# Mitä kannet kertovat?

## KAUNOKIRJALLISUUDEN KANSIEN VIESTIT SEKÄ NIIDEN VÄLITTÄMISEN KEINOT JA KONVENTIOT

Emmi Kyytsönen
Taiteen maisterin opinnäytetyö 2015
Graafisen suunnittelun koulutusohjelma
Median laitos
Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu

# ABSTRACT:
# COVER STORIES – MESSAGES OF FICTION BOOK COVERS AND THE MEANS AND CONVENTIONS OF COMMUNICATING THEM

THIS STUDY EXAMINES the messages of fiction book covers and the means and conventions with which they are communicated. Many of the messages and the ways of presenting them are restricted by strong codes dictated by history, practise and usability. These codes and conventions are mostly taken for granted by people acting in the book industry, but they have been poorly documented. The aim of this study is to list and illuminate these codes to find out how they are being utilized or differed from when designing different types of fiction covers. Research questions for this study are **what are the messages of fiction book covers, how and why do the covers communicate** and **what kind of conventions and codes regulate these messages, and how are they utilized?** The study is focused on contemporary Finnish book design.

This study is qualitative in nature and examines the subject through a slightly semiotic method. The literature on the subject is scarce, so questionnaires were sent to designers and publishing houses in order to gather more information. Answers to these questionnaires help to better understand especially the pragmatic side of cover design. In addition the research material consists of almost 250 images of book covers that serve as examples of different ways and means to communicate messages. The most significant thing observed by this are the ways of representing genres, and the means by which covers rewarded in The Most Beautiful Books of the Year -competition create unic, distinct messages. The study also includes

production part, a cover design for **Katja Kallio**'s novel *Säkenöivät hetket*, that acts as a case sample of a cover design process.

Book cover has many things to communicate: it's a tool for marketing and a selling package for the book; it has to stand out but also comply with the genre; it tells who the author is; it indicates if the book is part of a series; it places the book in context; it supports the publishers image and it has to reveal something of the content. The cover is also a structural element: it turns the book into a physical object. Its usability and form carries a relevant part of the books message. The study illustrates how the codes of cover design are strongly visible especially in genre fiction. The codes specify the selection and use of image, typography, materials, size and shape in order to create a fitting appearence and message for the book. By differing from the codes the message changes and the individuality of the book enhances. Thus the shifting and changing of the boundaries between genres becomes visible, as well as new things being born both in appearance and content. Accordingly the message of a fiction cover is formed largely in relation with other covers and cultural products by emphasizing either common or dissimilar traits. Comparing the genre covers with covers rewarded in The Most Beautiful Books -competition illustrates the difference between a commercial cover and an artistic cover: the messages of commercial covers are simple and follow conventions, whereas artistic covers are ambiguous, individual and stand out also as objects.

This study is in some parts descriptive due to the established nature of a book cover, and the subject concerning codes and conventions. Focusing on these might not touch on anything new, but hopefully it will generate some thoughts on what lies behind certain solutions, illuminate deeply rooted procedures and help to question or even to reform them.

**Keywords** book cover, code, convention, fiction, genre, literature, message

# TIIVISTELMÄ: MITÄ KANNET KERTOVAT? KAUNOKIRJALLISUUDEN KANSIEN VIESTIT SEKÄ NIIDEN VÄLITTÄMISEN KEINOT JA KONVENTIOT

TUTKIELMA KÄSITTELEE KAUNOKIRJALLISUUDEN kansien viestejä sekä viestin välittämisen keinoja ja konventioita. Monia kannen viestejä ja niiden esittämisen tapoja säätelee vahva historian, käytännön ja käytettävyyden sanelema koodisto. Nämä koodistot ja konventiot ovat alalla toimijoille itsestäänselvyyksiä, mutta niitä ei juurikaan ole sanallistettu. Tutkielma pyrkii listaamaan ja avaamaan näitä kannensuunnittelua rajaavia seikkoja ja selvittääkseen miten niitä hyödynnetään tai miten niistä poiketaan eri tyyppisten kirjojen kohdalla. Tutkimuskysymykset ovat siis **mitä ja miten kannet viestivät ja miksi?** ja **millaiset konventiot ja koodistot säätelevät kannen viestiä, ja miten niitä hyödynnetään?** Tutkielma keskittyy suomalaiseen nykyhetken kannensuunnitteluun.

Tutkielma on lähestymistavaltaan kvalitatiivinen, ja se käyttää jonkin verran semiotiikan termejä ja tarkastelutapoja. Kirjallisia lähteitä on niukahkosti, joten niiden tueksi kannensuunnittelijoille ja kustantamoille lähetettiin kyselyt. Näihin saadut vastaukset avaavat erityisesti kannensuunnittelun pragmaattista puolta. Lisäksi aineistona on liki 250 eri lähteistä kerättyä esimerkkikuvaa, joiden avulla viestin välittämisen keinoja ja tapoja tarkastellaan. Tässä keskeiseksi nousevat eri genren esittämisen tavat sekä Kauneimmat kirjat -kilpailussa palkittujen kansien keinot luoda yksilöllisiä, erottuvia viestejä. Työhön sisältyy produktio-osana **Katja Kallion** *Säkenöivät hetket* -romaanin kansi, joka toimii case-esimerkkinä kannensuunnittelun prosessista.

Kannella on monia viestinnällisiä tehtäviä: se on mainonnan väline ja kirjan myyntipakkaus; sen on erotuttava massasta mutta toisaalta noudatettava genrensä piirteitä; siitä on nähtävä kenen teos on kyseessä; se ilmaisee kirjan sarjallisuuden; asettaa kirjan kontekstiin; se tukee kustantajabrändiä ja sen on kerrottava jotakin kirjan sisällöstä. Kansi on myös rakenteellinen elementti: se tekee kirjasta fyysisen esineen, jonka käytettävyys ja olomuoto on parhaimmillaan oleellinen osa kirjan viestiä. Tutkielman perusteella kannensuunnittelun koodit vaikuttavat erityisen vahvasti genrekirjallisuuden kansissa. Koodistot määräävät kuvan, typografian, materiaalien ja kirjan koon sekä muodon valintaa ja käyttöä tietynlaisen, kirjaan sopivan ulkoasun ja viestin aikaansaamiseksi. Koodistosta poikkemalla kannen viesti muuttuu ja kirjan yksilöllisyys korostuu. Näin tulee näkyväksi genren rajojen elävyys ja muuttuminen sekä uuden syntyminen niin sisällöllisesti kuin ulkoasullisestikin. Kaunokirjallisen kannen viesti muodostuu siis paljolti suhteessa muihin kansiin ja kulttuurisiin tuotteisiin joko yhdistäviä tai erottavia piirteitä korostamalla. Genrekansia ja Kauneimmat kirjat -kilpailussa palkittuja kansia vertaamalla nousi näkyväksi myös viihteellisen/kaupallisen ja korkeakirjallisen/taiteellisen kirjallisuuden kansien ero: kaupallisen kannen viesti on yksinkertainen ja konventioiden mukainen, kun taas haastavammassa kirjallisuudessa kannet ovat monitulkintaisia, yksilöllisiä ja esineinäkin poikkeavia.

Tutkielma on paikoin luonteeltaan toteava johtuen paljolti kirjan kannen vakiintuneesta luonteesta sekä aiheen keskittymisestä kannensuunnittelun koodistojen avaamiseen. Konventioiden sanallistaminen ei välttämättä tuo esille uutta, mutta herättää pohtimaan kansiratkaisujen syitä, tekee näkyväksi juurtuneita toimintatapoja ja auttaa kyseenalaistamaan sekä kenties uudistamaankin niitä.

**Avainsanat** genre, kaunokirjallisuus, kirjankansi, konventio, koodisto, viesti

# SISÄLLYS


1. **Johdanto 8**
   Opinnäytetyön menetelmät 9
   Opinnäytetyön rakenne 10

2. **Miksi ja miten kirjan kansia suunnitellaan? 12**
   Historiaa 12
   Kannensuunnittelun tehtävät ja tavoitteet 14
   Kannen suunnitteluprosessi 20

3. **Kannen viestinnälliset elementit 24**
   Kuva 25
   Teksti / typografia 28
   Muoto ja koko 32
   Materiaalit 35

4. **Mitä kansi kertoo kirjasta? 42**
   Kannen ja tekstin vuoropuhelu 42
   Genre 50
   Tyylilajin tuolla puolen 80
   Sarja-asut ja muut jatkumot 91
   Kirjailijabrändi 97
   Kustantamoidentiteetti 98

**5. Kirjan tulevaisuus 100**
Kustannusalan murros ja säästötalkoot **100**
Sähkökirja **101**
Onko kaikki kirjat pakko painaa? **105**

**6. Yhteenveto ja pohdintaa 106**
Yhteenveto **106**
Pohdintaa **107**

**Lähteet 110**

**Liitteet 115**
I Suunnittelijakysely **114**
II Kustantamokysely **125**
III Säkenöivät hetket **133**

# JOHDANTO

OPINNÄYTETYÖNI TARKASTELEE KAUNOKIRJALLISUUDEN kansia keskittyen erityisesti niiden välittämiin viesteihin sekä viestin välittämisen keinoihin. Kaunokirjallisuuden kannensuunnittelu on graafikolle hauska ja haastava tehtävä: se sallii toisaalta paljon luovuutta ja kekseliäisyyttä, mutta toisaalta sitä rajaavat monet vakiintuneet toimintatavat. Olen suunnitellut paljon kansia ja huomannut monesti toimivani intuitiivisesti ratkaisuja ja valintoja sen kummemmin pohtimatta. Moni kirja-alan ulkopuolinen ihminen on kuitenkin ihmetellyt miksi jokin tietty kirja näyttää siltä miltä näyttää, miksi jokin kansikuva on rajattu tietyllä tavalla tai millainen kannensuunnittelun prosessi kaiken kaikkiaan on. Alkuperäinen ideani oli selventää opinnäytetyössäni käytännönläheisesti tuota konkreettista prosessia ja kirjagraafikon tyypillisiä työtapoja. Työn edetessä huomasin kuitenkin, että työtavat määräytyvät pitkälti kunkin suunnittelutehtävän mukaan eikä mitään erityisen yleistettävää toimintamallia ollut olemassakaan. Sen sijaan keskeiseltä alkoi näyttää kunkin kannen välittämä viesti: mitä kannensuunnittelun keinoin pyritään viestimään, mitkä ovat viestin välittämisen keinot ja mitä kannen viestillä halutaan saavuttaa. Tutkimuskysymykseni ensimmäinen osa on siis: **mitä ja miten kannet viestivät ja miksi?**

Kirja on varsin vanha ja vakiintunut viestinnän väline. Myös kirjan kanteen ja sen suunnitteluun liittyy monia rajaavia kulttuurisia ja ammatillisia konventioita, käytäntöjä ja teknisiä ratkaisuja. Monet näitä vakiintuneista toiminnan koodeista ovat kirja-alan ihmisille itsestäänselvyyksiä – ne ovat

selkärangassa, automaatioita joita ei juurikaan mietitä tai kyseenalaisteta. Pyrin listaamaan ja avaamaan näitä suunnittelun taustalla toimivia rutiineja ja tottumuksia selvittääkseni miten ne säätelevät sekä kannen viestin muodostumista että viestin lukemista. Tutkimuskysymykseni toinen osa on: **millaiset konventiot ja koodistot säätelevät kannen viestiä, ja miten niitä hyödynnetään?** Tutkimuskysymykset ovat osin päällekkäiset erityisesti miten-kysymyksen osalta, mutta koska konventioiden ohjaava rooli osoittautui tutkielman edetessä varsin keskeiseksi, sitä on syytä painottaa aiheen tarkastelussa.

## Kannen määritelmä

termillä ”kirjan kansi” voidaan tarkoittaa useampaakin eri asiaa. Yleisimmin sillä tarkoitetaan kirjan etukantta ottamatta kantaa siihen, millainen kirjan sidosasu on. Riisutuimmillaan etukansiajattelu näkyy siinä, miten kansia käytetään kirjojen markkinoinnissa: katalogeissa ja mainoksissa on vieretysten suorakaiteenmuotoisia etukansien kuvia, joista on mahdotonta päätellä millainen on kannen materiaali tai pintakäsittely, onko siinä käytetty foliota tai aihiolakkaa, onko kyseessä yliveto, kartonkikansi, ranskalainen sidos vai suojapäällinen. Etukansi on merkittävin koko kansisuunnitteluprosessissa, koska sen tehtävät ovat moninaisimmat ja sen saama huomioarvio suurin.

Kirjan kannen suunnittelu käsittää yleensä koko kansikokonaisuuden. Pokkarissa tai muussa kartonkikantisessa ratkaisussa sekä kovakantisten kirjojen ylivedoissa siihen sisältyy siis myös kirjan selkä ja takakansi. Suojapäällyksen ollessa kyseessä mukana on vielä päällyksen liepeet. Kansikokonaisuuden tarkasteluun voi sisällyttää lisäksi kannen materiaalit, jälkikäsittelyn sekä erikoisratkaisut, esilehtien ja päänauhan valinnan tai vaikkapa sivujen syrjien värjäyksen.

Opinnäytetyössäni tarkoitan termillä ”kansi” pääsääntöisesti kirjaesineen ulkokuorta takakansineen kaikkineen. Asiayhteydestä selvinnee, jos viittaan termillä johonkin tiettyyn kannen osaan, kuten kirjan fyysiseen kansipahviin tai kannen kuva-aiheeseen. Selkeyden vuoksi pyrin käyttämään termiä ”etukansi”, kun en sisällytä tarkasteluun kirjan muita osia.

## Opinnäytetyön menetelmät

LÄHESTYMISTAVALTAAN OPINNÄYTETYÖNI ON kvalitatiivinen. Hyödynnän kansien analyysissä jonkin verran semiotiikan termejä ja tarkastelutapoja. Lisäksi työhön sisältyy produktio-osana **Katja Kallion** *Säkenöivät hetket* -romaanin kansi, jonka avulla esittelen työn kirjallisesa osassa läpikäymäni asiat käytännössä.

Kannensuunnitteluun keskittyvää analyyttistä kirjallisuutta on niukahkosti, mutta pragmattisissa ja toimintatapoja koskevissa kysymyksissä paljon apua on ollut **Teijo Makkosen** toimittamasta *Kustannustoimittajan kirjasta.* Lisäksi olen hyödyntänyt ulkomaista kirjallisuutta sekä kuvan ja tekstin yhteistoimintaa käsittelevää, painotukseltaan semioottista kirjallisuutta.

Kirjallisuuden niukkuuden vuoksi käytän opinnäyteyöni taustamateriaalina vuosina 2013–2014 kustantamoiden vastuuhenkilöille lähetettämääni *Kustantamokyselyä* sekä kirjagraafikoille lähetettyä *Suunnittelijakyselyä* (kysymykset ja vastaukset kyselyihin liitteissä I ja II). Lähetin Kustantamokyselyn yhteensä 11:ta erikokoiseen kustantamoon, joista vastasi neljä. Suunnittelijakyselyn lähetin 13:sta suunnittelijalle, joista vastasi seitsemän. Materiaali toimi lähinnä omien kokemusteni tukena sekä välineenä saada kirjalliseen muotoon jotakin niistä lukuisista keskusteluista, joita kustannusalalla toimijoiden kesken käydään. Tukeudun siis pitkälti omaan kokemukseeni kirjasuunnittelun alalta: olen toiminut viisi vuotta kirjagraafikkona kustantamossa ja hieman pitempään freelancerina.

Opinnäytetyön kuvamateriaalia olen kerännyt erityisesti kustantamoiden kuvapankeista. Runsas kuvaesimerkkien käyttö on välttämätöntä monien asioiden selventämiseksi, vaikka suurin osa kansikuvista esittääkin pelkkää kirjan etukantta, eikä niiden perusteella pysty päättelemään juuri mitään kirjan koosta, muodosta tai kannen materiaalisista ominaisuuksista, jotka kaikki kuitenkin vaikuttavat merkittävästi kannen välittämiin viesteihin.

Keskityn suomalaiseen kansisuunnitteluun. Kannet ovat erilaisia eri maissa ja ainakin jossain määrin suunnitteluperinteessä on kansallisia erityispiirteitä ja tottumuksia. Suomessa kansista puhutaan ja kirjoitetaan niukemmin kuin muualla maailmassa; Englannissa ja Yhdysvalloissa on

esimerkiksi siinnyt lukemattomia kansiin keskittyviä blogeja, joissa ruoditaan sekä uusia että vanhoja töitä ja keskustellaan hyvän suunnittelun määritteistä. Kuitenkin Suomessa on paljon hyvää kirjasuunnittelua ja kirjaa arvostetaan yleisesti laadukkaana, kestävänä esineenä.

## Opinnäytetyön rakenne

ENSIMMÄISESSÄ LUVUSSA SELVENNÄN kirjan kannen tehtäviä ja tavoitteita. Sivuan kirjan kannen historiaa, koska siitä kumpuaa monia kannensuunnitteluun ja kirjaesineen muotoiluun liittyviä konventioita. Käsittelen myös kannen merkitystä eri näkökulmista: kansi viestii monia asioita ja painotukset viestien tärkeydessä ovat eri tahoille erilaiset. Lisäksi käyn lyhyesti läpi kannen suunnitteluprosessin kustannuspäätöksestä alkaen.

Toisessa luvussa kirjoitan kannen viestinnällisistä elementeistä eli niistä visuaalisista ja materiaalisista komponenteista, joista kansi muodostuu. Käsittelen myös elementtien valintaan vaikuttavia syitä.

Kolmannessa luvussa selvennän kannen viestinnällisten elementtien hyödyntämistä käytännössä. Kirjoitan kannen ja tekstin välisestä vuorovaikutuksesta ja siitä, mitä kaikkea kansi voi kertoa kirjasta. Tarkastelen erityisesti genren tekemistä näkyväksi, mutta myös kansien tapaa viestiä kirjan luonteesta ja yksilöllisyydestä sekä erilaisia kirjojen sarjoittamisen tapoja.

Neljännessä luvussa pohdin kirjan tulevaisuutta, erityisesti painetun kirjan ja kirjaesineen kohtaloa. Miten kansi viestii, jos se menettää fyysiset ominaisuutensa? Vaikuttaako sähkökirjan tulo ja nettimarkkinointi kannensuunnittelun konventioihin?

Viimeisessä luvussa teen loppupäätelmät ja yhteenvedon opinnäytetyöni havainnoista. Lisäksi esitän muutamia mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita.

Opinnäytetyön liitteinä ovat kysymykset ja vastaukset Kustantamo- ja Suunnittelijakyselyihin sekä kuvaus opinnäytetyöni produktio-osuudesta, Katja Kallion *Säkenöivät hetket* -romaanin kannen suunnittelusta.

# 1

# MIKSI JA MITEN KIRJAN KANSIA SUUNNITELLAAN?

KIRJAN KANSIEN KÄYTÄNNÖLLINEN, fyysinen tehtävä on suojata kirjan sivuja ja pitää ne koossa. Lisäksi kansilla on viestinnällinen ja esteettinen arvo: ne ohjaavat ostajaa ja lukijaa, toimivat myynti- ja logistiikkapakkauksena, kertovat kirjan sisällöstä ja tekijästä sekä vahvistavat kirjan artefaktiarvoa, sen esineisyyttä. Käsittelen tässä luvussa erilaisia syitä kirjan kansien suunnittelulle ja suunnitteluun tavalla tai toisella vaikuttavia tahoja. Lisäksi kirjoitan lyhyesti kannen suunnitteluprosessista.

## Historiaa

VUOSISATOJEN AJAN KANNEN pääasiallinen tehtävä oli pitää kirjan sivut kasassa ja suojata niitä. Kangaspäällysteisiä tai nahkaisia kansia koristeltiin kohopainotekniikalla tai liimaamalla niihin painettua paperia, mutta kansien suunnitteluun alettiin kiinnittää toden teolla huomiota vasta suojapäällisen ilmaannuttua markkinoille Englannissa 1820-luvulla. Alun perin suojakansi oli tarkoitettu poisheitettäväksi suojakääreeksi, mutta vähitellen se otettiin käyttöön mainonnan välineenä. Talouskasvun myötä merkkituotteet, pakkaussuunnittelu ja markkinointi levisivät Yhdysvalloista muualle maailmaan 1920-luvulla. Visuaaliset viestit lisääntyivät ja kuluttajat oppivat lukemaan niitä. Samalla painotekniikka kehittyi ja sen käyttö halpeni mahdollistaen helpomman ja laadukkaamman painamisen kirjojen kansiin. (Powers 2001, 6–8)

Suomessakin halpoja käännöskirjoja paketoitiin myyvästi jo 1920-luvulla. *Paras tawara maailmassa* -kirjassa kerrotaan näin:

> ”Rautakirjan edustaja muistutti (WSOY:tä) pakkauksen olevan aina sisältöä tärkeämpää: ”Sallinette meidän vakuuttaa Teille, että lähettämänne näytekirjan kansi ei vastaa suuren, halpahintaisia sarjakirjoja ostavan yleisön makua. Tämä yleisö rakastaa väriä ja kiinnittää kanteen ja kirjan nimeen kaiken huomionsa. Ensiluokkainen kirjalijakuuluisuus ei heitä liikuta paljoakaan. – koko kannen täyttävä kuva, paljon iloista väriä ja iloa sarjakirjojenne kansiin, siinä koko juttu vähällä vaivalla!” (Häggman 2008, 297)

Amerikassa samaan aikaan kirjankansisuunnittelun kehityksen kanssa graafinen suunnittelu eriytyi omaksi ammatikseen (Drew & Sternberger 2005, 20). Suomessa kirjataidetta tilattiin taiteilijoilta: esimerkiksi **Akseli Gallén-Kallela**, **Albert Edelfelt** ja **Pekka Halonen** kuvittivat kirjoja ja niiden kansia ja piirsivät myös tunnuksia (Häggman 2008, esim. 248, 268). Kaupallinen käyttötaide ja mainosgrafiikka tarjosivat taiteilijoille uuden, erilaisen toimintaympäristön – kansisuunnittelu oli elinvoimainen koekenttä taiteesta kummunneille suuntauksille sekä ajassa liikkuneiden ilmiöiden näyteikkuna. (Drew & Sternberger 2005, 20)

Vuonna 1935 **Allen Lanen** alkuunpanema kirjasarja Penguin Books aloitti pehmeäkantisten kirjojen ja niiden selkeästi erottuvien, kuvitettujen kansien buumin (Baines 2005, 12–13). Penguin Books myös kiinnitti strategiassaan erityistä huomiota kansisuunnitteluun, ja sarjaa esitellään usein esimerkkinä kansisuunnittelun merkityksestä kirjojen myynnille (esim. Powers 2001, 30). Suomessa markkinointi ja kaupallisuus hyväksyttiin laajemmin osaksi kustannusalaa vasta 1950-luvulla. Siihen saakka kustantamot olivat vierastaneet ajatusta kirjojen myymisestä, ja mieluummin puhuttiin ”kirjallisuuden levittämisestä” (Häggman 2008, 450). Markkinointituulien mukana saapuivat pokkarit, kirjakauppojen itsepalvelu ja kirjojen sijoittelu myymälöissä etukansi ulospäin.

Kaupalliset tavoitteet ovat siis olleet liikkeellepanevia voimia kansisuunnittelun kehityksessä. Vaatimus erottuvuudesta on tarjonnut mahdollisuuden etsiä erilaisia tapoja lähestyä kirjan ulkoasua – kaupallisuus ei välttämättä kumoa taiteellista luovuutta, vaikka vastakkainasettelua esintyykin.

## Kannensuunnittelun tehtävät ja tavoitteet

KAUNOKIRJALLISEN KANNEN SUUNNITTELU ei ole yksin graafisen suunnittelijan vastuu tai vapaus. Kannella on monia tehtäviä ja tavoitteita, jotka saattavat olla erilaisia eri näkökulmista tarkastellessa. Osapuolten yhteistyö vaikuttaa siihen, minkälaiset viestit kanteen valikoituvat ja minkälainen kannesta lopulta muodostuu. Käyn seuraavaksi lyhyesti läpi kannensuunnitteluun vaikuttavia osapuolia ja kannen tärkeimpiä viestinnällisiä tehtäviä kustakin näkökulmasta. Hyödynnän tavoitteiden hahmottamisessa Kustantamo- ja Suunnittelijakyselyyn saamiani vastauksia.

### Kustantamo ja kirjakaupat

KUSTANTAMOLLE KANSI ON tärkeä myynnin väline jo ennen kirjan ilmestymistä. Tulevasta kirjasta ei välttämättä ole vielä olemassa sivuakaan siinä vaiheessa kun sen ulkoasua aletaan suunnitella. Pienissä kustantamoissa ulkoasusta keskustelevat ainakin kustannustoimittaja ja -päällikkö. Isommissa kustantamoissa prosessissa voi olla mukana vastaava graafikko tai päägraafikko, ja mitä isompi kirja ja suuremmat odotukset, sitä useammin mielipidettä kysytään lisäksi vielä markkinoinnilta. Lopulta myös kirjakauppojen sisäänostajat ja kirjakerhojen edustajat saattavat vaikuttaa lopputulokseen.

Kannen avulla tulevaa kirjaa kaupataan kirjakauppojen sisäänostajille: valmis etukansi luo mielikuvan melkein valmiista tuotteesta. Tulevan sesongin kirjojen etukannet pyörivät jpg-kuvina myyntipäälliköiden powerpoint-esityksissä kauan ennen kirjan ilmestymistä. Etukansien kuvia käytetään myös kustantamoiden kuluttajille suunnatuissa kirjakatalogeissa, joissa kerrotaan tulevan sesongin uutuuksista, kustantamoiden ja kirjakauppojen nettisivuilla sekä muussa mainonnassa 1. Etukansikuvat ja sähköiset kuvakkeet ovat yleensä hyvin pieniä: pelkistetty suunnitelma ja selkeät värit erottuvat usein edukseen. Toisaalta kansista saatetaan tehdä tavaratalon seinän kokoisia mainosjulisteita tai niitä animoidaan nettimainoksiin. Myynnin työkaluna kannen on oltava erottuva, iskevä, kohdistettava kirja markkinoilla oikein ja kyettävä löytämään kohderyhmänsä.

**1** Kustantamoiden katalogeja.

Valmiin kirjan kannella on puhtaasti kaupallinen tehtävänsä, rooli houkuttelevana myyntipakkauksena: se on osa kirjan (ja kirjailijan) tuotteistamista. Kirjamyymälälle tärkeää on kirjan logistiikkaan ja liikkumiseen liittyvät asiat, kuten EAN-koodin helppo löytyminen ja sen luettavuus.

> ”Kirjan määritteleminen tuotteeksi aiheuttaa monenlaisia tuntemuksia. Kirjaan sisältyvät arvolataukset aiheuttavat sen, että sitä ei ole aivan helppo mieltää logistiikan ketjussa arkisesti kulkevaksi, viivakoodilla varustetuksi tuotteeksi. Tuotteistaminen – niin konkreettisesti tuotantovaiheissa kuin markkinoinnin suunnitteluprosessin kautta – on kuitenkin välttämätöntä, jotta kirjan kulku tekijältä lukijalle olisi ylipäätään mahdollista.” (Tulisalo 2004, 295)

Kustantamokyselyn vastauksissa hyvän kannen ominaisuuksista toistuivat käsitteet erottuva, kiinnostusta herättävä, houkutteleva ja viekoitteleva sekä kannen toimiminen erilaisissa ympäristöissä. Massasta erottuminen onkin tärkeää: kirjamyynti on laskenut jo kolme vuotta peräkkäin, ja huonoin tilanne on nimenomaan kaunokirjallisuudella (Majander 2015). Kaunokirjallisia uutuuksia on viime vuosina julkaistu keskimäärin noin 700 nimikettä vuodessa (Suomen Kustannusyhdistyksen tilastot jäsenkustantajilta 2009–2013). Tämän lisäksi tulevat vielä uudet painokset aikaisemmin julkaistuista nimikkeistä (vuosina 2009–2013 442–889 kpl), joista monet hakevat erottuvuutta ja uutta yleisöä tuoreilla kansilla. Huomiosta kilpailemassa on siis satoja teoksia. Suomalaisen kirjakaupan ostojohtaja **Reetta-Liisa Pikkola** summaa kannen roolin näin:

> ”Kannet voivat saada lukijan tarttumaan kirjaan ja hypistelemään sitä.
> Hyvä kansi ei takaa myyntiä, mutta voi estää totaalisen epäonnistumisen.”
> (KARILA 2013)

Tämä kannattaa pitää mielessä: toisinaan kustantamoissa kompastutaan siihen harhaan, että hyvin myyvällä kirjalla on myös onnistunut kansi. Kuitenkin esimerkiksi Finlandia-voittaja myy hyvin kannestaan riippumatta tai jopa siitä huolimatta, ei sen takia.

Kirjat ovat kustantamoiden työn näkyviä ilmentymiä, joten niiden ulkoasu on myös osa kustantamoidentiteettiä ja yritysviestintää (kts. s. 98).

Suurin osa kotimaisista kustantamoista käyttää kirjojen kansia tähän tarkoitukseen varsin hillitysti, mutta liki kaikilla on ohjeet logon käytöstä (Kustantamokysely). Toki myös kirjojen ja niiden ulkoasun laatu viestii kustantavasta tahosta, ja kustantamokyselyn vastauksissa mainittiinkin hyvinä ominaisuuksina myös kauneus, mieleenpainuvuus, taiteellisuus ja persoonallisuus sekä kannen totuudenmukainen suhde kirjan sisältöön.

### Kirjailija

YLEENSÄ KUSTANNUSSOPIMUKSESSA LUKEE, että kirjan kannesta päättää kustantamo. Tästä huolimatta kirjailijaa kuullaan käytännössä aina, jos tällä on toiveita kannen suhteen: kustantamo luonnollisesti haluaa pitää yllä hyvää suhdetta tekijöihinsä. Kirjailijan toiveet saattavat olla hyvinkin yksityiskohtaisia, mutta useimmiten kyse on sopivuuden tunteesta. Kirjailijan viesti on itse kirja: kansi on graafikon tulkinta tuosta viestistä ja kirjailija varmastikin toivoo sen olevan mahdollisimman osuva.

Kansisuunnittelu on lisäksi osa kirjailijabrändin rakentamista. Saman kirjailijan kirjojen on jollakin tavoin luontevasti muistutettava toisiaan, vaikkei niiden välillä olisikaan varsinaista sarjallisuutta (kts. s. 97). Kirjailijabrändi on myös kustantamolle tärkeä asia, joten toiveet sen suhteen tulevat useammin kustantajan kuin kirjailijan taholta.

### Graafikko

KIRJAGRAAFIKOLLE JOKAINEN TEHTY kansi on työnäyte, ja sellaisena se viestii tekijänsä osaamisesta. Työn pitäisi toki olla myös mielekästä ja mielellään palkitsevaa. Ulkopuolelta tulevat toiveet ja rajoitukset saatetaan kokea oman osaamisen suitsimiseksi: suunnittelijakyselystä oli luettavissa, että suurin osa vastanneista graafikoista haluaisi ideoida kansia puhtaasti käsikirjoituksen pohjalta – ehdottomat reunaehdot ja selkeät toiveet toki halutaan tietää etukäteen. Onnistuneena kyselyyn vastanneet pitivät useimmiten kantta, joka (sen tarkemmin yksilöimättä) vastaa kirjan sisältöä. Pelkät esteettiset ambitiot eivät siis ohjaa graafkoiden tavoitteita, vaikka moni kaipasikin rohkeampia irtiottoja kansisuunnitelmissa (Suunnittelijakysely).

## Ostaja / lukija

EEVALIINA RUSASEN TOTEUTTAMASSA kuluttajakyselyssä kirjakaupan asiakkaista 30% valitsi viimeksi ostamansa kirjan silmäilemällä kirjakaupassa, ja 36% mainitsi kannen ulkoasun tärkeimmäksi huomion kiinnittäjäksi (Rusanen 2008, 80). Kirja valitaan useimmiten vasta kaupassa tai verkkomyymälässä ostohetkellä (Suomi lukee -tutkimus 2013). Kansi on siis ratkaisevan tärkeä, jotta kulkija pysähtyy, poimii kirjan käteensä ja tutustuu siihen päättääkseen, onko löytänyt mukaan otettavan aarteen vai jatkaako matkaansa tyhjin käsin.

