

Osaamista  
ja oivallusta  
tulevaisuuden  
tekemiseen

Noora Karjalainen

# Mikä tekee zinestä zinen?

Tarkastelussa zinen luonne

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

15.5.2020

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b>	Noora Karjalainen
<b>Otsikko</b>	Mikä tekee zineistä zinen? – Tarkastelussa zinen luonne
<b>Sivumäärä</b>	34 sivua
<b>Aika</b>	15.5.2020
<b>Tutkinto</b>	Medianomi
<b>Tutkinto-ohjelma</b>	Viestinnän tutkinto-ohjelma
<b>Suuntautumisvaihtoehto</b>	Graafinen suunnittelu
<b>Ohjaaja(t)</b>	Lehtori Kai Talonpoika

Tämä opinnäytetyö käsittelee sitä, mikä tekee zineistä zinen. Työn tavoitteena on kartuttaa tekijän tietämystä zineistä ja täten saada valmiudet oman zinen tekoon. Opinnäytetyö koostuu kirjallisesta katsauksesta zinen piirteisiin ja luonteeseen, sekä toiminnallisesta osuudesta, jossa käydään läpi oman zinejulkaisun työprosessia.

Työn painopiste on zinen luonteessa. Zinen luonnetta käsitellään siten, miten se perinteisesti nähdään, ja kuinka julkaisu on muuttunut myös koskemaan esimerkiksi digitaalisia julkaisuja. Zinen piirteitä ja rajoja pohditaan peilaamalla niitä myös Kanye Westin tekemään kaupallista hyötyä tavoittelevaan julkaisuun. Pohdinnan alla on, täyttääkö Westin julkaisu zinen piirteet ja muistuttaako se jotain toisenlaista julkaisua. Käsittely nojaa vahvasti omaan pohdintaan, sillä tietoa aiheesta löytyi rajallisesti.

Työ osoitti, että zinelle tyypillistä on ei-kaupallisuus, epävirallisuus ja omakustanteisuus. Lisäksi zinejulkaisussa näkyy tekijän oma kädenjälki ja visio. Painetun julkaisun lisäksi käsitys zineistä on laajentunut koskemaan digitaalista zineä eli e-zineä. Zinen rajat ovat häilyvät, joten yhtä oikeaa vastausta siihen, täyttääkö Kanye Westin YEEZY Season -zine zinen piirteet, on hankala antaa.

Työn toiminnallinen osuus avaa zineprojektin työvaiheita. Kyseessä on tekijän ensimmäisen zine. Julkaisussa on henkilökohtainen lähestymistapa. Habits-zine on kollektiivinen päiväkirja, joka käsittelee tapoja, joita ihmisillä on.

Pohdinta työssä osoittaa, että YEEZY Season -zine täyttää osan zinen piirteistä esimerkiksi ulkoasunsa puolesta, mutta kaupallisuus on piirre, joka erottaa Westin julkaisun perinteisesti nähdystä zineistä. YEEZY-tuotteiden esille tuonti vihjaa siitä, että julkaisu yrittää myydä niitä. Tämän vuoksi julkaisu muistuttaa lookbookia. Opinnäytetyön tekijän oma zineprojekti mahdollisti uusien asioiden ja tekniikoiden kokeilun. Kirjallisesta osuudesta saatu tieto auttoi oman julkaisun teossa.

<b>Avainsanat</b>	zine, itsenäinen julkaisu, julkaisun suunnittelu, graafinen suunnittelu, Kanye West
-------------------	---

## Abstract

<b>Author(s)</b>	Noora Karjalainen
<b>Title</b>	What makes a zine a zine? – Observing the nature of a zine
<b>Number of Pages</b>	34 pages
<b>Date</b>	15 May 2020
<b>Degree</b>	Bachelor of Culture and Arts
<b>Degree Programme</b>	Media
<b>Specialisation option</b>	Graphic Design
<b>Instructor(s)</b>	Kai Talonpoika, Senior Lecturer

This Bachelor's thesis is about what makes a zine a zine. The purpose is to increase understanding of the subject. This final project consists of two parts: a theoretical part and a project part, which is the author's own zine project. The project part shows the working process of making the zine.

The focus of the thesis is to find out what kind of a publication a zine is. Zines are defined through analyzing Kanye West's YEEZY Season zine. The thesis discusses whether Kanye West's publication fits the definition of a zine and whether it shares features with other kinds of publications. Not much information was found on the subject, so largely personal reflections are presented.

As a result, this project shows that a common feature to a zine is that it is non-commercial and self-published. It can be a printed or digital publication. Another typical feature of a zine is that the author's vision can be seen in the publication. The definition of a zine is flexible. That is why it is difficult to say whether West's YEEZY Season zine is a zine or some other kind of publication.

The author also created her first zine. The zine has a personal approach to the author and the publication is a collective diary which shows different habits people have.

In conclusion, the YEEZY Season zine has some of the features of a zine. For example, the layout of the publication is that of a zine. The commercial purpose of the publication is a feature that distinguishes it from a traditional zine. Because of showing YEEZY products, it seems like the publication tries to sell the products, and because of that the publication seems like a lookbook. The author's own zine project made it possible to try and learn new things. Knowledge gained from the theoretical part helped carrying out the author's own zine project.

<b>Keywords</b>	zine, independent publishing, publication design, graphic design, Kanye West
-----------------	--







▲ **Kuva 1.** Maalaus toiminnallisen osuuden zineprojektista.

## Sisällys

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Mikä on zine?</b>	<b>2</b>
2.1	Määritelmä	2
2.2	Myynti ja saatavuus	3
2.3	Zinen ja aikakauslehden erot	4
<b>3</b>	<b>Historiaa</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>E-zine painetun zinen rinnalla</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Zinestä valtavirtaan</b>	<b>10</b>
<b>6</b>	<b>Kaupallinen zine?</b>	<b>14</b>
6.1	Zinen tyypilliset sisällölliset ratkaisut	15
6.2	Hinta	18
6.3	Katalogi ja lookbook	19
6.4	YEEZY Season -zinen yhteenveto	20
<b>7</b>	<b>Oma zineprojektini</b>	<b>21</b>
7.1	Prosessi	21
7.2	Pohdinta	24
<b>8</b>	<b>Yhteenveto</b>	<b>27</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>31</b>
	<b>Kuvalähteet</b>	<b>34</b>

# 1 Johdanto

Opinnäytetyössäni käsittelen sitä, mikä tekee omakustanteisesta pienjulkaisusta zineistä zinen. Työssäni etenen määrittelemällä ensin, mikä on zine, ja käyn läpi sen historiaa. Tämän jälkeen käsittelen digitaalista zineä eli e-zineä ja sitä, miten se sopii perinteisen zinen määritelmään. Perehdyn työssäni myös siihen, kuinka omakustanteinen zine voi muuttua kaupalliseksi suuren levikin julkaisuksi. Käsittelen myös zinen rajoja pohtimalla, täyttääkö kaupallista hyötyä tavoitteleva, itseään zineksi kutsuva julkaisu zinen piirteet. Opinnäytetyössäni näytän esimerkkejä painetuista ja digitaalisista zineistä. Opinnäytetyöni toiminnallisena osuutena toteutan oman zinen, jonka tekoprosessia avaan viimeisessä luvussa.

Rajaan työtäni niin, että työn painopiste on zinelle tyypillisten piirteiden käsittelyssä, eikä niinkään esimerkiksi historiassa. Sivuan historiaa työssäni, mutta käsittelen sen pääpiirteittäin saadakseni yleiskatsauksen siitä. Luvussa 6 pohdin, sopiiko Kanye Westin ja valokuvaaja Jack Nickersonin yhteistyössä tehty YEEZY Season -zine zinen määritelmään. Tarkoitukseni ei ole löytää tähän yhtä oikeaa vastausta, vaan pyrkimykseni on tarkastella kyseisen julkaisun ominaisuuksia ja pohtia sen sopivuutta zineen käyttäen hyödyksi lähteistä saamaani tietoa. Heijastan zinen piirteiden toteutumista aineistonani toimivan Kanye Westin YEEZY Season -zinen kautta. Koen, että työni kannalta minun ei ole tarpeellista käsitellä luvussa useampaa kuin yhtä julkaisua, sillä käsittelen asiaa esimerkkikohtaisesti.

Opinnäytetyöni aineistona käytän Kanye Westin YEEZY Season -zineä, ja lähteinä zineistä kertovia kirjoja, valmista haastattelua, blogikirjoituksia sekä artikkeleita, jotka liittyvät zineihin ja muihin julkaisuihin. Paljolti käyttämäni kirjallinen lähde työssäni on Teal Triggsin *Fanzines*-kirja (2010). Triggsin teos on osoittautunut hyväksi lähteeksi, sillä se kattaa laajasti asiaa zineistä. Vaikka teos on jo yli 10 vuotta vanha, on sen sisältämä asia zineistä julkaisuina vieläkin ajankohtaista. Muuta painettua kirjallisuutta aiheesta löytyy niukasti, mutta verkkolähteitä sen sijaan löytyy enemmän. Työssäni käytetyt verkkolähteet ovat suurelta osin artikkeleita ja blogikirjoituksia. Vaikka lähteissäni on myös blogikirjoituksia, pidin kuitenkin huolen siitä, että hankkiessani lähteitä niiden tarjoama tieto on vakavasti otettavaa ja validia selvittämällä, kuka kirjoitetun tekstin takana on.

Opinnäytetyöni tekoon ajaa oma kiinnostukseni aiheeseen. Haluan tarkastella aihetta sen takia, että minulla ei ole juurikaan aiempaa kokemusta ja tietämystä zineistä. Lähestyn aihetta oppimisen kannalta, ja työn tarkoituksena onkin lisätä ennen kaikkea omaa tietämystäni zinejulkaisuista sekä hankkia valmiudet oman zineni toteuttamiseen osana opinnäytetyötäni. Työni soveltuu heille, joita zinet kiinnostavat ja joilla ei ole vahvaa tietämystä aiheesta ennestään.

