, koneella, joka on tehty ennen isovanhempieni syntymää.”*

Törmäsin tutkimuksessani myös voimakkaisiin henkilökohtaisiin vakaumuksiin. Esimerkiksi Marjamälle tärkeää oli se, että hän pystyi kaiken aineettoman keskellä hahmottamaan edes yhden tekemänsä esineen kaaren suunnitelmasta ja raaka-aineesta valmiiksi teokseksi. Hän kokee näin pystyvänsä olemaan vastuussa tuotteen aineellisesta perustasta. Myös eräänlainen omavaraisuus on Marjamäelle tärkeää. Hän haluaisi tulla toimeen mieluummin kokonaan ilman digilaitteita.

Samaa anarkistista näkökulmaa on myös muilla. Olen tilannut vuoden Ker-Bloom! -zineä, jota on tehnyt nimimerkki Art Noose yli 20 vuotta. Zinet koostuvat lyhyistä tosielämän tarinoista, jotka on painettu kohopainolla, osittain polymeerilaatoilla ja osittain käsin ladottuna. Art Noose kertoo haastattelussaan (Zination 2015), miten hän on seurannut ilolla kohopainon suosion kasvua. Yhdeksi syyksi hän näkee sen, että netin myötä kaikki on paljon helpommin löydettävissä ja jaettavissa.

Art Noose halusi radikaalina nuorena aloittaa oman zinen tekemisen vuonna 1996. Hän oli opiskellut kohopainoa taidekoulussa ja se sattui olemaan hänelle tutuin julkaisu-metodi. Hänellä oli myös romantisoitunut kuva 1700-luvun anarkisteista, jotka levittivät omissa painoissaan painettuja manifestejaan, ja hän koki itsensä osaksi samaa itsenäisten kustantajien jatkumoa. Tämä saattaa olla monen muunkin kohopainajan lähtökohtien syynä.

## 4.3 MIKSI JUURI NYT? MITÄ SEURAAVAKSI?

Kun etsin syitä sille, miksi kohopainon suosio on noussut juuri nyt, vastaus on lähes aina ensimmäisenä internet. Internetin myötä sille ominainen jakamiskulttuuri ja sosiaalinen media ovat vallanneet arjen. Niiden myötä uusiin asioihin ja ilmiöihin voi törmätä helpommin ja lisää tietoa löytää nopeasti ja helposti. Tämä on varmasti vaikuttanut kuluttajien tietoisuuteen kohopainon olemassaolosta. Internet on varmasti alentanut myös kynnystä alkaa itse harrastaa painamista, kun ohjeita löytyy videotutoriaaleista, apua voi kysyä alan keskustelufoorumeilta ja monet tarvikkeet voi tilata ulkomailta verkkokaupasta.

Tietokoneet ovat myös helpottaneet koko kohopainotyön tekemistä. Kun piirto-ohjelmilla voi suunnitella typografian ja ulkoasun fotopolymeerilaatalle vaivaamatta päättään latomisen opettelulla tai kirjakkeiden hankkimisella, kynnyks on jälleen alempana. Työtunteja säästyy kymmeniä ellei satoja riippuen esimerkiksi tekstin määrästä ja monimutkaisuudesta.

Trendit vaikuttavat myös aina suosioon. Esimerkiksi kohopainetut hääkutsut pongahtivat pinnalle, kun Martha Stewart teki niitä tunnetuksi 1990-luvun lopulla, ja ne ovat pitäneet pintansa tähän asti. Varsinkin hääbisneksessä seurataan trendejä ja ulkomaisia alan blogeja, joten ne ovat varmasti tuoneet kohopainon tavallisten kuluttajien tietoisuuteen.

Näiden melko yksinkertaisten selitysten lisäksi pinnan alta löytyy myös filosofisia kysymyksiä. Luettuani kommentteja painoalan foorumeilta internetistä huomasin yhteneväisyyksiä nuorten tekijöiden välillä. Monilla aikamme diginatiiveilla on ristiriitainen suhde elektroniikkaan, mikä näkyy kaipuuna johonkin konkreettiseen ja käsinkosketeltavaan, "aitoon". Milleniaalien valtakaudella individualismista on tullut entistä tärkeämpää. Sosiaalinen media kasvattaa henkistä kilpailua, ja havaittavissa on jonkinlainen pyrkimys merkityksellisyyteen. Joillekin kohopainon harrastaminen on tuonut sitä kaivattua konkreettisuutta heidän elämäänsä.