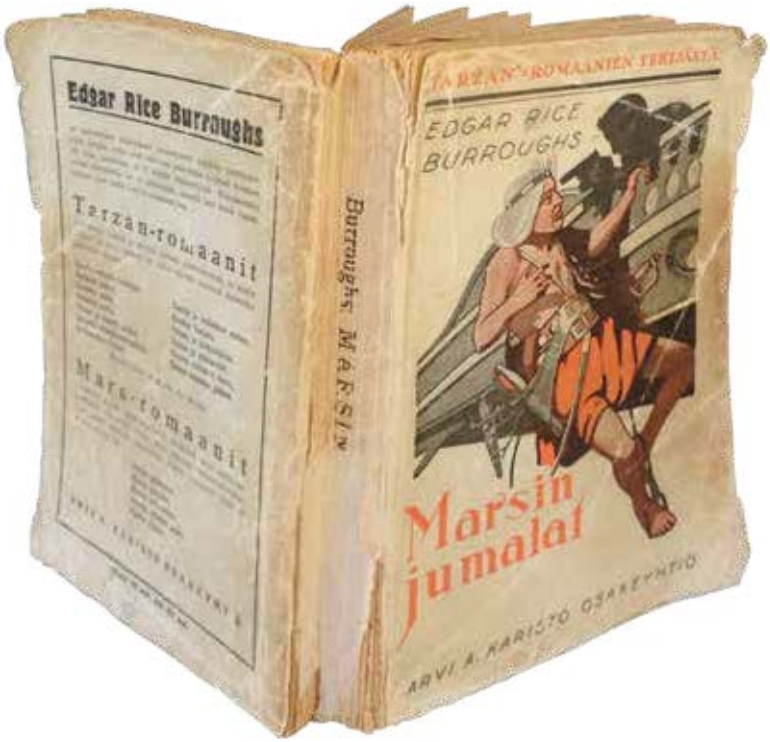
Kansi luo etukäteismielikuvan kirjan sisällöstä jo ennen lukemista. Se voi olla kevyt, leikillinen, eeppinen, vaikeaselkoinen tai vaikkapa traaginen, ja siihen valikoitunut kuva-aihe saattaa vihjata jotakin kirjan juonesta tai hahmoista. Lisäksi kansi viestii kirjan edustamasta lajityypistä ja helpottaa näin oikeanlaisen kirjan löytämistä.

Kannen esteettisyydellä on arvoa pitemmälläkin aikavälillä: kannen pitäisi tuntua kirjaan sopivalta lukemisen jälkeenkin ja sen on kestettävä katsomista hyllyssä ehkä vuosikausia. Lisäksi kirjan esineisyys on arvo sinällään: esimerkiksi Rusasen kuluttajakyselyssä arvostettiin kirjan kovakantisuutta (Rusanen 2008, 81). Samasta asiasta kielii sähkökirjan pienenä pysyvä myynti: sähkökirjojen osuus on yhä alle prosentti kirjojen kokonaismyynnistä (Majander 2015).

Lukijoiden mieltymyksiä kannen suhteen arvaillaan tietenkin kiihkeimmin kirjan tuotantoketjun myynnistä kiinnostuneessa päässä. Liika ennakointi ja pelko siitä, että kohderyhmä ei löydä kirjaa saattaa johtaa kansiratkaisujen varovaisuuteen ja konventionaalisiin valintoihin.

## Kirja

ITSE KIRJAESINEELLE KANNENSUUNNITTELU tarkoittaa sen esineisyyden muodostamista (poikkeuksena tietenkin sähkökirjat, joille kansi on lähinnä yksilöivä ja tunnistettavuutta helpottava kuvake). Hyvin suunniteltu kirjaesine on kestävä, se aukeaa hyvin ja on oikean kokoinen ja muotoinen käyttötarkoitukseensa nähden ja siihen on valittu sopivat materiaalit. Toki kannen on oltava sopiva myös tarinalle, ja parhaimmillaan onnistunut kansi on lisäksi visuaalisesti pitkäikäinen. Kansi kertoo aikansa esteettisistä




**2** Pehmeäkantisen seikkailukirjan estetiikkaa 1940-luvulta.

mieltymyksistä ja säilyttämisen arvoinen kirjaesine on näin myös historiallinen dokumentti. **Chip Kiddin** sanoin

> "I've found that for most people, the financial commitment made to a book eventually becomes an emotional one (especially if the read is good enough), and they will hang onto it. So I always try to keep that in mind – what will something I work on look like in five years? In ten, twenty, a hundred?" (Kidd 2005, 10)

## Kannen suunnitteluprosessi

LOPULLINEN KANSI MUOTOUTUU yhteistyössä kaikkien kirjan syntyyn vaikuttavien osapuolten kesken. Päätöksiä ja valintoja tehdään monessa eri vaiheessa suunnitteluprosessia, ja ne kaikki yhdessä muodostavat lopulta kanteen valikoituvan viestin. Graafisen suunnittelijan rooli on keskeinen, mutta päätöksiä saa harvoin tehdä täysin yksin. Edellisessä luvussa kävin läpi kannensuunnittelun tavoitteita eri tahojen näkökulmista. Seuraavaksi kirjoitan kirjan kannen suunniteluprosessista ja näiden pitkälti samojen tahojen vaikutuksesta siihen.

> ”Hyväksymisprosessi ei voi olla demokraattinen, vaan jonkun on otettava vastuu ja tehtävä päätös. Kansi ei voi miellyttää kaikkia, eikä kompromisseihin pidä tyytyä.” (Lehtonen 2004, 253)

Kustantamoissa pohditaan toimituksen, mahdollisen graafikon ja markkinoinnin kesken tulevaa kirjaa: mitä se vaatii ulkoasultaan ja millaisia kaupallisia mielikuvia se herättää; mikä on sen genre, kohderyhmä, panostus, kilpailijat; markkinointi-ideat sekä kartoitetaan vastaavantyyppisiä muita teoksia (Kustantamokysely). Samalla saatetaan päättää jo etukäteen joitakin kannen suunnittelua rajaavia tekijöitä. Monesti näitä etukäteen päätettyjä asioita ovat esimerkiksi kirjan formaatti, kirjan kuuluminen johonkin jatkumoon (sarjaan tai kirjailijan tietyntyyppisiin teoksiin) sekä se, käytetäänkö käännöskirjan kohdalla alkuperäistä tai jokin muun käännösversion kantta (Lehtonen 2004, 251).

Joskus kirja on tullut tutuksi ympäri maailmaa samalla kannella, jolloin sen käyttö on perusteltua. Monesti ulkomaiset kannet kuitenkin näyttävät vierailta tai niissä on käytetty sellaisia ratkaisuja, joita ei kustannussyistä haluta toistaa: kansissa saatetaan käyttää runsaasti erikoisefektejä ja jälkikäsittelyitä, jotka tulevat suhteettoman kalliiksi. Alkuperäiskansi saattaa olla monimutkainen kuvapankkikuvakollaasi, jolloin jo pelkkien kuvien oikeuksien haaliminen maksaa liikaa. Monissa maissa kustantamon ilme (house style) on selvästi määräävämpi kuin Suomessa. Ranskalaisia ja italialaisia, hyvin eleettömiä kansia käytetään Suomessa harvoin sellaisenaan, saksalaiset kannet taas sopivat usein kotimaiseenkin makuun. Useimmiten

uuden kannen suunnittelussa kyse on yksinkertaisesti siitä, ettei mikään aikaisempi kieliversion kansi kosketa (Lehtonen 2013).

Keskustelujen pohjalta kirjalle valitaan graafikko. Kovin monessa kustantamossa ei ole graafikoita omasta takaa, vaan kansia suunnittelee kirjava joukko freelancereita ja yrittäjiä. Graafikon valinta on iso asia kannen ulkoasun kannalta: kustantamokyselyssä ilmeni, että graafikon kädenjälki on ratkaisevassa roolissa jo tässä vaiheessa. Valintaa ohjaa erityisesti ajatus siitä, kuka on taidoiltaan ja osaamiseltaan tehtävään sopiva, sekä tietysti viime kädessä se, kenellä on työhön aikaa.

Yhteydenpidosta freelancereiden kanssa vastaa yleensä joko kustantamon oma graafinen suunnittelija, kustannustoimittaja tai toisinaan kustannuspäällikkö. Kyselyiden mukaan graafikko tekee harvoin suoraa yhteistyötä kirjailijan kanssa. Käsikirjoitus on suunnittelijan tärkein työväline. Se on paras inspiraationlähde ja luonnollisestikin kertoo kirjasta eniten. Kustantamon tarjoama muu tieto tarjoaa parhaimmillaan suunnittelutyölle kehykset ja asettaa kirjan johonkin kontekstiin suhteessa markkinoilla oleviin muihin kirjoihin, historiaan ja kohderyhmiin (Suunnittelijakysely). Jos käsikirjoitusta ei ole saatavilla, avuksi on jo markkinointitarkoituksiin laadittu lyhyt ennakkoteksti tai synopsis kirjan keskeisistä tapahtumista, tapahtuma-ajasta ja hahmoista. Avoin keskustelu kustannustoimittajan kanssa saattaa antaa lisätukea jotta kirjan tunnelmasta ja teemoista saa paremman käsityksen.

> ”Kaunokirjallisten kansien osalta on erityisen tärkeää keskustella kirjan tunnelmasta, ei niinkään juonenkäänteistä. Kovin yksityiskohtaisista kansikuvatoiveista on yleensä enemmän haittaa kuin hyötyä luovan suunnitteluprosessin kannalta. Tässä mielessä myös kirjailijan vahvat näkemykset saattavat vaikeuttaa suunnittelijan työtä.” (Lehtonen, 2004, 251)

Suunnittelijakyselyyn vastanneet graafikot painottivat arvostavaa, suoraa palautetta ja luottamusta ammattitaitoon ja osaamiseen puolin ja toisin. Graafikon tehtävänä on sovittaa yhteen eri osapuolten näkemykset kirjasta, joten selkeä viestintä kanteen liittyvistä toiveista on tärkeää. Keskeistä on graafikon oma näkemys, taito, luovuus sekä kädenjälki, jonka kautta kannen viesti lopulta muodostuu.

”Tärkeintä on, että briiffi tulee yhden henkilön kautta, joka osaa suodattaa tilaajapuolen erilaiset näkemykset ja toiveet toteuttamiskelpoiseen muotoon.” (Meilahti 2013, suunnittelijakysely)

Deadlinen tullen kannensuunnittelijalla on toivottavasti valmiina ainakin yksi ehdotus, johon hän on kutakuinkin tyytyväinen. Monesti luonnoksia voi olla useampikin: tyypillisesti versioita pyöritetään ja niistä keskutellaan moneen otteeseen ennnen kuin lopulliseen ratkaisuun päädytään. On ilmeistä, että mielipide löytyy kaikilta, jos sitä kysytään – kannattaa siis kysyä harkiten! Kirjan kansista puhuttaessa makuasiat painottuvat herkästi. Moni suunnittelija kokee hankalaksi myös sen, jos summittaisia toiveita tulee monelta eri ihmiseltä eri aikoihin ja joskus ilman sen kummempaa tietoa kirjan sisällöstä (Suunnittelijakysely). **Markus Pyörälä** kiteyttää ongelman Helsingin Sanomien haastattelussa:

”Valitettavan usein graafikoihin suhtaudutaan jonkinlaisina asiakaspalvelijoina eikä asiantuntijoina, eli heidän näkemystään ei hyödynnetä, vaan vain teknistä osaamista käytetään hyväksi.” (Karila 2013)

Valmis kansisuunnitelma toimitetaan painoon useimmiten sähköisesti valmiina PDF-tiedostona. Erityisesti erikoisempia kansiratkaisuja (esimerkiksi stanssauksia, lisävärejä tai poikkeavia materiaaleja) ja viimeistelyjä (tarkkoja foliointeja tai kohdelakkauksia tms.) käytettäessä yhteistyö painon kanssa olisi tärkeää, jotta lopputulos olisi halutunlainen. Suuri osa kansista painetaan kuitenkin nykyään ulkomailla, joten viestintä painon kanssa on supistunut minimiin. Repro on käytössä nykyään kovin harvalla kustantamolla, joten sivunvalmistuksen osaaminenkin on siirtynyt graafikon vastuulle. Painotyön valvonta on käytännössä mahdotonta, ja useimmiten kannesta saa nähdäkseen korkeintaan sähköisen vedoksen ennen kuin painokoneet hurahtavat käyntiin. Kaikki tämä saattaa vaikuttaa materiaalivalintoihin sekä kirjojen formaatteihin: painoilla on kapasitettia painaa tietynkokoisia kirjoja tietyille materiaaleille, ja poikkeavat ratkaisut vaativat alihankintaa ja tuovat lisäkustannuksia (esim. Makkonen 2004, 282). Jos kommunikaatio ei ole sujuvaa, erikoisempien vaihtoehtojen selvit-

täminen saattaa jäädä työläyden takia kokonaan tekemättä.

Painosta putkahtava valmis kirja on usein pieni yllätys: fyysisen esineen kokoa, muotoa, painoa ja tuntua on vaikeaa tai mahdotonta hahmottaa ennen kuin sen saa oikeasti käsiinsä. Vasta siinä vaiheessa voi todella arvioida, onko suunitelma onnistunut: näyttävätkö värit siltä miltä pitää, toimivatko materiaalivalinnat yhdessä ja tukeeko kokonaisuus kannen viestiä.

**Kannesta saatava palaute**

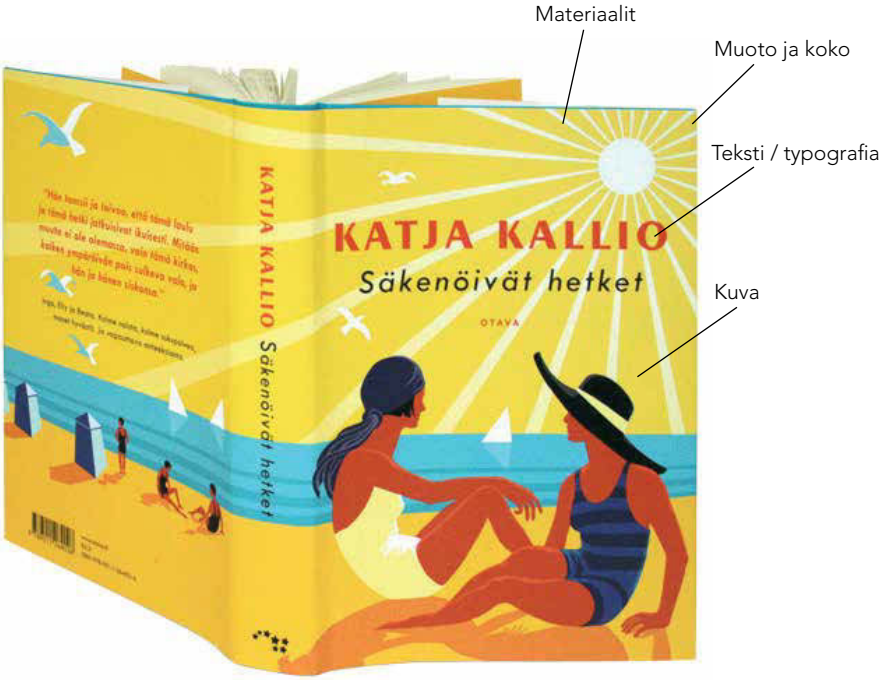
KIRJAN KANNEN ONNISTUMISTA viestinnällisessä tehtävässään on vaikea mitata: suunnittelijakyselyn mukaan valmiista kansista saa harvoin palautetta. Toisinaan kirjan kansi saatetaan huomioida lehtien kirja-arvioissa, mutta nykyään kannet keräävät useimmin kommentteja lukuisissa kirjallisuusaiheisissa blogeissa. Blogien arvioissa on erityisen mukavaa se, että kirjoittaja on lukenut kirjan ja peilaa kantta tekstiin. Kilpailuissa (esim. Vuoden huiput ja Vuoden kauneimmat kirjat) jokaista osallistuvaa kirjaa on mahdotonta kahlata läpi ja arvio kansien onnistumisesta pohjautuu ennen kaikkea esteettisiin arvoihin, vaikka pyrkimyksenä onkin kiinnittää huomiota ”sisällön ja suunnittelun tasapainoon” (Vuoden kauneimmat kirjat, arvosteluperusteet 2014) .

# 2

## KANNEN VIESTINNÄLLISET ELEMENTIT

KIRJAN KANNEN VIESTINNÄLLINEN kokonaisuus syntyy siihen valittujen elementtien, tekstien ja materiaalien yhteistoiminnasta. Semiootikko **Ferdinand de Saussuren** kehittämä käsitepari *syntagma* ja *paradigma* soveltuvat aiheen tarkasteluun. Lyhyesti: paradigma tarkoittaa loogisesti yhteensopivien merkkien (asioiden) joukkoa (vaikkapa erilaiset tekstityypit tai paperilaadut), ja syntagma taas eri paradigmoista valittujen merkkien (asioiden) yhdistelmää (esimerkiksi pehmeäkantinen pieni kirja, jonka kannessa on valokuva ja groteskia tekstityyppiä) (Seppä 2012, 141–142).

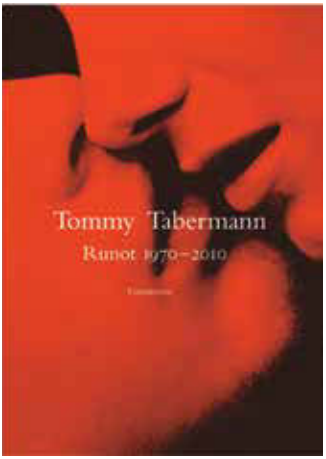
Kirjan kannen syntagma muodostuu pitkälti seuraavien paradigmojen yhdistelmistä ja niiden muodostamista pienemmistä syntagmoista: värit ja kuva (esim. piirros / maalaus / valokuva / kollaasi); typografia (esim. käsintekstattu / fontti); muoto ja koko (esim. kapea / leveä / matala / korkea / pieni / suuri) sekä materiaalit (esim. pehmeät / kovat kannet, suojapäällinen / yliveto, paperivalinnat). Vaihtoehtoja on paljon ja osa elementeistä on valinnaisia: kannen voi tilanteesta riippuen toteuttaa ilman kuvaa tai tekstiä – sähkökirjaan taas ei tarvitse valita materiaaleja. Syntagman kokoamista säätelee joukko kulttuurisia sääntöjä ja tapoja (Seppä 2013, 142): tottumus ja konventio määrittelevät sen, minkälainen paradigmojen yhdistelmä koetaan onnistuneeksi tietyntyyppisen kirjan kanneksi. Seuraavaksi käyn läpi kannen eri elementtejä ja niiden valintoihin vaikuttavia syitä. 3



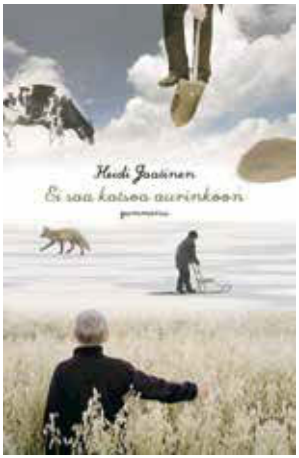

**3** Kannen viestinnälliset elementit

## Kuva

KANNEN KUVA ON yleensä kansisommitelman hallitsevin ja siksi voimakkaimmin viestivä elementti. Se voi ulottua liepeestä liepeeseen, asettua vinjettimäisenä etukannen typografian joukkoon tai olla osa kannen tekstejä; se voi olla esittävä tai abstrakti, kollaasi, valokuva tai maalaus; sen värit, rajaus ja tekniikka ovat kaikki viestin välittämisen apukeinoja. Kirjan tunnelmasta ja toivotusta viestistä riippuu, millainen kuva kanteen parhaiten sopii. Karkeasti: ”Valokuva assosioituu lähestyttävämpään ja ”viihteellisempään” kirjallisuuteen kuin piirroskansi, puhumattakaan typografisesta kannesta.” (Kasper 2013) Juonivetoisessa kirjallisuudessa kannen kuva usein esittää jotakin mahdollisimman tunnistettavasti: kirjan henkilöitä,




Jenni Noponen




Jenni Noponen

Otava

**4** Valokuvakansia

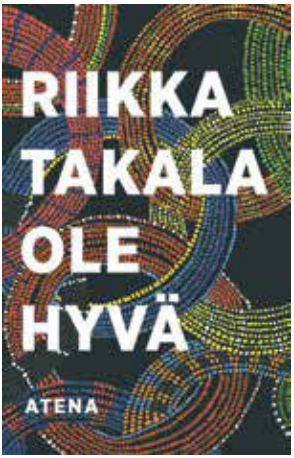
tapahtumapaikkoja tai tapahtumia. Kuvituskansi taas etäännyttää tarinasta: koska sen luonne ei ole samalla tavoin realistinen kuin valokuvalla, syntyy vaikutelma kirjallisemmasta, taiteellisemmasta teoksesta. Myös kuvan rajaus luo erilaisen vaikutelman: vaikkapa selkeä, muotokuvamainen rajaus ihmishahmosta mieltyy ”helpommaksi” kuin rajaus, jossa hahmon pää jää kuvan ulkopuolelle tai rajaus on hyvin tiukka.

Puhdasta valokuvakantta tehdessä kuvia etsitään usein kuvapankeista. Romaanin kansikuvan kuvauttaminen ammattikuvaajalla on kallista ja harvinaista herkkua, johon ryhdytään vain myyntiodotuksiltaan suurten kirjojen kohdalla. Tavallaan kuvapankkien laajat, helposti selailtavat sähköiset arkistot helpottavat suunnittelutyötä: miltei mistä tahansa esineestä, asiasta tai paikasta on mahdollista saada kuva (ainakin, jos kustantamolla on riittävä kuvabudjetti). Toisaalta tieto tästä ohjaa kannen suunnittelua jo hyvinkin varhaisessa vaiheessa. Kustantamoiden ulkoasupalavereissa voidaan jo valmiiksi muodostaa mielikuva tulevasta kannesta (”Amerikkalainen retrojääkaappi ja magneetteja!”) ja hirttäytyä siihen. Graafikon työksi jää tällaisessa tapauksessa tonkia kuvapankkien loputtomia arkistoja ja koettaa tavoittaa muiden ajatus siitä, miltä kannen pitäisi näyttää (”Jääkaapin pitäisi olla pyöreämpi ja punainen, enkä tarkoittanut tuollaisia magneetteja!”). Vaikka briiffi olisi vapaampikin, on kuvapankkisavotta työlästä ja puuduttavaa hommaa. Lopputulos on myös usein yleispätevän ja persoonattoman oloi-

Jussi Karjalainen

Safa Hovinen

Elina Warsta




**5** Kuvituskansia

nen. Kotimaisten kuvapankkien tarjonta on luonnollisestikin suppeampi kuin kansainvälisten jättien kuten Corbis tai Getty Images, joten kuvamateriaalissa on helposti jonkinlainen vierauden tuntu. Tekniikan kehitys on jossain määrin vapauttanut suunnittelua kuvapankkien geneerisestä ikeestä. Digi- ja jopa kännykkäkameroiden kuvanlaatu riittää nykyään pitkälle, joten graafikot saattavat kuvata kansiin tarvittavaa materiaalia myös itse tai etsiä kuvia omista arkistoistaan (Suunnittelijakysely). Joskus kirjan myynnille haetaan vauhtia kuvittamalla kansi elokuvajulisteella (ns. leffakansi, kts. s. 78–79) – yleensä kyse on silloin pokkarista tai uusintapainoksesta.

Kansisuunnittelussa on viime vuosina Suomessa tapahtunut nytkähdys kuvitusvetoisempaan suuntaan: kirjakauppojen hyllyillä näyttää olevan aiempaa enemmän persoonallisia kuvituskansia ja vähemmän puhtaasti valokuvaan nojaavia ratkaisuja. Myös Suomen kirjataiteen komitea on viime vuosina (2012, 2013, 2014, 2015) valinnut Vuoden kauneimmat kirjat -kilpailussa parhaiden kaunokirjallisten kansien joukkoon ainoastaan ratkaisuja, jotka on tulkittavissa typografisiksi tai kuvituskansiksi. Kuvitus ei välttämättä tarkoita käsin tehtyä kuvaa (piirrosta, maalausta tms.): myös käsitelty valokuva tai valokuva esimerkiksi kollaasin osana mieltyy kuvitukseksi. Puhdas valokuvakansi ei ole poistunut mihinkään, mutta näyttää siltä, että asenteet kuvituskansien käyttöön ovat muuttuneet: kuvituskansia pidettiin vielä jokin aika sitten joko vaikeina tai lapsellisina. Kuvitusvetoisuus ohjaa

**6** Typografisia kansia

myös suunnittelijan työtä: oma kädenjälki on entistä tärkeämpää ja monelta freelancerilta tilataan kansia mielessä lähtökohtaisesti suunnittelijan kuvittajantaidot ja -tyyli (Suunnittelijakysely 2013). Suurempien resurssien maissa kannensuunnittelija saattaa tilata kuvituksen kuvittajalta ja toimia itse lähinnä taiteellisena johtajana ja puhtaammin graafisena suunnittelijana, kun taas Suomessa suunnittelija ja kuvittaja ovat yleensä aina sama henkilö.

## Teksti / typografia

YLEENSÄ OLETETAAN, ETTÄ kirjan etukannesta löytyy kirjailijan nimi, kirjan nimi sekä tieto kustantamosta. Nämä ovat sekä lukijalle että kustantajalle tärkeitä tietoja, kirjapakkauksen ydinaines; se, mitä historiallisestikin ensimmäisissä suojakansissa pidettiin tärkeimpänä. Typografisia kansia on maailma pullollaan – kansikuva on valinnainen elementti, ja esimerkikisi ranskalaisessa kansisuunnittelussa puhtaita, eleettömiä tekstikansia suositaan edelleen (Hinkka 2012, 109). Kirjan ja kirjailijan nimien kokoeroillakin on merkitystä. Mikäli kirjailija on tunnettu (joko aikaisemmasta tuotannostaan tai joistakin ulkokirjallisista ansioista), on myynnin kannalta perusteltua nostaa hänen nimensä elementeistä suurimmaksi.

Kirjan takakanteen sijiotetaan yleensä pakollinen, logistiikkaa ja kaup-

**7** Erilaisia takakansia

paa palveleva koodirypäs: EAN- ja ISBN-koodit, kirjastoluokka sekä kustantamon nettiosoite. Erityisesti EAN- eli viivakoodi täytyy sijoittaa riittävän kokoisena sellaiseen paikkaan, että se on kutakuinkin helposti löydettävissä. Joskus sen voi piilottaa liepeeseen tai erikoisista materiaalivalinnoista johtuen se on lisättävä kirjaan tarralla. Viivakoodi on monelle graafikolle harmistuksen aihe, mutta kirjan tuotteena toimimisen kannalta välttämättömyys.

> ”Eikä kirjakaupan kassa ole suinkaan ainoa paikka, jossa viivakoodia tarvitaan. Sen avulla hoidetaan myös kirjojen tilauksia, varastokirjanpitoa ja laskutusta. Kirjastoissa viivakoodi ja sen sisältämä ISBN auttavat hallinnoimaan kokoelmia. Niinpä viivakoodi on kirjan kannen tärkeimpiä elementtejä, jonka rakenteesta, sijoittelusta ja väreistä annetut ohjeet jokaisen kansia suunnittelevan graafikon tulisi tuntea.” (Hinkka 2012, 112)

Takakansiteksti voi olla hyvinkin erilainen eri kirjoissa. Sen laatii yleensä kirjan kustannustoimittaja tai erityisesti asiaan harjaantunut mainostoimittaja. Parhaimmillaan takakansiteksti tukee kirjan viestiä ja puhuu samaa kieltä kansisuunnitelman kanssa: se voi olla oivaltava kurkistus kirjan maailmaan, juoniselostus tai jonkinlainen myyntipuhe. **7**

**8** Esimerkkejä käsin tehdystä typografiasta ja sen luomista erilaisista vaikutelmista.

Liepeellisessä kirjassa yksi lieve on usein varattu kirjailijaesittelylle kuvineen. Toisessa liepeessä on yleensä takakansitekstin tapaan lisätietoa kirjan juonesta, käännöskirjoissa toisinaan katkelmia kirjan saamista arvosteluista (ns. blurbit) tai lista kirjailijan aikaisemmasta tuotannosta. Liepeissä mainitaan usein myös mahdolliset kansikuvan copyright-tiedot sekä kannensuunnittelijan nimi.

Typografia ja tekstin muotoilu on merkittävä osa kannen tunnelman luomista. Kirjainmuodoilla ja kirjainten ja sanojen asemoinnilla voi saada aikaan paljon.

> ”We know that the same words set in different typefaces and lettering can elicit different responses. Hand-drawn lettering for example tends to stimulate different sorts of associations and sentiments than does mechanical type.” (Howard 2008, 17)

Käsin tekstaamalla saa aikaan hienoja vivahteita epävarmuudesta, naiiviudesta, vaarasta, karkeudesta, hauskuudesta tai (jos tekstaaja on taitava) hienostuneisuudesta, erityislaatuisuudesta ja laadusta **8**. Käsinkirjoitusta simuloivilla fonteilla tulos ei useinkaan ole aivan vastaavanlainen: puuttumaan jää ainakin tunne siitä, että kirjassa on oltava jotakin poikkeuksellis-

(AD) David Pearson

**9** Penguin Books:n Penguin Great Ideas -sarjan kannet hyödyntävät oivaltavaa, kirjojen ajankuvaa luovaa typografiaa. Sarja on julkaistu viidessä osassa, joista kussakin on 20 (suurimmaksi osaksi tieto-) kirjaa, ja jokaisella osalla on oma tunnusvärinsä. Ensimmäisessä osassa värinä oli punainen. Great Ideas on hieno esimerkki myös sarjoittamisesta.

ta, aidon käsityön arvoista. Käsintekstaus on kuvituskansien ohella selvästi nykyhetken trendi – rouhea tekstausjälki antanee muutaman vuoden kuluessa tietä pedantimmalle typografialle.

Typografinen tieto on tärkeää, jos haluaa luoda tarinalle uskottavaa ajankuvaa. Vaikka tavallinen lukija tai kirjanostaja ei osaa välttämättä arvostaa oikeoppisia kirjasinvalintoja, ne kuitenkin luovat aistittavissa olevan oikean tunnelman. **9**

Etukanteen saatetaan haluta lisäksi jokin sitaatti joko kirjasta tai (erityisesti pokkarien kohdalla) sen arvosteluista. Näiden markkinoinnin blurppien esiinmarssi on selvästi angloamerikkalaista vaikutusta. Joskus tekstielementti on tervetullut lisä, mutta joskus se ruuhkauttaa kantta ja luo joka tapauksessa mielikuvan kaupallisuudesta: kansi muuttuu selvästi pakkausmaisemmaksi.

Markus Pyörälä

**10** Kuvan ja runon rajoja koettelevassa Markus Pyörälän ja Vesa Haapalan kirjassa *Kuka ampui Ötzin?* on täysin tekstitön kansi.Piirroskuvitus on folioitu ylivetokanteen – veriroiskeet riittävät pysäyttämään ilman tekstiäkin. Otava 2012

Joskus – hyvin harvoin – on mahdollista jättää kannen tekstielementit pois. Myynnin kannalta tämä voi tuntua vähintäänkin hurjalta, eikä tekstitön kansi todennäköisesti tule menemään kustantamossa läpi suurten myyntikirjojen kohdalla, mutta kokeileva runokirja on toinen juttu. Tästä esimerkkinä Markus Pyörälän suunnittelemat kannet **Vesa Haapalan** kirjaan *Kuka ampui Ötzin*? **10** sekä **Harry Salmenniemen** kirjaan *Runojä* (kts. s. 82).

Maailmalla tällaisia esimerkkejä on useampia. Tyypillisesti silloinkin saatetaan luottaa pelkän kuvan voimaan kovakantisessa kirjassa, mutta pokkariversioon tehdään myyvempi (varmempi tai turvallisempi), tekstillinen kansi (esim. Howard 2008, 17). Epäilemättä kansi vailla tekstiä koetaan taiteelliseksi, ehkä vaarallisen hankalaksi ja tietenkin niin paljon totutusta poikkeavaksi, ettei kovin moni ahkerakaan lukija osaa tarttua siihen.

Penguin Books toteutti vuonna 2007 sarjan kirjoja, joiden etukannet olivat täysin valkoiset. *My Penguin* -sarjassa julkaistut kirjat olivat vanhoja tuttuja klassikoita ja ideana oli antaa lukijoiden toteuttaa kannet itse. Sarja palveli varmastikin ennen kaikkea Penguinin markkinointikeinona ja kustantamopromootiona: blancokantinen esikoisteos tuskin menisi kaupaksi.