## 2 Mikä on zine?

### 2.1 Määritelmä

Työssäni on oleellista lähteä liikkeelle siitä, kuinka zine määritellään. Cambridge Dictionaryn mukaan zine on pieni lehti, joka on toteutettu edullisesti yhden tai useamman tekijän toimesta, ja joka kertoo aiheesta/aiheista, josta tekijät ovat kiinnostuneita (Cambridge Dictionary 2020c). Merriam-Webster Dictionary antaa zinen määritelmäksi ei-kaupallisen, usein kotitekoisen painetun- tai verkkojulkaisun, joka tavallisesti on keskittynyt johonkin spesifiin tai epätavanomaiseen aiheeseen (Merriam Webster Dictionary 2020b). Teal Triggs, Royal College Of Artin viestinnän laitoksen graafisen suunnittelun professori, kertoo kirjassaan *Fanzines*, että zine on lyhenne sanasta fanzine, joka taas on saanut juurensa sanoista fan ja magazine. Myös Triggs kertoo teoksessaan zinejen olevan ei-kaupallisia, epävirallisia amatöörijulkaisuja. Ne voivat olla käsin tehtyjä leikkaamalla ja liimaamalla, valokopioituja, painettuja julkaisuja, nettisivuilta ladattavia PDF-tiedostoja tai verkossa esiintyviä e-zinejä. (Triggs 2010, 10–12.) Luvussa 4 käsittelen verkossa julkaistua zineä tarkemmin.

Mental Floss -sivustolla Chloe Arnold muistuttaa artikkelissaan *A Brief History of Zines*, että zinejulkaisuiden pieni levikki, omakustanteisuus ja edullisuus tai ilmaisuus toimivat ennemminkin ohjenuorana kuin sääntönä (Arnold 2016). Tämä tuo tulkinnanvaraisuutta sekä joustavuutta zinen määritelmälle.

Triggsin teoksesta käy ilmi, että zinet ovat riippuvaisia niiden itsenäisyydestä, ja ne edistävät vapaata ilmaisua ilman sensuuria. Zinejen tekijät eivät niinkään välitä tekijänoikeuksista, oikeinkirjoituksesta tai oikeaoppisesti tehdystä ulkoasusta, vaan he keskittyvät enemmänkin kommunikoimaan tietyn aiheensa kautta saman henkisten ihmisten kanssa. Julkaisut ovat usein poliittisesti valveutuneita ja voivat muodostaa tärkeän verkoston vaihtoehtoisten kulttuurien kommunikoinnille. Kaikki julkaisut eivät kuitenkaan ole poliittisia. Niiden aihepiirit voivat olla mitä vain, mistä tietty joukko ihmisiä on kiinnostuneita, esimerkiksi urheilusta ja televisiosta kirputoriostoksiin ja oluen juontiin. Joillekin taas zinen tarkoituksena on hyvin henkilökohtainen itseilmaisu. Näille perzineksi (personal zine) kutsutuille julkaisuille on tyypillistä tekijän hyvin henkilökohtainen kuvaus tai tarina elämästään. (Triggs 2010, 7–12.)

### 2.2 Myynti ja saatavuus

Mark Toddin ja Esther Pearl Watsonin teoksessa *Whatcha mean, whats's a zine?* kerrotaan, että zinejä myydään kirjakaupoissa, niitä löytyy zine-kirjastoissa ja ne ovat vaihdettavissa sarjakuvatapahtumissa. Julkaisut voidaan lähettää myös postin kautta tuntemattomille. (Todd & Watson 2006, 12.) Vaikka Toddin ja Watsonin teos on julkaistu vuonna 2006, niin vielä tänäkin päivänä heidän esittämä tieto on validia. Esimerkiksi Suomessa vuosittain järjestettävä, Helsingin sarjakuvafestivaalien osana oleva Helsinki Zine Fest kerää pienlehtien tekijät, lukijat ja muut vastavirtakulttuurista kiinnostuneet yhteen viikonlopun ajaksi myymään zinejään, osallistumaan työpajoihin sekä kuuntelemaan puheita ja paneeleita (Helsingin Sarjakuvafestivaalit n.d.).

Vaikka Toddin ja Watsonin teoksessa olevat zinejen myyntipaikat pitävät paikkansa, niin luonnollisesti 14 vuodessa zinejen saatavuus on laajentunut etenkin digitalisoitumisen myötä. Eri esimerkkejä verkkosivustoista löytyisi pilvin pimein, mutta yksi kotimainen on Khaos Publishing. Khaos Publishing on itsenäinen kustantamo ja kauppa, jonka kivijalkaliike on Helsingissä. Heillä on myös verkkokauppa, jonka valikoimastaan löytyy kirjoja, lehtiä sekä zinejä. (Khaos Publishing n.d.) He toimit-

tavat tuotteita ympäri maailman. Verkkosivustojen ansiosta zinet ovat helposti saatavilla kaikille paikasta riippumatta.

### 2.3 Zinen ja aikakausilehden erot

Tässä luvussa käyn läpi sitä, mikä on aikakausilehti ja mitä yhteistä ja mitä eroavaisuuksia sillä on zinen kanssa. Vaikka zine-sana on saanut alkunsa fan- ja magazine-sanoista (Triggs 2010, 10), zine eroaa magazinesta eli aikakausilehdestä (Noge 2018).

Megan Le Masurier kirjoittaa artikkelissaan *What is a magazine?* aikakausilehden olevan kokonaisuus, joka koostuu sanoista, kuvista sekä sommittelusta, jossa jokainen elementti on yhtä tärkeä. Kokonaisuus puhuttelee kohdeyleisöään sekä vastaa sen tarpeisiin. (Le Masurier 2014.) Samir Husni kirjoittaa artikkelissaan *So, what is a magazine, really? Read on...*, että painettua aikakausilehteä kuvattaessa tärkeänä piirteinä näyt-täytyy kokemus, jonka lehti antaa. Aikakausilehti ei ole vain viestin välittäjä tai pelkkä säilytyspaikka tekstile ja kuville. Se on kokemus, ja kaikki sen osat tekevät siitä sen, mitä se on. (Husni 2010.) Näiden edellä mainittujen asioiden perusteella aikakausilehti ja zine näyttävät jakavan samoja piirteitä keskenään, mutta mitkä asiat erottavat ne toisistaan?

Tilastokeskuksen määritelmän mukaan aikakausilehti on lehti, joka ilmestyy säännöllisesti, vähintään neljä kertaa vuodessa. Ne sisältävät artikkeleita yleiseltä tai erikoistuneelta elämän alueelta. (Tilastokeskus 2020.) Adelina Noge kertoo aikakausilehden olevan joko painettu tai verkossa esiintyvä julkaisu, joka useimmiten julkaistaan kustannusyhtiöiden kautta (Noge 2018). Zinejulkaisuiden tuottaminen taas on yleensä epäsäännöllistä ja niiden jakelu tapahtuu useimmiten zinefestareilla, itsenäisissä musiikki- tai kirjakaupoissa tai postin kautta (Triggs 2010, 7). Tämän lisäksi julkaisuja on saatavilla digitaalisessa muodossa muun muassa verkkosivuilla, mikä kävikin jo ilmi edellisessä luvussa 2.2.

Le Masurierin mukaan aikakausilehden säännöllinen julkaisutahti mahdollistaa sen, että lukija pystyy muodostamaan tietynlaisen jatkuvan suhteen aikakausilehteen.

Tähän lehden julkaisijat tukeutuvat luodakseen lojaaliutta ja jatkuvaa myyntiä. (Le Masurier 2014.) Koen, että jos zinen julkaisutahti on epäsäännöllinen, on vaikeampi luoda jatkuvaa suhdetta lukijan ja julkaisun välille niin kuin aikakausilehti tekee. Toisaalta tämä ei ole tarpeellista tai sitä, mitä zinet välttämättä hakevat. Ne eivät hae pääasiassa kaupallista hyötyä, joten mielestäni ne eivät ole samalla tavalla riippuvaisia lukijakunnastaan kuin aikakausilehdet.

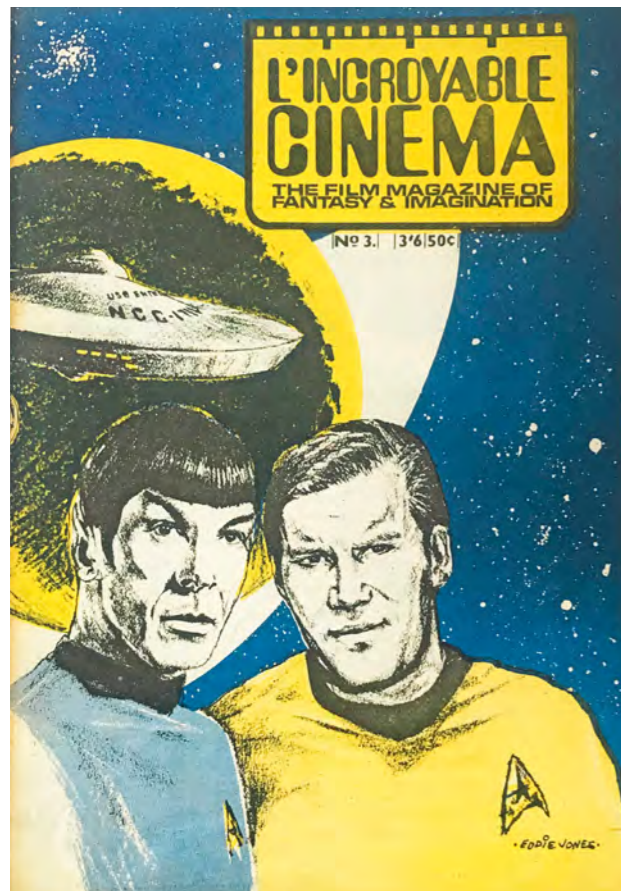
North Carolinan yliopiston The Chapel Hill Rare Book Blog -blogisivustolla Laura Van Leuven kertoo *A Brief History of Zines* -kirjoituksessaan, että zinet julkaistaan omakustanteisesti tai pienen itsenäisen kustantamon toimesta. Omakustanteisuus antaa marginalisoiduille äänille mahdollisuuden saada äänensä kuuluviin valtamedian ulkopuolella ja vaikuttaa julkaisuprosessiin. (Van Leuven 2017.)