Kohopainoala on jo muuttunut vanhoista ajoista, kun nykyään valtaosa tekijöistä käyttää yksittäisten kirjasinten sijaan fotopolymeerilaattoja. Tietokoneet ovat muuttaneet paljon myös kohopainotuotteiden visuaalisuutta, kun fonttien määrä on rajaton ja kuvia ja koristeita on helppo lisätä tuotteeseen. Uusi teknologia on mahdollistanut myös Daf

Kühnen kaltaisia graafisia suunnittelijoita kokeilemaan erilaisia tapoja soveltaa vanhoja painovälineitä. 3D-tulostimet, laserleikkurit ja muut yleistyvät laitteet muuttavat taas tekotapoja, kun tietokoneella voi suunnitella kirjaintyyppin, tulostaa kirjakkeet ja vielä koristella ne laserleikkurilla.

Mitä siis seuraavaksi? On kiinnostavaa nähdä, mihin esimerkiksi Erik Spiekermannin uusi keksintö nylonlaattoineen johtaa. Mahdollisuudet ovat miltei rajattomat. On luultavaa, että keksintö lisää kohopainon suosiota. Se voi olla paitsi pelkkä nopea tuotantoväline, myös potentiaalinen itseilmaisun väline.

David Jury ilmaisee vahvasti, että kohopainoa ei tulisi tehdä kohopainon itsensä vuoksi. Hänen mielestään painajan tulisi ehdottomasti kyseenalaistaa omat pyrkimyksensä. Työkalujen ja -prosessin opetteleminen on helppoa, mutta ilman pohdittua motivaatiota ja hyvää designia sekä työ että lopputulos on hänen mukaansa teeskentelyä. Hän kirjoittaa myös, että taidon tulisi koko ajan kehittyä, eikä pitäisi jäädä kopioimaan vanhoja tyyliä ennalta-arvattavien pastissien muodossa. Juryn mukaan kohopainon tulevaisuus on kiinni uusien sukupolvien luovasta ajattelusta, sillä olisi tärkeää löytää uusia tapoja tehdä moderniin kerrontaan sopivia töitä. (Jury 2011, 24, 90.)

Juryn mielipide saattaa kuulostaa tuomitsevalta mutta selatessani uusia kohopainotöitä internetistä ajattelin kuitenkin samaa. On studioita, joilla on hienot koneet ja laitteet, mutta työt toistavat itseään tai niistä tuntuu puuttuvan näkemystä. Tämä voi johtua siitä, että kaikilla tekijöillä ei ole graafista tai taiteellista taustaa, vaan he tulevat muilta aloilta innostuneena käsin tekemisen antamasta vaihtelusta tietokoneen tuijottamiseen.

---

# 5 YHTEENVETO

---

## 5.1 OPINNÄYTETYÖN KOOSTE

Miksi haastateltavani haluavat painaa kohopainolla? Yhteistä heille kaikille on, että he näkevät kohopainetuissa tuotteissa äärimmäistä kauneutta. Ne ovat heille eräs itseilmaisun väline. Kaikki haluavat tehdä jotain, jonka kokevat merkitykselliseksi, mielellään käsillään. Kaikkien mielestä työ on hyvin palkitsevaa, vaikka siitä on erittäin kova vaiva eikä aina etukäteen tiedä, minkälainen printti koneesta tulee.

Kohopainotekniikka palvelee kaikkien haastateltavieni työtä jollain tietyllä tavalla. Joitakin töitä ei muulla tekniikalla voisi pieniä määriä toteuttaakaan, kuten paksuja paperi- ja pahvituotteita. Haastateltavat myös arvostavat painokoneita ja niiden historiaa. Marjamäellä on lisäksi omaleimainen ajatus omavaraisuudesta kirjojen tekemisen suhteen.

Kaiken kaikkiaan vaikuttaa siltä, että käsillä tekemisen ja itseilmaisun nousu tukee kohopainotekniikan säilymistä ja kehittämistä. Menetelmän käyttäjät kokevat tekevänsä jotain merkityksellistä vastapainona nykyarjen digitaalisuudelle. Jotkut kokevat itsensä jopa anarkisteiksi vastustaessaan tietotekniikan kaikkivaltaisuutta. Konkreettisia painokoneita ja niiden historiaa arvostetaan taas uudella tavalla.

Paradoksaalista on, että juuri digitalisaation kautta tieto kohopainotekniikasta on levinnyt laajalle internetissä, mikä monien mielestä on mahdollistanut kohopainotekniikan uuden nousun. Ilman internetiä kiinnostusta saattaisi olla, mutta realistisista mahdollisuuksista tekniikan käyttämiseen olisi vaikea saada tietoa ja käsitystä. Samoin painotuotteiden markkinointi olisi erittäin haastavaa.