## Muoto ja koko

PROOSAKIRJALLISUUDEN MUOTO ON vakiintunut satojen vuosien aikana helposti käsiteltäväksi kapeahkoksi pystysuorakulmioksi. Muoto on tarkoi-

**11** Eri kokoisia ja muotoisia kirjoja: *Inferno* on paksu ja isokokoinen; *Virrata että* ohut ja neliömäinen runokirja; *Ventovieras* on formaatiltaan romaanille tyypillinen sopusuhtainen, pyöreäselkäinen suorakulmio; *Kun kyyhkyset katosivat* on Liken erikoinen, hyvin kulmikas suoraselkäinen ja suojakanneton neliömäinen formaatti; *Maihinnousu* edustaa tavallista pokkaria ja *Raamattu* pientä hyvin paksua kirjaa.

tuksenmukainen, helposti luettavalle tekstipalstalle otollinen sekä kätevä käsitellä, säilyttää hyllyssä ja kuljettaa mukana (Itkonen 2004, 223). Kirjan koon, leveyden ja korkeuden sekä paksuuden pienetkin muutokset saavat aikaan eroja kirjaesineen luonteessa **11**. Korkea, kapea kirja tuntuu erilaiselta kädessä kuin matala ja leveä. Paksuja klassikkoteoksia julkaistaan isokokoisina, painavina laitoksina. Jos sivuja ei ole kovin montaa sataa, pienikokoisempi formaatti on parempi, jottei selän ohuus tuntuisi epäsuhtaiselta (Lehtonen 2004, 257).

> ”--- kookas mutta ohut kirja tuntuu lastenkirjalta. Hyvin pieni formaatti taas viittaa kevyehköön mietelauselajityyppiin. Melko pieni mutta hyvin paksu kirja on luonteeltaan raamattu tai sanakirja.” (Puustinen 2001, 26)

Kannensuunnittelija ei voi yksin päättää formaatista. On tiedettävä, miten muhkea kirjasta on tulossa ja sopiiko muoto kirjan taittoon ja käyttötarkoitukseen: dekkaria luetaan eri tavalla, eri paikoissa ja eri asennoissa kuin suurta korupainosta Tolstoin tuotannosta.

Runokirjat voivat olla vaikkapa vaakamuotoisia tai neliön mallisia. Tämä johtuu runouden monimuotoisemmasta tavasta käyttää tekstiä ja ladontaa: siinä missä romaanien tekstipalsta täyttää sivun, voi runokirjassa yhdellä sivulla olla yksi sana, kirjaimet voivat muodostaa kuvan tai edetä sivulla sattumanvaraisessa järjestyksessä. Tässäkin tapauksessa formaatin on tuettava sisältöä.

Useimmilla kustantamoilla on valikoima vakioformaatteja, joista valitaan kulloisellekin teokselle sopivin (Kustantamokysely). Formaattivalikoiman rajallisuus on kustannuskysymys. Formaatit pohjautuvat paperien standardikokoihin (A- ja B-sarja), ja niitä hyödyntämällä pyritään käyttämään paperiarkit ja -rullat mahdollisimman tehokkaasti hyväksi (Makkonen 2004, 282). A5-kokoinen kirja lienee kustannustehokkuuden ilmentymä, mutta ilmeisessä standardiudessaan se on myös erinomaisen tylsä ja tavallinen.

Suomessa on totuttu siihen, että suurin osa pehmeäkantisista kaunokirjoista julkaistaan pokkariformaatissa 110 x 178 mm. Koko on näppärä, helposti mukana kulkeva ja reissussa luettava. Pokkariformaatti assosioituu myös tiettyyn kertakäyttöisyyteen: kaunokirjat julkaistaan pokkareina

yleensä vasta sen jälkeen, kun ne ovat ilmestyneet kovakantisina tai muuten ”oikeina” painoksina. Monesti ne silloin liitetään osaksi jotakin pokkarisarjaa (esimerkiksi BON tai Seven) ja sarjailmettä, jolloin kirja menettää paljon yksilöllisyydestään ja esineisyydestään. Muualla maailmalla pehmeäkantiset kaunokirjat ovat usein suurikokoisia ja niiden kansissa on käytetty paljon foliointeja, preeglauksia ja erikoismateriaaleja. Taskukirjasta ei oikein voi puhua, kun kirja hädin tuskin mahtuu reppuun.

Myös selän muoto vaikuttaa kirjan olemukseen. Perinteisesti yli 15 mm levyiset selät on pyöristetty kirjan avaamisen helpottamiseksi, mutta paksumpiakin suoraselkäisiä kirjoja näkee (Lehtonen 2004, 254). Erityisesti kaunokirjassa se kuitenkin on aika harvinaista, ja siksi vaikutelma on erikoinen – mielleyhtymiä voi syntyä esimerkiksi taide- tai keittokirjoihin, joissa kirjojen suoraselkäisyys on tavallisempaa. Suoraselkäinen kirja on hyvin kulmikas, minkä vuoksi suojapäällistä on vaikea sovitella sen niskaan: useimmiten näissä kirjoissa onkin vain painettu päällys.

## Materiaalit

JOSKUS KANNEN SUUNNITTELUPROSESSI saattaa lähteä materiaali-ideasta, mutta useimmiten papereita ja jälkikäsittelyjä mietitään suunnittelun edetessä, toisinaan vasta siinä vaiheessa, kun kansitiedosto on toimitettava painoon. Onnistuneen kirjaesineen luomisessa materiaalien valinnalla on merkittävä rooli. Kun kirjaan tarttuu, sen tunnun kädessä pitäisi tukea kannen viestiä. Monesti materiaalivalinnat ja käytännöt pohjautuvat historiaan. Varsinkin romaanin muoto on varsin konservatiivinen: siihen kuuluu kovat kannet, suojakansi ja pyöreä selkä. Kokeellisempi kirja voi kuitenkin olla myös kokeellisempi esine.

> ”As books are small objects meant to be hand-held and looked at in detail at close range, the utilisation of touch and texture, of special inks and varnishes, of different materials and dye cuts, is always a part of a designers potential vocabulary.” (Howard 2008, 20)

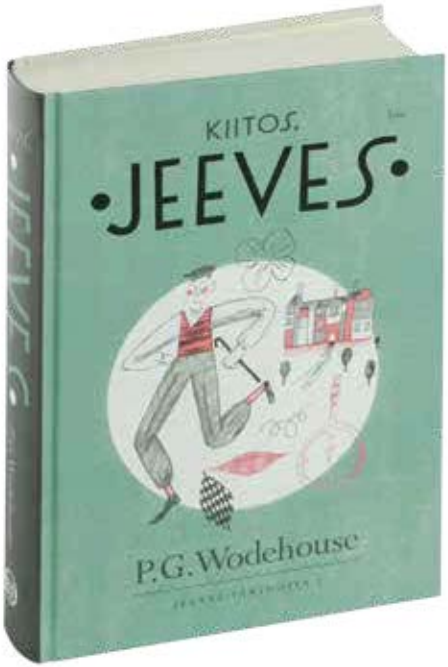
**Pehmeät vai kovat kannet?**

KOVAT KANNET OVAT kertomakirjallisuuden vakioratkaisu, jota harvoin kyseenalaistetaan. Kovat kannet tekevät kirjasta tukevan, kestävän ja arvokkaanoloisen esineen, joka seisoo ryhdikkäästi hyllyssä, kestää muutot ja säilyy perinnöksi. Pehmeät kannet on suomalaisessa kansisuunnittelussa yleensä varattu pokkareille, käsikirjoille, joillekin tietokirjoille sekä pamfleteille. Kaunokirjallisuuden puolella pehmeisiin kansiin nidotaan joskus runoja, esseitä tai novellikokoelmia. Pehmeäkantisuus (samoin kuin pokkariformaatti) tuntuu kertakäyttöiseltä: toisaalta se voi luoda myös mielikuvan ajankohtaisuudesta. Sopisiko johonkin romaaniin ajatus esineen katoavuudesta? Kartonkikantisen kirjan esineisyyttä ja arvokkuutta voi lisätä liepeillä ja materiaalivalinnoilla, ja vallan hyvin senkin voi pukea suojakanteen.

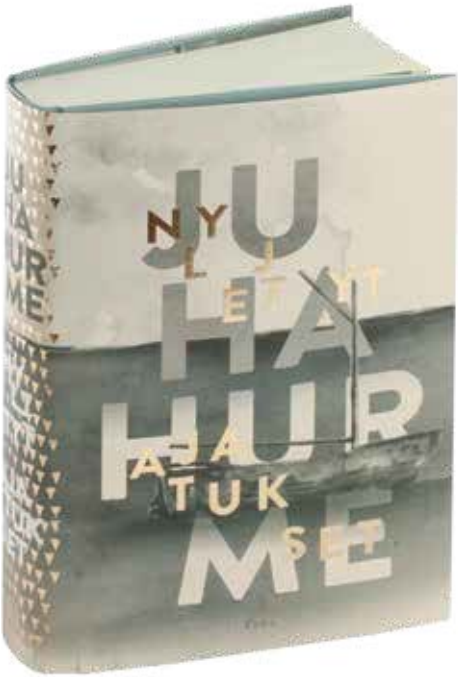
**Suojakansi vai painettu päällinen?**

ROMAANI ON PERINTEISESTI kovakantinen, sidottu kirja, jolla on suojakansi yksivärisen ylivedon päällä. Suojakannen alkuperäinen tehtävä kirjan sidoksen suojaajana on jäänyt toisarvoiseksi: merkittävämpää on, että se luo mielikuvan viimeistellystä, arvokkaasta esineestä. Usein ratkaisu tulee annettuna kustantamosta, mutta joidenkin kirjojen kohdalla sen voisi kyseenalaistaa. Suojakansi ei aina välttämättä tuo tavoiteltua lisäarvoa, vaan suuremman huomion ja yksilöllisyyden voi tavoittaa muillakin keinoin – kirjasta riippuen. Moneen teokseen sopii kirjasuunnittelun perinteiden vaaliminen ja tietoinen kiinnittyminen historiaan, mutta toiset vaativat irrottautumista ja poikkeavuutta: esimerkiksi runokirjoissa suojakannettomuus on yleistä. Suojakannen poisjättäminen ja pelkän painetun päällisen käyttö kertomakirjallisuuden kansiratkaisuna lienee ankean tuntuista monelle kustantamolle siksi, että monet uusintapainokset tehdään muuttamalla suojakansi ylivedoksi – se vaikuttaa siis halvennetulta versiolta, karvalakkimallilta. Uusintapainosten kohdalla tosin karsitaan samalla myös kaikki alkuperäisen painoksen erikoisuudet, materiaalit ja jälkikäsittelyt, ja jäljelle jää laminoitu torso. Uutta kirjaa suunnitellessa näin ei tarvitsisi tehdä, ellei tavoitteena tosiaan ole julkaista kovakantista kirjaa mahdollisimman edullisesti. Konventio toki tukee suojakannen käyttöä myös sikäli,

Camilla Pentti




Jenni Saari




**12** Huolella tehty painettu päällinen (vas.) ei vaikuta suojakannellista kirjaa (oik.) halvemmalta tai riisutummalta. *Kiitos, Jeeves* on myös oitis tunnistettavissa kaunokirjalliseksi teokseksi. Molempiin kansiin on valittu kuvitusta korostava, hieman rouhea materiaali ja käytetty foliointia.

että se vahvistaa mielikuvaa kaunokirjallisesta kirjasta: suojakanneton opus saattaa muistuttaa tietokirjaa, ellei materiaalivalintoihin kiinnitetä riittävää huomiota. **12**

### Pintamateriaalit ja -käsittelyt

SUOJAKANTEEN JA PAINETTUUN päälliseen on tarjolla periaatteessa samat materiaalit ja jälkikäsittelyt. Suojakansi ei ole samalla tavalla elimellinen, kestävyyttä vaativa osa kirjan sidosta kuin päällinen, joten se voi olla myös erikoisempaa, hauraampaa tai herkempää materiaalia: taidepaperia, muovia tai vaikka läpikuultavaa silkkipaperia. Periaatteessa kannen voi valmistaa mistä tahansa, mikäli budjetti on riittävä ja jostain löytyy osaamista ja

kärsivällisyyttä kokeilla. Käytännössä huopaisia, korkista valmistettuja tai muovisia kirjankansia näkee harvoin: perusvalinnat tehdään erilaisten paperilaatujen välillä.

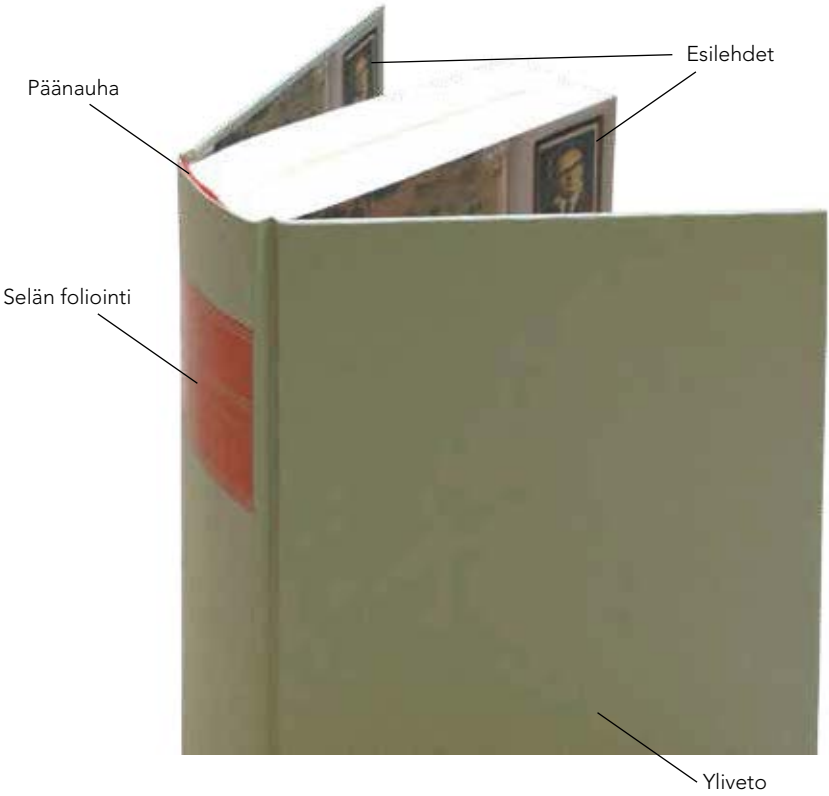
Useimmiten materiaalivalinta lähtee siitä, pitäisikö kirjan tuntua kädessä rouhealta vai sileältä. Päällystämätön paperi luo mielikuvia käsintekemisestä, luonnonläheisyydestä, kotoisuudesta tai (esineen) vanhuudesta ja arvokkuudesta. Usein tietynlaiset kuvituskannet ja käsintehty typografia sopivat hyvin yhteen karhean pinnan kanssa. Päällystetty sileä paperi on tavanomaisempi ratkaisu, koska se toistaa painetun kuvan tarkemmin eikä välttämättä tahraa samalla tavoin kuin päällystämättömälle paperille painettu kansi. Tavanomaisuudessa vaanii tylsyyden vaara: jos kannen kuva ja tyyli näyttävät vaativan jotakin rouheaa materiaalia, voi lopputulos päällystetylle peruspaperille painettuna olla kovin lattea. 12

Pintakäsittelyllä viestiä voidaan vielä voimistaa: kiiltävällä laminoinnilla kannen värit saa hehkumaan ja pinta saa kalliin, sisustuslehtimäisen joskin aika muovisen tunnun. Mattalaminointi taas jämäköittää kansipaperia ja suojaa painojälkeä, mutta on mitäänsanomattomuudessaan varsin ikävä. Laminoinneille on edullisempina vaihtoehtoina esimerkiksi matta- tai uv-lakka, mutta ne eivät takaa samanlaista suojaa eivätkä tunnu yhtä tukevilta: vaikutelma saattaa olla halvahko. Päällystämättömän paperin tuntu säilyy parhaiten, jos se suojataan ainoastaan offset- tai dispersiolakalla.

### Yksityiskohdat, herkut ja erikoisuudet

PIETEETILLÄ TEHDYN KIRJAESINEEN suunnitteluun kuuluu monta pikku yksityiskohtaa. Osa niistä liittyy enemminkin kirjan sidokseen eivätkä kaikki niistä ole nähtävissä kerralla, mutta niiden miettiminen on yleensä kannensuunnittelijan vastuulla. Nämä kaikki asiat tekevät kirjasta erottuvan, ainutlaatuisen ja huolitellun sekä vahvistavat sen esineisyyttä. 13

Konventionaalisen romaaniesineen suojakannen alle jää kirjan ylivetokansi. Ennen vanhaan sidos päällystettiin nahalla tai kankaalla (kluutilla), mutta nykyään se on tyypillisesti paperilla päällystettyä pahvia. Paperi voi olla yksivärinen tai painettu. Yleensä ylivedon selässä on folioituna tai painettuna kirjan ja kirjailijan nimi, mutta suojakannen alle voi piilottaa jonkin yllätyksenkin.




**13** Kirjan sidoksen osia

Kovakantisen kirjan sidoksen viimeistelee yleensä selkäpahvin alla päänauha. Päänauha on pieni mutta hauska yksityiskohta. jos sen valitsee oikein: se voi olla harmoniassa kannen kanssa, aksentoida jotakin kohtaa kansikuvasta tai toimia yllättävänä väripilkkuna.

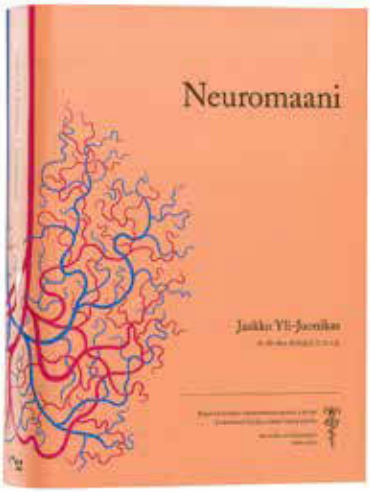
Kirjan esilehdet kuuluvat jo tiiviimmin kirjaesineen sisukseen kuin sen kanteen, mutta useimmiten esilehtien suunnittelu kuuluu kannensuunnittelijan vastuulle. Esilehdet kohtaavat ylivedon sisäkannen reunoissa ja suojakannellisissa kirjoissa suojakannen lieve taittuu esilehden päälle, joten

tietty fyysinen jatkumokin on olemassa. Esilehdet voivat olla läpivärjättyä, yksiväristä paperia tai niihin voi painaa: monessa kirjassa esilehdille sijoitetaan kirjaan liittyviä karttoja, tapettimaista kuviota tai vinjettimäisiä kuvia; toisinaan niihin painetaan kirjailijaesittely kuvineen.

Erikoisherkuista puhutaan, kun tarkoitetaan poikkeavia, lisäkustannuksia tuovia ratkaisuja. Näitä voi olla vaikkapa reijän stanssaaminen suojapäälliseen tai jonkin kannen osan foliointi, preeglaus tai kohdelakkaus; johonkin kirjaan saattaa sopia lukunauha tai vaikkapa sivujen syrjien värjäys.

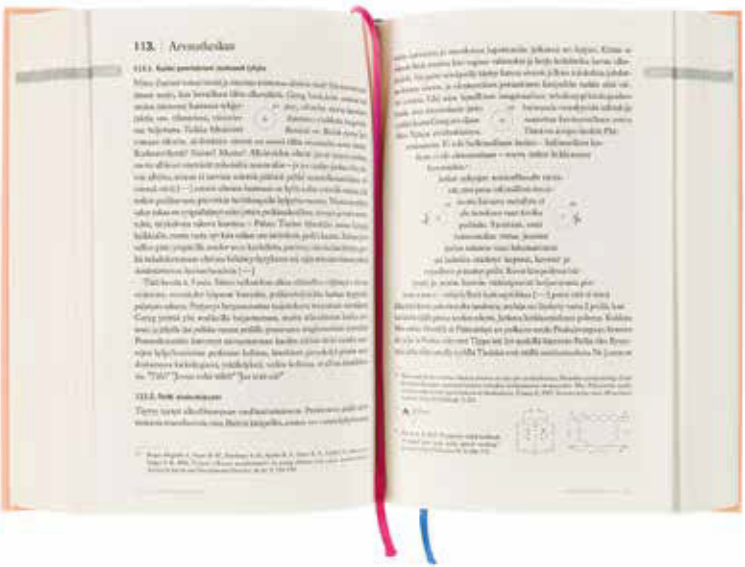
Parhaimmillaan kirjan esineisyys muodostaa kirjan sisällön kanssa saumattoman kokonaisuuden, joka viestii lukijalle kirjan tarkoitusta ja tavoitteita monella eri tasolla sekä auttaa hahmottamaan kirjan ydinajatuksen. Kirjan erityisestä esineisyydestä ja ulkoasun viestivyydestä esimerkkinä toimii Markus Pyörälän suunnittelema **Jouko Yli-Juonikkaan** kirja *Neuromaani,* joka pehmeine kansineen ja lukunauhoineen on mielenkiintoinen yhdistelmä kertomakirjallisuutta ja jonkinlaista kuvitteelista tietokirjaa – hyvin uskollisesti sisällölleen **14**.

Markus Pyöriälä




**14** *Neuromaani* (Otava 2012) valittiin vuoden kauneimmaksi kirjaksi vuonna 2012:

”Kirja on hämmästyttävän ja häikäisevän omaperäinen kokonaisuus. Neuromaani hämää lukijaansa jo nimellään, ja genrerajoja haastava teos on saanut arvoisensa muodon. Oudot tittelit ja tiedekuntien tai lääkeyhtiöiden logot sekä harhauttavat että johdattavat lukijaa. Kannen kuva-aihe kytkeytyy hienosti lukunauhoihin, jotka ovat tarpeen monikerroksellisen, alaviitteitä rönsyilevän tekstin seuraamisessa. Jokaisen sivun selkeä lukunumerointi opastaa lukijaa. Typografia on punnittua ja taiten toteutettua. Sidosasu on sekin mietitty ja viimeistelty.” (Suomen kirjataiteen komitean arvosteluperusteet)



VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

# 3

## MITÄ KANSI KERTOO KIRJASTA?

PROOSALLISIMMILLAAN KIRJAN KANNEN voi ajatella kertovan kirjan nimen, kirjoittajan, kustantajan sekä palvelevan myynti- ja logistiikkapakkauksena kirjastoluokkineen ja viivakoodeineen. Kantta voi kuitenkin myös kuvata porttina tai ovena kirjan tarinaan – sen takana odottaa tuntematon maa, josta sisäänkäynti antaa aavistuksen ja houkuttelee astumaan peremmälle. Kirjaa ei pysty käsittämään yhdellä silmäyksellä, vaan ainoastaan osissa, sivu sivulta. Etukansi on kirjan ainut osa, joka on käsitettävissä kerralla (Howard 2008, 14). Miten paljon kansi voi paljastaa kirjan sisällöstä? Miten yleispätevä se voi olla hukkumatta massaan? Kansi määrittää kirjan lajityyppiä ja auttaa lukijaa tunnistamaan sen muiden kirjojen joukosta, mutta määrittääkö kansi kirjan sisältöä lukijan mielessä vielä lukemisen aikana tai sen jälkeenkin? Käsittelen tässä luvussa kannen ja tekstin suhdetta ja niiden välistä vuorovaikutusta sekä sitä, miten edellisessä luvussa esiteltyjä kannen elementtejä käytetään kirjan viestin välittämiseen ja genren tekemiseen näkyväksi. Lisäksi kirjoitan kirjojen erilaisista sarjoittamisen tavoista ja siitä, miten sarjallisuus näkyy kansissa.

### Kannen ja tekstin vuoropuhelu

#### Kansi tekstin käännöksenä

KIRJANKANNEN VOI AJATELLA rinnastuvan kuvitukseen, vaikka kannen kuvittama tekstimäärä (esimerkiksi kokonainen romaani) onkin verraten

suuri. Kansi ei myöskään ole pelkästään kaksiulotteinen kuva, vaan sen tulkintaan sisältyy myös kirjan materiaalinen tuntu, muoto sekä koko. Periaatteessa kannen ja tekstin suhdetta voi kuitenkin tarkastella hyödyntämällä kuvan ja tekstin suhteesta kirjoitettuja tutkimuksia, etenkin silloin, kun tarkastelu keskitetään erityisesti kirjan etukanteen – näin siinäkin tapauksessa, että kansi on puhtaasti typografinen.

Kuvan ja tekstin suhteesta kirjoitettaessa on usein käytetty vertauskohtaa kääntämiseen. **Kai Mikkonen** esittelee kirjassaan *Kuva ja Sana* **Roman Jakobsonin** termin *intersemioottinen käännös*.

> ”Intersemioottinen käännös tarkoittaa esimerkiksi kielellisten merkkien tulkintaa muissa kuin kielellisissä symbolisissa järjestelmissä, kuten kielellisen merkityksen kääntämistä musiikkiin ja tanssiin, kirjallisuuden versioita elokuvissa ja maalaustaiteessa, tai kuvan tai veistoksen tulkintaa.” (Mikkonen 2005, 36)

Termillä tarkoitetaan siis tekstin kääntämistä toisen, ei-verbaalisen järjestelmän symboleiksi. Termiä ja kääntämisen vertauskuvaa voi käyttää myös tarkasteltaessa tekstin ja kannen suhdetta: kansi on tulkinta tai käännös tekstistä visuaaliselle kielelle. Kääntäminen on pulmallista jo puhuttaessa kahden kielen välillä tapahtuvasta kääntämisestä: viestin sisältöä hämärtävät kulttuuriset viitekehykset, arvotukset, lisäykset, poistot ja ilmaisujen konnotaatiot. Tekstin lajista riippuen osan pulmista voi sivuuttaa. Kaunokirjallisuudessa vääristymät käännöksessä eivät haittaa samalla tavoin kuin asiasisällöltään tarkoissa teksteissä, kuten diplomaattisissa viesteissä tai vaikkapa laintulkinnoissa. Samoin toimii intersemioottinen käännös: kuva ja sana eivät ole yhteismitallisia ja niiden viestintäkeinot ja -mahdollisuudet poikkeavat toisistaan. Niinpä käännöksen uskollisuus ei voi olla kirjaimellista tai edes kovin varmaa. (Mikkonen 2005, 35–39)

Kirjan kansi ei voi mitenkään kääntää tekstistä kaikkea kuvalliselle kielelle. Käännettävää on paljon suhteessa kuvallisen esityksen tilaan: suppilon läpi pitäisi saada puristettua tekstin puhtain ydinaines, josta kansi muotoillaan. Eri suunnittelijat painottavat erilaisia aineksia ja samasta tekstistä voi näin syntyä useampia erilaisia mutta silti toimivia kansia.

Samalla tavoin samasta käsikirjoituksesta voidaan tehdä useita erilaisia näytelmiä tai vaikkapa elokuvia. Mikkonen huomauttaa, että kääntämisen vertauskuva ei ole ongelmaton: kuinka paljon viestiä voi muuttaa tai pelkistää, jotta kyse olisi vielä käännöksestä?

Kaikkea ei toki tarvitsekaan kuvittaa. Kuvan ja tekstin suhteessa on olennaista niiden vuorovaikutus: kuva voi jättää kertomatta jotakin, minkä teksti täydentää (tai päinvastoin). Kuvan ja tekstin kertoman välille voi myös jäädä aukkoja. Tulkinta tästä vuorovaikutuksesta syntyy lukijan mielessä ja herättää samalla muita mielikuvia ja konnotaatioita, jotka vaikuttavat tulkintaan. Näistä mielikuvista syntyy lisämerkityksiä: kuvan ja sanan yhdistelmä ei siis ole niiden summa, vaan jotakin enemmän. Mikkonen kirjoittaa lisämerkityksen, mahdollisen puutteen ja konfliktin alueesta, jossa eri elementit muokkaavat toisiaan. (Mikkonen 2005, 55–57)

Kannen lukukokemusta syventävä ulottuvuus syntyy juuri tekstin ja kannen (kuvan) välisestä puutteen alueesta, joka on avoin tulkinnoille. Kovin kuvittava kansi rajaa lukukokemusta: tulkinnalle jää vähän sijaa, jos kannen kuvan ja tekstin voi yhdistää suoralla viivalla. Jo päähenkilöä muistuttavan hahmon esittäminen kannessa latistaa mielikuvitusta ja haittaa aktiivista lukuprosessia. Joissakin kirjoissa kuvittava kansi on miltei sääntö: sankarit ja sankarittaret ovat usein lähikuvassa viihdekirjojen kansissa (kts. s. 56–57). Tämä luo tunteen kirjan helppoudesta. Kannen pinnallisuus ja yksiulotteisuus heijastuu mielikuvaan tekstistä: yksinkertaista nopeaa, vaivatonta.

Toisessa ääripäässä ovat kannet, jotka eivät keskustele tekstin kanssa ensinkään. Voi olla, että kiireessä kirja on kääräistävä myyntipakkaukseen ehtimättä miettiä tai välittämättä muusta kuin erottuvuudesta. Kannesta tulee pelkkää pintaa, koristelua ja myynninedistämistä. Tästä käy esimerkiksi halvat pehmytkantiset kirjat, joita 1950-luvulla syydettiin markkinoille USA:ssa: Marcus Aureliusta saatettiin myydä pulp fiction -kannella, jossa vähäpukeinen blondi keikisteli aasin kanssa. (Drew & Sternberger 2005, 40) Toisinaan kannessa näkee käytettävän kuvaa jostakin klassisesta taideteoksesta, vaikkei sillä ole mitään tekemistä tekstin kanssa: tekijänoikeuksien rauettua kuvamateriaali on ilmaista ja siksi varmastikin houkuttelevaa. Joskus suunnittelija (tai joku muu prosessin osallisista) on yksinkertaisesti lähtenyt hakemaan ideaa liian kaukaa ja eksynyt matkalle. Täysin sisällöstään irrallista kantta on kuitenkin miltei mahdotonta suunnitella, koska ih-

misillä on taipumusta yhdistää toisistaan etäällä olevat asiat ja luoda niiden välille jonkinlainen merkitsevä tulkinta (Mikkonen 2005, 23).

Kansia pidetään joskus itsenäisinä taideteoksina. Niitä arvioidaan pelkästään niiden visuaalisten arvojen, erottuvuuden ja huomioarvon perusteella. Kuitenkin hyvä kaunokirjallinen kansi kumpuaa tekstistä, sen herättämistä mielikuvista ja tunnelmista. Kansi ei täytä kaikkia tehtäviään, ellei sillä ole suhdetta tekstiinsä; ei, vaikka se olisi miten kaunis, houkutteleva tai poikkeava. Tuo suhde voi olla hyvinkin moninainen. Kuvakirjan tutkimuksessa puhutaan kuvan ja tekstin yhdenmukaisuudesta, niiden välisestä tarkennuksesta, vahvistamisesta, laajentamisesta, täydentämisestä, vuorottelusta, poikkeamista, vastakohdasta ja kontrapunktista (Mikkonen 2005, 23). Kaunokirjallisen kirjan kansi ei ole informaatiografiikkaa eikä sen ole tarkoitus visualisoida tekstiä sanasta sanaan. Mikä tahansa onkaan sisällön tarkastelemisen tapa, olennaista on aktiivinen lukuprosessi ja tekstin ymmärtäminen ja sen onnistunut tulkinta, oivalluksen riemu.

Yleistäen: jos kirja on mutkikas, kielen rajoja koetteleva ja yllätyksellinen, voi kansikin olla konventioita rikkova ja kenties kirjaesineenä tavallisuudesta poikkeava. Traditionaalinen ja vahvasti esimerkiksi lajityypillisyyteen nojaava kirja taas tarvitsee yksinkertaisemman, helposti tunnistettavan ja ymmärrettävän kannen.