Tämä itsenäisyys ja riippumattomuus näyttävät erona aikakausilehteen verrattuna. Triggs huomauttaa, että jos julkaisu on yhtiön omistuksessa, tulee sen mukailla yhtiön strategiaa ja mahdollisesti tehdä kompromisseja sisällön suhteen mainostajien tai julkaisun omistaman yhtiön kanssa (Triggs 2010, 13).

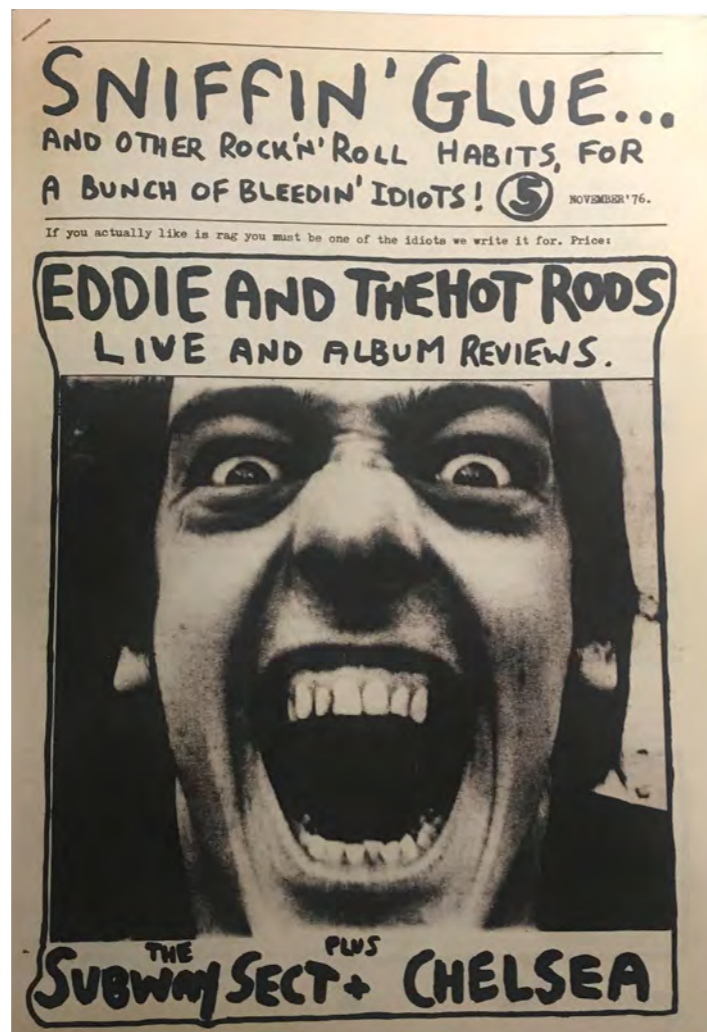
Tiivistettynä zine ja aikakausilehti jakavat kokemuksellisuuden, ja ne molemmat voivat olla joko painettuja tai digitaalisia julkaisuja. Nämä kaksi julkaisua erottuvat toisistaan julkaisuaikataulultaan sekä kustannustavoiltaan. Aikakausilehti julkaistaan kustannusyhtiöiden toimesta, ja sen julkaisutahti on säännöllinen, kun taas useimmiten epäsäännöllisesti julkaistavat zinet suosivat omakustanteisuutta tai pieniä kustantamoita. Zine näyttää itsenäisempänä sekä vapaampana julkaisuna aikakausilehteen verrattaessa.

## 3 Historiaa

Zinen luonteen ymmärtämiseksi on hyvä palata siihen, mistä kaikki alkoi. Tässä luvussa käyn läpi zinejulkaisuiden historiaa pääpiirteittäin. Shutterstockin blogissa graafinen suunnittelija Aaron White kirjoittaa *Design Trends: An Introduction to the*



Kuvat 2 ja 3. Scifi- ja punkzinejä kirjasta *Fanzines*.



*Return of Zine Culture* -kirjoituksessaan zinen juurten juontavan siirtomaa-ajan Amerikasta, kun Thomas Paynen argumentit Yhdysvaltojen itsenäisyyden puolesta julkaistiin Common Sense -pamflettina eli kiistakirjoituksena 1776. Pamfletit levisivät myös muihin medioihin, ja nämä julkaisut laajenivat käsittelemään itsenäistymisen lisäksi myös muita asioita kuten naisten äänioikeuden saamista. (White 2019.)

Zinejulkaisut muotoutuivat nykyisen käsityksensä mukaisiksi 1930-luvulla, kun science fiction -fanit alkoivat tehdä ja julkaista niitä (White 2019). Toin työhöni visuaalisena esimerkkinä scifizinestä on L'Incroyable Cinema -zinen kolmannen numeron (kuva 2). Fanzinejulkaisuiden avulla scifi-fanit toivat yhteisöään kokoon, ja scifizinejen rinnalla kehittyivät myös sarjakuvazinet (Triggs 2010, 17). Aikakauden poliittisia ja sosiaalisia muutoksia käsittelevät zinet yhdistivät vastakulttuurin jäseniä 1960-luvulla (White 2019).

70-luvulla mimeografin eli vahaskopiokoneen käyttö zinejen tekemisessä sai väistyä kopiokoneiden tieltä. Tämän teknologisen innovaation myötä zinejen tekeminen nopeutui ja helpottui. Zinejen tekijöillä oli nyt mahdollisuus tuottaa julkaisuja edullisesti ja nopeasti. (Arnold 2016.)

70- ja 80-luvulla zinekulttuurin pääkeskukseksi muotoitui punk-skene Lontoossa, Los Angelesissa sekä New Yorkissa. Punkzinet suosivat rosoisempaa tee se itse- eli DIY-estetiikan tyyliä kuin aikaisemmat scifizinet (Arnold 2016). Kuvassa 2 näkyy hyvin tämän rosoisemman tyylin omaava Sniffin' Glue -punkzine (kuva 3). Zinet saivat aseman bändien konserttien promomateriaalina ja täten myös fanien yhdistäjänä, kun indie-levyt sekä -konserttipaikat kasvattivat suosiotaan 80-luvulla (White 2019).

1990-luvulla Riot grrrl -liike rohkaisi nuoria tyttöjä ja naisia perustamaan oman bändinsä ja saamaan itseään kuuluville tekemällä oman zinensä. Tämä toimi vaihtoehtona miesvetoiselle punk-maailmalle. (Arnold 2016.) Zinejulkaisut kuten Bikini Kill, Riot Grrrl ja Girl Germs yllyttivät uuden sukupolven feministejä kyseenalaistamaan muun muassa sukupuoli-identiteettiä, seksuaalisuutta, queer-politiikkaa, monikulttuurisuutta ja tasavertaisuutta (Triggs 2010, 131). Poimin Triggsin teoksesta esimerkiksi Unskinny-queerzinen 1990-luvulta (kuva 4).





Kuva 4. Unskinny-zine kirjasta *Fanzines*.

Zinejen historiassa zinejulkaisut ovat käsitelleet paljon muitakin kuin aiemmin mainittuja aiheita. Eri zinegenret muodostuvat tietyn fanijoukon jakaessa saman kiinnostuksen kohteen. Genrejen laajuuden osoittaa esimerkiksi R. Seth Friedmanin luoma eri zinejä tarkasteleva Factsheet Five -julkaisu 80–90-luvulla. Alkujaan lähinnä scifizinejä esitellyt lehti laajentui lopulta myös käsittelemään pienjulkaisuja, joiden aiheet vaihtelivat ruuasta taiteeseen ja kaikkeen niiden välillä. (Triggs 2010, 15–18.)

#### 4 E-zine painetun zinen rinnalla

Luvussa 2 kävi ilmi, että zinejen julkaisumuotoja on monta. Vaikka perinteisesti zine voidaan nähdä painettuna julkaisuna, myös verkossa esiintyvä zine on ottanut paikansa zinejulkaisuiden joukossa. Tässä luvussa käsitelen digitaalista zineä eli e-zineä ja sitä, kuinka se istuu zinen määritelmään. Näytän myös esimerkin digitaalisesta zinestä.

Cambridge Dictionary määrittelee e-zinen olevan zine, joka julkaistaan verkossa (Cambridge Dictionary 2020b). Triggs kirjoittaa teoksessaan e-zinen olevan lyhenne sanoista elektroninen fanzine (Triggs 2010, 171). Kun perinteisesti zine nähdään lähinnä painettuna julkaisuna, tuo verkossa julkaistava zine uusia mahdollisuuksia julkaisulle samalla laajentaen sen määritelmää.

Kuten luvussa 2 kävi ilmi, Cambridge Dictionaryn zinen määritelmässä sanotaan zinelle olevan ominaista sen edullinen tuottaminen. E-zine täyttää tämän kriteerin, sillä Triggs kertoo *Fanzines*-kirjassaan, että verkkojulkaisu on tarjonnut halvempia muotoja painamiseen ja jakeluun, sillä digitaalinen julkaisu on välitön, edullinen sekä laajalti saatavilla. E-zine jakaa muitakin samankaltaisuuksia painetun zinen kanssa. John Labovizin mukaan myös e-zinejä tuotetaan yleensä yhden henkilön tai pienen ryhmän toimesta, ne eivät tavoittele suurta yleisöä, eikä julkaisulla tavoitella kaupallista hyötyä. (Triggs 2010, 171–172.)