Kohopainotuotteiden käyttäjät ja ostajat puolestaan arvostavat niiden yksilöllisyyttä, laatua ja kauneutta. Näistä ominaisuuksista he ovat valmiita myös maksamaan. Kohopainotuotteen tilaajina he pääsevät osaksi pitkää historiallista ketjua vastaavien tuotteiden käyttäjinä. Tämä saattaa tuottaa syvääkin tyydytystä digitaalisen aineettomuuden keskellä.

## 5.2 MITÄ OPIN

Opinnäytetyö on ollut suurimpia urakoita mitä olen itse tehnyt alusta loppuun. Projektinhallinta ja työn kokonaisuuden hahmottaminen oli vaikeaa ja mahdollista materiaalia kertyi paljon. Oli vaikea päättää, mihin keskittyisin, kun minua kiinnosti oikeastaan kaikki. Tutkimuskysymysten rajaaminen oli hankalaa, kun en olisi raaskinut jättää mitään pois.

Kokonaisuus ei ole yhtä eheä kuin mitä toivoisin, mutta olen tyytyväinen, että se on nyt valmis. Työn edetessä sain jatkuvasti muistuttaa itseäni siitä, ettei tekstin tarvitse olla täydellistä, pääasia että sitä on ja että siinä on tarvittavat keskeiset asiat.

Aiheen valintaan olen edelleen tyytyväinen, se jaksoi kiinnostaa loppuun asti. Kohopaino on mielestäni liian tuntematon media ja toivon, että työni valottaa aihetta. Toivoisin myös, ettei tekniikkaa nähtäisi vain historiallisena muistona, vaan potentiaalina työkaluna taiteen ja käyttötavaran valmistukseen.

Olen tyytyväinen, että tein opinnäytetyöhöni haastatteluja, sillä sain tapaamisista paljon irti. Haluankin tässä yhteydessä kiittää kaikkia haastateltuja.

Männistöltä opin paljon ladotusta ja kohopainetusta typografiasta ja sen pienistä eroista digipainettuun ympäristöön. Oli kiinnostavaa kuulla kirjasinten ja kirjaintyyppien historiasta ja miten niiden käyttö on muuttunut. Viihdyttävää oli myös keskustella typografian nykytilasta ja parjata sen kehnoa käyttöä.

Gummeruksen kanssa oli innostavaa keskustella ja oli hauska tavata samanhenkinen ihminen, jonka kanssa intoilla esteettisesti miellyttävistä asioista. Puhuimme myös mahdollisesta yhteistyöstä jonkun tulevan projektin parissa. Haastattelusessio Marjamäen kanssa sisälsi paljon keskustelua omavaraistumisesta ja ekologisuudesta, jotka ovat hiljattain nousseet kiinnostuksen kohteikseni. Sain siitä paljon ideoita ja ajattelemisen aihetta, vaikka osa teemoista oli kaukana työni aiheista.

Oli kiinnostavaa tavata alan vanhoja ammattilaisia Päivälehdessä museossa. Olen samaa mieltä Gummeruksen ja Marjamäen kanssa siitä, että Painokellarissa tehdään

tärkeää työtä kohopainotaidon ylläpitämiseen. Olen jo sopinut henkilökunnan kanssa, että voin tulevaisuudessa mennä omin avuin painamaan omia töitäni. Olisin toivonut voivani itse painaa jo opinnäytetyön rinnalla töitäni Painokellarissa. Aikataulut eivät kuitenkaan sopineet, kun päästessäni töistä museo oli jo menossa kiinni.

Kaiken kaikkiaan olen työn kuluessa innostunut kohopainosta entisestään, ja uskon työskenteleväni sen parissa vähintäänkin antoisana harrastuksena. Olen tämän ja aiempien töitteni ansiosta mukavasti verkostoitunut, ja sekin avaa mahdollisuuksia jatkaa aiheen parissa. Olen jopa harkinnut pienen käsikäyttöisen Adana-koneen hankkimista. Vaikka parempi ehkä ensin kokeilla uusien tuttavuuksieni painostudioilla henkilökohtaisesti, kuinka raskasta se työskentely oikeasti on.

---

# LÄHTEET

---

## KIRJALÄHTEET

Hirsjärvi, Sirkka; Hurme Helena 2001. Tutkimushaastattelu, Helsinki: Yliopistopaino

Houston, Keith 2016. The Book: A Cover-to-Cover Exploration of the Most Powerful Object of Our Time. New York: W.W. Norton & Company

Jury, David 2006. Letterpress: The Allure of the handmade. Hove, Iso-Britannia: RotoVision

Kujamäki, Petri 2015. Kirjakeista kirjataiteeseen. Opinnäytetyö (LAMK). Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, graafisen suunnittelun tutkinto-ohjelma.  
[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/90419/Kujamaki\\_Petri.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/90419/Kujamaki_Petri.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Luettu 14.9.2017).