### Kansi määrittää sisältöä

KANSI JA TEKSTI ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Ensisijaisesti teksti määrittää kantta: kannen merkitykset avautuvat ja tarkentuvat kirjan lukemisen myötä. Kansi kuitenkin myös määrittää tekstiä: kansi saattaa kuvittaa jonkin tietyn hetken, hahmon tai tapahtuman tekstistä ja siten painottaa kuvittamaansa seikkaa. Kuvakirjan tutkimuksen käsitteet kuvan ja tekstin välisestä tarkennuksesta, vahvistamisesta, laajentamisesta ja täydentämisestä toimivat siis myös näin päin (Mikkonen 2005, 23). **15**

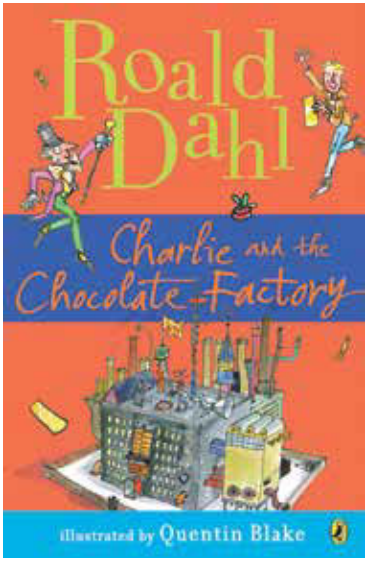
Kannen tarjoamat viestit tarkentavat kirjan tarinaa ja luovat kenties kuvallista maailmaa lukijan mieleen esimerkiksi kirjan hahmoista tai miljööstä. Tämä voi olla joko kiusallista tai miellyttävää: onnistuneen kannen tunnelmasta jotakin varmasti tarttuu lukijan mieleen, värittää lukukokemusta ja ehkä vaikuttaa jopa luetun tulkintaan.

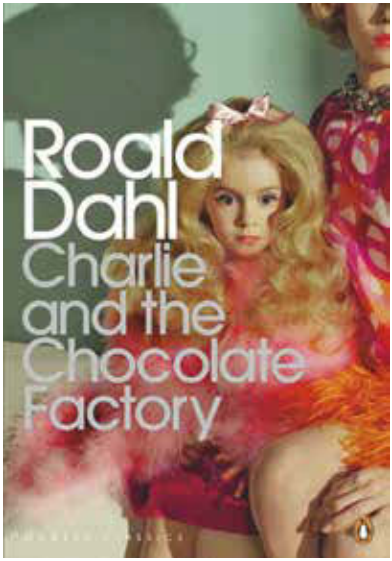
Timo Mänttäri

**15** Ghana ikuisesti -kirjan kansikuvassa on hetki ja hahmo, jonka ympärille kirjan juoni kiertyy. Kansi siis tarkentaa ja vahvistaa tapahtuman merkitystä lukijan mielessä sekä painottaa kuvassa olevan hahmon roolia tarinan kulussa.

> ”Kansien ei ole syytä tautologisesti toisintaa teoksen sisältöä, vaan avata siihen sopivasti mielenkiinnon herättäviä ikkunoita, ja asettua näin luontevaksi osaksi lukukokemuksen kokonaisuutta siihen kuitenkaan varsinaisesti kajoamatta. Mikäli kansi oleellisilta osin osallistuu teoksen sisäiseen aksentointiin esimerkiksi vihjaamalla loppuratkaisusta, vaikkakin miedolla tavalla, on se jo osa kerrontaa ja näin toivottavasti kirjailijan intentioiden mukainen.” (Pyörälä 2013, suunnittelijakysely)

Kansi luo mielikuvan kirjan sisällöstä jo ennen lukemista. Se ikäänkuin ehdottaa, miten lukijan pitäisi kirjaan lähtökohtaisesti suhtautua. Kirjassa voi olla aineksia moneen eri näkökulmaan: kannen viestiä valitessa on mietittävä, mikä näkökulma on keskeisin tai tärkein. Mitä sävyä tai vivahdetta on tarkoituksenmukaisinta painottaa? Mikä tekniikka parhaiten välittää sen, jotta tulkinta on mahdollisimman osuva? Esimerkiksi piirroskannen luoma vaikutelma on erilainen kuin viileä valokuvakansi. Kansisuunnittelulla voidaan korostaa kirjan viihteellisyyttä tai vaihtoehtoisesti tehdä siitä vakavamman oloinen. Kirjan kohderyhmän ikäjakaumaa saatetaan koettaa laajentaa muokkaamalla kansia joko nuorempien tai vanhempien lukijoiden mieleisiksi. Erityisen hyvin näitä pyrkimyksiä näkee toteutettavan tutkimalla uusintapainoksiin suunniteltuja tuoreita kansia: alkuperäiset kan-

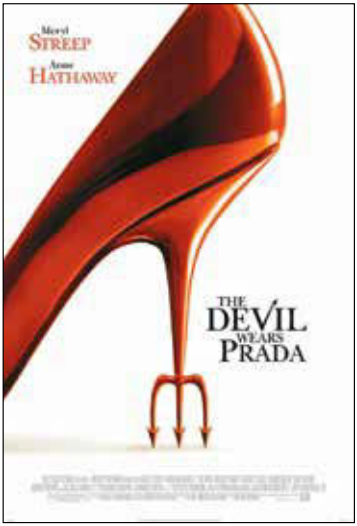



**16** **Roald Dahlin** kirjaan *Charlie and the chocolate factory* suunniteltu uusi, arveluttavaksi mielletty kansi (oik.) hermostutti monia ihmisiä. Kirjan julkaissut Penguin Books puolusti kantta mm. sanomalla, että se on suunnattu aikuisyleisölle ja pyrkii tarkoituksella selkeästi erottumaan vanhoista **Quentin Blaken** kuvittamista lastenkirjojen kansista. (Eyre 2014)

net saattavat toki näyttää yksinkertaisesti vanhentuneilta, mutta monesti uusilla kansilla koitetaan tavoittaa uutta yleisöä **16**.

Kansi voi herättää assosiaatioita muihin kirjoihin, elokuviin tai kulttuurisiin tuotteisiin. Tämä on tavallaan intertekstuaalisuutta tai intermediaalisuutta: usein jo tulevien kirjojen markkinointia suunniteltaessa määritellään kohderyhmä tyyliin ”Paolo Coelhon lukijoille” tai ”tästä voisi tulla mieleen *Paholainen pukeutuu Pradaan* -leffajuliste” **17**. Viittaus voi olla hienovarainen: kuva-aiheen muotokieli, värimaailma, typografia tai sommitelma saattavat riittää mielleyhtymän luomiseen. Astetta selkeämpi assosiaation väline on pastissi, tyylijäljitelmä. Kirjankannessa voi hyödyntää jonkin aikakauden tyyliä tai käyttää jotain toista kantta tai vaikkapa taideteosta suoraan niin, että lainaus on selkeästi nähtävissä **18**. Kirjankansi voi olla myös parodia jostakin tunnetusta teoksesta. Tunnettujen visuaalisten elementtien lainaaminen kannessa luo odotuksia kirjan sisällöstä ja voi vaikuttaa sen tulkintaan paljonkin.



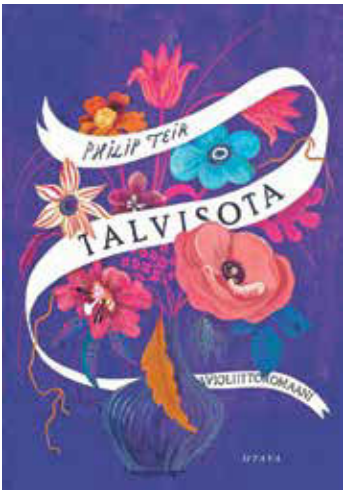

Pia Aho

**17 & 18** Yllä esimerkki kannen keinoista viitata toiseen tunnettuun visuaaliseen esitykseen: myös kirjan ja elokuvan tarinalla on yhtymäkohtansa. Alla selkeä pastissi, joka luottaa suomalaisten kykyyn tunnistaa kulttuurisesti ikoniseksi muodostunut kannen kuva-aihe.

Martti Mykkänen

Mika Tuominen

Sanna Mander




**19** Talvisota-romaanin kansi kertoo, ettei kirja nimestään huolimatta ole sotakirjallisuutta.

**Kirjan nimi ja kannen kuva**

KIRJAN ETUKANNESSA ON yleensä tekstielementtinä kirjan nimi ja sen lisäksi kuva. **Roland Barthes** erottelee kaksi erilaista semioottista tapaa, joilla tämänkaltainen kuvan ja tekstin liitto voi toimia: teksti joko rajaa tai laajentaa kuvan merkityksiä, tai sitten kuva ja teksti toistavat saman asian hieman eri keinoin. (Seppä 2012, 147). Kirjan kannen ollessa kyseessä on huoioitava, että kirjan nimi ei ole kansikuvan nimi eikä sen kuvateksti. Kannen kuva ja kirjan nimi eivät ensisijaisesti viittaa toisiinsa, vaan muodostavat yhdessä kokonaisuuden, joka on suhteessa koko kirjan tekstiin. Kirjan nimi rajaa ja säätelee tekstin ymmärtämistä ja toimii samoin suhteessa kansikuvaan – Barhesin mukaan voidaan puhua kuvan merkityksen ankkuroimisesta. Joskus kirjan nimi saattaa viitata erilaiseen tekstilajiin. Esimerkiksi **Philip Teirin** romaani *Talvisota* voisi johtaa kirjan ostajaa pahan kerran harhaan vääränlaisella kannella – kyseessä ei ole sotakirjallisuus (alaotsikko *Avioliittoromaani* auttaa toki myös). **Sanna Manderin** rehevä kuvituskansi on suorastaan ironisessa suhteessa kirjan nimeen: ne siis toimivat yhdessä laajentavassa merkityksessä. Rinnastus on yllättävä ja älykäs ja luo samantapaisia odotuksia kirjan sisällöstä. **19**

Myös oikeita historiallisia henkilöitä käsittelevien romaanien kansia suunnitellessa saa olla kieli keskellä suuta: jos kannessa on vaikkapa muotokuvamaalaus ja tunnetun henkilön nimi, on varmistettava, ettei kirja näytä elämäkerralta tai historialliselta tietokirjalta.

## Genre

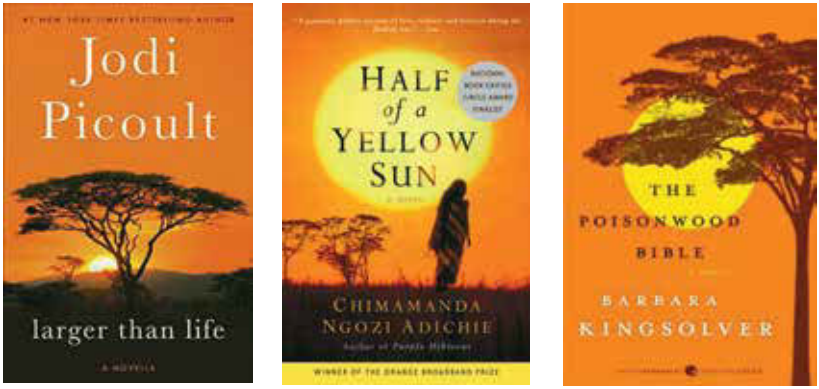
KIRJAN KANSI ANTAA lupauksia ja luo ennakkokäsityksiä kirjan sisällöstä. Kirjaa määrittelee selkeästi sen genre. Kansisuunnittelun yhtenä tavoitteena on tehdä genre näkyväksi ensi katsomalla. Tietyn näköiset kannet ohjaavat kirjan lukijaa oikeaan suuntaan: minkä näköiseen kirjaan tartun, jos haluan kevyttä viihdettä? Entä miltä näyttää historiallinen epookki? Kaupallisesta näkökulmasta katsoen genrejaottelu on tärkeää, koska se auttaa suuntaamaan kirjan oikealle kohderyhmälle. Genren tunnistaminen auttaa myös tulkitsemaan kirjaa ja sen kantta oikeassa viitekehyksessä.

Lajittelu ja luokittelu ohjaavat ihmisten käytöstä, ajattelua ja tapaa hahmottaa maailmaa. Erilaiset lajityypit perustuvat käytännön elämässä ja työssä toistettaviin tapoihin ja käytäntöihin. Niitä hyödynnetään kaiken aikaa sekä erilaisten kulttuurituotteiden (tekstien, kirjojen, elokuvien, kuvataiteen jne) tuottamisessa että vastaanottamisessa. Usein genreihin suhtaudutaan kuitenkin itsestäänselvyyksinä eikä niiden vaikutusta tiedosteta. (Heikkinen & Voutilainen 2012, 17–23)

Miten genren esittämisen tavat sitten määräytyvät? Semiotiikassa puhutaan koodistoista, jotka säätelevät ihmisten käyttäytymistä sekä erilaisia merkkijärjestelmiä. Koodistot muodostuvat erilaisista konventioista sekä ammattiryhmien ja teknisten keinojen tavoista ja mahdollisuuksista toimia. Lisäksi niihin vaikuttaa kulloinenkin kulttuurinen ilmapiiri. (Seppä 2012, 155–157) Koodistojen voi ajatella määräävän myös genren esittämisen tapoja. Koodisto vaikuttaa kannensuunnittelijan tapaan toimia ja ajatella; siihen, millaisia elementtejä suunnittelija tietyn lajityypin kanteen valitsee. Koodistojen hallinta vaatii tiettyä kulttuurista tuntemusta ja osaamista myös viestin vastaanottajalta, jotta viestiin sisältyvät viittaukset ja merkitykset tulevat ymmärretyiksi (Seppä 2012, 157). Myös Eevaliina Rusanen käyttää tietokirjan kantta käsittelevässä opinnäytetyössään käsitettä genrekoodisto (Rusanen 2008, 21).

Genren esittämisen koodisto merkitsee siis genren tekemistä näkyväksi kirjan kannessa toimimalla tietyllä totutulla tai hyväksi havaitulla tavalla. Näin muodostuu myös tottumus tunnistaa toistuvasti yhdessä esiintyvät piirteet (syntagmat) tietyn lajityypin kansiksi.

Koodiston arvo on tunnistettavuuden lisäksi sen tarjoamassa pohjassa




**20** Kliseillä ratsastavia kirjankansia. Akaasiapuu auringonlaskussa herättää voimakkaan konnotaation eksoottisesta Afrikasta.

uusille ratkaisuille: kaikkea ei tarvitse keksiä aina aivan alusta saakka. Sekä koodistojen käyttö että genren tunnistaminen ovat usein intuitiivisia asioita: tietyt elementit, värit, kuva-aiheet ja typografia saavat kirjan näyttämään dekkarilta, vaikka kantta katsoisi vain sekunnin murto-osan.

Koodistosta ja säännöistä poikkemalla voi hämmentää, herättää huomiota ja kiinnostusta. Koodistoa ja konventioita on hyvä kyseenalaistaa. Onko dekkarin typografian pakko olla groteskia? Voiko romanttisen viihderomaanin kannessa olla piirros? Onko valitsemani tapa toimia rutiinia, suunnittelenko kliseitä? Esimerkki kansisuunnittelun latistavasta ja kliseisestä toiminnasta on *Africa is a Country* -blogissa esiinnostettu tapa käyttää kuvaa akaasiapuusta auringonlaskua vasten minkä tahansa Afrikasta kertovan kirjan kannessa – oli maa tai kirjan aihe mikä tahansa (Ross 2014). **20**

Koodistot ovat sopimuksenvaraisia ja voivat myös muuttua, jos poikkeuksia toistetaan riittävän usein. Ajassa liikkuvat tyylivirtaukset hiovat pinttyneimpiäkin esittämisen tapoja.

PERINTEISESTI KAUNOKIRJALLISUUS JAETAAN proosaan, lyriikkaan ja draamaan, minkä lisäksi siihen on nykyisin sisällytetty myytit, kansansadut sekä esseistiikka. Kirjallisuudenlajeja on tarkasteltu monesta eri näkökulmasta ja tarkastelutavasta riippuen kategorisointien tavat ja rajat ovat erilaisia. (Juntunen 2012, 528–536) Lajittelut uppoavat niin syvälle teoriaan, että jaottelu ei tarjoa kovin tukevaa lähtökohtaa nykyaikaisten kansien la-

jityyppien visuaalisuuden tarkastelulle. Kirjakaupat jaottelevat tarjontaansa omin perustein: esimerkiksi Akateemisesta kirjakaupasta löytyy hyllyjä tieteiskirjallisuudelle, jännitykselle, romantiikalle, lyriikalle, klassikoille, esseille ja yleisesti romaaneille; Adlibriksen verkkokaupassa kaunokirjallisuus on jaettu kansanrunouteen, kertomakirjallisuuteen, runoihin, näytelmiin ja kaunokirjallisiin sekasisältöisiin teoksiin (termi on suora poiminta kirjastoluokkien varsin kapulakielisestä termistöstä). Kirjastojen luokittelu lienee varsin kattava, mutta pohjautuu ennen kaikkea julkaisun kieleen: niinpä saman, kertomakirjallisuuteen viittaavan luokan 84 alta löytyy hakusanoja kaskuista kalajuttuihin.

Kansisuunnitteluun asti kaikki kirjallisuuden lajiluokittelut eivät yllä. Kustannustoimittaja ei puhu kannensuunnittelijan kanssa erikseen lyriikan alalajeista eikä pohdi, miten ilmentää dityrambin ja balladin eroa runokirjojen kansissa, ja kaiketikin hyvä niin. Kirjoista keskustellaan niin kustantamoissa kuin kirjallisuuspiireissäkin hyvin erilaisissa konteksteissa ja niitä kuvaillaan kovin erilaisin ja moninaisemmin termein kuin viralliset luokittelujärjestelmät antavat ymmärtää. Tulevia teoksia verrataan muihin kirjoihin ja selitetään monisanaisesti: ”romanttinen sukuromaani, samantapainen kuin…” tai ”raaka väkivaltainen dekkari, vähän kuten…” Kirjojen genret ja niiden esittämisen tavat kansissa muodostuvat siis yleensä varsin orgaanisesti ja tapauskohtaisesti. Lisäksi kannensuunnittelun keinoin kirja saattaa näennäisesti vaihtaa genreä: esimerkiksi **Kaari Utrion** *Yksisarvinen*-kirjan uudistetun laitoksen kansi (s. 57) on puhtaasti romanttista viihdettä, vaikka kirja on periaatteessa luokiteltu historialliseksi romaaniksi.

Usein niin sanotun populaarikirjallisuuden (scifi, fantasia, kauhu, rikoskirjallisuus jne) lajityypillisyys on korostunut: siksi sitä on kutsuttu myös genrekirjallisuudeksi erotukseksi ”oikeasta” taidekirjallisuudesta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että genrekirjallisuuden ulkopuolelle jäävät teokset eivät kuuluisi mihinkään lajityyppiin (Juntunen 2012, 530). On kuitenkin totta, että kansia tarkastellessa useimmiten juuri niin sanotun korkeakirjallisuuden kannet eivät sovi suoraan mihinkään kategoriaan. Nämä kannet ovat kaikista monimuotoisimpia ja viestivät vapaammin yksittäisen kirjan luonteesta kuin sen genrestä.

Korostunut lajityypillisyys eli voimakas suunnittelun koodisto saattaa muodostua esteeksi erottuvalle kansisuunnittelulle. Dekkarit näyttävät

kovasti toisiltaan eikä naistenviihderomaanienkaan yksilöllisyys ole kovin korostunutta. Lisäksi genrekirjallisuudelle on tyypillistä sarjallisuus: sen lisäksi, että yksittäisen kannen on täytettävä genren ulkonäkövaatimukset sen on noudatettava sarja-asua – monesti myös kirjailijan tunnistettavuus kannesta on erityisen tärkeää. On kuitenkin huomattava, että hyvä kansi on erilainen eri tyylilajin kirjoille: kategorisointien ei siis ole tarkoitus olla missään nimessä arvottavia, vaikka suunnittelijalle vaikkapa romanttisen viihderomaanin kannen suunnittelu ei olisikaan kovin kiehtova työtehtävä.

Omat määritelmäni kirjallisuuden kategorioista ja niiden esittämisen koodistoista ovat yleistyksiä ja kärjistyksiä: esimerkiksi kaikki dekkarit eivät ole niin mustia kuin esimerkkini (s.66–67). Tarkoitukseni onkin näyttää genren (tällä hetkellä) tyyppillisin, kaikista tunnistettavin esitystapa.

Genrellä on taipumusta joustaa ja muuttua (Heikkinen & Voutilainen 2012, 23). Määrittelemäni tyylilajit ovatkin jossain määrin päällekkäisiä ja liukuvia. Niitä syntyy lisää ja katoaa: esimerkiksi chick lit on verrattain uusi tulokas (**Helen Fieldingin** *Bridget Jones* 1990-luvun puolivälissä), kun sen sijaan perinteinen naistenviihde on sulautumassa muihin lajityyppeihin (Ahola 2014). Tyylilajit jakaantuvat moneen alalajiin, joita kaikkia en ryhdy yksilöimään: esimerkiksi tieteiskirjoja on moneen lähtöön ja runous on hyvin kirjava genre.

Käytän esimerkkeinä Suomessa julkaistujen kirjojen kansia vuosilta 2010–2015. Kuvat kansista olen kerännyt kustantamoiden nettisivuilta ja kuvapankeista. Käytännön syistä tarkastelen lähinnä kirjojen etukansia, mutta pyrin huomioimaan myös kirjojen muodon, koon ja materiaalit: tätä varten olen käynyt hypistelemässä kirjaesineitä kirjastoissa ja kirjakaupoissa. Esimerkkeinä on pääasiassa kotimaisia kansisuunnitelmia, mutta joidenkin runsaasti käännöskirjallisuutta sisältävien lajityyppien kohdalla mukana on myös ulkomaisia kansia (mm. jännitys, trilleri, seikkailu s. 64–65). Tarkoituksena on esittää eri lajityyppien tunnistettava visuaalisten ratkaisujen kirjo sellaisena kuin se suomalaisissa kirjakaupoissa näyttäytyy keväällä 2015. Genrejaottelussa käytin apuna kirjoista kirjoitettuja arvosteluja lehdissä ja blogeissa sekä kustantamoiden omia luonnehdintoja.

WSOY

Otava

**Chick lit**

KUVA: Usein käytetään piirroskuvitusta tai vahvasti rajattua valokuvaa. Kuva-aiheena on nuori nainen tai jokin (naisellinen tai tyttömäinen) esine. Värit ovat kirkkaat tai hempeät, violetti ja pinkki hallitsee. Kansissa on myös kultaa ja kiiltoa ja kimallusta. Lisänä on koristeellisia graafisia elementtejä (tähtiä, ornamentteja, pieniä vinjettikuvia).

TYPOGRAFIA: Osa tekstistä on käsinpiirretyn oloista, kaunokirjoitusmaista tai script-tyylistä fonttia. Teksti asemoidaan usein vinoon.

MUOTO JA KOKO: vaihtelee pienestä, kapeahkosta varsin kookkaaseen

MATERIAALIT: usein suojakansi ja kiiltävä laminointi, mutta myös jokunen pehmeäkantinen ratkaisu

Chick litin ja romanttisen viihdekirjallisuuden kannet muistuttavat toisiaan, ja genret ovat muutenkin hieman päällekkäisiä. Chick litin kansien synnyttämä vaikutelma on kuitenkin leikkisämpi ja nuorekkaampi ja piirroskuvituksen käyttö selvästi yleisempää. Chick lit on usein sarjallista. Kirjailijanäköisyyttä haetaan ehkä aavistuksen hienovaraisemmin kuin romanttisen viihdekirjan kansissa (kts. seuraava aukeama).

Otava




Otava




Tammi




Gummerus




Otava




Tammi




Gummerus

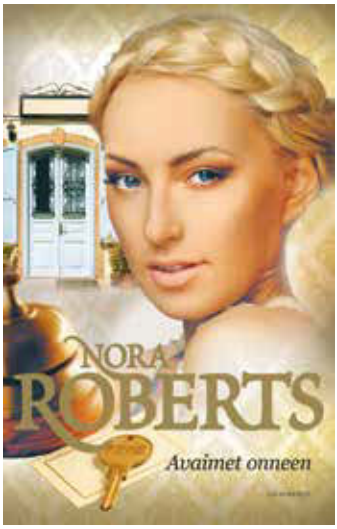



Otava

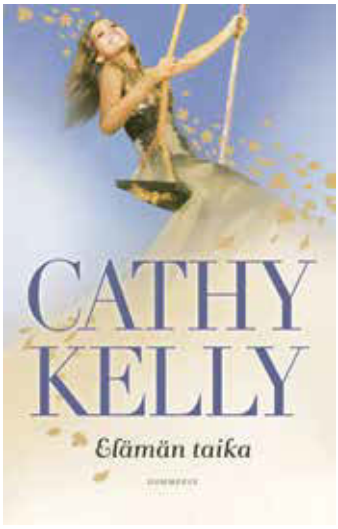



Gummerus

Gummerus




Gummerus




**Romantiikka (naistenviihde)**

KUVA: Nelivärinen valokuva ja kuvista rakennetut kollaasit ovat tyypillisiä: kansikuvalla pyritään kertomaan paljon kirjan tapahtumista ja tapahtumapaikoista. Suurimpana kuvaelementtinä on usein nainen (monesti tunnistettavassa kasvokuvassa), oletettavasti romaanin päähenkilö. Kuvapankkikuvia. Romanttisen jännitys- tai rikoskirjallisuuden kannet ovat tummasävyisempiä ja hahmot niissä tuimempia (keskirivi viereisellä sivulla). Historiallisen romanttisen viihteen kuva-aiheista voi koittaa päätellä kirjan tapahtuma-ajan. Väriskaala on aavistuksen sammutetumpi (alarivi).

TYPOGRAFIA: Tunnetun kirjailijan nimellä uskotaan olevan vetovoimaa: **Nora Roberts** ja **Cathy Kelly** ovat suuria nimiä kansissa ihan konkreettisestikin. Typografia on sievää ja koristeellista, kirjaintyypit päätteellisiä ja käytössä on usein italic-leikkaus sekä swash-kiemurat.

MUOTO JA KOKO: monesti isokokoisia, paksuja kirjoja

MATERIAALIT: kiiltävä laminointi, suojakannet, jokus foliointeja

Romanttisen kirjallisuuden kansissa sarjallisuus on selkeästi nähtävissä, ja usein se perustuu kirjailijan nimeen.

Tiia Javanainen




WSOY




Gummerus




Gummerus




Gummerus




Tammi




Markko Taina

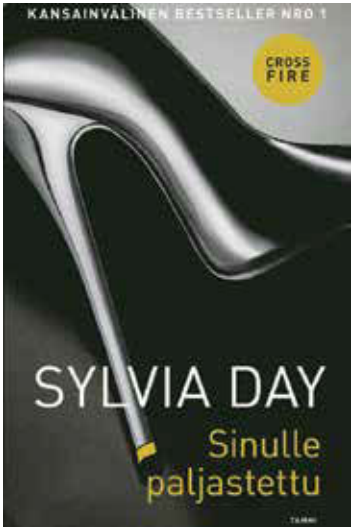



Tammi




WSOY

Tammi




Gummerus

**Erotiikka**

KUVA: Kannessa on yleensä vahvasti käsitelty, kontarstinen ja tumma valokuva. Mustaa on paljon, lisänä punaista tai viileitä sinisen häivähdyksiä. Kuva-aiheena usein silkkistä kangasta, naisen torso (sekä korsetti), korkeakorkoinen kenkä tai jokin vinjettimäinen yksityiskohta. Kansissa on yllättävän vähän alastomuutta: erotiikasta pyritään vihjaamaan varsin peitellysti.

TYPOGRAFIA: Tekstin muotoilussa ei ole mitään erityisen yhtenäistä. Monissa kansissa on mainosblurppi ja sarjatunnus. Kirjailijan nimeä ei korosteta huomattavasti.

MUOTO JA KOKO: tavanomainen, pokkarikoko

MATERIAALIT: monet pehmeäkantisia

Erotiikkakirjallisuudessa on huomattavan paljon nidottuja kirjoja. Viittaako tämä siihen, ettei lukija halua säilyttää kirjaa hyllyssä – onko erotiikka hävettävää kertakäyttökirjallisuutta?

Bazar




Eevaliina Rusanen




Basam Books




Otava




Otava




Gummerus




Basam Books

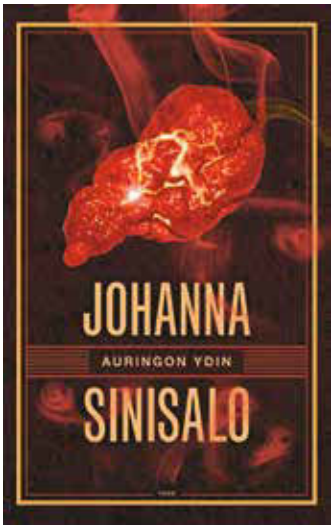



Otava

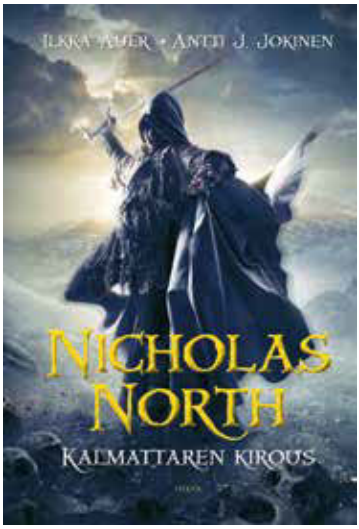



Otava

Miika Immonen




Otava




**Scifi ja fantasia**

KUVA: Todella voimakkaasti käsitelty valokuvakollaasi on kaikista yleisin ratkaisu. Tyypillistä on kuluneisuuden tai vanhan vaikutelman tavoittelu, mutta joukossa on myös unenomaisia, koneromanttisia tai kliinisiä avaruuskansia – lajityypin alle mahtuu kirjoja keskiaikaseikkailuista tulevaisuuden dystopioihin. Kuvissa on struktuuria, värit ovat tummia, usein maanläheisiä ja väriskaala on pelkistetty. Monessa kannessa pyritään symmetriaan. Kuva-aihe on usein staattinen ja keskeissommitelmassa. Kuva-aiheet ovat sankarihahmoja, miekkoja tai symbolinomaisia esineitä tai asioita. Erilaisilla pinnoilla ja ornamenteilla on iso rooli.

TYPOGRAFIA: Typografia on rohkeaa, koristeellista ja kokeilevaa, fonttivalinnat moninaisia ja kirjaimissa saatetaan käyttää kolmiulotteisuutta tavoittelevia efektejä. Sarjatunnuksia on jonkin verran.

MUOTO JA KOKO: suurikokoisia, paksuja kirjoja

MATERIAALIT: kovat kannet; suojapaperi, nuortenkirjamaisissa myös painettu yliveto mahdollinen; laminointi

Suuri osa Suomessa julkaistuista lajityypin edustajista sijoittuu lasten- ja nuortenkirjallisuuden puolelle, mutta kirjat kuluvat myös aikuisten käsissä.

Jenni Noponen




Gummerus




Otava




Otava




Jussi Karjalainen




Timo Mänttäri




Sami Saramäki

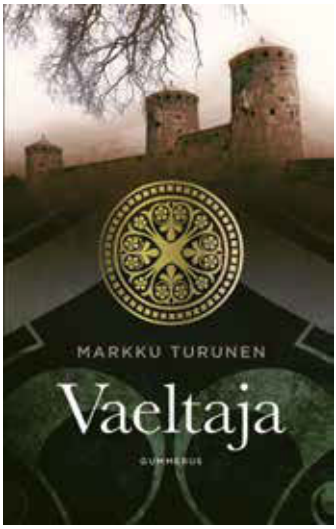



WSOY




Ea Söderberg

Gummerus




Tuomo Parikka

**Historiallinen romaani**

KUVA: Kannessa käytetään usein käsiteltyä valokuvaa tai vanhaa maalausta, lisänä epookkihenkistä ornamentiikkaa. Oikeisiin historiallisiin henkilöihin pohjaavan romaanin kannessa saattaa olla muotokuva, mutta kannen muilla elementeillä, typografialla ja jälkikäsittelyillä luodaan vaikutelma siitä, että kyseessä on romaani eikä tietokirja (alarivi). Kuva-aihe liittyy yleensä tapahtumapaikkaan, ja kuva käsittelyllä korostetaan historiallisuutta (esim. väritetyt mustavalkoiset valokuvat, ylärivi). Värit ovat tummia ja murrettuja.

TYPOGRAFIA: Typografia pyrkii ilmentämään historiallisuutta. Tekstityypit vaihtelevat romaanin tapahtuma-ajan mukaan, mutta typografia on usein koristeellista ja kokonaisuus voi olla romanttinen. Osa kirjaintyyppivalinnoista on klassisia. Sommitelma on miltei aina keskitetty.

MUOTO JA KOKO: Kirjaesineenä historiallinen romaani on usein paksu ja vakuuttava, monesti formaatiltaan muutenkin kookas ja lukemaan kutsuva.

MATERIAALIT: kovat kannet, suojaperi, kiiltävä- tai mattalaminointi, toisinaan folioita (kulta)

Historiallisessa romaanissa saattaa olla piirteitä jännitys- tai seikkailuromaaneista (esim. *Keisari*), romantiikkaa (*Skottilainen vanki*) tai fantasiaelementtejä (*Vaeltaja)*. Tämä on nähtävissä kannessakin.