Eri julkaisu-ympäristö ei vaikuta zinen sisältöön. Zinet silti voivat käsitellä samoja asioita ja tuoda tiettyjä yhteisöjä kokoon, vaikka ne esiintyvätkin verkossa konkreettisen painetun julkaisun sijaan. Huomattavin ero on se, että julkaisun haptisuus eli kosketukseen perustuva kokemuksellisuus häviää sen siirtyessä digitaaliseen ympäristöön. Vaikka siirtyessään verkkoon zine ei ole enää käsin kosketeltavissa, se tarjoaa lukijalle muita tapoja kokea julkaisu. Triggs huomauttaakin, että e-zinet mahdollistavat interaktiivisuuden sekä helpon liikkuvuuden tekstien välillä ja linkkien kautta eri sivustoille (Triggs 2010, 171).

Mielestäni hyvä esimerkki e-zinestä on lontoolainen median monipuolistamisen puolesta puhuva FEM-zine. Toisin kuin aiemmat julkaisunsa, FEM-zinen kolmas numero *Sex, Desire and Relationships* on julkaistu verkossa, jotta se olisi ilmainen ja laajemman yleisön saatavilla (kuvat 5, 6). Siirtämällä FEM-zinen verkkoon painetun zinen sijaan julkaisijat Georgia Mitchell ja Mia Maxwell toivovat vaikuttavansa siihen, mitä normeja julkaisemiselta odotetaan. (Indie 2019.) Zine toimii verkkosivun tavoin: sillä on etusivu, josta näkee zinen sisällön, ja klikkaamalla pääsee tarkastelemaan yksittäisiä juttuja tarkemmin.

Mielestäni digitaalinen ympäristö on luonteva ympäristö zineille. E-zine ei vie zinelä pois sen luonteenpiirteitä, vaan tukee niitä uudella tavalla. E-zine sisällyttää zinejulkaisun piirteet: omakustanteisuus, edullisuus sekä epäkaupallisuus säilyvät julkaisussa, vaikka sen ympäristö onkin digitaalinen. Luvussa 2.3 lehti määriteltiin kokemukseksi, ja vaikka kirjoitus koskee yleisesti painettuja lehtiä, niin se pätee myös painettuun zineen. Jos vertaan painettua zineä digitaaliseen, mielestäni zinen vieminen verkkoon ei kuitenkaan vie siltä sen kokemuksellisuutta pois, vaan se tuo eri tapoja nähdä ja kokea julkaisu.

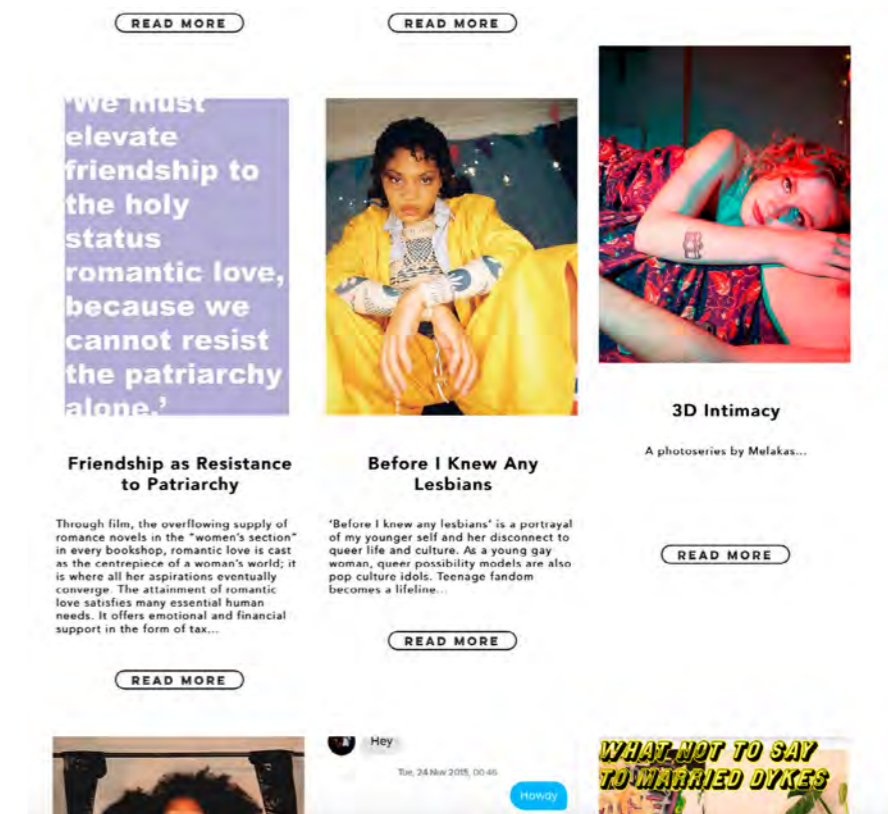
## 5 Zinestä valtavirtaan

On mahdollista, että pienen levikin zine kasvaa kaupalliseksi julkaisuksi. Jotkut zinejulkaisuiden tekijät ovat tehneet zinejä kokeilualustana ennen siirtymistä ammattiinsa journalistina, valokuvaajina tai graafisina suunnittelijoina (Triggs 2010, 8). Tässä



### CONTRIBUTORS:

Sophia Adnyana  
 Sanah Ahsan  
 Beri Allen-Miller  
 Krystle Amoo  
 Enam Asiana  
 Rukiat Ashawe  
 Faith Aylward  
 Becky Dann  
 Sarah Ebsanmi  
 Self Esteem  
 Elsie and Fred  
 Opashona Ghosh  
 Katie Harrison  
 Kat Hudson  
 Constantine  
 Grace Jackson  
 Katy Jalili  
 Tendal Lewis  
 Sophie L  
 Lizzie Pan  
 Maggie and Rene Matic  
 Mia Maxwell  
 Melakas  
 Georgia Mitchell  
 Precious Opara  
 Bridie O'Sullivan  
 Ruby Stevenson  
 Naz Toorabally  
 Melina Petsolari  
 Bilan Suliman  
 Chantl Thompson  
 Niamh Vlahakis



Kuvat 5 ja 6. FEM-zinen kolmas numero *Sex, Desire and Relationships*.

luvussa käsittelen sitä, kuinka zine voi muuttua valtavirralla tarkoitetuksi aikakausilehdeksi.

Zinekokoelmien julkaisu kustannusyhtiöiden kautta alkoi 1990-luvulla. Muun muassa kirjailija ja journalisti Pagan Kennedy julkaisi zinekirjoituksiinsa pohjautuvan kirjan *Zine: How I Spent Six Years of My Life in the Underground and Finally Found Myself... I Think* (1995). Tämän esimerkin myötä myös muut zinejen tekijät pian seurasivat Kennedyn jalanjäljissä ja julkaisivat omia kirjojaan. (Triggs 2010, 7–8.)

Yhtenä esimerkkinä zinen kehittymisestä omakustanteisesta julkaisusta aikakausilehdeksi on Eric Nakamuran ja Martin Wongin julkaisu *Giant Robot: Asian American Pop Culture and Beyond* (1994–). Aasialaiseen popkulttuuriin keskittyvä zine kasvoi valokopioidusta 240 kopion zinestä kahdesti kuussa ilmestyväksi lehdeksi, jota myytiin kirjakaupoissa. Vuoteen 2001 mennessä Giant Robot laajeni myös brändimerkiksi, jolla on jälleenmyyntiä ja galleriatiloja New Yorkissa sekä San Franciscossa. (Triggs 2010, 8.) Lehden julkaisu lopetettiin vuosien 2010 ja 2011 vaihteessa (Nakamura n.d.) Toinen Giant Robotin perustajista, Eric Nakamura kertoo Mark Mayerin *The Untold History of Zines... Eric Nakamura on Giant Robot* -haastattelussa, että hän kokee Giant Robotin muuttuneen zinestä aikakausilehdeksi noin kymmenennen numeron kohdalla. Sisältö pysyi jotakuinkin samana, mutta käänteen teki lehden ulkoasu (kuvat 7, 8). Nakamura huomauttaa, että hänen mielestään siihen aikaan zinejen ulkoasut olivat yleensä huonosti suunniteltuja. Giant Robotin vaihdettu kiiltävä kansi ja hyvä suunnittelija muuttivat sen luonnetta. (Mayer 2016.) Itse näen asian niin, että zinen muuttamiseen aikakausilehdeksi vaikuttaa myös isolta osin sen julkaisutahdin tiheneminen. Kun Nakamura sanoo, että hyvällä suunnittelijalla oli vaikutusta julkaisun ulkoasuun ja sen luonteen muuttumiseen, ja siihen aikaan zinet olivat huonosti suunniteltuja, niin koen, että tänä päivänä zinen visuaalisuuden käsitys on muuttunut. Käsittelen enemmän zinejulkaisuiden sisällöllisiä ratkaisuja luvussa 6.1.

Zinejen siirtyminen valtavirran saataville ja kustannusyhtiöiden painamaksi on saanut kriittisen vastaanoton osassa zinejulkaisuiden tekijöissä. Kriittisen suhtautumisen syynä on pelko siitä, että siirtymällä valtavirran painotaloihin zinejen ainutlaatuisuus häviää. Zinen tekijä on ainutlaatuisessa asemassa suunnitellessaan ja tuottaessaan



Kuva 7. Giant Robot -zinen ensimmäinen julkaisu (1994).



Kuva 8. Giant Robot -lehden 67. julkaisu (2010)



julkaisunsa kokonaan itse ja luodessaan vaihtoehtoista kulttuuria. Huolena on myös se, että miten käy zinekultuurin. Triggs kuitenkin huomauttaa, että esimerkit zinejulkaisuiden kasvusta tai muuntumisesta on ennemminkin poikkeus kuin sääntö. Ne kuitenkin osoittavat, kuinka osalle julkaisuista voi käydä. (Triggs 2010,7–8.)