Modin, Bruno 1964. Kohopainotekniikka. Helsinki: Graafinen keskusliitto

Pajatti, Armas 1967. Latomisen taito. Helsinki: Graafinen Keskusliitto

Rivers, Charlotte (toim.) 2000. Reinventing Letterpress: Prints by Contemporary Practitioners. Hove: RotoVision

Twyman, Michael 1998. The British Library Guide to Printing: History and Techniques. Lontoo: The British Library

## VERKKOLÄHTEET

Brewer, Jenny 2017. "Hacking Heidelberg: how Erik Spiekermann came to reinvent the printing process". It's Nice That.  
<https://www.itsnicethat.com/features/erik-spiekermann-reinvents-letterpress-printing-p98a-graphic-design-210817> (luettu 10.4. 2018).

Briar Press, 2011. How/why letterpress has become so popular. Briar Press.  
<http://www.briarpress.org/24836> (luettu 26.3.2018).

Fleishman, Glenn 2017a. Erik Spiekermann makes a deep impression by marrying new to old. Medium.  
<https://medium.com/@glennf/erik-spiekermann-makes-a-deep-impression-by-marrying-new-to-old-f7d9df4119ce> (luettu 10.4.2018).

Fleishman, Glenn 2017b. How Letterpress Printing Came Back from the Dead. Wired.  
<https://www.wired.com/story/how-letterpress-printing-came-back-from-the-dead/> (luettu 10.4.2018).

Gummerus, Annika 2011a. Studio Unicco.  
<http://studiounicco.blogspot.com/2011/11/distinctive-business.html> (Luettu 20.10.2018).

Gummerus, Annika 2011b. Studio Unicco.  
<http://studiounicco.blogspot.com/2011/10/these-hands-are-made-for-printing.html> (Luettu 20.10.2018).

Kühne, Dafi 2018. Babyinktwice.  
<http://www.babyinktwice.ch/> (luettu 16.3.2018).

Männistö, Sakari n.d. Letterpress House.  
<http://www.letterpresshouse.com/> (luettu 10.3.2018).

Zination, 2015. Afternoon with Artnoose. Zine Nation.  
<https://zination.org/2015/11/02/an-interview-with-letterpress-zinester-artnoose/> (luettu 25.1.2018).



Ylikangas, Maaria 2014. Kirja on pieni ydinsukellusvene. Luutii.  
<http://www.luutii.ma-pe.net/kirja-on-pieni-ydinsukellusvene/> (luettu 14.2.2017).

## HAASTATTELUT

Gummerus, Annika. Kohopainoyrittäjä. Studio Unicco. Haastattelu: 26.3.2018.

Marjamäki, Raisa. Kirjailija. Haastattelu: 28.3.2018.

Männistö, Sakari. Kohopainoyrittäjä. Letterpress House. Haastattelu: 16.3.2018

Laakso, Seppo. Päivälehden museo. Haastattelu: 22.4.2018.

## KUVALÄHTEET

Kuva 1 Indiana University, The Lilly Library Digital Collections n.d. Gutenberg Bible, New Testament. <http://www.indiana.edu/~liblilly/digital/collections/items/show/37> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 2 Dave Gray n.d. Gutenberg's Press. <https://www.flickr.com/photos/davegray/6319799633/sizes/m/in/photostream/> (Viitattu 30.10.2018)

Kuva 3 Kuvapankki Freepik n.d. <https://www.freepik.com/> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 4 Harriet Dohmeyer 2017. Bleibuchstaben für die digitale Zukunft. <https://fink.hamburg/2017/06/bleibuchstaben-fuer-die-digitale-zukunft/> (Viitattu 15.3.2018)

Kuva 5 <https://en.wikipedia.org/wiki/Typesetting> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 6 Harriet Dohmeyer 2017. Bleibuchstaben für die digitale Zukunft. <https://fink.hamburg/2017/06/bleibuchstaben-fuer-die-digitale-zukunft/> (Viitattu 15.3.2018)

Kuva 8 Lasting Impressions 2011. <http://letterpressdaughter.blogspot.com/2011/02/letterpress-make-ready-ill-do-anything.html> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 10 Daniel Macdonald n.d. <https://www.flickr.com/photos/danielmacdonald/5996637590/> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 11 Ruby's Tuesday Letterpress. <http://www.rubystuesday.com.au/> (Viitattu 15.10.2017)

Kuva 12 p98a Berlin Instagram. <https://www.instagram.com/p98a> (Viitattu 10.4.2018)

Kuva 14 Sakari Männistö 2016. Letterpress House. [www.letterpresshouse.com/](http://www.letterpresshouse.com/) (Viitattu 15.3.2018)

**Kuvat, joita ei mainita kuvälähteissä: Ida Juva 2018.**