Timo Numminen




Otava




Timo Numminen




Gummerus




Otava




Otava




Mika Tuominen

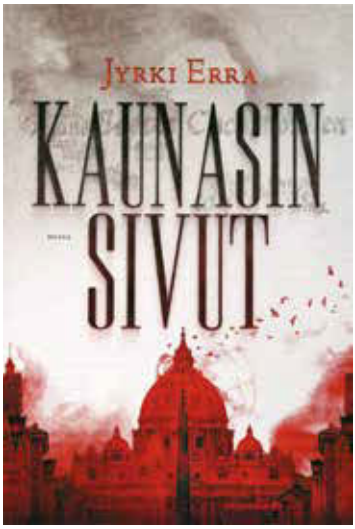



Emmi Kyytsönen

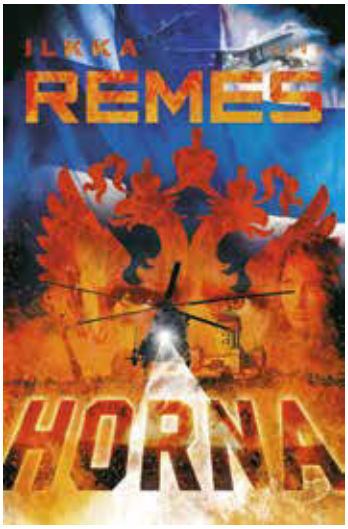



Jenni Saari

Otava




Mika Tuominen, Kimmo Mäntylä




**Jännitys, trilleri, seikkailu**

KUVA: Kannessa on (aina!) voimakkaasti käsitelty valokuva, sävyt ovat tummia ja värit vahvoja. Kuva-aiheet ovat usein siluetteja, uhkaavia varjoja, synkkiä taivaita, rakennuksia, helikoptereita, roiskeita, liekkejä ja räjähdyksiä. Yksi tyypillinen ratkaisu on kuvan voimakas perspektiivi ja ehkä ihmishahmo selin (alarivi).

TYPOGRAFIA: Typografia on voimakasta ja maskuliinista, ja kirjaimissa on kulumaa, struktuuria tai muuta käsittelyä. Kirjaintyypi on usein kavennettua groteskia. Genrelle on tyypillistä kirjailijan tuotannon sarjallisuus, joten kirjailijan nimi on yleensä tekstielementeistä suurin.

MUOTO JA KOKO: suurehko perusromaanikoko

MATERIAALIT: kovat kannet, suojapaperi, matta- tai kiiltävälaminointi

Jännärien, dekkarien (seuraava aukeama) ja kauhukirjallisuuden (s. 68–69) raja on hämärä ja genret sekoittuvat luontevasti myös kansisuunnittelussa. Seikkailujännärien kannet ovat kuitenkin toiminnallisempia ja väkivaltaisempia. Kuva-aiheissa esiintyy usein suuria teemoja ja uhkia (esim. ekokatastrofit, Sydneyn räjähtävä oopperatalo). Dekkarien toimija on tyypillisesti etsivä tai poliisihahmo, kun jännäreissä seikkailevat tutkijat, historioitsijat ja muut siviilihenkilöt.

WSOY




Tammi




Otava




WSOY




Gummerus




Tammi




Tammi

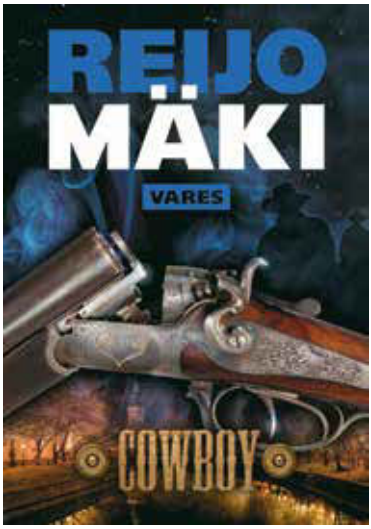



Tammi




WSOY

Timo Numminen




Gummerus

**Dekkari, rikos**

KUVA: Kannet ovat hyvin mustia, väriä on yleensä vain kontrastin vuoksi. Kuva-aiheet ovat symbolisia ja pelkistettyjä, monesti yksityiskohtia tai (tapahtuma)paikkoja. Sommitelma ja aihe on melko staattinen.

TYPOGRAFIA: Tekstityyppi on useimmiten groteskia, kirjaimissa saattaa olla kulumaa. Monesti kirjat ovat osa sarjaa, mikä näkyy vahvana typografiana (toistuu samanlaisena kirjasta toiseen) ja symbolisena kuvana (vaihtuu).

MUOTO JA KOKO: perusromaanikoko

MATERIAALIT: kovat kannet, suojapaperi, laminointi

Trillereihin verrattuna dekkarien kannet ovat tummia, synkkiä ja väriskaalaltaan niukkoja. Genret ovat hyvin lähellä toisiaan.

Marjaana Virta




Otava




Johnny Kniga




Gummerus




WSOY




Gummerus




Eevaliina Rusanen




Johnny Kniga




Tuomo Parikka

Mika Tuominen

Jussi Karjalainen

**Kauhu**

KUVA: Kauhukirjan kannessa on useimmiten tummasävyinen valokuva. Kuvasto muistuttaa jännärien ja dekkarien kansia, mutta on pelottavampaa: hehkuvat silmät, autiotalot, risuiset puunoksat ja kummitusmaiset hahmot.

TYPOGRAFIA: Teksti liukuu monessa kauhukannessa kuvan sekaan: se liukenee, hohtaa ja savuaa. Tekstityypit ovat jännäreitä ja dekkareita moninaisemmat ja typografista muotoilua voisi ehkä luonnehtia leikkisäksi, ellei sen pyrkimyksenä olisi olla kammottavaa.

MUOTO JA KOKO: perusromaanikoko

MATERIAALIT: yleensä kovat kannet, usein suojapaperi, laminointi

Vampyyrikirjallisuus on vanhastaan lukeutunut kauhuotsakkeen alle, mutta uudet vampyyri- ja ihmissusikirjat ovat sekä tarinoiltaan että kansiltaan enemminkin nuorten ihmissuhdeviihdettä. Kauhugenre on paljolti päällekkäinen jännärien kanssa: puhtaimmillaan kauhu on nähtävissä niiden kirjojen kansissa, joissa on yliluonnollisia elementtejä.

Jussi Karjalainen




Jussi Karjalainen




Tammi




Atena




Gummerus




Anders Carpelan




Tammi




CrimeTime




Saku Heinänen

Gummerus

Tammi

**Sota**

KUVA: Kannessa on yleensä käsitelty, vanha valokuva talvi- tai jatkosodan ajalta. Värit ovat vanhahtavan sinertäviä, keltaisia tai punaruskeita. Kuvilla pyritään tiettyyn autenttisuuteen, mutta käsittelyllä kuvaa muutetaan sopivammaksi romaanin kanteen. Kuvissa esiintyy sotilaita, aseita, liekkejä ja hyökkäysvaunuja ja monesti niissä on liikettä.

TYPOGRAFIA: Tekstityypit viittaavat 1930–40 -lukuun, mutta kaikissa kansissa se ei ole niin tarkkaa: typografia voi olla myös jännärimäistä, rosoista groteskia.

MUOTO JA KOKO: perusromaanikoko

MATERIAALIT: yleensä kovat kannet, usein suojapaperi (myös painettu yliveto), mattalaminointi

Sotaromaaneissa käsitellään usein oikeita historiallisia tapahtumia. Kannet saattavat kuva-aiheidensa vuoksi muistuttaa hyvinkin paljon sodasta kertovia tietokirjoja, joskin **Lehväslaihon** kirjojen kannet ovat ilmeisen fiktiivisiä (alla vas.).

Gummerus




Tammi




Tammi




Tammi




Tammi




Jussi Karjalainen




Gummerus




WSOY




WSOY

Pia Aho

Matti Pikkujämsä

**Huumori**

KUVA: Värikäs kuvituskuva. Kuva-aihe saattaa olla mitä tahansa kirjan tarinaan liittyvää, monesti esillä on ihmishahmo tai useampia.

TYPOGRAFIA: Usein kannessa on käsin piirrettyä typografiaa tai fonteista muokattuja kirjaimia. Sommittelu on vapaata ja teksti toimii kuvan osana.

MUOTO JA KOKO: pienikokoinen, ei mahdottoman paksu

MATERIAALIT: yleensä kovat kannet, ylivetoja mutta myös suojakansia, jonkin verran pehmeitä kansia

Huumorikirjojen kansikuvitus on esittävää ja ihmishahmot karikatyyrinomaisia. Kansissa on paljon yksityiskohtia ja värejä, ja typografia on rouheudestaan huolimatta helposti luettavaa. Kansien yleisilme poikkeaa näin selkeästi kokeilevammista ”genrettömistä” kirjoista, joissa niissäkin käytetään usein kuvituspohjaisia kansiratkaisuja (*Tyylilajin tuolla puolen*, s.80).

Timo Mänttäri

Timo Mänttäri

Elina Warsta

Gummerus

Tuomo Parikka

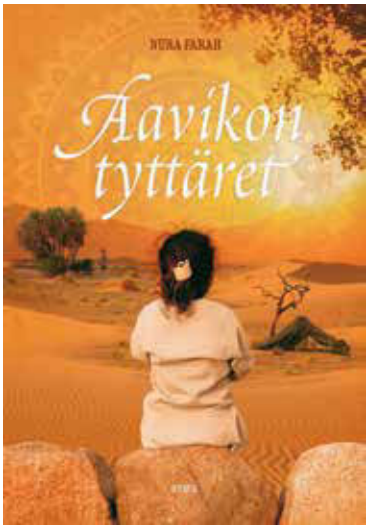
Mika Tuominen

Diktaattori

Elina Warsta

Markus Pyörälä

Timo Numminen




Otava

**Eksotiikka**

KUVA: Kannessa on valokuva ja / tai ornamentteja. Kuva-aihe on usein piirteiltään itämainen nainen (keskirivi) tai vanhempi ja lapsi maisemassa (ylärivi), tai se keskittyy itämaiseen koristeellisuuteen (alarivi). Värit ovat sinertäviä tai mausteisen lämpimiä.

TYPOGRAFIA: Tekstityypit vaihtelevat koristeellisista (eksoottisista) swash-italiceista selkeään groteskiin, myös käsintekstattua typografiaa käytetään.

MUOTO JA KOKO: perusromaanikoko

MATERIAALIT: kovat kannet, usein suojapaperi, laminointi

Eksotiikka ei ole virallinen genre, mutta tietyt kirjat näyttävät asettuvan luontevasti sen piiriin. Kannessa korostuu ennen kaikkea kirjan tapahtumapaikka ja yleispätevä itämainen eksotiikka mahdollisten muiden teemojen kustannuksella. Tilanne on vähän vastaava kuin Afrikka-aiheisten kirjojen kohdalla (kts. s. 51).

Otava




WSOY




Otava




Martti Ruokonen




Tammi




Eevaliina Rusanen




Gummerus

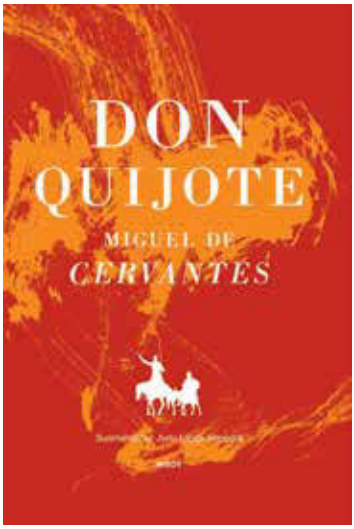



WSOY

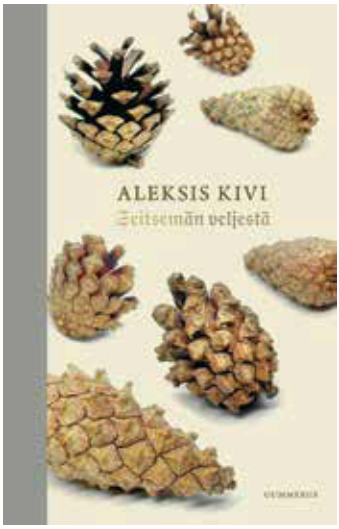



WSOY

WSOY




Sanna-Reeta Meilahti




**Klassikot**

KUVA: Ornamentteja tai vinjettimäisiä kuvia. Kuvan rooli kannessa on pintamainen tai symbolinen, mahdollisesti ajankuvaa luova.

TYPOGRAFIA: Typografia on klassista, kirjaintyypit enimmäkseen antiikvaa ja keskeissommitelma tyypillinen. Tekstielementit ovat usein kookkaita.

MUOTO JA KOKO: suurikokoisia ja paksuja

MATERIAALIT: kovat kannet, suojapaperi, erikoisempia materiaaliratkaisuja (erikoispaperit, foliot, puoliranskalainen sidos, jotakin erikoista suojakannen alla)

Jos kirja saavuttaa riittävän iän ja statuksen, se tuntuu karistavan osan aiemmasta lajityypistään ja siirtyy samalla varsin laajan klassikoiden genren piiriin. Monet klassikoista uudelleenjulkaistaan osana jotakin sarjaa: niinpä näistäkin esimerkeistä useat kannet eivät edusta puhtaasti yksittäistä kirjaa, vaan noudattavat sarja-asua. Jos uusintapainos ei satu olemaan osa pokkarisarjaa, kirjojen kestävyyteen ja esinearvoon panostetaan: nämä teokset on tarkoitettu periytymään seuraaville sukupolville. Nähtävissä on sekin, että lukijalla oletetaan olevan klassikon tarinasta käsitys jo etukäteen, joten ulkoasu voi olla omaperäinen. Klassikoita on palkittu monesti Kauneimmat kirjat -kilpailussa (esimerkiksi s. 84, 85).

Jenni Noponen




Timo Numminen




Jenni Noponen




Jukka Aalto




WSOY




Mika Tuominen




Otava




Otava




Markus Pyöriälä

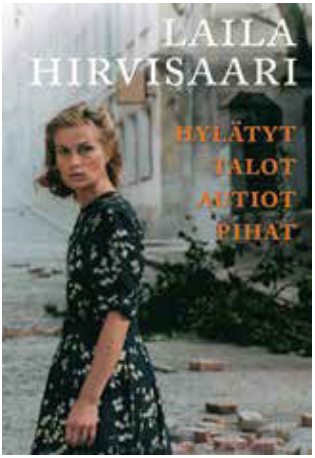
## Huomioita genrekansista

EDELLÄ ESITELLYISSÄ ESIMERKKIKANSISSA on nähtävissä, että genren selkeä luettavuus palvelee erityisesti tunnistettavuutta: lukija tietää mitä odottaa, kun näkee genren piirteitä puhtaimmin edustavan kannen. Tärkeää on kaikkien viestien helppolukuisuus: myös kirjailijan nimi ja kirjan nimi erottuvat puhtaimmista genrekansista ensivilkaisulla. Kannen viestissä pyritään yksiselitteisyyteen, mikä johtaa tulkinnanmahdollisuuksien rajallisuuteen ja semanttiseen köyhyyteen ja edelleen kansien samankaltaisuuteen. Nähdäkseni viestin yksinkertaisuus määrittyy ennen kaikkea kannen kaupallisuudeksi eli tuttuudeksi ja helpoksi lähestyttävyydeksi.

Toisaalta vahva kansisuunnittelun koodisto auttaa tekemään näkyväksi myös lajityypistä poikkeavia piirteitä: esimerkiksi romanttinen viihderomaani, jossa on jännityselementtejä on helppo saada näyttämään oikeanlaiselta sekoittamalla kansisuunnitelmaan dekkarimaista tummuutta. Varsin pienet sävyerot verrattuna puhtaimpiin genrekansiin saavat lukjan ymmärtämään, että kirja on jollakin tavalla lajityypistä poikkeava. Eri genren rajoilla liukuvat kannet hyödyntävät siis piirteitä useammista eri lajityypeistä.

Huomattava osa kansisuunnittelun koodistosta koskee kuvan käyttöä. Piirroskansi on genrejaottelussa selkeästi ominaista ensinnäkin chic litille ja huumorille: näissä piirroskansissa korostuu leikkisyys, hauskuus ja kevyt viihteellisyys. Toisaalta piirroskansia on paljon myös klassikoissa, mutta kuvitus on abstraktimpaa, käsitteellisempää ja etäännyttää tarinasta paljon enemmän – vaikutelma on ”taiteellisempi” ja vaikeammin lähestyttävä (tästä lisää seuraavassa luvussa *Tyylilajin tuolla puolen,* s. 80). Kääntäen näyttää siltä, että mitä viihteellisempi genre on, sitä puhtaampaa valokuvaa kirjan kannessa käytetään. Puhtaimmat valokuvakannet on varattu romanttisen viihteen genrelle. Selkeä nelivärikuva sankarittaresta synnyttää vaikutelman konseptuaalisesta latteudesta: jos kansi ei tarjoa ajattelemisen aihetta, tuskin sitä tekee kirjakaan. Isot teemat ja käsitteellinen teksti kaipaavat kannelta monitasoista tulkintaa. Sama vaara piilee myös ns. elokuvakansissa: elokuvajulisteella kuvitettu kirjankansi viittaa läpeensä valmiiksi kuvitettuun tarinaan, jolloin lukijan mielikuvitukselle ei jää sijaa. **21**

Suuri osa genrekansista toteutetaan mahdollisimman tutussa muodossa: kirjat ovat kovakantisia ja niiden suojapäälliset on laminoitu. Viihteellinen kirja viihtyy myös kevyemmissä pehmeissä kansissa. Materiaalien



**21** Elokuvakannelliset kirjat näyttävät viihdekirjoilta, vaikka kirjat eivät sisällöltään genreä edustaisikaan.

ja formaatin merkitys korostuu niissä kirjaesineissä, joiden lajityyppi on koodistoltaan väljä. Esimerkiksi klassikkokirjoissa materiaaleja on harkittu pitemmälle ja kirjaesineet ovat usein poikkeavampia kuin muissa genreryhmissä, joissa luotetaan perusratkaisuihin. Tämä johtunee klassikoiden ajattomuudesta ja kestävyydestä (kirjan esineenä on kestettävä aikaa tarinan lailla) sekä siitä, että uusintapainoksia klassikoista on tehty jo paljon: haluttavuus on luotava omaperäisellä ulkoasulla. Samasta syystä klassikot julkaistaan usein sarjan osana: mahdollisuus kerätä yhtenäinen kokonaisuus kirjallisuuden parhaimmistoa houkuttelee ostamaan (kts s. 94).

Kannensuunnittelijoiden selvittäminen oli vaikeaa. Monet käännöskirjat on toteutettu alkuperäisellä kannella, koska niiden geneerisyys sopii lajityyppiin. Lisäksi kannensuunnittelijan yksilöllisellä näkemyksellä tai kädenjäljellä ei juuri ole sijaa koodistoja tiukasti noudattavissa ratkaisuissa, minkä vuoksi suunnittelija saattaa jättää nimensä pois kannesta.

Joidenkin lajityyppien visuaalisuus on vakiintumaton eikä siksi ole kannensuunnittelun perusteella erotettavissa omaksi ryhmäkseen. Esimerkiksi runous ei nivoudu visuaalisesti yhtenäiseksi genreksi. Runouden kokeilevuus ja rajojen hakeminen näkyy sen yksilöllisissä kansissa. Seuraavassa luvussa käsittelen genrestä irrallista, erottuvaa kansisuunnittelua – esimerkkeinä toimivat usein nimenomaan runokirjojen kannet.

## Tyylilajin tuolla puolen

JOS KIRJA EI edusta mitään genreä tai sen ei ainkaan haluta näyttävän siltä, kansiratkaisut on tehtävä puhtaalta pöydältä. Erottuvuus ja yksilöllisyys nousee keskeiseksi tavoitteeksi. Kirjan sisältö määrää sen, kuinka rohkea ja erikoinen kansiratkaisu voi olla. Suunnitteluun pätee erityisen hyvin Chipp Kiddin huomio:

> "…the audience for a book designer reads, and if they read they probably think, and if they think they should be receptive to something they may actually have to think about." (Kidd 2005, 10)

Siis: mitä haastavampi kirja, sitä haastavampi kansi!

Esimerkkeinä yksilöllisistä kansisuunnitelmista tarkastelen seuraavaksi Vuoden kauneimmat kirjat -kilpailun kaunokirjallisuus-sarjassa palkittuja teoksia vuosilta 2011–2014. Onnistuneimmille kansille on oma sarjansa, mutta en valinnut niitä esimerkeiksi, koska halusin mukaan nimenomaan kirjaesineistä huomionarvoisimmat; ne, joiden suunnittelussa on paneuduttu myös kirjan fyysiseen olomuotoon. Onnistuneimpien kansien joukkoon on valittu vuosien varrella esimerkiksi Tammen keltaisessa kirjastossa julkaistuja kansia: tarkastelukulma on siis selkeästi etukansikeskeinen eikä esimerkiksi materiaalisia ratkaisuja ole otettu huomioon. Samasta syystä rajasin ensimmäiseksi tarkasteluvuodeksi 2011: vuodelta 2010 ei ollut saatavilla riittävän kattavaa kuvamateriaalia.

Palkitut ulkoasut viestivät erityiseti yksittäisestä kirjasta, ja niiden joukkoon valitaan tyypillisesti poikkeavia, omaperäisiä ratkaisuja. Kilpailun arvosteluperusteissa sanotaan, että "Arvostelussa kiinnitetään huomiota typografiaan, materiaaleihin, tekniseen toteutukseen ja taiton luomaan kokonaisvaikutelmaan." Yksityiskohtaisemmin perusteiksi on listattu muun muassa "typografinen kokonaishallinta; typografinen toteutus mm. kirjainvalintaa ajatellen; aihetta tukeva tyylillinen ja kuvien kerronnallinen taso; kuvallinen ilme ja kerronta; paperin sävy, pintakäsittely ja laatu; paperin soveltuvuus käyttötarkoitukseen; painojäljen arvostelu teksti- ja kuvapainatuksessa; värintoiston yhtenäisyys; sidostyypin ja materiaalin valinta sekä niiden sopivuus keskenään ja kirjan käyttötarkoitukseen; sitomistyön laatu;

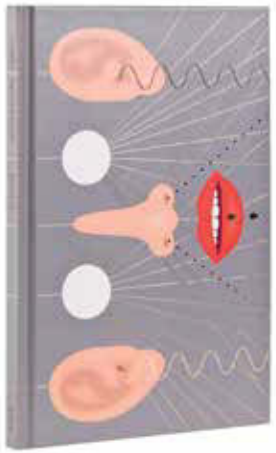
sisällön ja suunnittelun tasapaino; kirjan muodon ja teknisen toteutuksen tarkoituksenmukaisuus; kuvat, kuvitus ja suojapäällys kokonaisvaikutelman täydentäjinä; tyylillinen sopivuus sisältöön sekä toteutuksen innovatiivisuus". (Vuoden kauneimmat kirjat, arvosteluperusteet 2014) Osa arvosteluperusteista koskee koko kirjaa taittoineen, mutta jossain määrin niitä voi soveltaa pelkän kannenkin arviointiin.

Kuvat kauneimmista kirjoista on ladattu kilpailun pressikuva-arkistosta (kuvaaja **Antti Huittinen**), koska niissä ilahduttavasti näkyy kirjaesineen kolmiulotteinen muoto, ei pelkkä etukansi. Huom! Kuvat kirjoista eivät kokonsa puolesta ole täysin oikeassa suhteessa toisiinsa!

2011, suunnittelija Martti Ruokonen. Rosa Liksom: *Hytti nro 6,* WSOY. Liepeelliset pehmeät kannet, typografinen kansi. Ote arvosteluperusteista: "…käteensopiva, käsilaukkuun mahtuva ja silmää miellyttävä kirja. Harmoninen formaatti ja ammattitaidolla valittu typografia ovat raikkaasti tätä päivää. Kuvakoosteet liepeellisissä sisäkansissa avaavat ikkunan neuvostoaikaan – eivät kuvita tekstiä vaan tunnelmaa." Romaani.

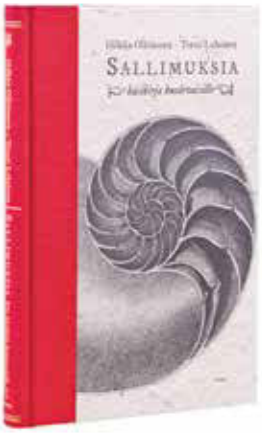
VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

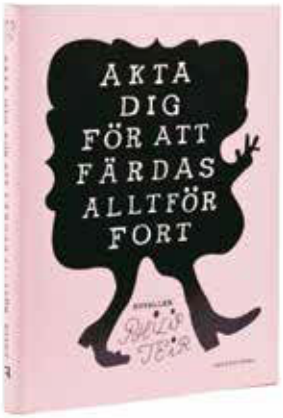


2011 kaunein kirja, suunnittelija Markus Pyörälä. Harry Salmenniemi: *Runojä,* Otava. Ylivetokansi, kultafolio, piirroskuvitus, kannessa ei tekstiä. Ote arvosteluperusteista: ”Tämän päivän runot luovat runokirjan uuden muodon. Kannessa läsnä kaikki aistit, kuten runoissakin.”

2011, suunnittelija Patrik Söderlund. Mikael Brygger, Henriikka Tavi, IC-98: *Tekstinauhoja,* Iconoclast Publications, Poesia. Ylivetokansi, sokeainpainatus, pitkät lukunauhat, huomaamaton typografia. Runoutta.



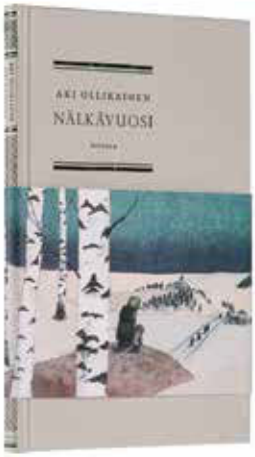

2011, suunnittelija Marjaana Virta. Hilkka Olkinuora, Torsti Lehtinen: *Sallimuksia,* WSOY. Puoliranskalainen sidos, piirroskuva, klassinen typografia. Aforismeja.




2011, suunnittelija Sanna Mander. Philip Teir: *Akta dig för att färdas alltför fort,* Söderströms. Suojakansi, piirroskuva, käsintekstattu typografia. Novelleja.

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

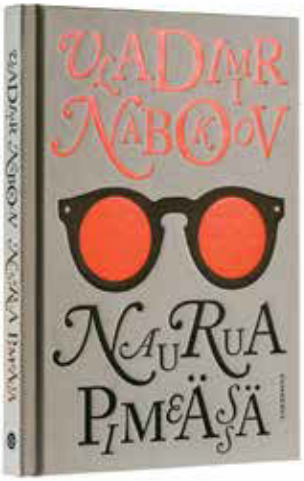
2011, suunnittelija Jussi Karjalainen. Joni Pyysalo: *Ja muita novelleja,* WSOY. Suojapäällinen, typografinen kansi. Ote arvosteluperusteista: ”Kannessa nimeen ja sisältöön liittyvä keskeneräisyyden vaikutelma on visualisoitu tyylikkäästi. Mustavalkoisuus, paksut yliviivaukset ja pelkistetty typografia ovat tehokkaita. Suojapaperin alta ryöpsähtävät mursut ovat enemmän kuin hauska yllätys.” Novelleja.

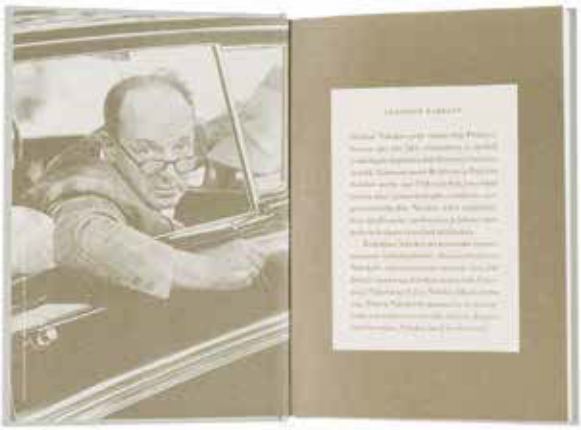



2012, suunnittelija Elina Warsta. Aki Ollikainen: *Nälkävuosi,* Siltala. Piirroskuva osasuojapäällisessä (vyöte), klassinen typografia folioitu ylivetoon. Ote arvosteluperusteista: ”…oivaltavasti suunniteltu vuosiensa näköiseksi. Ajan henkeä noudattelevat materiaalivalinnat ja typografia luovat niukkuuden tunnelman. Selkä, etu- ja takalehti, nimiö ja lukujen otsikointi hyödyntävät 1800-luvun painotuotteiden ornamentiikkaa.” Romaani.

2012, suunnittelija Jenni Saari. Veera Antsalo: *Sähkökatkoksen aikaan,* Teos. Musta, stanssattu suojakansi, kuva-aihe ja typografia painettu ylivetoon. Ote arvosteluperusteista: ”Mustaan kanteen taitavasti stanssattu sähkölampun muoto paljastaa sisäkannen värikylläisen kollaasin. Suojapaperin alta paljastuu herkkä ja unenomainen kuvamaailma.” Runoja.

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN



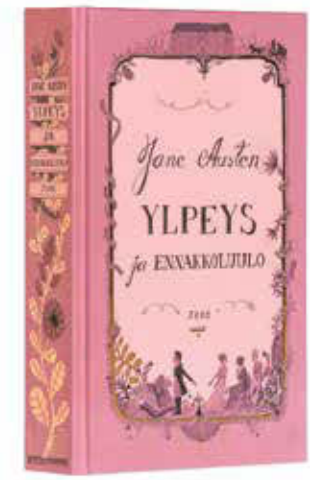



2012, suunnittelija Jenni Noponen. Vladimir Nabokov: *Naurua pimeässä,* Gummerus. Ylivetokansi, mustalla ja punaisella foliolla painettu typografia sekä yksinkertainen piirroskuva-aihe, suora selkä. Esilehdelle on painettu yhdellä värillä kirjailijakuva ja -esittely. Ote arvosteluperusteista: ”tuntuu kädessä kertakaikkisen täydelliseltä: koko, paino, pintamateriaali.” Klassikkokirja. Romaani.

2012, suunnittelija Sanna Mander. Kaj Korkea-aho: *Gräset är mörkare på andra sidan,* Schildts & Söderströms. Suojakansi, käsintekstattu typografia, mustavalkoinen piirroskuva, punainen aihiolakka. Kirjassa on kauhuromaanin piirteitä, ja kansi leikittelee genren kliseillä. Romaani.

2012: Markus Pyörälän suunnittelema *Kuka ampui Ötzin?* on esitelty sivulla 32, ja *Neuromaani* sivulla 41.

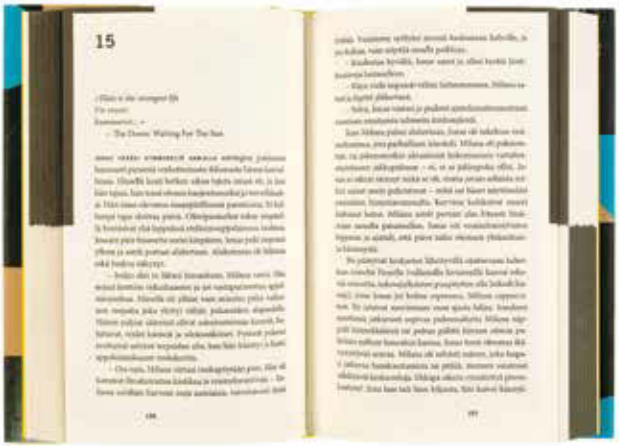
VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN




2013, suunnittelija Elina Warsta. Jane Austen: *Ylpeys ja ennakkoluulo,* Teos. Ylivetokansi, suora selkä, käsin tekstattu typografia sekä piirroskuvitus. Ote arvosteluperusteista: ”Hauska kantikkuus, selän herkullinen foliointi ja notkea mattapaperi houkuttavat hypistelemään ja lukemaan.” Klassikkokirja. Romaani.

2013, suunnittelija Johannes Nieminen. Mikko Rimminen: *Hippa,* Teos. Suojakansi, jämäkkä musta typografia ja värikäs abstrakti kuvitus. Romaani.

2013, suunnittelija Jenni Saari. Mika Rättö: *Mysterius viisikulma-avain,* Teos. Kluuttikansi, kultafolioitu typografia ja sokkopainatus. Novelleja.