Löytämäni tiedon perusteella itse en olisi niin huolissaan zinejulkaisuiden tilasta ja niiden kulttuurista, vaikka osa julkaisuista kasvaisi aikakauslehdiksi. On tietenkin sääli jonkin tietyn zinen lukijakunnalle, jos käy niin, että kyseisen zinen olemus muuttuu sen kasvaessa kaupalliseksi suuren levikin julkaisuksi, mutta kuten Triggs asian ilmaisi, ovat kyseiset tapaukset ennemminkin poikkeus kuin sääntö. Vaikka jotkin julkaisut muuttuisivat kaupallisiksi, ei itse zinen tekemisen pyrkimykset ole muuttuneet. Mielestäni itseilmaisun tarve ihmisillä ei katoa kaupallisten julkaisuiden takia. Jos zinen tarkoitus on myös luoda vaihtoehtoista kulttuuria tai luoda sellaista sisältöä, jota ei vielä ole, voisi päätellä, että zinejä tehdään niin kauan kuin niiden tekijät haluavat vielä kyseisiä asioita julkaisuilta. Kun julkaisu kasvaa esimerkiksi aikakauslehdiksi, on se silloin aikakauslehti eikä enää zine.

## 6 Kaupallinen zine?

Kuten edellisessä luvussa 5 kävi ilmi, on mahdollista, että zine muuttuu valtavirtajulkaisuksi sen kasvattaessa suosiotaan. Zine voi siis muuttua valtavirtajulkaisuksi, mutta tässä luvussa pohdin, täyttääkö kaupallista hyötyä tavoitteleva julkaisu zinen piirteitä. Käsittelen asiaa artisti Kanye Westin YEEZY Season -zinen kautta. Julkaisu valikoitui sen mukaan, minkä koin mielenkiintoisena ja mistä oli tietoa saatavilla. Tarkoituksena ei ole löytää yhtä oikeaa vastausta siihen, onko Kanye Westin julkaisu zine vai ei, vaan pyrkimyksenä pikemminkin on pohtia kyseisen zinen sopivuutta zinen yleiseen määritelmään, ja ehkä saada lukijakin pohtimaan asiaa. Koen, että työni kanalta ei ole oleellista perehtyä tässä luvussa enempään kuin yhteen esimerkkiin, sillä käsittelen asiaa esimerkkikohtaisesti.

Kanye Westin kenkä-, vaate- ja asustemallistoa esitteleviä YEEZY Season -zinejä on jul-

kaistuvuotena 2015–2019. Steidl-kustantamon kautta julkaistut zinet on tehty yhteistyössä valokuvaaja Jack Nickersonin kanssa. Esimerkiksi YEEZY Season 3–4 koostuu mustista tyhjästä sivuista sekä koko sivun kokoisista kuvista, joissa poseeraavat etäisen oloiset mallit esitellen Westin tuotteita. (kuvat 9, 10) (Steidl n.d.) Luvussa 2 käytyjen zinen piirteiden valossa Westin zine vaikuttaa eroavan yleisestä käsityksestä zinen luonteesta ei-kaupallisena ja epävirallisena amatöörjulkaisuna. Jos zine käsittelee Westin mallistoa, vaikuttaa siltä, että sen tarkoitus on myydä hänen tuotteitaan. Casey Lewis kirjoittaa artikkelissaan *What is Going on With Fashion and Zines?* että zinet voivat olla paljon kaikkea ja ne voivat käsitellä melkein mitä vain aihetta, mutta se ei ole ollut väline myydä asioista, ainakaan tähän päivään saakka (Racked 2016).

Jos Westin julkaisu esittelee hänen suunnittelema tuotteitaan, julkaisu näyttää omaan silmääni olevan lähempänä katalogia tai lookbookia kuin zineä. Tässä luvussa luon katsauksen tyyppillisen zinen sisällöllisiin ratkaisuihin ja vertaan niiden toteutumista Westin julkaisuun, jonka jälkeen tarkastelen zinejen yleisiä hintoja ja vertaan Westin julkaisun hintaa niihin. Tämän jälkeen perehdyn katalogi- ja lookbook-julkaisuiden määritelmiin ja niiden luonteisiin. Pohdin, ilmeneekö Westin julkaisussa niiden tai jomman kumman piirteitä.

### 6.1 Zinen tyyppilliset sisällölliset ratkaisut

Mark Toddin ja Esther Pearl Watsonin teoksessa *Whatcha mean, what's a zine?* Eric Nakamura kertoo zinejen voivan olla muun muassa anekdootteja ja sarjakuvia sisältäviä valokopioituja sekä liimattuja julkaisuja tai taiteellisemman tyylin omaavia käsin tehtyjä julkaisuja. Jotkut zinet eivät sisällä sanoja, vaan sivut koostuvat taiteesta, printeistä ja valokuvista. (Todd & Watson 2006, 9.) Jo luvussa 2 käsittelin sitä, miten eri tavoin zinejä voi toteuttaa. Zinet siis voivat olla toteutettuja monin eri tavoin ja yhdistäen eri tekniikoita. Triggs kertoo *Fanzines*-teoksessaan, että zinelle tyyppillisen kokeellisuuden ja DIY-tuottamisen ja eri sidontamenetelmien ansiosta zinejen visuaalinen ilme on usein kaoottinen. Niiden ulkoasuun vaikuttaa tekijän välitön yhteys julkaisuun. Zinen tekijän visio ja kädenjälki näkyvät lopputuloksessa, sillä ne tuotetaan amatöörimäisesti käsin tehden valtavirran ulkopuolella. (Triggs 2010, 205–206.) Zinen tekijä siis tuo viimeisen silauksen julkaisun luonteeseen.



Myös nopeiden tuotantomenetelmien kuten monistuskoneiden, valokopiokoneiden ja tietokonetaidon käyttö näkyi aiemmin zineissä kaoottisena ulkoasuna. 2000-luvulla kuitenkin niiden ulkoasu muuttui, sillä koho- ja silkkipainomenetelmien käyttö zinejen teossa saivat aikaan niissä harkitumman ulkoasun. Näiden hitaampien tekotapojen myötä zinet saivat selkeän suunnittelun, käsintehtyn tuntuman ja epätavanomaisia sidontamenetelmiä. Triggs huomauttaa, että tämä hitaampi ja harkitumpi tekotapa on alkanut näkyä zinejen painomäärien rajallisuudessa. Niitä numeroidaan ja tuotetaan pieninä painoerinä, mikä näyttää tekijän laittaman ajan ja taidon arvon julkaisun teossa. (Triggs 2010, 206.)

Jos vertaan Westin zineä löytämäni tietoon zinejen tyypillisistä sisällöllisistä ratkaisuista, niin Westin kliini ja selkeä visuaalinen ilme sopii zinen tyyliin. Triggsin mukaan zine voi olla myös selkeä suunnittelultaan, eikä pelkästään kaoottinen ja eri tekniikoita sekä elementtejä yhdistelevä kokonaisuus, kuten ennen 2000-lukua ne yleensä nähtiin. Zine voi koostua pelkistä kuvista kuten Westin julkaisu, ja ulkoasu riippuu tekijän visiosta. Ehkä pelkkä visuaalinen ilme ei voikaan vaikuttaa siihen, onko Westin julkaisu zine vai jokin muu julkaisu, vaan paino on siinä, mikä tarkoitus on julkaisun takana.

Kuten aiemmin kävi ilmi, Triggsin mukaan zinelle tyypillistä on tekijän kädenjäljen näkyminen julkaisussa. Westin mallisto on kuvissa, mutta julkaisun on kuvannut Jack Nickerson, joten luultavasti hänen visionsa näkyy vahvasti julkaisun ulkoasussa. Toki zinellä voi olla useampi tekijä, ja muun muassa Steidl-sivustolla YEEZY Season -zinen tekijätiedoissa lukee niin Westin että Nickersonin nimet. Hypebeast.com -sivustolla Petar Kujundzic kertoo, että West editoi zinen itse. (Kujundzic 2015) Kuvat ovat Nickerson käsialaa ja julkaiseminen Steidl-kustantamon.

Amazon.com -sivustolla myytävässä Westin ja Nickersonin YEEZY Season 3-4 -zinen tiedoissa sanotaan, että myynnissä on kolmas erä kyseisestä rajoitetusti saatavaa zineä, ja julkaisu on painettu päällystämättömälle kamiko-paperille todella tummalla musteella (Amazon 2020). Zineille tyypillistä on niiden rajalliset painoerät, mutta Amazon.com -sivustolta ei käy ilmi, minkä kokoisia kyseisen zinen painoerät ovat.

Kuvat 9 ja 10. Kanye Westin YEEZY Season 3-4 -zine.

## 6.2 Hinta

Päätin vertailla zinejen hintoja työssäni, jotta näen, eroaako Westin zinen hinta muista zineistä. YEEZY Season 6 -zineä myydään muun muassa verkossa toimivassa kirja-kaupassa Adlibriksessä 28,30 euron hintaan. Saatavilla on myös zinet 1–4 kattavia paketteja, jotka ovat 60,20 euroa. (Adlibris 2020.) Vertailun vuoksi katsoin zinejulkaisuiden hintoja eri paikoista, kuten jo aiemmin mainitsemani Khaos Publishing -kustantamon sivuilta sekä Yhdysvalloissa Portlanissa toimivalta Buyolympia-sivustolta. Näillä sivustoilla zinet liikkuvat noin 3–14 euron välillä. (Buyolympia 2020; Khaos Publishing n.d.) Suunnilleen samoissa hinnoissa ovat Booklyn-sivuston zinet. Booklyn on voittoa tavoittelematon taiteilijoiden ja kirjantekijöiden organisaatio, joka toimii Brooklynnissa New Yorkissa. Joitain yksittäisiä hintavampia zinejä löytyy, mutta näissä hintavammassa julkaisuissa useimmiten on enemmän sivuja kuin edullisemmissä tuotteissa, tai kyseessä on useamman zinen paketti. (Booklyn Shop 2020.)

Kaikilla kolmella sivustolla zinet näyttävät pyörivän suunnilleen samassa hintahaarukassa. Valitsin vertailtaviksi sivustoiksi eri paikkoihin sijoittuneita verkkosivustoja, jotta saisin katsauksen siitä, minkä hintaisia tuotteet ovat niin Suomessa kuin ulkomailla, tässä tapauksessa Yhdysvalloissa. Yllä mainituista esimerkeistä käy ilmi, että zinen hinta voi vaihdella suurestikin. Uskon, että zinejen hintavaihteluihin vaikuttaa niiden eri tuotantotavat. Osa julkaisuista on edullisemmin tuotettavissa kuin toiset ja niiden teon nopeus vaihtelee. Hinta onkin tekijän itsensä määriteltävissä, joten niissä näkyy myös sen vuoksi vaihtelua.