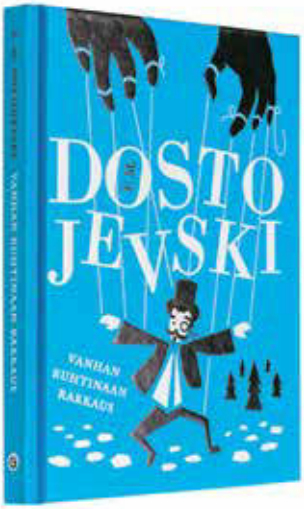



2013, suunnittelija Jussi Karjalainen. Miki Liukkonen: *Lapset auringon alla,* WSOY. Suojakansi, hillitty, pienikokoinen typografia. Kuvituksessa yhdistyy mustavalkoinen valokuva ja värikkäät geometriset muodot. Ote arvostelu-perusteista: ”Sivukulmien värjäys paljastaa nokkelasti kirjan kaksi osaa. Totuttua pienempi koko tuntuu kädessä hyvältä ja rauhallista tekstipalstaa on ilo lukea.” Romaani.

2013, suunnittelija Markus Pyörälä. Harry Salmenniemi: *Kivirivit,* Otava. Kanteen on stanssattu reikä, josta näkyy ensimmäiselle lehdelle päällekkäin painettu kirjan ladelma, kapea korkea formaatti. Ote arvostelu-perusteista: ”Kannet muuttuvat tekstin tosiasiallisiksi kehyksiksi ja kohottavat kirjan esineellisyyden lähes mystiseksi sisällön ja muodon solmiutuessa yhdeksi.” Runoutta.

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN

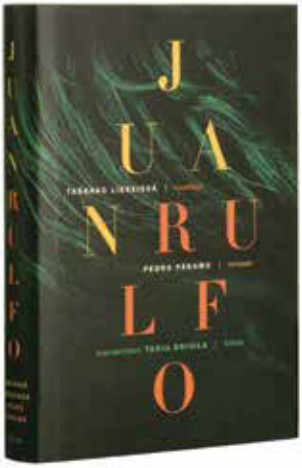



2013, suunnittelija Tuomo Parikka. Fjodor Dostojevski: *Vanhan ruhtinaan rakkaus,* Gummerus. Ylivetokansi, leikkisä, kirjailijan nimeä korostava typografia sekä piirroskuvitus, pelkistetyt, kompaktit värit. Klassikkokirja. Romaani.

2013, suunnittelija Sanna Mander. Philip Teir: *Vinterkriget, Schildts & Söderströms.* Suojakansi martioitua paperia, maalauksellinen piirroskuvitus ja käsintekstattu typografia, tekstinauhassa kohdelakkaus. Romaani.

2014, suunnittelija Sanna Mander. Susanne Ringell: *Guiden, S*childts & Söderströms. Ylivetokansi, käsintekstattu typografia ja piirroskuvitus, esilehdillä kartta. Kirja on eräänlainen kaunokirjallinen opas Helsinkiin.

VALOKUVAT © ANTTI HUITTINEN



2014, suunnittelija Jussi Karjalainen. Juan Rulfo: *Pedro Páramo – Tasanko liekeissä,* Siltala. Suojakansi, klassinen mutta sommittelultaan leikkisä typografia ja sen taustalla struktuurinomainen valokuva. Ote arvosteluperusteista: ”Ylivedon auringonkeltainen ja ruohonvihreä luovat yllättävän jännitteen suojakannen maanläheisten sävyjen ja sisäsivujen dramaattisten hevoskuvien kanssa. Kokonaisuuden kruunaa päänauhasta syrjään kasvava hevosen harja, joka syntyy erikokoisista mustista kolmioista taitteen yläreunassa. Yksinkertainen oivallus, joka ei ole vaatinut materiaalisia resursseja. Se on malliesimerkki suunnittelijan neuvokkuudesta.” Romaani ja novelleja.

2014, suunnittelija Iira Oivo. Markku Paasonen: *Pienet kalat syövät suuria kaloja,* Teos. Vihertävä kluuttikansi ja sinisellä folioitu piirroskuvitus, antiikvalla yksinkertaisesti ladottu typografia on painettu osasuojapäälliseen. Ote arvosteluperusteista: ”Takatekstissä puhutaan ihmisen kylmäverisestä ampumisesta. Kontrasti sen ja ulkoasun välillä herättää kiinnostuksen.” Proosarunollinen romaani.

**Huomioita kauniista kirjoista**

SUURI OSA EDELLÄ esitellyistä kirjoista on sisällöltään kokeilevia. Mukana on runsaasti runokirjoja ja novellikokoelmia sekä kirjoja, jotka ovat jonkinlainen sekoitus eri tekstilajeista (esimerkiksi romaani/tietokirja tai kaunokirjallinen kaupunkiopas). Palkitut romaanit ovat sisällöltään kunnianhimoisia ja usein myös kirjallisuuspalkinnoilla huomioituja (esim. *Nälkävuosi* voitti Helsingin Sanomien kirjallisuuspalkinnon ja *Hytti nro 6* Finlandia-palkinnon). Ulkoasu heijastaa siis selvästi sisällön poikkeavuutta.

Kansissa käytetyissä keinoissa on ehkä tavanmukaista enemmän piirroskuvitusta. Kaikista esimerkkeinä esitellyistä 20:stä kannesta vain kahdessa käytetään valokuvaa, ja niissäkin kuvituksellisessa, struktuurinomaisessa roolissa, vahvasti rajattuna. Näyttää siltä, että piirroskuva assosioituu persoonallisuuteen ja ainutlaatuisuuteen. Esitellyissä kirjoissa piirroskuva oli lisäksi useimmiten varsin pelkistetty, kompakteja väripintoja käyttävä tai viivapiirosmainen ja väriskaala niukahko: kuvan esitystapa on siis varsin kaukana realistisesta esittävästä kuvasta.

Kansien teksti on monesti käsin tekstattua. Teksti saattaa asettua osaksi kannen kuvaa tai olla kuvittava elementti, ja se liukuu kannen yli välittämättä tavutussäännöistä tai rivityksestä. Usein typografia on kooltaan tai sommitelmaltaan sellaista, että kannesta ei ole helppo lukea kirjan tai kirjailijan nimeä, tai niitä ei ole kannessa lainkaan. Tämäkin viestii kirjan haastavuudesta: kannen yksinkertaisinkaan viesti ei avaudu lukijalle ilman vaivannäköä.

Kirjojen formaatit vaihtelevat sisällön mukaan: esimerkiksi *Hytti nro 6* on romaaniksi poikkeuksellisen leveä. Arvosteluperusteissa kiitetään usein kirjan käteen sopivaa tai hyvältä tuntuvaa muotoa, mutta ilmeisesti poikkevan formaatin valintaan vaikuttaa myös se, että monessa kirjassa on kuvitusta. Palkituissa kirjoissa on myös harvinaisen paljon suoria selkiä. Tavanomaisesta poikkeava muoto korostaa kirjojen valtavirrasta poikkeavaa sisältöä.

Monessa esimerkkikirjassa käytetään klassisia materiaaliratkaisuja, mutta konventioista poiketaan myös niiden osalta. *Hytti nro 6:n* pehmeäkantinen, liepeellinen sidosasu on romaanille harvinainen. Monesta romaanista on jätetty suojakansi pois (esim. *Naurua pimeässä)* tai siitä on tehty kapeahko vyöte kirjan ympärille (esim. *Nälkävuosi* ja *Pienet kalat syövät suuria ka-*

*loja)* – näkyville jäävä ylivetokansi materiaaleineen on suunniteltava silloin erityisellä huolella. Näyttäviä, kannen yli levittäytyviä foliointeja onkin käytetty monessa tapauksessa. Kirjan kolmiulotteista esineisyyttä hyödynnetään ainakin kirjoissa *Kivirivit* ja *Sähkökatkoksen aikaan,* joissa toisessa on stanssattu reikä suoraan kanteen ja toisessa suojapäälliseen. Klassisia mutta nykyään harvemmin käytettyjä sidosratkaisuja palkituissa kirjoissa ovat muun muassa puoliranskalainen sidos ja kluuttikangas ylivetomateriaalina sekä lukunauhat. Keinot tekevät kirjasta historiallisella tavalla arvokkaan oloisen, erityisen esineen ja korostavat sen kirjallista laatua. Osa kansista toimii puhtaasti materiaaliratkaisujen ja taktiilisuuden varassa, ja pelkkä kuva kirjan kannesta ei kerro siitä mitään: esimerkiksi *Kivirivien* ideaa on vaikeaa tai mahdotonta ymmärtää pitelemättä kirjaa kädessään.

Huomattavaa on, että palkittujen kirjojen joukossa on myös yksinkertaisia perusratkaisuja hyödyntäviä kirjoja, jotka on tehty erityisen huolella. Tarjolla olevia keinoja on myös saatettu käyttää kekseliäästi tai poikkeavalla tavalla: taloudellista lisäpanosta hienon, erottuvan kirjaesineen luomiseen ei siis välttämättä tarvita. Hyvä esimerkki tästä on kirjan sivujen hyödyntäminen, jolloin sivujen syrjään muodostuu kuvio (*Lapset auringon alla* ja *Tasanko liekeissä)* – tosin silloin kannensuunnittelijan on päästävä vaikuttamaan myös sisuksen taittoon.

Esimerkkikirjoissa on nähtävissä sellaisia ratkaisuja, jotka juuri tässä ajassa näyttävät tuoreilta ja jännittäviltä. Vaikka kirja usein mielletäänkin pitkäikäiseksi, jopa ikuiseksi esineeksi jonka ulkoasunkin tulisi kestää aikaa, ei kannensuunnittelu ole irrallaan visuaalisesta kulttuurista: trendit ja ajassa liikkuvat esittämisen tavat näkyvät kansissa. Näitä tiettyyn aikaan liittyviä vaikutteita voi olla helpompi analysoida ja eritellä jälkikäteen.

Palkittujen kirjojen joukossa on paljon samojen suunnittelijoiden kansia. Onnistuneita ratkaisuja tekevien graafikoiden osaaminen huomioidaan kustantamoissa, ja onnistuminen poikii uusia töitä: tilaaja uskaltaa luottaa suunnittelijan ideointikykyyn ja luovuuteen ja tarjota tehtäväksi erikoisempia projekteja. Erityisen kirjaesineiden syntyyn vaikuttaa siis myös kannensuunnittelun yhteistyöprosessi ja henkilökemia sekä tilaajan valmius hyväksyä totutusta poikkeavia ratkaisuja.

Esimerkkikirjojen löytäminen alkuperäisessä asussaan osoittautui hankalaksi. Useat kirjoista voi mieltää kustantamoiden kulttuuriteoiksi, vähä-

levikkisiksi teoksiksi, joista otetaan pieniä painoksia: esimerkiksi monen runokirjan julkaiseminen sinällään on jo kallista, jolloin sen valmistuskustannukset ovat suhteessa pienet. Jos kirja yllättäen myykin odotettua enemmän, voi olla, että valittujen materiaalien kalleus ja kenties tuotannon hitaus johtaa siihen, että kirjojen uudet painokset toteutetaan riisuttuina versioina. Esimerkiksi *Nälkävuosi* on menettänyt vyötteen ja kauniin ylivedon yhdistelmän, ja koko kansisuunnitelma on painettu yhtenäiselle suojapaperille. Kirjastosta löytyy periaatteessa ensimmäisiä painoksia, mutta lainauskäyttöä varten kannet on yleensä silvottu ja päällystetty kontaktimuovilla, jolloin alkuperäisen kirjaesineen materiaaleista ja tunnusta ei juuri pääse nauttimaan.

## Sarja-asut ja muut jatkumot

### Sarja-asut

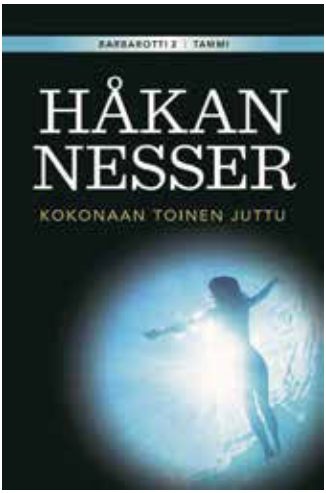
KAUNOKIRJOJA JULKAISTAAN SARJOISSA eri syistä, ja sarjat ovat hyvin eri tyyppisiä. Kansisuunnittelulla kirjojen sarjallisuus tehdään näkyväksi: sarja-asu voi olla hyvin määräävä tai varsin hienovarainen sen mukaan, kuinka vahvasti kirjojen tarinat liittyvät toisiinsa ja mikä on sarjoittamisen peruste. Kantta suunnitellessa on otettava alusta alkaen huomioon aloittaako kirja uuden sarjan vai onko se ehkä osa jotakin jatkumoa. Käsittelen seuraavassa erityyppisiä sarjoja edeten tiukasta sarjailmeestä vapaaseen.

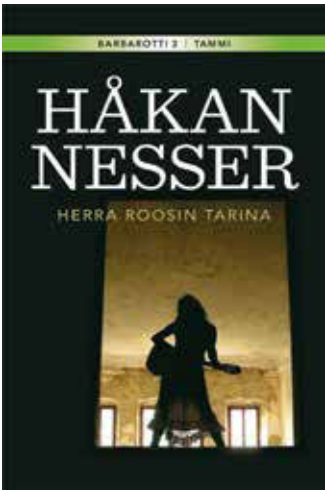
Tiukka sarja-asu tehdään yleensä saman kirjailijan suunnitelmallisesti juonelliseksi sarjaksi kirjoittamille kirjoille **22** (seuraava sivu). Sarjalle saatetaan suunnitella oma sarjatunnus; typografia on tarkoin määriteltyä ja tekstielementit aina samoilla paikoilla; kannen kuvat ja niiden käsittelytapa muistuttavat toisiaan ja tietenkin formaatti ja materiaalit ovat samat kirjasta toiseen. Juonivetoisessa genrekirjallisuudessa sarjallisuus on yleistä, ja erityisesti dekkarit ovat miltei aina sarjallisia. Toisinaan yhtenäinen sarjailme luodaan jonkin kirjalijan koko tuotannolle huolimatta siitä, kuuluvatko kirjat tarinallisesti yhteen vai eivät. Silloin on yleensä kyse uusintapainosten sarjoittamisesta ja kirjalijabrändin vahvistamisesta **23** (s. 93).

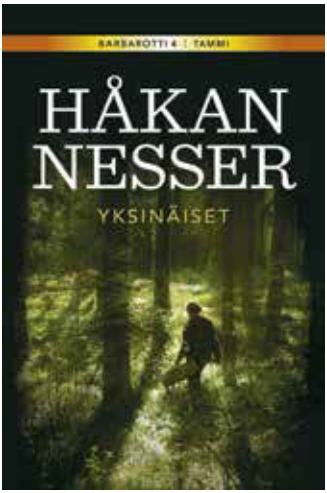
Tiukka sarjailme voidaan luoda myös eri kirjailijoiden kirjoittamille kirjoille vaikkapa teeman mukaisesti (esimerkiksi kauhukirjat, romantiikka,

Timo Numminen

Eevaliina Rusanen

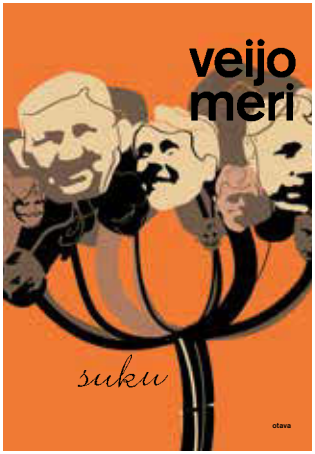


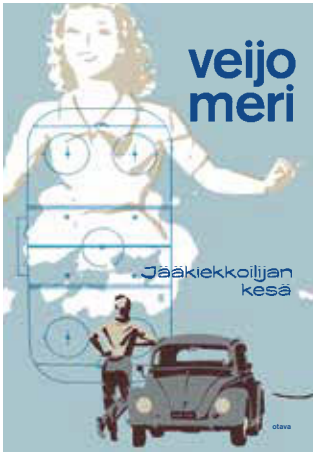



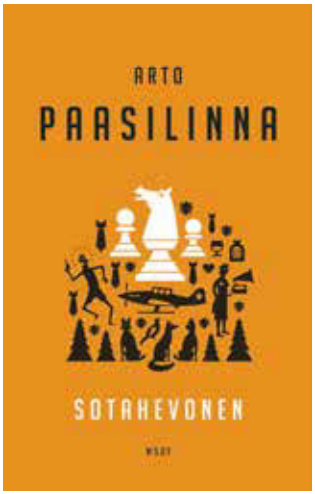

**22** Esimerkkejä tiukasta sarjailmeestä: elementtien sommittelu, kuvien aihevalinnat ja käsittely sekä värimaailma, kirjan materiaalit ja formaatti on tarkoin määritelty. Håkan Nesserin kirjoissa kansiin on suunniteltu myös sarjatunnus, joka kertoo sarjan nimen ja opastaa lukemaan kirjat oikessa järjestyksessä.

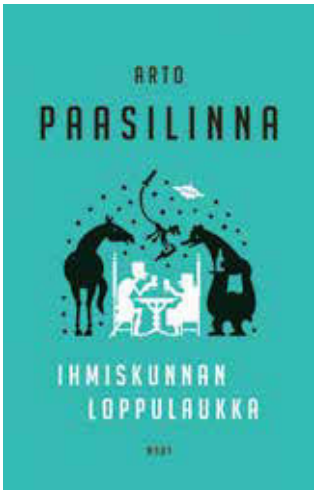
Jussi Kaakinen



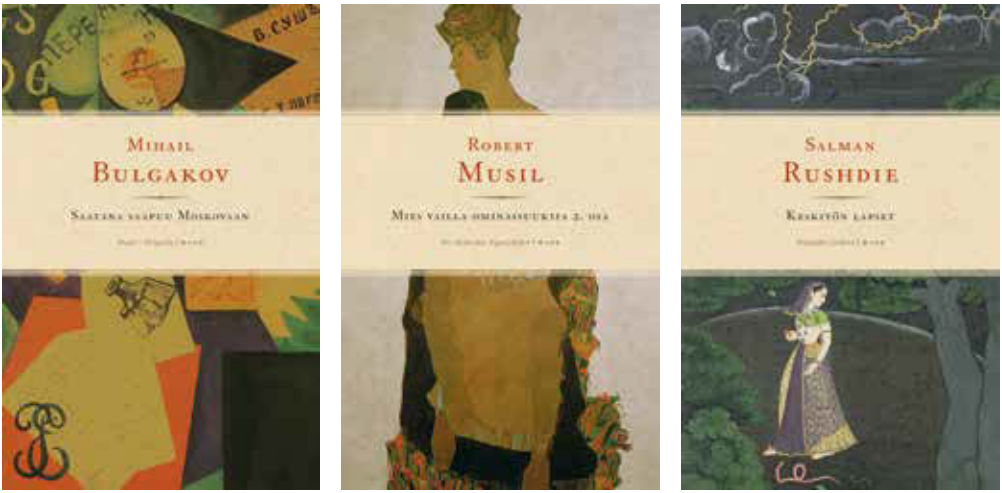

Timo Mänttäri






**23** Kirjailijan tuotannolle luotu tiukka sarjailme, vaikka kirjat eivät ole sarjallisia.

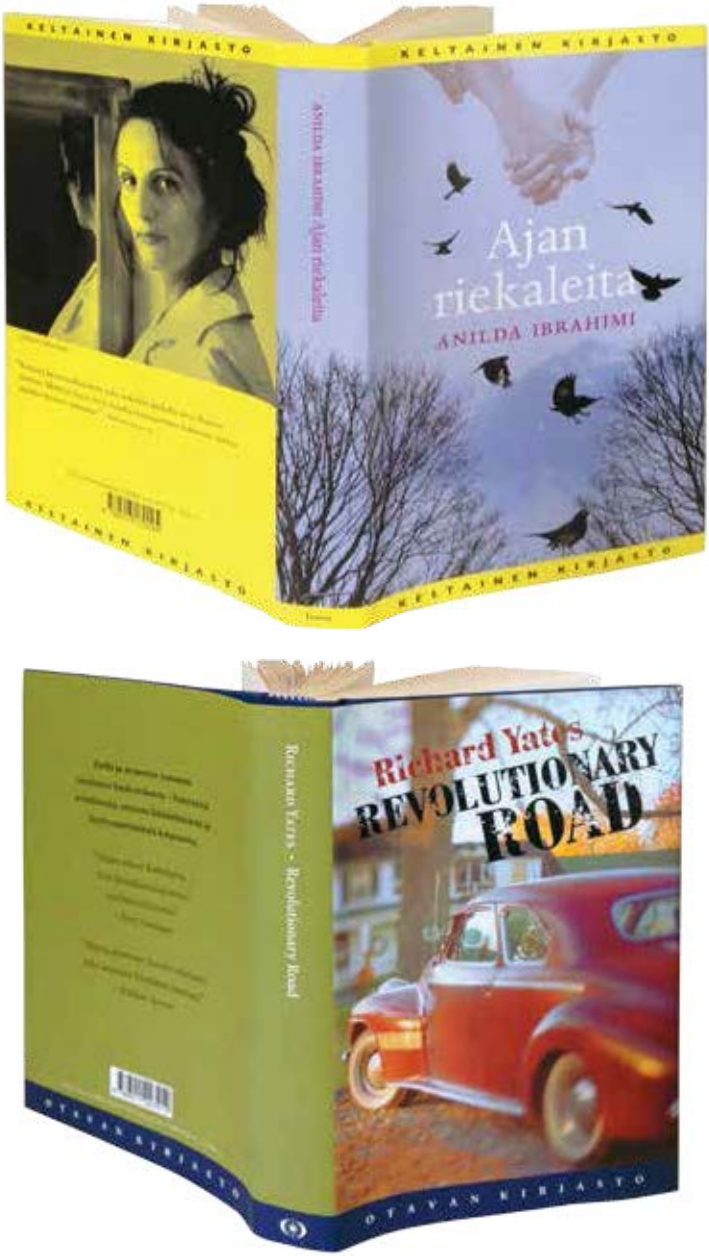
Mika Tuominen




**24** WSOY:n Klassikot-sarja on ilmeeltään tiukka. Kirjojen yksilöllisyyttä historiallista kontekstia viestitään osuvilla kansikuvavalinnoilla, jotka viittaavat tarinoiden tapahtuma-aikaan ja -paikkaan. Vaikutelma on varsin kirjallinen ja klassikkoteemaan sopiva.

scifi tai klassikot). Julkaistavana voi olla kustantamoiden backlistiä mutta sarjoissa julkaistaan myös uutta kirjallisuuta. Lukijaa tällainen sarjoittaminen helpottaa löytämään haluamansa tyyppistä kirjallisuutta. Kustantamolle se toimii markkinoinnin välineenä ja auttaa kohdistamaan tiettyjä kirjoja uudelle yleisölle: pyrkimyksenä on usein houkutella kirjan ostajaa keräämään hyllyynsä koko sarja **24**. Vaarana on, että sarjoittaminen syö yksittäisen kirjan huomioarvoa ja yhdenmukaistaessaan myös latistaa tarinoita ja teosten historiallista kontekstia (Howard 2008, 22). Hieno esimerkki onnistuneesta, periaatteessa tiukasta mutta kuitenkin yllättävän yksilöllisiä kansia tuottavasta sarjailmeestä on Penguinin Great Ideas -sarja (kts. s. 31).

Esimerkkinä tyypillisestä sarjoittamisen tavasta voi pitää kahta käännöskirjallisuuteen keskittynyttä tunnettua kirjasarjaa: Tammen Keltainen kirjasto, joka on ilmestynyt vuodesta 1954, sekä Otavan kirjasto alkaen vuodesta 1982 (Wikipedia). Sekä sarjojen perusidea että sarjoittamisen tapa muistuttavat toisiaan **25**. Kirjat ovat yksilöitä eikä niitä yritetäkään saada näyttämään toisiltaan, mutta kustantamot antavat eräänlaisen laatulupauksen julkaisemalla ne sarjan osana. Sarjailmeen voi sanoa olevan melko tiukka, vaikkakin kirjojen etukannet voivat olla millaisia tahansa ja kertoa va-



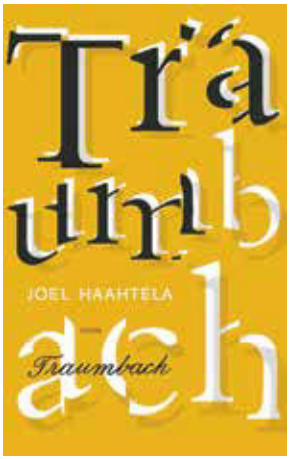

**25** Yllä esimerkki Tammen Keltaisesta kirjastosta, alla Otavan kirjastosta

Päivi Puustinen

**26** Runoja tunteville -sarja

paasti yksittäisen kirjan luonteesta. Sarjailmettä merkitään vakioformaatilla ja -materiaaleilla sekä pysyvillä graafisilla elementeillä: Tammen sarjassa kapea keltainen raita kiertää sekä kannen ylä- että alareunaa ja takakansi on keltainen, Otavan sarjassa taas on sininen raita kannen alaosassa, selässä sarjatunnus ja takakansi on yleensä yksivärinen. Molemmissa sarjoissa on määritelty etukantta (Keltaisessa kirjastossa myös selkää) lukuunottamatta typografia, kirjailijakuvan käyttö sekä elementtien paikat. Tämänkaltainen sarjailme on kätevä, koska siihen on helppo istuttaa tarpeen vaatiessa käännöskirjan alkuperäinen tai jonkin muun kieliversion kansi – myös kansien suunnittelukustannuksissa säästetään (Lehtonen 2004, 258). Sarjailmeen selkeä ohjeistus mahdollistaa myös sen, että sarjan osia toteuttavat useat eri graafikot. Samantapaisia sarjailmeitä on muitakin (WSOY: Aikamme kertojia, Teos: Babel), ja sarjailmettä käytetään myös pokkarisarjoissa (esimerkiksi BON, Seven ja Keltainen pokkari) joissa niissäkin julkaistaan yleensä aikaisemmin julkaistuja nimikkeitä ja hyödynnetään valmiita kansikuvia.

Astetta vapaampi on **Päivi Puustisen** taiteen maisterin lopputyönään Otavalle suunnittelema Runoja tunteville -sarjailme. Sarjassa julkaistaan kotimaista, uutta runoutta. Ilmeen ohjeistuksessa on määritelty sisuksen taitto ja osa kannen materiaaleista sekä typografiasta, mutta etukansi on suunnittelijalle vapaata aluetta – poikkeuksena se, että suunnittelussa tulee keskittyä erityisesti väreihin, materiaalien valintaan ja kirjan tuntuun. Rat-



**27** Joel Haahtelan kirjat noudattavat löyhää kirjailijanäköisyyden periaatetta.

kaisu on poikinut laajan kirjon hyvin yksilöllisiä ja voimakkaasti eri luonteisia kansia, jotka kuitenkin yhdessä muodostavat selkeän sarjan. Sarjoittamisen tarkoituksena oli houkutella runoille uusia ostajia ja tehdä niistä myös houkuttelevia lahjakirjoja (Puustinen 2001, 13–16), ja tässä tavoitteessa sarjoittaminen myös toimi (Puustinen 2001, 71). **26**

Monesti kirjailija kirjoittaa useamman romaanin, jotka toimivat itsenäisinä teoksina, mutta joita voi lukea myös sarjana. Tällaisille kirjoille ei välttämättä luoda varsinaista sarja-asua, mutta kirjojen pitää olla selkeästi tunnistettavissa samaan jatkumoon kuuluviksi. Usein sama graafikko suunnittelee kaikki kannet, jotta sukunäköisyys saadaan säilymään. Sarjan ilmeessä pitää olla riittävä määrä yhtenäisiä elementtejä, ja usein ainakin kirjojen formaatti säilyy samana, vaikka typografia, värimaailma tai kuvien käsittelytapa muuttuisikin.

## Kirjailijabrändi

ERÄÄNLAISEN SARJAN MUODOSTAA myös yhden kirjailijan koko tuotanto. Kirjoille ei välttämättä suunnitella tietoisesti sarjailmettä, mutta kansia suunnitellessa puhutaan siitä, ovatko ne kirjailijan ”näköisiä” **27**. Tässä pätee kaupallinen näkökulma: lukijan on tunnistettava **Hotakaisen** kirja Ho-

takaisen kirjaksi, vaikka kirjat olisivatkin itsenäisiä teoksia (Kasper 2013). Monesti yksi graafikko tekee useita saman kirjailijan kansia, jos yhteistyöhön ja kädenjälkeen ollaan tyytyväisiä. Kirjailijanäköisyys voi olla hyvinkin hienovaraista ja vaikeasti määriteltävää. Visuaalisen ilmeen on oltava synkassa muun tekijäbrändin kanssa ja tuettava sitä. Mikäli kirjailija vaihtaa tyylilajia tai haetaan uutta lukijakuntaa, vaihdetaan usein myös visuaalista linjaa ja samalla monesti myös graafikkoa.

## Kustantamoidentiteetti

KUSTANTAMOT NÄKYVÄT KIRJOJEN kansissa eri tavoin: toisilla on tiukka graafinen ohjeistus siitä, miten kustantamon logo tai tunnus on sijoitettava aina samassa koossa aina samaan paikkaan niin etukannessa, selässä kuin takakannessakin. Useilla kustantamoilla ohjeistukseksi riittää, että tunnus on kirjan selässä, joillakin ohjeistusta ei ole ensinkään. Vakioformaatteja käytetään lähinnä taloudellisista syistä. Kustantamokyselyssä ei tullut ilmi yhtään sellaista ohjeistusta, jolla olisi pyritty määräämään talon ilmeen mukaisesti kansikuvien valinnasta tai kannen typografiasta (Kustantamokysely 2013). Kovin tiukka ohjaus hankaloittaa kannen suunnittelua. Terra Cognita on kotimaisista kustantamoista erikoinen esimerkki tiukan sarjallisine, kustantamon ilmeelle alisteisine kansineen, joiden suunnittelun lähtökohtana lienee ennen kaikkea nopeus ja edullisuus – tietokirjakustantajana ratkaisu on toki luonut selkeän ja erottuvan (vaikkakin kömpelön) imagon, johon tiedonjanoinen lukija kenties on oppinut tarttumaan. Kaunokirjallisuuden puolelta näin ankaraa esimerkkiä ei löydy.

Kustantamoilme on osa yritysviestintää. Sillä voi kertoa laadusta, vastuusta, perinteistä ja osaamisesta hienovaraisesti – suuri logo jokaisen julkaistun kirjan etukannessa ei välttämättä palvele tarkoitusta parhaalla mahdollisella tavalla. Kirjan ostajalle tai lukijalle kustantamo ei ole ensisijainen ostoperuste, joten sen ilmeen ei kannata jyrätä alleen kannen muita, kirjakohtaisia viestejä. Jokainen kirja on osa kustantamon yrityskuvaa, ja kirjojen laadukas ulkoasu viestii myös kustantamon työn laadusta ja valmiudesta julkaista monipuolista kirjallisuutta.

**28** Monella kustantamolla on ohjeisto siitä, miten logo tai sarjatunnus sijoitetaan kirjan selkään.

# 4

# KIRJAN TULEVAISUUS

Fyysisen kirjan tulevaisuudesta puhutaan paljon. Sähkökirjan saapuminen markkinoille on ollut hidasta mutta sen merkitys kirjallisuudelle ja kirjaesineelle mietityttää monia. Print-on-demand -painaminen ja omakustanteiden tekemisen helppous muuttavat kirjantekemisen tapoja. Myös laskeva kirjamyynti vaikuttaa kustantamoiden kykyyn satsata resursseja kirjojen suunnitteluun ja toteutukseen. Kirjan materiaaliset ominaisuudet ovat keskeinen osa sen viestin välittämisen keinoja – mitä tapahtuu, jos materiaaleista tingitään tai kirja menettää kokonaan fyysisen olomuotonsa? Pohdin tässä luvussa erilaisia skenaarioita kirjan ja kannen roolin tulevaisuudesta.

## Kustannusalan murros ja säästötalkoot

Internet on jo usean vuoden ajan syönyt kustantamoiden tietokirjojen myyntiä, lukeminen on vähentynyt ja tulojen lasku on ajanut kustannusalan säästötalkoisiin. Samaan aikaan digipainaminen ja erilaiset print-on-demand -painopalvelut ovat tehneet kirjantekemisestä mahdollista paljon kevyemmällä kalustolla kuin ennen. Kuka tahansa voi opetella käyttämään taitto-ohjelmaa ja valmistaa painoon kelpaavia tiedostoja ilman ison kustantamon apua. Muutos on tuonut tullessaan pirteitä pikkukustantamoita, joilla voi olla tuore suhtautuminen kirjaesineeseen (esim. osuuskuntamuotoinen Poesia), mutta myös paljon kömpelöitä kansia ja heikkoja materiaaliratkaisuja. Säästötalkoot ovat pakottaneet myös isom-

mat kustantamot karsimaan materiaaleja ja valitsemaan halvempia tapoja tehdä kirjoja. Erikoisherkkuja ei saa koristamaan kovin montaa opusta ja esimerkiksi esilehtipapereiden laadusta on tingitty, koska ne eivät näy ostajalle välittömästi.

Bonnierin graafikko **Markko Taina** näkee kuitenkin toimialan murroksen hieman toisin:

> ”Lehdet kirjoittavat kirjallisuudesta vähemmän, ja kustantamojen mainosbudjetit ovat pienentyneet. On entistä tärkeämpää päästä kaupassa esille. Kirjan pitää myydä itse itsensä, ja kansi auttaa siinä.” (Parnasso 1/2015)

Myös kirjamyymälät vähenevät ja kirjoja myydään yhä enemmän nettikirjakauppojen välityksellä (Majander 2015). Kirjoihin tutustuminen verkossa on kätevää: nimikkeitä on helppo selata ja Amazonin esittelemä tapa suositella voi auttaa löytämään jotakin uutta ja mieluisaa. Kirjasineelle tämäkin kehitys voi olla pahasta:

> ”Pahimmillaan verkkokaupan suosio voi vaikuttaa kirjaesineen laatua heikentävästi. Kun kirjaesineeseen ei voi koskea, sen laadukkuudesta ei ole takeita. Tulevaisuudessa kirjat toteutetaan ehkä entistäkin halvemmalla. Verkkokauppa saattaa alkaa suosia pehmeäkantisia kirjoja, sillä kevyempi kirja on halvempi postittaa.” (Rusanen, 2008, 18)

## Sähkökirja

Kirjallisuuden digitalisoitumisesta on puhuttu ja kirjoitettu jo pitkään. The Guardianin mukaan sähkökirja ohittaa paperikirjan myynnin Britanniassa vuonna 2018 (Karila 2014). Sähkökirjan suosion kasvua selittää tablettitietokoneiden yleistyminen: erillistä lukulaitetta ei enää tarvita. Suomessa sähkökirjan osuus kirjallisuuden kokonaismyynnistä on toistaiseksi vain prosentin luokkaa. Suomen kustannusyhdistyksen mukaan sähkökirja on kustantajalle painettua kalliimpi (Suomen kustannusyhdistys 2015) muun muassa siksi, että sähkökirjan arvonlisävero on 24%, kun se painetun kirjan kohdalla on 10%. Lisäksi Suomessa kirjoja ei käytännössä (vielä) julkaista

pelkästään sähkökirjoina, vaan aina painetun kirjan ohella – hinta lienee ainakin osasyyllinen heikkoon menekkiin.

Kirjan tulevaisuudesta on esitetty erilaisia skenaarioita, joissa ennustetaan fyysisen kirjan hiipumista ja katoamista tai vaihtoehtoisesti sen paluuta ja vahvistumista.

**Tommi Melender** pohtii Parnassossa julkaistussa kirjoituksessaan romaanin kohtaloa (Parnasso 1/2015). Hän vertaa **Will Selfin** ja **David Mitchellin** näkemyksiä narratiivisen, keskittymistä vaativan kirjallisuuden tulevaisuudesta. Self uskoo, että pitkäjänteinen lukeminen katoaa digitaalisilta alustoilta lukemisen myötä: on mahdotonta keskittyä pitkiin, polveileviin teksteihin kun lukeminen vähän väliä keskeytyy sosiaalisen median päivittämisen tai verkkokaupassa vierailun vuoksi. Selfin mielestä gutenbergilainen, kirjaesinettä rakastava mielenlaatu katoaa diginatiivien sukupolvien myötä, ja samalla häviää myös painettu romaani – eritoten kehnosti käy Selfin itsensä edustamalle taideromaanille. Mitchell puolestaan käy taistoon digitaalisia houkutuksia vastaan ja pyrkii tarjoamaan kerronnallaan vastinetta poukkoiluun tottuneille lukijoille. Samalla hän uskoo painetun romaanin selviävän, koska pelkää tietoverkkojen tuhoutuvan energiakriisin myötä. Melender lainaa The Guardianin haastattelua: ”Kirjat säilyvät vuosisatoja, koska ne ovat painotuotteita. Internet on riippuvainen sähköverkosta ja sähköverkot puolestaan energianlähteistä.” Mitchellin näkemys on dystopinen, mutta siinä on perää: digitaalisen tiedon säilyminen ja tallenteiden pysyvyys on epävarmaa tekniikan muuttumisen vuoksi. Lisäksi digitaalinen tieto on muutettavissa ja muokattavissa paljon helpommin kuin kerran kirjaan painettu – ja tosiaan, mitä tapahtuu jos sähkö loppuu?

**Emmanuel Tsekleves** taas kirjoittaa The Guardianissa ”analogisten”, fyysisten esineiden paluusta digitaalisten sovellusten valloittamille markkinoille (Tsekleves 2015). Musiikkia myydään jälleen vinyylilevyillä ja pelifirmat kauppaavat digitaalisten tuotteiden ohella ”oikeita” leluja ja pelien hahmoihin perustuvia figuureja. Tsekleves tarjoaa fyysisten esineiden paluulle syyksi ennen kaikkea tunteen ja kokemuksen: fyysisten esineiden tuntu, paino ja koko, joista ei mitenkään voi saada käsitystä digitaalisten tuotteiden välittyksellä. Fyysisiin esineisiin liittyy myös tietty ainutlaatuisuus: vinyylilevyn naarmut saavat sen soimaan juuri tietyllä tavalla – ja

miksei esimerkistä kävisi myös vuosien saatossa kolhiutunut kirja, jonka parhaat kohdat on merkitty koirankorville taitelluilla sivuilla.

> ”In the case of both games and music, the physicality and emotional connection with the physical figurine or toy and its packaging, or the fragile record and its album cover art, offer a more holistic, multisensory and intimate experience.” (Tsekleves 2015)

Tsekleves pohtii myös omistamisen tärkeyttä: immateriaalinen digitaalinen tuote säilöttynä pilvipalveluun ei tunnu ”oikeasti” omalta. Fyysisiä objekteja voi kerätä ja tunnustella: tämä jos mikä pätee kirjoihin. Omistamisen tunteen hämärtyminen selittänee sen, miksi sähkökirjoista ei olla valmiita maksamaan kovin paljon: vaikka lukija saa saman tarinan ja lukukokemuksen, hän jää paitsi tarinan fyysistä olomuotoa – hän ei saa itse *kirjaa*.

Tsekleves kirjoittaa lisäksi digitaalisen ja fyysisen maailman sekoittumisesta: lelujätti Lego on kehittänyt erikoispalikoita, jotka on mahdollista tunnistaa digitaalisen applikaation avulla ja näin rakentaa oikeita Lego-rakennuksia, jotka ovat olemassa samaan aikaan myös virtuaalimaailmassa. Kirjallisuudessa digitaalisuuden hyödyntäminen painetun kirjan jatkumona on vielä vähäistä. Yhtenä esimerkkinä voi pitää **Pasi Ilmari Jääskeläisen** *Harjukaupungin salakäytävät* -romaania (Atena 2010). Kirjasta painettiin kaksi eri versiota, joissa on erilaiset loput. Kirjan versiot eroavat toisistaan parisenkymmentä sivua ennen viimeistä sivua, ja toisen lopun voi käydä lukemassa kirjansa lopussa olevasta www-osoitteesta.

Mitä digitalisoituminen merkitsee kansisuunnittelun kannalta? Kustantamokyselyyn vastanneet eivät (kokemusten puutteessa) osanneet arvioida, onko kannella vaikutusta sähkökirjan myyntiin, mutta sen arveltiin olevan todennäköistä (Kustantamokysely). Sähkökirjakin tarvinnee jonkinlaiset ”kasvot” tai klikattavan kuvakkeen netissä, samaan tapaan kuin verkkokirjakaupoissa. Digitaalisessa ympäristössä kansikuva on kuitenkin varsin pieni ja vailla fyysisiä ominaisuuksia tai kolmiulotteisuutta: se pelkistyy postimerkiksi etukannesta, eräänlaiseksi key art -kuvaksi. Sen viestinnälliset keinot ovat siis varsin rajalliset verrattuna kirjaesineeseen, ja käyttötarkoitus muistuttaa ohjelmaikonia (klikkaa tästä, niin saat tietää enemmän).

**29** Kirjankansia Adlibriksen verkkokirjakaupan etusivulla.

Sähköisessä ympäristössä kannen tavoitteena on ennen kaikkea saada huomiota ja myydä kirjaa **29**. Pienessä koossa kannen on oltava selkeä ja yksinkertainen ja kerrottava perusasiat kirjasta: tekisikö puhtaasti typografinen kansi paluun? Mainonnassa on toki tähänkin saakka käytetty fyysisen vaikutelma aikaansaamiseksi dummy-kirjoja, joten miksei sähkökirjastakin voisi tehdä digitaalista esinettä, jossa olisi selkä ja takakansi? Virtuaaliesinettä voisi ehkä pyöräyttää ruudulla ja tutkia sitä eri puolilta. Kenties sähkökirjojen kansista voisi tehdä animaatioita, pienoisfilmejä kirjoista? Diginatiiveille tämä varmaan olisi luontevaa.

## Onko kaikki kirjat pakko painaa?

KUN KIRJAESINE HAURASTUU säästöjen ja sähkökirjan ahtaalle ajamana, on mietittävä ratkaisuja. Onko kaikista kirjoista painettava paperiversio? Voisiko kustantamisessa kenties suunnata kahtaalle: sähköinen muoto voisi olla omiaan päiväperhokirjallisuudelle, kevyelle viihteelle ja kaikille niille kirjoille, joiden kustannukset koitetaan pitää mahdollisimman matalina ja joiden katoaminen vanhentuneiden tallennusmuotojen ja -laitteiden hautausmaalle ei saa ketään itkemään verta. Toisaalta runous koettelee jo fyysisen kirjan rajoja, ja joidenkin runoteosten julkaiseminen sähköisessä muodossa voisi laajentaa lajityypin ilmaisurepertoaaria ja mahdollisuuksia: sanaan voisi luontevasti liittää vaikkapa ääntä ja liikkuvaa kuvaa (Lehtonen 2015).

Ne kirjat, jotka katsotaan fyysisen olomuodon ja pitkän elämän arvoisiksi pitäisi sen sijaan suunnitella ja toteuttaa huolella – käyttää kestäviä materiaaleja, lankasidontaa, paneutua yksityiskohtiin ja valmistaa esineeksi niin hyvin kuin vain suinkin voi. Kirjan tulisi olla omistamaan houkutteleva, kosketettava, toimiva, lukukokemusta voimistava ja kaunis. Nämä harvat kirjat voisivat siirtyä sukupolvelta toiselle ja olla vaalittuja, arvostettuja asioita, joista ostajakin olisi valmis maksamaan sopivan hinnan. Moni suunnittelija on pohtinut aihetta: miksi tehdä halvanoloisia paperikirjoja, jos pdf ajaisi saman asian? (esim. Kukkapuro 2013; Gleick 2008; Taute 2013)

> ”When a text is published and the book is designed and printed, it becomes a physical manifestation not just of the ideas of the author, but of the cultural ideals and aesthetics of a distinct historical moment. Should the physical book endure the onslaught of virtual forms of information, it will likely be its very materiality that facilitates its survival. The book as an object is comfortingly substantial in its content *and* its material presence. At a time when so much information is dispersed in virtual form, it is especially important to examine the book as a distinctive object reflecting a marriage of authors’ words and designers’ vision.” (Brass 2005, 8)

# 5

# YHTEENVETO JA POHDINTAA

## Yhteenveto

OPINNÄYTETYÖSSÄNI PYRIN LÖYTÄMÄÄN vastaukset kysymyksiin **mitä ja miten kannet viestivät ja miksi?** sekä **millaiset konventiot ja koodistot säätelevät kannen viestiä, ja miten niitä hyödynnetään?** Halusin avata erityisesti kysymyksiin nivoutuvia vakiintuneita prosesseja, joita toistetaan usein kyseenalaistamatta ja sen kummemmin miettimättä. Kaunokirjallisen kannen suunnitteluun ja tapaan mieltää tietynlainen kirja tietyn näköiseksi liittyy paljon historiasta periytyviä konventioita ja tottumuksia – kulttuurisia koodeja – jotka vaikuttavat kaikkiin kannensuunnittelun prosessin osapuoliin sekä kirjojen ostajiin ja lukijoihin. Näistä koodeista poikkemalla on myös helppoa muuttaa kannen viestiä ja tehdä kirjan erilaisuus näkyväksi. Erityisen hyvin tämä tulee esiin genrekansien tarkastelussa: genren voimakas määräävyys hyödyntää totuttuja koodeja, mutta toisaalta niistä on mahdollista poiketa tai asettua koodeja yhdistelemällä lajityyppien väliin. Näin tulee näkyväksi genren rajojen elävyys, liukuminen ja muuttuminen sekä uuden syntyminen (niin sisällöllisesti kuin ulkoasullisestikin). Kaunokirjallisen kannen viesti syntyy näin usein suhteessa muihin kansiin, joko yhdistäviä tai erottavia piirteitä korostamalla. Kaikki kannen viestit eivät siis liity suoraan kirjan sisältöön vaan laajemmalti kirjan kontekstiin ja tietynlaiseen intertekstuaalisuuteen.

Genrekansia ja kauneimmat kirjat -kilpailussa palkittuja kansia vertaillessani pääsin perille myös siitä, mitä tarkoittaa käsite ”kaupallinen kansi”.

Kansien kaupallisuudesta puhutaan usein esimerkiksi suunnittelutehtävää briiffatessa, mutta käsitettä ei yleensä avata sen kummemmin; ratkaisut syntyvät paljolti intuition ja koodistojen varassa. Genrekansia tarkastellessa on kuitenkin ilmeistä, että kaupallisuus tarkoittaa kannen viestien mahdollisimman yksinkertaista luettavuutta: kaupallisesta kannesta on siis helppoa lukea kirjan ja kirjailijan nimi ja tunnnistaa kirjan genre; kannen kuva on tunnistettava ja useimmiten esittävä ja lisäksi kirja on esineenä sekä materiaaleiltaan konventionaalinen ja tuttu. Kannen rooli suhteessa tekstiin on kaupallisessa kannessa ja genrekirjallisuudessa tulkinnanmahdollisuuksia rajaava. Taiteellista kantta voinee pitää tämän vastakohtana: sen viesti on ei-kaupallinen, rooliltaan suhteessa tekstiin laajentava, etäännytetty ja jättää paljon tulkinnan varaan.

TUTKIMUSKYSYMYKSENI SAIVAT SEURAAVANLAISET vastaukset:

**Mitä kannet viestivät?** Kannet tulkitsevat kirjan sisältöä ja siten viestivät siitä; ne kohdentavat kirjan oikealle yleisölle; asettavat kirjan kontekstiin; tekevät kirjan genren näkyväksi tai korostavat sen yksilöllisyyttä; asettavat kirjan jatkumoon; voimistavat kirjailijakuvaa; rakentavat kustantamoidentiteettiä ja toimivat logistiikan välineenä.

**Miten kannet viestivät?** Kannet viestivät kuvan, tekstin ja typografian, koon, muodon ja materiaalien paradigmoista koottujen syntagmojen keinoin. Tottumus ja konventio määrittelevät, millainen syntagma sopii tietyntyyppisen kirjan kanneksi.

**Miksi kannet viestivät?** Kannet viestivät, jotta kirja huomattaisiin; jotta kirja erottuisi muista; jotta kirja asettuisi oikeaan kategoriaan; jotta kirja ostettaisiin ja jotta se säilytettäisiin.

**Millaiset konventiot ja koodistot säätelevät kannen viestiä?** Konventiot ja koodistot ovat historian ja käytännön myötä syntyneitä toimintatapoja, jota alalla noudatetaan osin intuitiivisesti, osin tiedostaen. Kirjan ulkoasua määräävät konventiot palautuvat kauas historiaan ja käytännöllisyyteen, joten esimerkiksi kirjan muoto on hyvin vakiintunut ja rajattu. Koodistot määräävät kuvan, typografian, materiaalien ja kirjan koon sekä muodon valintaa ja käyttöä tietynlaisen, kirjaan sopivan ulkoasun ja viestin aikaansaamiseksi. Koodistot myös elävät ja muuttuvat ajan myötä.

**Miten konventioita ja koodistoja hyödynnetään?** Konventioita hyödynnetään rakentamalla tutuista elementeistä selkeitä, tunnistettavia ja helposti luettavia sanallisia ja kuvallisia viestejä. Erityisen tärkeää ja silmiinpistävää tämä on genren visualisoinnin kannalta. Toisaalta koodistoista poikkemalla voi korostaa kirjan erityispiirteitä tai yksilöllisyyttä.

## Pohdintaa

OPINNÄYTETYÖNI EDETESSÄ HUOMASIN tutkimusalueen jääneen varsin laajaksi. Toisaalta tuntui välttämättömältä sisällyttää aineistoon koko kaunokirjallisen kansisuunnittelun kirjo, jotta viestien moninaisuus ja erilaisten kirjallisten lajien visuaalinen poikeavuus tulisi käsiteltyä, mutta pelkästään runokirjojen kansista saisi rutkasti tutkimusaineistoa. Suppeampi aihe olisi voinut tarjota mahdollisuuden kansien syvempään analyysiin, mutta etukäteen en kyennyt näkemään lajityyppien suurta sisäistä kirjoa.

Työni on monin paikoin luonteeltaan varsin toteava ja luettelomainenkin johtuen paljolti kirjan kannen vakiintuneesta luonteesta ja pyrkimyksestäni selvittää kannensuunnitteluun liittyviä konventioita ja koodistoja. Monet näistä asioista ovat alalla toimijoille itsestäänselvyyksiä, mutta niitä ei tietääkseni aikaisemmin ole kirjattu kokoavasti. Niiden kerääminen ja sanallistaminen ei välttämättä tuo esille uutta, mutta herättää pohtimaan kansiratkaisujen syitä, tekee näkyväksi vakiintuneita toimintatapoja ja ehkä auttaa kyseenalaistamaankin niitä.

Tutkielmani pohjalta ilmeni mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita. Sähkökirjan tuleminen ja sen vaikutus kansisuunnitteluun mietityttää, samoin siihen liittyvä (kirja)esineiden arvostus. Kiinostavaa olisi myös selvittää koodistojen muuttumista: miten esimerkiksi dekkarien genren esittäminen on muuttunut vuosien varrella ja millaiset visuaalisen tai kirjallisen kulttuurin seikat ovat vaikuttaneet siihen. Suomalaisen kansisuunnittelun historia on myös oma tutkimuskohteensa, samoin kotimaisen ja ulkomaisen kansisuunnittelun eroavaisuudet.

# LÄHTEET

## Painetut


AHOLA, SUVI: *Rakkaus vaihtoi maisemaa*. Helsingin Sanomat, 14.2.2014

BAINES, PHIL: *Penguin by design. A cover story 1935–2005.* Lontoo: Penguin Books Ltd, 2005

BRASS, DICK: *Books are a thing of beauty, but so are horse-drawn carriages.* Kirjassa Drew, Ned; Sternberger, Paul: *By its cover.* 1. painos. New York: Princeton Architectural Press, 2005

DREW, NED; STERNBERGER, PAUL: *By its cover.* 1. painos. New York: Princeton Architectural Press, 2005

HEIKKINEN, VESA & VOUTILAINEN, EERO: *Genre – monitieteinen näkökulma.* Teoksessa *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja.* Helsinki: Gaudeamus, 2012

HINKKA, JORMA: *Graafisen suunnittelijan toinen kieli ja muita kirjoituksia.* Helsinki: Aalto ARTS Books, 2012

HOWARD, ANDREW: *Gateways.* Näyttelykatalogissa *Gateways: An International Exhibition of Book Cover*s, Portugal. Matosinhos: ESAD, 2008

HÄGGMAN, KAI: *Paras tawara maailmassa. Suomalainen kustannustoiminta 1800-luvulta 2000-luvulle.* Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava, 2008

HÄNNINEN, VILLE: *"Kirjan pitää myydä itse itsensä" Graafikko Markko Taina antaa kirjoille ihon.* Parnasso 1/2015

ITKONEN, MARKUS: *Kirjatypografia.* Kirjassa *Kustannustoimittajan kirja.* Tampere: Suomen kustannusyhdistys & Vastapaino, 2004

JUNTUNEN, TUOMAS: *Kirjallisuudentutkimus*. Teoksessa *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus, 2012

KARILA, JUHANI: *Me ostamme: Jännitystä ja dieettejä*. Helsingin Sanomat 23.10.2013

KARILA, JUHANI: *Sähkökirja ohittaa pian paperikirjan Britanniassa.* Helsingin Sanomat 5.6.2014

KIDD, CHIP: *Book one*. New York: Rizzoli, 2005

KUKKAPURO, IDA: *Paina vain parhaat.* Grafia 4/2013

LEHTONEN, ANNA: *Kirjan kannet.* Kirjassa *Kustannustoimittajan kirja.* Tampere: Suomen kustannusyhdistys & Vastapaino, 2004

MAJANDER, ANTTI: *Kirjan vuosi käynnistyi hupenevin luvuin*. Helsingin Sanomat 28.1.2015

MAKKONEN, TEIJO: *Ideasta kirjaksi* ja *Kirja painossa.* Kirjassa *Kustannustoimittajan kirja.* Tampere: Suomen kustannusyhdistys & Vastapaino, 2004

MELENDER, TOMMI: *Kuoleeko romaani vai internet?* Parnasso 1/2015

MIKKONEN, KAI: *Kuva ja sana*. Helsinki: Gaudeamus Kirja, 2005

POWERS, ALAN: *Front Cover, great book jacket and cover design.* Lontoo: Mitchell Beazley, 2001

PUUSTINEN, PÄIVI: *Runoja tunteville*. Lopputyö Taideteollisen korkeakoulun Graafisen suunnittelun osastolle. Helsinki, 2001

RUSANEN, EEVALIINA: *Populaaritietokirjan kansi sekä motiivit ja metodit suunnittelun taustalla.* Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, graafisen suunnittelun koulutusohjelma, 2008

SEPPÄ, ANITA: *Kuvien tulkinta.* Helsinki: Gaudeamus, 2012

TAUTE, MICHELLE: *Cover Stories.* Print, lokakuu 2013

TULISALO, TIMO: *Kirjan myynti ja markkinointi.* Kirjassa *Kustannustoimittajan kirja.* Tampere: Suomen kustannusyhdistys & Vastapaino, 2004

Suomi lukee -tutkimus. Suomen kustannusyhdistys & Kirjakauppaliitto, 2008

Suomi lukee 2013 -tutkimus. Taloustutkimus 2013

**Painamattomat**

EYRE, CHARLOTTE: *Penguin defends new 'Charlie' cover.* The Bookseller, 8.8.2014 http://www.thebookseller.com/news/penguin-defends-new-charlie-cover

GLEICK, JAMES: *How to publish without perishing.* New York Times, 29.11.2008 http://www.nytimes.com/2008/11/30/opinion/30gleick.html?pagewanted=all&_r=0

ROSS, ELLIOT: *The Dangers of a Single Book Cover: The Acacia Tree Meme and "African literature".* http://africasacountry.com/the-dangers-of-a-single-book-cover-the-acacia-tree-meme-and-african-literature/ 7.5.2014

TSEKLEVES, EMMANUEL: *From vinyl records to toys: the return of analogue products in our digital lives.* http://www.theguardian.com/media-network/2015/feb/12/return-analogue-digital-products-phygital?CMP=share_btn_link 12.2.2015

Suomen kustannusyhdistys: http://www.kustantajat.fi/pages/k10/medialle/

Vuoden kauneimmat kirjat: http://www.kauneimmatkirjat.fi/

**Muut**

Keskustelu Anna Lehtosen kanssa 15.11.2013 ja 2.6.2015

Puhelinkeskustelu Antti Kasperin kanssa 22.11.2013

# Liitteet

I SUUNNITTELIJAKYSELY

II KUSTANTAMOKYSELY

III SÄKENÖIVÄT HETKET

# I

## SUUNNITTELIJAKYSELY

Loppuvuonna 2013–2014 kannensuunnittelijoille sähköpostitse lähettämäni kysely:

Hei!

Olen tekemässä maisterin opinnäytetyötä Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakouluun. Opinnäytetyöni aiheena on kaunokirjallisen kirjan kansi. Selvitän erilaisia kannensuunnittelun tapoja ja mieltymyksiä laatimieni kysymysten avulla: käytän vastauksia osana opinnäytetyöni tausta-aineistoa. Kysely on lähetetty useille sekä kustantamoissa että freelancereina toimiville graafikoille. Jos mieleesi tulee joku muu joka voisi olla kiinnostunut vastaamaan, kyselyn saa mielellään lähettää eteenpäin. Toivoisin vastaustasi tammikuun 2014 loppuun mennessä – kiitokset etukäteen!

1. Nimesi ja ammattinimikkeesi sekä yritys, jossa olet töissä (voit myös vastata nimettömänä)
2. Mistä inspiroidut kaunokirjallista kantta suunnitellessasi?
3. Mistä etsit/saat kuvamateriaalia kantta varten?
4. Oletko profiloitunut tietyntyyppisten kaunokirjallisten kansien tekijänä?
5. Millainen on hyvä kaunokirjallisen kannen briiffi?
6. Millainen on hyvä kaunokirjallinen kansi? Anna esimerkki tai useampia.
7. Onko suomalaisissa kaunokirjallisuuden kansissa mielestäsi jotakin eroa ulkomaisiin verrattuna?
8. Millaista on hyvä yhteistyö toimituksen/kustantamon kanssa? Teetkö koskaan yhteistyötä kirjalijan kanssa?
9. Saatko palautetta valmiista kansista, kun kirja on kaupassa?

## 1. Vastaajat:

**Jussi Kaakinen**, graafinen suunnittelija & kuvittaja (yrittäjä)
**Sanna-Reeta Meilahti**, graafinen suunnittelija, osk Liikeri
**Timo Mänttäri**, graafinen suunnittelija ja kuvittaja (vähän yhteydestä riippuen), freelancer
**Päivi Puustinen**, vastaava graafikko, Kustannusosakeyhtiö Otava
**Markus Pyörälä**, freelancer
**Anja Reponen**, Tmi Anja Reponen
**Elina Warsta**, AD, graafinen suunnittelija ja kuvittaja

## 2. Mistä inspiroidut kaunokirjallista kantta suunnitellessasi?

- Yritän inspiroitua ensisijaisesti kirjasta, jos käsikirjoituksen tai alkuteoksen lukeminen on mahdollista. Tarina yhdistyy yleensä luontevasti (tai jonkin aasinsillan kautta) johonkin tyyliin tai aikakauteen, josta voi ammentaa kannen suunnittelussa. Kannen aihe löytyy helpommin jos kirjan voi lukea kokonaisuudessaan. Olen huomannut tarttuvani usein johonkin tiettyyn kohtaukseen tarinassa; sen sijaan kirjan tiivistäminen kuvaksi yleisemmällä tasolla pelkän synopsiksen pohjalta on vaikeampaa. Katselen inspiroituakseni monesti vanhaa, menneiden vuosikymmenten kansisuunnittelua antikvariaateissa tai netissä. Vanhemmssa kansissa inspiroi nykyajasta poikkeava kuvituksen ja typografian käyttö ja ideatasolla erilainen ilmaisu. (KAAKINEN)

- Käsikirjoituksessa: kielestä ja teemoista (MEILAHTI)

- Lukiessa yritän (ja joskun siinä onnistunkin) innostua sellaisistakin kirjoista tai tarinan osa-alueista (kuvamaailma, jokin hahmo, aikakausi tms.), joista en varsinaisesti pidä. Kirjasta pitäminen tai ei-pitäminen ei ole suunnittelun kannalta lopultakaan kovin olennaista. (MÄNTTÄRI)

- Tekstistä ja erilaisista fragmenteista (PUUSTINEN)

- Teoksen piirteistä jotka vähiten ovat palautettavissa kyseessä olevan genren totunnaisiin osatekijöihin. Toisin sanoen, usein ne ansiot kaunokirjallisessa teoksessa joiden vuoksi kirja ylipäätänsä kustannetaan, ovat jollakin tapaa ainutlaatuisia eikä niiden kuvaamiseen siksi ole ehtinyt muodostua kliseitä. Näistä seikoista – mikäli niitä on – on helppo inspiroitua, sillä mieli on niiden suhteen usein avoin ja vailla ennakkoluuloja. (PYÖRÄLÄ)

• Inspiroidun tekstin tunnelmasta, teemoista, päähenkilöistä, konkreettisista asioista (esimerkiksi esineistä, joista voi kehittää kirjaan sopivan idean). Jos teksti ei inspiroi, mietin kirjan teemoja yleisesti. (REPONEN)

• Inspiroidun tekstistä, käsikirjoituksesta, tekstin tunnelmasta. (WARSTA)

## 3. Mistä etsit/saat kuvamateriaalia kantta varten?

• Pyrin tekemään kannet mahdollisimman pitkälle kuvituspohjalta. Lähdemateriaalia löydän netistä, kirjastosta, omasta kirjahyllystä ja perhepiiristä. Jos kansi kaipaa valokuvaa, kuvaan usein itse, mutta olen myös silloin tällöin käyttänyt kuvatoimistokuvaa kannen osana tai pyytänyt apua ammattitaitoiselta kuvaajalta. (KAAKINEN)

• Internet on hyvä, lukemattomia lähteitä. Kuvapankkien lisäksi kerään projektin alussa kaikenlaista idea- ja tekniikkakuvastoa, joiden kautta idea kirkastuu tai muuntaa kokonaan muotoaan, synnyttää uusia kuvia ja kuva-hakuja jne.... Lopullisen kuvan teen nykyään useimmiten kuitenkin itse. (MEILAHTI)

• Google (oho!), oma vaatimaton kirjastoni ja leike/paperisilppukokoelmani (MÄNTTÄRI)

• Rakastan ”fragmentteja” -- katselin työhuoneen hyllyssä esillä olevia kansiani, ja niitä tuntuisi yhdistävän se, että monet ovat saaneet alkunsa ei niinkään valmiiksi miettimästäni ideasta, vaan löydetystä kuvanpalasesta, esineestä ym. Tallennan myös aikaisemmista töistä jääneitä digitaalisia fragmentteja ja hyödynnän niitä usein myöhemmin. (PUUSTINEN)

• Teen ainakin nykyisin käytännöllisesti katsoen aina itse tarvittavan kuvamateriaalin. Tekniikat vaihtelevat. (PYÖRÄLÄ)

• Joskus teksti herättää heti niin voimakkaita mielikuvia, että kuvasto löytyy päästä. Jos etsimäni kuva-aihe tai muu asia ei ole ihan tuttu, etsin sitä kirjoista ja googletan. Verkosta löytyy raakamateriaalia suunnittelulle. (REPONEN)

• Lähes aina tuotan kuvamateriaalin alusta loppuun itse. (WARSTA)

## 4. Oletko profiloitunut tietyntyyppisten kaunokirjallisten kansien tekijänä?

• Tuntuu että eri kustantamot ovat profiloineet minut hiukan eri tavoin; jollekin olen tehnyt enimmäkseen lasten/nuorten kansia, jollekin aikuisten kaunokirjallisuutta, jollekin fantasiaa, jollekin dekkareita. En itse ole aktiivisesti yrittänyt profiloitua muuten kuin siinä, että teen laajasti ottaen ”kuvituskansia” eli en juurikaan käytä kuvatoimistokuvia tai muitakaan valokuvia sellaisenaan. (KAAKINEN)

• En ole siihen mitenkään pyrkinyt, mutta huomaan, että työtarjouksissa painottuvat kirjat, joiden pääkohderyhmänä ovat naiset. Pyrin siihen, että työtehtävät pysyisivät mahdollisimman vaihtelevina. (MEILAHTI)

• En ole viime aikoina juuri tehnyt dekkareita (oma valintani) enkä nuortenkirjoja (kustannuskysymys). Olen tehnyt enemmän käännettyjen kuin kotimaisten kansia (en tiedä miksi – pitäisi kysyä tilaajilta.) (MÄNTTÄRI)

• Teen tällä hetkellä töitä pääasiassa lastenkirjojen parissa, joten en voi edes oikein sanoa, mihin olen profiloitunut. (PUUSTINEN)