Khaos Publishing-, Buyolympia- sekä Booklyn-sivustojen zinejen yleiseen hintatasoon verrattaessa Kanye Westin julkaisu vaikuttaa aika hintavalta. Toki julkaisun edullisuus on ohjenuora eikä sääntö, kuten Chloe Arnold asian ilmaisi artikkelissaan *A brief History of Zines* (Arnold 2016). Lisäksi Westin zine on suhteellisen pitkä, sillä se sisältää 116 sivua. Tämä voi myös vaikuttaa hintaan.

Zinen rajojen joustavuuden vuoksi mielestäni on hankala hinnan puolesta sanoa, nähdäänkö julkaisu zinenä vai ei. Yksistään se seikka ei luultavasti voi sitä edes määrittää. Verrattaessa mainitsemiini verkkosivustoihin YEEZY Season -zine kuitenkin eroaa myyntihintansa puolesta useista myytävistä zineistä.

## 6.3 Katalogi ja lookbook

Suomisanakirja määrittelee katalogin olevan kuvasto, luettelo, tuoteluettelo (Suomisanakirja 2020). Merriam Webster Dictionary kuvaa katalogia myös listaukseksi, jossa asiat ovat systemaattisesti järjestelty kuvaavien yksityiskohtien kera (Merriam Webster Dictionary 2020a). Myös Dictionary.com -sivusto on samoilla linjoilla luettelomaisuuden ja asioiden yhteydessä olevan kuvaavan aineiston suhteen (Dictionary.com 2020). Cambridge Dictionaryn mukaan katalogi voi olla lista asioista, jotka esiintyvät tietyssä paikassa, esimerkiksi kaupasta ostettavat asiat, kirjat tai maalaukset (Cambridge Dictionary 2020a). Vaikka katalogia kuvataan eri paikoissa hieman eri sanoin, yhteiseksi asiaksi niissä kuitenkin nousee sen luettelomaisuus. Merkittävä piirre näyttää olevan myös tuoteselosteet esiteltävien asioiden yhteydessä. Issuu blog -sivuston artikkelissa *What is the Difference Between a Catalog and a Lookbook?* sanotaan, että katalogi näyttää vaatemerkin kokoelman tai tarjoukset yksityiskohtineen. Niitä käytetään tukku- ja ostotarpeisiin. (Issuu Blog 2019.)

Etsiessäni lookbookin määritelmää, ei siihen löytynyt tietoa etsimistäni verkkosanakirjoista. Artikkelin *What is the Difference Between a Catalog and a Lookbook* kertoo lookbookin olevan muotiteollisuudessa käytettävä tuotteiden visuaalinen esitys. Se innostaa ja kannustaa kuluttajia ostamaan tietyn merkin tuotteita ilman niiden yksityiskotaisia tietoja. Nämä julkaisut julkaistaan usein sesongin mukaan ja niille on tyypillistä, että tarjoukset on ryhmitelty teeman tai värin mukaan visuaalisena ratkaisuna. (Issuu Blog 2019.) Lookbookin tarkoituksena on ennen kaikkea esitellä vaatemerkin viimeisimmät tuotteet. Julkaisu mahdollistaa myös tarinankerronan brändille. (Liquid Web 2020.)

Merkittävin ero katalogin ja lookbookin välillä näyttää olevan se, että katalogissa tulee ilmi tuotteiden yksityiskohdat toisin kuin lookbookissa. Katalogi on enemmän informatiivinen ja tuoteluettelomainen kuin lookbook. Lookbook keskittyy enemmän luomaan tunnelmaa brändistä ja visuaalisuutensa avulla myy tuotteiden lisäksi elämäntyyliä kuluttajalle. Tuotetietojen puutteellisuus vie mielestäni Kanye Westin zineä enemmän lookbookin kuin katalogin suuntaan. Amazon.com -sivustolla tehdään selväksi YEEZY Season 3–4 -zinen tuotekuvauksessa, että kyseessä ei ole lookbook, sillä mallit ja vaatteet saavat kummatkin tasavertaisen huomion, ja lähikuvissa esiin-



tyvät vaatteet ja mallit on kuvattu koskettavasti (Amazon 2020). Tästä huolimatta mielestäni Westin julkaisu visuaalisuudellaan tuntuu hakevan lookbookille tyypillistä tunnelman ja elämäntyylin luomista.

#### 6.4 YEEZY Season -zinen yhteenveto

Löytämäni tiedon valossa mielestäni YEEZY Season -zine ei vaikuta aivan perinteiseltä zinelä. Se eroaa hintansa puolesta useista zineistä, ja tuotekuviensa ansiosta se muistuttaa paljolti lookbookia.

Kun etsin tietoa Westin zineistä ja sen saamista vastaanotosta, suurin osa hauissa näkyvistä sivustoista myy Westin zineä. Osa sivustoista myös esittelee zineä, muun muassa Hypebeast- ja Acclaim-sivustot (Acclaim n.d; Kujundzic 2015). Yleisesti ottaen Westin zinet näyttää saaneen hyvän vastaanoton. Kritiikkiä zineistä en niinkään löytänyt, ainoa lähde oli jo mainitsemani Casey Lewisin artikkeli *What is Going on With Fashion and Zines?* Racked-sivustolta. Rajallisten lähteiden vuoksi tämä luku nojaa vahvasti omaan pohdintaani.

Vertailu Westin julkaisun ja zinen tyypillisten sisällöllisten ratkaisuiden välillä on hankalaa, sillä zinen visuaalinen ilme on niin tekijästä kiinni. Julkaisut eivät ole pelkästään käsintehtyjä ja amatöörimäisiä julkaisuja, tyyli voi olla myös pelkistetty ja valokuviin painottuva, kuten Westin julkaisu. Tämän asian puolesta julkaisu siis näyttää sopivan zinen määritelmään.

Jos mietin Westin julkaisun ja tyypillisen zinen eroavaisuuksia, mielestäni sellaisena näyttäytyy sen hieman kyseenalainen tarkoitusperä. Casey Lewis sanoo Racked-sivustolla brändäytystä muotizineistä, että jos niiden toteutuksen perimmäisenä syynä on luoda jotain konkreettista luomisen ilosta, on se silloin sen arvoista (Racked 2016). Itse olen samaa mieltä asiasta. Westin julkaisu vaikuttaa kuitenkin siltä, että se yrittää myydä YEEZY-tuotteita, mutta verhoaa itsensä jonkin toisen tyyppiseksi julkaisuksi. Asiaan ei ehkä ole yhtä oikeaa vastausta, sillä zinen rajat ovat häilyvät. Koen, että Westin julkaisu täyttää osan zinen piirteistä, mutta itselleni se näyttäytyy enem-

män lookbookin kuin perinteisen zinen kaltaisena. Tähän vaikuttaa tarkoitus julkaisun takana: tuotteiden esille tuonti, eli viime kädessä niiden myyminen.

## 7 Oma zineprojektini

Jo pidemmän aikaan minua on kiinnostanut toteuttaa oma zine. Päätin toteuttaa opinnäytetyöni toiminnallisena osuutena oman ensimmäisen zineni. Tässä luvussa avaatan Habits-zineni tekoprosessia. Pohjana zineni teossa on toiminut tieto, jonka olen saanut opinnäytetyöni teossa.

Ennen projektini alkua minulla ei ollut kokemusta kokonaisen julkaisun tekemisestä. Siksi se tuntui mielenkiintoiselta haasteelta itselleni. Minua kiinnosti päästä toteuttamaan vapaasti julkaisu, jossa näkyy oma näkemykseni ja kädenjälkeni. Se mahdollistaa rajoittamattoman kokeilun ja oppimisen samalla toimien näytteenä taidoistani ammatillisessa mielessä.

Valitsin tehdä painetun zinen digitaalisen version sijaan, sillä haluan sen olevan käsin kosketeltavissa, ja haluan sen haptisuuden olevan osa julkaisun kokemista. Minua kiinnostaa miettiä paperin valintaa prosessissani ja opetella sitomaan julkaisu itse.

### 7.1 Prosessi

Zinen suunnittelussa lähdin liikkeelle aiheen valinnasta. Päätin ottaa julkaisuun henkilökohtaisen lähestymistavan. Aihekseni valitsin tavat ihmisten arjessa, jotka henkilö itse kokee erikoisiksi. Omien kokemuksieni lisäksi kysyin zineäni varten tuttaviltani, onko heillä asioita, joita haluaisivat jakaa minulle julkaisuani varten. Halusin antaa ihmisille vapauden kertoa mitä haluavat rajoittamatta sitä, onko kyseessä tapa, totumus tai pakkomielle. Tämän vuoksi en ole itse julkaisuissakaan eritellyt niitä sen kummemmin. Halusin, että kerrotut asiat ovat sellaisia, joita kyseinen ihminen haluaa jakaa ja se tuntuu heille luontevalta.



Kuva 11. Maalauksia ja niiden käsittelyä.

Itselleni tämä on mielenkiintoinen ja henkilökohtainen asia käsitellä, sillä omiin tapoihin voi mahdollisesti liittyä häpeä tai nolostuminen niiden henkilökohtaisuuden vuoksi. Itselleni asian käsitteleminen zinen keinoin vie siitä sen arkuutta, ja toivottavasti luo myös samaistuttavaa muille.

Aiheen valinnan jälkeen lähdin rakentamaan zinen runkoa. Kokonaisuus on kuin kollektiivinen päiväkirja, jossa jokainen aukeama on itsenäinen kokonaisuus. Zine koostuu seitsemästä päiväkirjamerkinnästä, jossa jokaisella aukeamalla kukin tunnustus on kerrottu anonymisti. Julkaisussa ei ole siis kronologista tarinaa, vaan jokainen aukeama toimii itsenäisesti riippumattomana muista. Aukeamilla olevilla päiväkirjamerkinnöillä ei ole otsikkoja, mutta ne ovat numeroitu selkeyden vuoksi. Sisällysluettelon ja sivunumerot jätin merkitsemästä. Julkaisua voi siis selata missä järjestyksessä haluaa.

Rungon suunniteltuani aloin maalaamaan julkaisun kuvia, joissa halusin yhdistää maalausta ja valokuvaa. Zinen kuvat toteutin maalamalla akvarelleilla ja kuvaamalla ne, minkä jälkeen käsitelin ne Photoshopissa (kuvat 1, 11, 12, 15). Halusin julkaisuun käsin tekemisen tunnelmaa maalausteni kautta. Tahdoin maalauksista hieman viitteellisiä, ja sen takia akvarellit tuntuivat hyvältä vaihtoehdolta toteutukseen. Kuvat muotoituivat sattuman kautta, sillä toteutin ne lisäämällä ison määrän vettä paperille, minkä jälkeen tiputin akvarelliväriä kasteltuun osaan. Näin kuvat muotoituivat paperille kuin itsestään. Päätin pitää zineni väripaletin rauhallisena ja yksinkertaisena. Ennen zineni aloittamista selailin inspiraatiota muiden tekemistä zineistä, ja minua kiehtoivat erityisesti mustavalkoiset, valokuvista koostuvat julkaisut, ja päätin pitää oman julkaisunikin mustavalkoisena kuvitusten ja tekstin osalta.

Zine kokonaisuutena on rauhallinen ja minimalistinen. Kuvatut maalaukset ovat herkkiä, joten halusin saman rauhallisuuden kulkevan läpi julkaisun myös tekstin osalta. Tämän vuoksi tekstiosuudet ovat lyhyitä: ne koostuvat tarinasta, ja päiväkirjalle tyypillisestä päivämäärämerkinnästä ja kirjoittajan nimestä, joka tässä tapauksessa on aina anonymi (kuvat 13, 14).



Minulla oli suhteellisen selkeä suunnitelma alusta alkaen, minkä tyyliseltä haluan zineni lopulta näyttävän. En kuitenkaan voinut ennustaa täysin lopputulosta, sillä akvarelleilla maalaamani kuvat muotoituivat sattuman kautta. Maalausten lopputulokseen olen hyvin tyytyväinen.

Vaikka osasin odottaa, että etenkin kuvien maalaamiseen menee paljon aikaa, oli se silti työläämpää mitä ajattelin. Harmikseni hitaan toteutustavan ja korona olosuhteet huomioon ottaen aikani ei riittänyt julkaisuni painattamiseen opinnäytetyöni palautuspäivään mennessä. Tämän vuoksi en voi liittää työhöni kuvia lopullisesta painetusta julkaisusta. Kerron kuitenkin lyhyesti, mitkä ovat seuraavat askeleet työssäni.

Koen tärkeäksi julkaisun haptisuuden, ja haluan myös sen tuntuman olevan tärkeä osa zineä. Tämän vuoksi painatan julkaisuni digitaalisen toteutustavan sijaan. Tarkoituksenani on valita zineeni luonnonvalkoisen paperin lisäksi vihreän paperin tehosteeksi, jotta muuten mustavalkoinen julkaisu saa enemmän eloa ja kontrastia. Sidonta minulla on suunnitelmissa tehdä itse, ja haluaisin jättää työhöni ompeleet näkyville.

## 7.2 Pohdinta

Olen tyytyväinen zineni ulkoasuun. Zinen toteuttaminen on ollut minulle tyylin ja tekniikan kokeilualusta. En ole ennen käyttänyt hyödyksi tässä julkaisussa käyttämäni tapaa maalata akvarelleilla, enkä ylipäättänsä ole kokeillut maalauksien käyttöä suunnittelutyössäni. Tämä on myös ensimmäinen oma julkaisuni, joten senkin tekeminen on uutta minulle. Olen nauttinut prosessista ja siitä, että kaikki julkaisun osat ja vaiheet ovat minun itseni päätettävissä.

**Kuva 12.** Photoshopissa käsitelty maalaus. ►







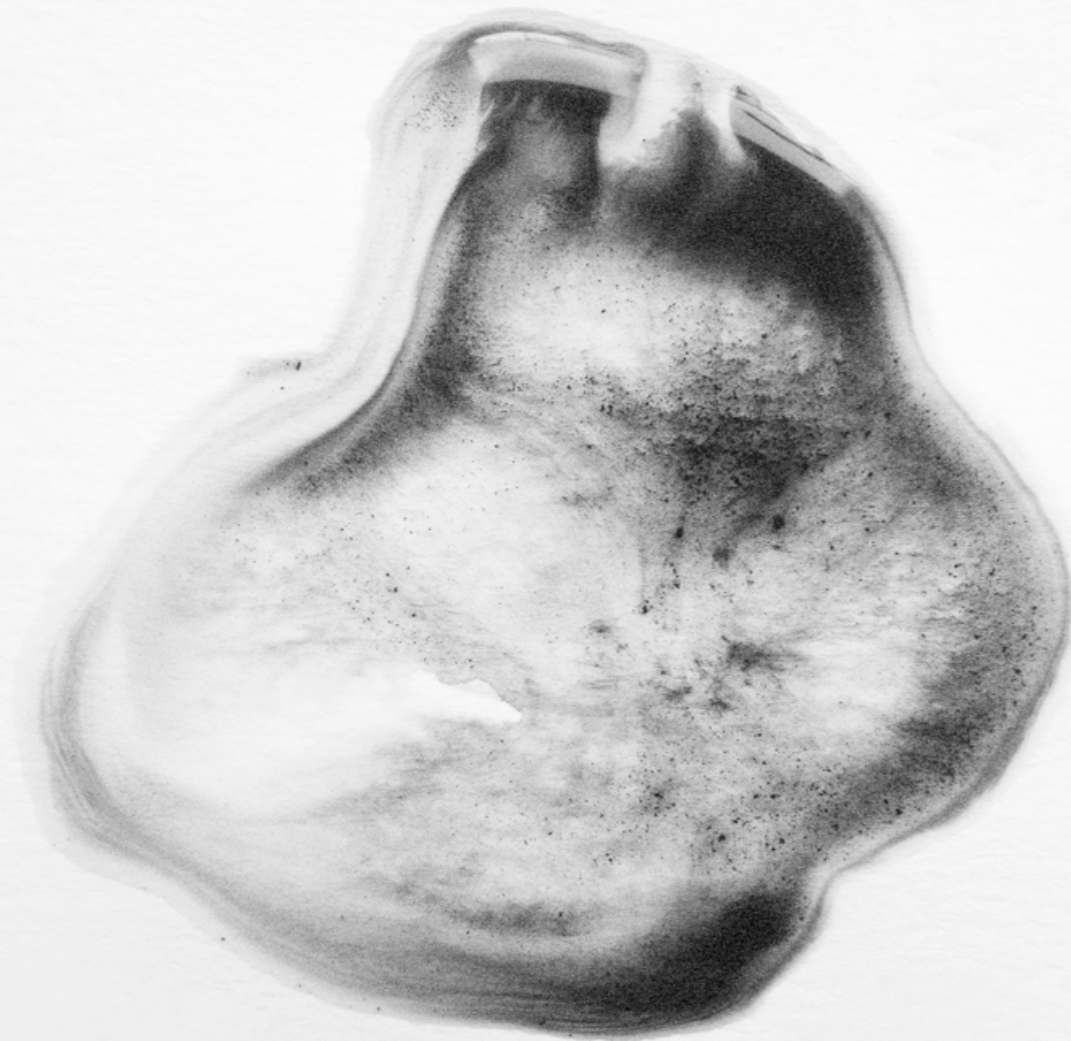
Itse zinen painaminen ja sidonta jää myöhemmälle tälle keväälle. Ensisijaisesti mi-nua kiinnosti tehdä konkreettinen painettu julkaisu, mutta tarkastellessani luvussa 4 e-zinen mahdollisuuksia, innostuin ajatuksesta, että toteuttaisin tulevaisuudessa zineni myös digitaalisena. Olisi mielenkiintoista nähdä, kuinka julkaisuni muuttaisi muotoaan ja tunnelmaa siirryttäessä paperilta tietokoneen ja puhelimen näytöille so-pivaksi.

## 8 Yhteenveto

Opinnäytetyöni käsitteli sitä, mikä tekee zinestä zinen. Työ loi katsauksen zinen yleisiin piirteisiin. Johdannossa pohjustin työtäni kertomalla aiheeni, sisällöllisen rakenteelli-sen etenemisen ja työni rajauksen. Näiden lisäksi kerroin aineiston keruusta, näkökul-masta ja työni tavoitteista. Lähdin käsittelemään zinen luonnetta luvussa 2 avaamal-la zinen määritelmää ja saatavuutta, sekä tarkastelemalla zinen ja aikakausilehden eroavaisuuksia. Tämän jälkeen luvussa 3 loin yleiskatsauksen zinen historiaan, jonka jälkeen luvussa 4 tarkastelin e-zinen ominaisuuksia ja sen sopivuutta perinteiseksi nähtyyn painettuun zinejulkaisuun. Luku 5 käsitteli zinen mahdollisuutta kasvaa ja muuttua valtavirran saataville, suuren levikin julkaisuksi eli aikakausilehdeksi. Zinen määritelmän ja sen tyyppillisen luonteen avaamisen jälkeen luvussa 6 halusin tarkas-tella zinen rajoja pohtimalla Kanye Westin YEEZY Season -zinen ominaisuuksia ja sitä, täyttääkö se zinen luonteelle ominaisia piirteitä. Lopuksi luvussa 7 avasin oman zine-ni työprosessia.

Tarkastellessani zineä sen luonteelle tyyppillisiksi piirteiksi nousi ei-kaupallisuus, epä-virallisuus ja omakustanteisuus. Tekijän oma visio on keskeisessä osassa julkaisun toteutuksessa, ja se näkyy myös lopputuloksessa. Zinet antavat äänen toimijoille val-tavirran ulkopuolella, ja ne luovat yhteisöjä, jotka jakavat samoja mielenkiinnon koh-teita tai arvoja. Työn edetessä sain huomata, että zinen rajat ovat häilyvät, ja käsitys esimerkiksi julkaisun muodosta on muuttunut ajan saatossa. Perinteisen painetun julkaisun lisäksi käsitys zinestä on laajentunut koskemaan myös digitaalisia julkaisu-ja. Vaikka julkaisun paikka on eri, julkaisun luonne pysyy silti samana.

Kuvat 13 ja 14. Aukeamat zinestä mockupissa.



Kaupallisuuden näkökulman pohtimisen koin mielenkiintoiseksi. Kanye Westin YEEZY Season -zine näytti sopivan osaan zinen piirteistä. Julkaisun ulkoasu sinänsä sopii zineen, sillä zinejen visuaalinen ilme on niin tekijästä kiinni, ja se voi tänä päivänä olla paljon muutakin kuin punk-henkinen kaaos. Vertaillessani zinejen yleisiä hintoja kävi ilmi, että YEEZY Season -zinet ovat monia zinejä hintavampia. Vaikka päällisin puolin julkaisu voisi olla zine, mielestäni sen tarkoitus esitellä, ja sitä kautta myydä, Westin tuotteita saa sen näyttämään lookbookilta. Keräämäni tiedon perusteella ei-kaupallisuus osoittautui yhdeksi olennaiseksi piirteeksi zinelle.

Tarkoitukseni ei ollut antaa yhtä oikeaa vastausta siihen, onko Westin julkaisu zine vai jokin muu. Pyrkimykseni oli pohtia asiaa keräämäni tiedon valossa, ja koen, että tekemäni pohdinta voi saada myös lukijan pohtimaan zinen häilyviä rajoja.

Koen, että työn pyrkimykseni lisätä omaa tietämystäni zineistä toteutui. Opinnäytetyöni avasi zinen luonnetta minulle ja sai näkemään sille tyypilliset piirteet.

Oma zineprojektini kautta pääsin harjoittamaan omia alan taitojani. Julkaisun suunnittelu ja toteutus sai minut ajattelemaan kokonaisuutta, ja omakustanteisen julkaisun koko tuotantoprosessia. Tätä kautta pääsin olemaan niin toimittajan, suunnittelijan sekä julkaisijan roolissa. Painetun julkaisun suunnitteluprosessin läpikäytyäni seuraava kehitysaskel zineni teossa voisi olla e-zinen julkaisu.

◀ **Kuva 15.** Photoshopissa käsitelty maalaus.

## Lähteet

Arnold, Emma n.d. The latest Yeezy Zine is all kind of aesthetic. Acclaim Magazine. Luettavissa osoitteessa <<https://acclaimmag.com/culture/the-latest-yeezy-zine-is-all-kinds-of-aesthetic/>> (luettu 13.04.2020)

Adlibris 2019a. YEEZY Seasons 1,2,3-4 Zines Boxed Set. <<https://www.adlibris.com/fi/kirja/yeezy-seasons-12-3-4-zines-boxed-set-9783958294059>> (luettu 13.04.2020)

Adlibris 2019b. YEEZY Season 6 Zine. <<https://www.adlibris.com/fi/kirja/yeezy-season-6-zine-9783958294066>> (luettu 13.04.2020)

Amazon.com 2017. Kanye West: YEEZY Season 3-4 Zine. <<https://www.amazon.com/Kanye-West-YEEZY-Season-Zine/dp/3958293301>> (luettu 05.04.2020)

Arnold, Chloe 2016. A brief History of Zines. Mental Floss. <<https://www.mentalfloss.com/article/88911/brief-history-zines>> (luettu 22.02.2020)

Booklyn Shop 2020. Zines. <<https://shop.booklyn.org/product-category/books/zines/>> (luettu 31.03.2020)

Buyolympia 2020. Zines. <<https://buyolympia.com/Category/Zines>> (luettu 13.03.2020)

Cambridge Dictionary 2020a. Catalogue. <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/catalogue>> (luettu 05.04.2020)

Cambridge Dictionary 2020b. E-zine. <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/e-zine>> (luettu 24.02.2020)

Cambridge Dictionary 2020c. Zine. <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zine>> (luettu 25.02.2020)

Dictionary.com 2020. Catalog. <<https://www.dictionary.com/browse/catalog#>> (luettu 05.04.2020)



Gorny, Liz 2019. 5 radical reads that prove 2019 is the zenith of zine culture. Indie. <<https://indie-mag.com/2019/06/zine-culture-radical-reads/>> (luettu 05.04.2020)

Helsingin Sarjakuvafestivaalit 2020. Zine Fest. <<https://sarjakuvafestivaalit.fi/zine-fest/>> (luettu 20.03.2020)

Husni, Samir 2010. So, What is a Magazine, Really? Read On... Mr. Magazine. <<https://mrmagazine.wordpress.com/2010/06/11/so-what-is-a-magazine-really-read-on/>> (luettu 03.03.2020)

Issuu Blog 2020. What is the Difference Between a Catalog and a Lookbook? Issuu Blog 2019. <<https://blog.issuu.com/catalogs-and-lookbooks/>> (luettu 05.03.2020)

Khaos Publishing n.d. Shop. <<http://khaospublishing.com>> (luettu 13.03.2020)

Kujundzic, Petar 2015. Kanye West Launches 'Yeezy Season One Zine'. Hypebeast.com <<https://hypebeast.com/2015/3/kanye-west-launches-zine>> (luettu 05.04.2020)

Le Masurier, Megan 2014. R. Williamson & R. Johinke (toim.), Text Special Issue 25, Australasian magazines, new perspectives on writing and publishing. Luettavissa osoitteessa <<http://textjournal.com.au/speciss/issue25/LeMasurier.pdf>> (luettu 20.02.2020)

Liquid Web 2020. What is a Lookbook and How Can It Drive eCommerce Sales? <<https://www.liquidweb.com/woocommerce-resource/what-is-a-lookbook/>> (luettu 05.03.2020)

Maynard, Mark 2016. The Untold History of Zines... Eric Nakamura on Giant Robot. Markmaynard.com <<http://markmaynard.com/2016/02/the-untold-history-of-zines-eric-nakamura-on-giant-robot/>> (luettu 02.03.2020)

Merriam-Webster Dictionary 2020a. Catalogue. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/catalog>> (luettu 05.03.2020)

Merriam-Webster Dictionary 2020b. Zine. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/zine>> (luettu 03.03.2020)

Noge, Adelina 2018. What is a zine. Blog.flipsnack.com <<https://blog.flipsnack.com/what-is-a-zine/>> (luettu 03.03.2020)

Lewis, Casey 2016. What Is Going on With Fashion and Zines? Racked.com <<https://www.racked.com/2016/5/4/11488016/zines-fashion-calvin-klein-bieber>> (luettu 03.03.2020)

Steidl Verlag n.d. Kanye West YEEZY Season 3–4 Zine. <<https://steidl.de/Books/YEEZY-Season-3-4-Zine-2728303241.html>> (luettu 05.03.2020)

Suomisanakirja.fi n.d. Katalogi. <<https://www.suomisanakirja.fi/katalogi>> (luettu 05.03.2020)

Stat.fi n.d. Aikakauslehti. Tilastokeskus. <<https://www.stat.fi/meta/kas/aikakauslehti.html>> (luettu 24.02.2020)

Triggs, Teal 2010. Fanzines. London: Thames & Hudson

Todd, Mark & Watson, Esther Pearl 2006. Whatcha mean, what's a zine? The art of making zines and mini-comics. Boston: Graphia

Van Leuven, Laura 2017. A Brief History of Zines. The Chapel Hill Rare Book Blog. <<https://blogs.lib.unc.edu/rbc/index.php/2017/10/25/a-brief-history-of-zines/>> (luettu 20.02.2020)

White, Aaron 2019. Design Trends: An Introduction to the Return of Zine Culture. Shutterstock.com <<https://www.shutterstock.com/blog/design-trends-introduction-zine-culture>> (luettu 02.03.2020)

Nakamura, Eric n.d. About. Ericnakamura.com <<http://www.ericnakamura.com/about>> (luettu 17.04.2020)

## Kuvalähteet

**Kuva 2.** L'Incroyable Cinema 1969. Valokuva kirjasta Fanzines (Triggs 2010). London: Thames & Hudson.

**Kuva 3.** Sniffin' Glue 1976-1977. Valokuva kirjasta Fanzines (Triggs 2010). London: Thames & Hudson.

**Kuva 4.** Unskinny Bop 2003. Valokuva kirjasta Fanzines (Triggs 2010). London: Thames & Hudson.

**Kuva 5.** Sex, Desire and Relationships 2019. Issue 3. <<https://www.femzinelondon.com/fem-iii-1>> (Kuvakaappaus 15.03.2020)

**Kuva 6.** Sex, Desire and Relationships 2019. Issue 3. <<https://www.femzinelondon.com/fem-iii-1>> (Kuvakaappaus 15.03.2020)

**Kuva 7.** Giant Robot 1994. Issue 1. <<https://www.worthpoint.com/worthopedia/giant-robot-magazine-zine-asian-punk-16060525>> (Kuvakaappaus 02.02.2020)

**Kuva 8.** Giant Robot 2010. Issue 67. <<https://www.giantrobot.com/collections/giant-robot-magazine/products/giant-robot-issue-67>> (Kuvakaappaus 02.02.2020)

**Kuva 9.** Yeezy season 3–4 Zine. <<https://steidl.de/Books/YEEZY-Season-3-4-Zine-2728303241.html>> (Kuvakaappaus 13.03.2020)

**Kuva 10.** Yeezy season 3–4 Zine. <<https://steidl.de/Books/YEEZY-Season-3-4-Zine-2728303241.html>> (Kuvakaappaus 13.03.2020)

Kuvat, joita ei mainita kuvalähteissä: Karjalainen, Noora 2020.