• Useinmiten minulta tilataan kansia odottaen että toteutan ne omalla tyylilläni sen sijaan että imitoisin jotakin tietynlaista lajityyppiä. Kaipa tämä on jonkin asteista profiloitumista? (PYÖRÄLÄ)

• Olen suunnitellut eniten Otavan kirjaston kansia eli ulkomaisten romaanien kansia. Olen kuitenkin suunnitellut niitä niin vähän, että en voi sanoa olevani profiloitunut niiden suunnittelijana. (REPONEN)

• Ehkä. Minulta tilataan aika paljon kotimaisten kirjailijoiden kansia ja koska teen kuvamateriaalin alusta asti itse, sitä myös töiltäni usein odotetaan. (WARSTA)

## 5. Millainen on hyvä kaunokirjallisen kannen briiffi?

• Parasta on jos alkuteoksen tai käännöksen voi lukea kokonaisuudessaan. Hyvä briiffi vähentää turhaa työtä niin että suunnittelija ymmärtää minkä henkistä kantta haetaan. Tulee vähemmän hylättyjä luonnoksia. (KAAKINEN)

• Tärkeintä on, että briiffi tulee yhden henkilön kautta, joka osaa suodattaa tilaajapuolen erilaiset näkemykset ja toiveet toteuttamiskelpoiseen muotoon.
Joskus avainasemassa on itse käsikirjoitus, ja se riittää. Jos taas haetaan selvästi tiettyä genreä noudattelevaa kantta, on tärkeää, että se tulee ilmi briiffissä. Silloin avainsanoiksi nousevat pikemminkin kyseinen työ verrattuna muihin markkinoilla oleviin kansiin. (MEILAHTI)

• Jos toimittajalla tai kirjailijalla on jokin ehdoton reunaehto (Esim. tittelissä esiintyvää aihetta ei saa konkreettisesti kuvata tms.) on se hyvä kertoa. Muuten käsis yleensä riittää. (MÄNTTÄRI)

• Se antaa kannelle tyylilajin, kohderyhmän, tunnelman (mielellään omaperäisin ja inspiroivin sanoin ja vertauksin, jotka saavat olla konkreettisiakin) mutta ei tarpeettomasti määrää mitä elementtejä tai värejä kannessa pitäisi olla. Se asettaa kirjan johonkin kontekstiin. (PUUSTINEN)

• Käsikirjoitus itsessään on paras briiffi. Se mitä toimitus tähän voi lisätä, koskee usein teoksen asettamista kontekstiin suhteessa kirjallisuuden historiaan, nykytilaan ja vallitseviin markkinoihin, mikäli näitä graafikko ei itse osaa arvioida. Mikäli markkinoinnilla on asian suhteen erityistoiveita, näistäkin on toki parempi kuulla mielummin ennemmin kuin myöhemmin. (PYÖRÄLÄ)

• Hyvässä briifissä on toimituksen ja kaikkien lopulliseen kanteen vaikuttavien henkilöiden (myös kirjailijan, jos häntä on luvattu kuunnella) selkeät ja yksimieliset toiveet lopullisesta kannesta. Nämä toiveet ovat yleisluontoisia ja järkeviä, eivätkä ne sanele ideaa tai puutu yksityiskohtiin ilman hyvää syytä. (REPONEN)

• Briiffit ovat vähän haastavia. Mahdollisimman lyhyt briiffi, joka antaa suunnittelijan luovuudelle ja suunnittelutyölle paljon tilaa, on hyvä. Paljon reunaehtoja asettava briiffi turruttaa ja rajaa suunnittelijan ideointiprosessia. (WARSTA)

## 6. Millainen on hyvä kaunokirjallinen kansi? Anna esimerkki tai useampia.

• Hyvä kansi on erottuva ja oivaltava, ja minusta on tärkeää että se myös antaa kirjasta oikean kuvan. On paljon kauniita kansia joilla ei ole mitään tekemistä kirjan sisällön kanssa. En ole viime aikoina lukenut niin paljon suomalaisten kansittamia kirjoja että pystyisin luettelemaan erityisen onnistuneita kansia. Pelkästään esteettisesti arvioituna olen pitänyt esim. monista Elina Warstan ja Timo Mänttärin kansista. Mieleen jääneitä yksittäisiä kiinnostavia kansia viime ajoilta ovat esim. Antti Tuurin ”Alkemistit” (en tiedä suunnittelijaa) tai Peter Höegin ”Lumen Taju” (keltainen pokkari -versio, suunnittelija Sanna-Reeta Meilahti). (KAAKINEN)

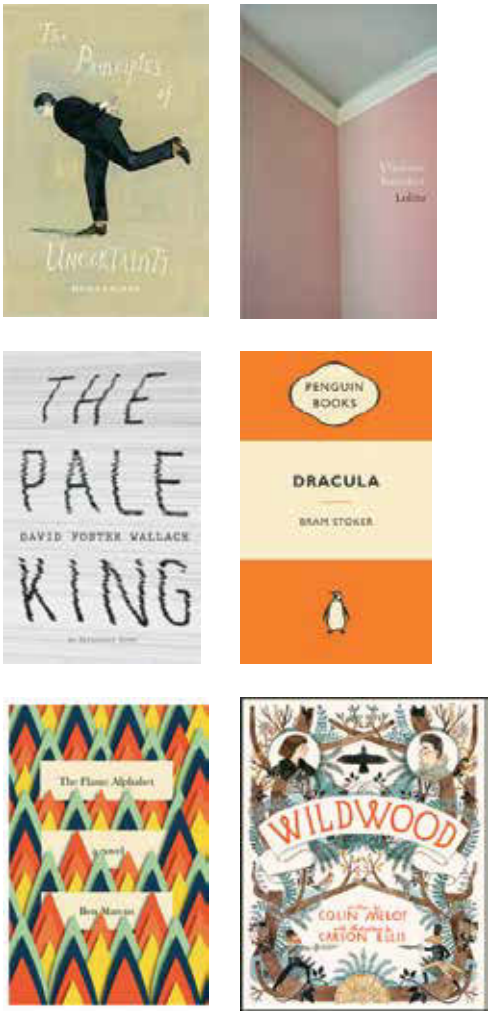
• Pidän typografian painottamisesta ja abstrakteista ideoista, sekä materiaalien harkitusta käytöstä silloin, kun sisältö on sen arvoinen. – näitä kaikkia toivoisi näkevän suomalaisissa kansissa enemmän.
Penguinin kannet ovat lähes aina onnistuneita. Tosin niissä on usein kyse klassikkokirjoista, joiden suhteen kansisuunnittelu on eräällä tavaalla vapaampaa, koska lukijalla on jo ennestään jonkinlainen mielikuva kirjasta tai sen kirjoittajasta. Kannen suunnittelija voi siis esittää aiheesta korostetummin oman näkemyksensä. (MEILAHTI)

• Houkutteleva, tekstin mukainen, usein salaperäinen (ei avaudu heti vaan houkuttelee ainakin vilkaisemaan takakantta). (MÄNTTÄRI)

• Hyvä kansi on portti, josta haluaaastua. Se tuntuu vielä lukemisen jälkeenkin oikealta kannelta kyseiselle kirjalle ja palautuu mieleen vuosienkin päästä. Se ei idealistisimmillaan voisi olla minkään muun kirjan kansi (vs. geneeriset ”kuvatoimistokannet”). Se toimii kaupallisesti. (PUUSTINEN)

• Kysymys on samassa mielessä hankala kuin kysymys ”Millainen on hyvä kaunokirjallinen teos?”, ja siksi ytimeltään kyse on toki makuasioista. Jotakin silti voinee sanoa: Kansi voi esimerkiksi onnistua monella tapaa, mutta silti epäonnistua olemaan kokonaisuudessaan hyvä ja perusteltu. Tyypillisimmässä tapauksessa kannet ovat kyllä esteettiset, myyvät ja harmoniset, mutta laadullisesti heikko tai teemoiltaan kannen ratkaisuille eriparinen kirja itsessään ei anna näille ratkaisuille perusteita. Tällainen kansi antaa lukijalle usein kokonaisuudesta paisutellun tai jollakin muulla tapaa vääristyneen vaikutelman. Kokonaisonnistuminen vaatiikin omasta mielestäni käytännössä sitä että itse teos jota kannet kehystävät on onnistunut. Käsikirjoituksesta vilpittömästi innostuneen graafikon on helppo tehdä kirjaan kannet joiden suhde sisältöön on rehellinen. Kansien ei toki ole syytä tautologisesti toisintaa teoksen sisältöä, vaan avata siihen sopivasti mielenkiinnon herättäviä ikkunoita, ja asettua näin luontevaksi osaksi lukukokemuksen kokonaisuutta siihen kuitenkaan varsinaisesti kajoamatta. Mikäli kansi oleellisilta osin osallistuu teoksen sisäiseen aksentointiin esimerkiksi vihjaamalla loppuratkaisusta, vaikkakin miedolla tavalla, on se jo osa kerrontaa ja näin toivottavasti kirjailijan intentioiden mukainen. (PYÖRÄLÄ)

• Hyvä kaunokirjallinen kansi vangitsee ostajan huomion ja on myyvä. Se herättää kiinnostuksen tekstiin ja




Anja Reposen esimerkkikannet

antaa mahdollisimman hyvän vinkin kirjan sisällöstä. Kansi voi kiinnostaa tai erottua esimerkiksi omaperäisyydellä ja yllättävyydellä, kauneudella tai huumorilla. Hyvässä kannessa on sisältöä vastaava selvä tunnelma ja se on tyyliltään eheä. Arvostan myös ideoita, jotka avautuessaan kertovat jotain ollennaista kirjan sisällöstä. Eri kirjoihin sopivat erilaiset kannet.

Mietin joskus, miltä viestinnällisesti ja taiteellisesti onnistuneet kannet näyttävät tai mitä tunteita ne herättävät ihmisessä, jolla ei ole visuaalista silmää ja koulutusta. Kokemukseni mukaan eivät aina kovin hyviltä. Kansienhan pitäisi puhutella tavallista ostajaa. En usko markkinointitutkimuksiin, mutta uskoisin että fiksuilla lukijoilla voisi olla rakentavia ajatuksia kansista. Kyse on myös makuasioista.
Alla olevista *(edellinen sivu)*kansista lyhyesti: Maira Kalmanin, Nabokovin, Foster Wallacen ja jopa Penguinin sarja-asullisen kannen voisin kokemukseni mukaan kuvitella Suomessa jäävän kustannuspäällikön roskikseen. Liian beessiä, liian aneemista, liian väritöntä, otsikko ei näy, voisiko tuolla miehellä olla iloinen ilme ja värikkäät vaatteet?... Toivottavasti olen väärässä! Nämä kannet ovat herkkiä, älyä kiihottavia, ihanan omituisia – mahtavia! Ja onneksi tällaisia kansia tehdään täälläkin välillä. Wildwood ja The Flame Alphabet miellyttävät värikkyydessään varmasti helpommin ja laajemmin. (REPONEN)

• Itsellä on ohjenuorana kantta suunnitellessa se, että se kuvaisi mahdollisimman hyvin sisältöä. Olisi mielenkiintoinen kaukaa ja läheltä, tämä siksi, että kannen pitää toimia hyvin pienessäkin koossa markkinoinnissa kiinnostusta herättävänä. Hyvä kansi visualisoi sisuksen. Parasta on jos kansi ja koko kirja ovat kokonaisuus, joka on visuaalisesti kirjaa tukeva ja materiaaleiltaan kiinnostava kun se otetaan käteen. Itse pidän myös kirjoista, joiden takakansi ja selkä ja sidosasu ovat huolellisesti suunnittellut ja käteen otettaessa, kirjaa käännettäessä mielenkiinto herää uudelleen ja uudelleen. Selän suunnittelu on siksi tärkeää, että ison osan elämästään kirja on hyllyssä niin, että vain selkä näkyy. Eli siis huolellisesti, rakkaudella kirjaa kohtaan suunniteltu kansi, jossa yksityiskohdat ovat hiottuja. Hyviä kansia, niitä on niin paljon, etten osaa oikein eritellä. Suomalaisia kirjankansisuunnittelijoita, joiden duuneista tykkään ovat mm. Martti Ruokonen, Jenni Saari, Jussi Karjalainen ja Camilla Pentti. (WARSTA)

## 7. Onko suomalaisissa kaunokirjallisuuden kansissa mielestäsi jotakin eroa ulkomaisiin verrattuna?

• Varmaankin on, vaikka minulla ei ehkä ole tarpeeksi kattavaa kuvaa minkään muun yksittäisen maan kansisuunnittelusta. Mielestäni Suomesta löytyy monipuolista kansien suunnittelua sekä kaupallisuus-taiteellisuus -akselilla että laadullisesti.

Sekä huippuhyvää suunnittelua että huonoa. Ehkä suomalaisissa kansissa näkee enemmän tietynlaista riskinottoa ja kokeilevuutta kuin vaikkapa englantilaisissa, koska markkinoinnin ja toimituksen kontrolli kansien sisällön suhteen ei ehkä resurssisyistä ole niin tiukka kuin isommilla markkinoilla. Toisaalta se että kansien suunnitteluun ei suomessa aina voida panostaa kovin paljon rahallisesti tai muutenkaan näkyy joskus tyhjänä esteettisyytenä tai kömpelyytenä. (KAAKINEN)

• Typografiaa ja abstraktimpaa ilmaisua voisi käyttää enemmän. On tosin ymmärrettävää, että suomen kieli taipuu harvemmin samanlaisiin kuvallisiin leikkeihin kuin esim. englanti. (MEILAHTI)

• Mielestäni taso on meillä keskimäärin aika hyvä. Kuvatoimistokuva + ladottu typis -kansista en innostu. Englannissa tehdään hienoja kansia, mutta Saksassa taso on (kirjakauppoissa vilkuilun perusteella) yllättävän heikko. (MÄNTTÄRI)

• Maailmanlaajuisesti ottaen Suomen taso on korkea. Minulla on sellainen tunne, että Suomessa tehdään moniin Euroopankin maihin verrattuna enemmän ”ideakansia” (siis jotain muuta kuin valokuva + typografia). (PUUSTINEN)

• On varmastikin eroja, erityisesti typografisesti alueelliset vaihtelut ovat keskimäärin havaittavissa. Pienten resurssien vuoksi täällä näkee myös vähemmän ammattimaisesti toteutettuja valokuvaan perustuvia kansia joihin olisi palkattu erikseen kuvaajia, malleja jne. Kuvapankkikuvia toki käytetään, mutta niiden suhde sisältöihin jää usein abstraktimmaksi / yleisluontoisemmaksi. Kuvitettuja kansia on edellä olevasta syystä kenties hieman keskimääräistä enemmän. (PYÖRÄLÄ)

• Eroa on kulttuurisista syistä vähän tyyleissä ja tunnelmissa. Mutta tyylit kiertävät ympäri maailmaa. Suomessa on vähän kustantamoita, joten yleisvaikutelma kirjakaupassa on melko yhtenäinen. Suomalaiset kannet pärjäävät vertailussa, mutta innovatiivisia irtiottoja, pitkälle vietyjä toteutuksia tai kalliita satsauksia näkee täällä harvemmin kuin suurissa maissa. (REPONEN)

• On, mutta en osaa eritellä mitä erot ovat, koska kirjojen ulkoasuun vaikuttavat myös kustantajat ja myös jokaisen maan kuvallinen kulttuuri. Mutta toisaalta monien suomalaisten kirjojen kannet säilyvät myös ulkomaisissa käännöksissä, joten suomalaisetkin kannet voivat toimia ulkomailla. (WARSTA)

## 8. Millaista on hyvä yhteistyö toimituksen/kustantamon kanssa? Teetkö koskaan yhteistyötä kirjalijan kanssa?

• Käytännöt vaihtelevat paljon. Olen suorassa yhteydessä kirjailijaan aika harvoin; riippuu kirjailijan tärkeydestä kustantamolle ja varmaankin kirjailijan omasta halusta. Yhteydenpito kirjailijoihin on kuitenkin poikkeuksetta ollut sekä hyödyllistä että muutenkin mukavaa ja kannustavaa. Useimmiten olen yhteydessä vastaavaan graafikkoon tai joskus toimittajaan. Kansien suunnittelussa on kiinnostavaa sovittaa yhteen eri tahojen näkemykset kirjasta, ja on enemmän sääntö kuin poikkeus että kannesta tulee tehtyä useita versioita ennen kuin lopputulos tyydyttää kaikkia. Ainakin omassa tapauksessani palaute on lähes aina tehnyt kannesta paremman. Kirjan kantta kuuluu mielestäni ”toimittaa” aivan samoin kuin kirjan käsikirjoitustakin. Arvostan suoraa & analyyttistä palautetta; ärsyttävää on turha kohteliaisuus tai perustelemattomat mielipiteet. (KAAKINEN)

• On tärkeää, että kustantamon sisällä työnjako on selkeä – toivon aina, että projektissa on vain yksi yhteyshenkilö. Toimiva yhteistyö vaatii jonkin verran tottumusta ja luottamuksen rakentamista. Kun yhdessä on tehty useampi kansi, vuoropuhelu helpottuu, ja ideoita voidaan myös kehitellä joustavammin yhdessä. Pidän suorista mielipiteistä ja olen aulis muuttamaan kantta, kun ymmärrän perustelut. Yksin työskennellessä omille ideoille saattaa sokeutua, ja kustantamon kommentit auttavat viemään työtä aidosti eteenpäin. Kaunokirjoissa kirjailijan toiveet välitetään yleensä aina kustannustoimittajan kautta. (MEILAHTI)

• Mitä vähemmän puuttumista suunnitteluun sen parempi. Erityisen allerginen olen summittaisille toiveille, jotka tulevat välikäsien kautta ja tahoilta, jotka eivät tunne kirjan sisältöä. Olen itse tarkka aikatauluista ja toivoisin välillä kustantomoilta parempaa tiedottamista esim. aikataulumuutoksista ja muista työhöni vaikuttavista seikoista. Kirjailijan kanssa työskentely on harvinaista. Kokemukseni mukaan onneksi näin. Olen huolestunut graafikoiden katoamisesta kustantamoiden palkkalistoilta ja markkinoinnin mahdollisesta lisääntyvästä vallasta koskien grafiikkaa. Ihmettelen myös miten kirjallisuuden opinnot (kustannustoimittajat) antavat paremmat valmiudet kansista päätettäessä kuin graafisen alan koulutus. Kansisuunnittelu on (mm. omasta ainaisesta kitinästäni huolimatta) vielä toistaiseksi aika vapaata ja hienoa hommaa moniin muihin alan töihin verrattuna. (MÄNTTÄRI)

• Hyvästä yhteistyöstä jää sellainen tunne, että toimitus ja suunnittelijat ovat ”samalla puolella”; tekevät yhdessä samaa kirjaa. Tämä ei vaadi sitä, että kansi suunniteltaisiin yhdessä, vaan tarkoittaa luottamusta molem-

min puolin ja avointa keskustelua vaikkapa muutostoiveista. Kaunokirjojen kansien osalta ei (Otavassa) lähtökohtaisesti tehdä yhteistyötä kirjailijan kanssa. Sellaisiakin graafikko-kirjailija-suhteita kuitenkin muodostuu, joissa kirjailijaan on keskusteluyhteys ja kirjalijan ideat ja fiilikset vaikuttavat lopputulokseen. Toisaalta löytyy myös esimerkkejä, joissa kansi on tehty sen verran hyvissä ajoin, että kirjailija ehtii inspiroitua jostakin kansielemnetistä ja kirjoittaa sen mukaan kirjaan. (PUUSTINEN)

• Yhteistyö on hyvää kun kommunikaatio pelaa ja asiat ratkaistaan argumentatiivisin perustein eikä esim. organisaatiohierarkioiden mukaan käskyttämällä. Oleellisin muuttuja tässä on tietenkin ihmiset, joita on monenlaisia sekä kirjailijoiden, graafikoiden että muiden kustantamoissa työskentelevien joukossa. On kirjailijoita joiden tapaaminen edesauttaa hyvän kannen syntyä, ja niitä joiden tapauksessa kohtaamisesta on lopputuloksen kannalta suorastaan haittaa. Kaikessa tässä on merkityksellistä huomata että hyvä yhteistyö on harvoin hyvää kaikkien osapuolten mielestä. Kirjan tekemiseen osallistuu paljon toimijoita joiden motiivit eivät välttämättä ole identtiset. Esimerkiksi graafikon ja markkinoinnin hartaimmat toiveet harvoin käyvät yksiin ja yhteistyön seurauksena syntyneet lopputulokset ovatkin usein luonteeltaan jonkinlaisia kompromisseja. (PYÖRÄLÄ)

• Hyvässä yhteistyössä on molemminpuolista luottamusta ja kunnioitusta. Olen joskus tehnyt yhteistyötä kirjailijoiden kanssa. Kokemukseni ovat olleet niin hyviä, että uskoisin yhteistyöstä olevan useamminkin hyötyä lopputuloksen omaperäisyydelle. Tällainen yhteistyö vie enemmän aikaa kuin tavallinen prosessi, joten se on kustantamolle kalliimpaa. Hinta kannattaa kuitenkin maksaa silloin tällöin, se voi synnyttää uutta. (REPONEN)

• Hyvä yhteistyö kustantajan kanssa on juuri hyvää yhteistyötä. Molemmat tahot, kustantaja ja graafikko, kunnioittavat toisiaan ja käyvät hyvää keskustelua ja arvostavat toistensa ammattitaitoa ja erityisosaamista. Myös se, että on hyvin selkeää, kenen kanssa graafikko asioi, ollessaan yhteydessä kustantajaan on tärkeää. Tavallaan jokaisen kirjan kanssa teen yhteistyötä kirjailijan kanssa, koska kotimaiselta kirjailijalta kysytään lähes aina mielipide kannesta. Koen hyvin tärkeänä sen, että kirjailija kokee kannen luontevana omalle tekstilleen. Yhä harvemmin olen yhteydessä suoraan kirjailijaan. Mutta sellaisiakin kirjailijoita, joiden kanssa on tehnyt pitempään yhteistyötä, ja jotka ovat minuun suoraan yhteydessä, on. (WARSTA)

## 9. Saatko palautetta valmiista kansista, kun kirja on kaupassa?

• Aika harvoin minulle varta vasten annetaan palautetta, mutta mielipiteitä tulee vastaan silloin tällöin esimerkiksi arvosteluissa tai kirjablogeissa. Eniten minulle merkitsee kirjailijan mielipide; tunnen onnistuneeni jos kuulen että kirjailija on ollut kanteen tyytyväinen. (KAAKINEN)

• Lukijoilta todella harvoin. Alalla työskenteleviltä toisinaan. (MEILAHTI)

• Saan jonkin verran. Satunnaisesti mm. eräältä kirjallisuuskriitikolta joka lähettää silloin tällöin kortin, kirjeen tai meilin. Kollegoilta silloin tällöin. Myös ulkomaalaisilta agenteilta tulee joskus ilahduttavia viestejä. Negatiivista palautetta tai ns. rakentavaa kritiikkiä tulee harvoin tai ei koskaan. (MÄNTTÄRI)

• Enpä juuri koskaan. Jos hakisi kirjallisuusblogeista, voisi jonkun kommentin joskus löytää. Hauskaa on se, miten blogistit usein valokuvaavat kirjaesinettä erilaisissa miljöissä blogejansa varten. (PUUSTINEN)

• Jonkin verran, yleensä lähinnä lähipiiriltä ja asianomaisilta. (Kirjailija, kustantamon tahot…) (PYÖRÄLÄ)

• Yleensä vain kirjan tekoprosessissa mukana olleilta työkavereilta ja kollegoilta, joskus läheisiltä ihmisiltä, erittäin harvoin esimerkiksi kirjakaupasta tai lukijoilta. Palautetta voisi varmasti pyytä tai hakea. Viitaten kysymykseen 6., rakentavasta palautteesta voisi olla hyötyä kansien suunnittelulle. (REPONEN)

• Aina silloin tällöin tulee palautetta. Ei ehkä niinkään vierailta ihmisiltä, mutta tutuilta, jotka ovat bonganneet kansia kirjakaupassa. Yleensä palaute on sellaista, että ”Ajattelin, että ton on pakko olla sun tekemä kansi.” (WARSTA)

# II

## KUSTANTAMOKYSELY

Loppuvuonna 2013–2014 kustantamoille sähköpostitse lähettämäni kysely:

Hei!
Olen tekemässä maisterin opinnäytetyötä Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakouluun. Opinnäytetyöni aiheena on kaunokirjallisen kirjan kansi. Selvitän kysymysten avulla kustantamoiden käytäntöjä kannen suunnittelussa: käytän vastauksia osana opinnäytetyöni tausta-aineistoa. Pyrin tavoittamaan kyselyllä kustantamoissa kaunokirjojen ulkoasusta vastaavia henkilöitä. Jos tiedät yrityksessä jonkun muun, joka tietää asiasta enemmän, kyselyn saa mielellään toimittaa eteenpäin.

Olen lähettänyt kyselyn näihin kustantamoihin: Otava, Tammi, WSOY, Schildts & Söderströms, Gummerus, Atena, Moreeni, Sammakko, Karisto, Minerva sekä Teos.

Toivoisin vastaustasi tammikuun loppuun mennessä – kiitokset etukäteen! (27.11.2013)

1. Nimesi ja ammattinimikkeesi sekä yritys, jossa olet töissä (voit myös vastata nimettömänä)
2. Onko kustantamossanne töissä graafisia suunnittelijoita?
3. Millä perusteella valitsette kunkin kirjan kannen suunnittelijan?
4. Kuka vastaa yhteydenpidosta freelance-graafikoiden kanssa?
5. Pidättekö suunnittelukokouksia tulevien kirjojen ulkoasusta? Ketkä osallistuvat? Mistä keskustellaan?
6. Millainen on hyvä kaunokirjallinen kansi? Anna esimerkki tai useampia.
7. Onko kustantamonne kirjoilla kustantamoilmettä (esim. ohjeistusta logon sijoittelusta, vakioformaattia, jotakin muuta)?
8. Onko kannella merkitystä sähkökirjojen myynnille?

## 1. Vastaajat:

**Anna Rantanen**, kustannuspäällikö, Moreeni
**Ville Rauvola**, Atena
**Eevaliina Rusanen**, päägraafikko (vt.), Gummerus Kustannus Oy
**Jenni Saari**, graafinen suunnittelija, Kustannusosakeyhtiö Teos

## 2. Onko kustantamossanne töissä graafisia suunnittelijoita?

• Ei (Rantanen, Moreeni)

• Käytämme freelancereita. Talon sisällä visuaalisesta johdosta vastaan minä. Perustaittoa tehdään talon sisällä. (RAUVOLA, ATENA)

• 1, päägraafikko. (RUSANEN, GUMMERUS)

• Yksi vakituinen graafikko sekä freelancereita (SAARI, TEOS)

## 3. Millä perusteella valitsette kunkin kirjan kannen suunnittelijan?

• Mietimme, kenen tyyli sopii kyseiseen kirjaan; viime kädessä ratkaisee myös, kuka ehtii (RANTANEN, MOREENI)

• Graafikoiden aiempien töiden perusteella mietimme yhdessä kustannustoimittajien kanssa, kuka sopii parhaiten minkäkin kirjan tyyliin. Ensisijaisesti pyrimme käyttämään määrättyä jo tutuksi tulleiden graafikoiden joukkoa, mutta pyrimme myös aina kokeilemaan 1–2 kantta vuodessa uusien, mielellään nuorten graafikoiden kanssa. (RAUVOLA, ATENA)

• Gummeruksella on tiivis alle kymmenen henkilön freelancer-graafikko -verkosto, joka kattaa lähes kaiken talon ulkopuolisen suunnittelun. Nämä graafikot ovat entisiä Gummeruksen graafikoita ja muita kustannusalalla tunnettuja tekijöitä. Työt jaetaan näiden henkilöiden kesken heidän kädenjälkensä, aikataulun ja aiempien suunnitelutöidensä perusteella. Tyypillisesti sama henkilö jatkaa aloittamansa kirjasarjan kansien kanssa, niin kauan kun suunnitteluintoa riitää ja kustantamo on tyytyväinen suunnittelujälkeen.

Onnistumiset aiheuttavat positiivisen kierteen. Jos suunnittelija onnistuu esim. dekkarikannen suunnittelussa, hänelle tarjotaan todennäköisesti vastaavanlaista työtä uudestaan. Eri kansigenret vaativat suunnittelijalta tyylilajiin syventymistä, ja usein huomaa että kokemus tietystä kirjallisuuslajista kantaa hedelmää. Suunnittelijat harjaantuvat näkemään genren kannalta oleelliset seikat. Pyrimme

kuitenkin tarjoamaan suhteellisen monipuolisesti erilaisia projekteja, jotta suunnittelijat saavat haastetta ja vaihtelua. Tuskin kukaan haluaa ikuisesti suunnitella esim. naistenviihdettä, vaikka olisikin siinä poikkeuksellisen taitava.

Pieneen osaan projekteista graafikko tulee työryhmän mukana. Tämä on aika tyypillistä tietokirjojen kanssa.

Silloin tällöin tarjoamme myös suunnittelutyötä spesifisti juuri tietylle suunnittelijalle, jolla katsomme olevan juuri kyseiseen työhön sopiva persoonallinen kädenjälki. Tämä on harvinaistaa, sillä Gummeruksen vakioverkoston graafikot ovat taitavia ja monipuolisia, sekä keskenään hyvin erilaisia suunnittelijoita, joten tarvetta kurottaa vakioverkoston ulkopuolelle tulee harvemmin.
Pidämme myös jatkuvasti silmiä auki uusien tekijöiden osalta, ja välillä löydämme uusia yhteistyökumppaneita. Vaatimukset uusille tekiöille ovat kuitenkin aika kovat. Tekijällä pitäisi mielellään olla kokemusta vastaavanlaisista töistä, hänen pitäisi olla teknisesti ajan tasalla ja visuaalisesti lahjakas. Harvoin on aikaa perehdyttää uutta tekijää kirjasuunnittelun perusteisiin. Harmillistahan se on, että moni lahjakas graafikko ei saa edes mahdollisuutta, jos ei täytä teknisiä perusvaatimuksia. (RUSANEN, GUMMERUS)

- Kirjailijan ja kustantamon väen välisten keskustelujen pohjalta. Toisinaan kirjailijalla on toiveena tietty graafikko, toisinaan taas käymme paljonkin keskustelua. Monella jo julkaisseella kirjailijalla on vakiintunut graafikkokumppaninsa (esim. Leena Parkkinen - Jussi Karjalainen) (SAARI, TEOS)

## 4. Kuka vastaa yhteydenpidosta freelance-graafikoiden kanssa?

- Yleensä kirjan kustannustoimittaja, erityistapauksissa kustannuspäällikkö vaikka ei toimittaisi ko. kirjaa (RANTANEN, MOREENI)

- Minä ja kustannustoimittajat. (RAUVOLA, ATENA)

- Kirjasta vastaava kustannustoimittaja. Ja tarpeen mukaan päägraafikko. (RUSANEN, GUMMERUS)

- Kunkin kirjan kustannustoimittaja. Talon graafikko sekä toimituspäällikkö ovat yhteyksissä teknisten kysymysten tiimoilta. (SAARI, TEOS)

## 5. Pidättekö suunnittelukokouksia tulevien kirjojen ulkoasusta? Ketkä osallistuvat? Mistä keskustellaan?

- Ei kaunokirjallisuuden osalta, kotimaisten tietokirjojen kyllä. Tekijät, graafikko (mahdollisesti myös kuvittaja jos ei kukaan edellä mainituista) ja kustannustoimittaja/päällikkö, (RANTANEN, MOREENI)

• Toimitus, markkinointi, tiedotus osallistuvat kaikki. Keskustelemme sekä siitä, mitä kirja sisällöltään vaatii ulkoasulta että siitä, millaisia kaupallisia mielikuvia sen pitäisi herättää. (RAUVOLA, ATENA)

• Julkaistavat tittelit esitellään neljä kertaa vuodessa markkinoinnille, viestinnälle ja päägraafikolle. Samalla keskustelemme läpi kanteen liittyvät perusodotukset. Seuraavaksi päägraafiko ja kirjan toimittaja miettivät yleistasolla kansityön lähtötilanteen (genre, kohderyhmä, panostus jne.) ja sen keskustelun perusteella valitaan työlle graafikko. Tämän jälkeen kustannustoimittaja antaa varsinaisen briefin graafikolle.
Suuremmista lanseerauksista pidämme talonsisäisen laajemman brändipalaverin, johon osallistuvat kustannusjohtaja, viestintäpäällikkö, markkinoitipäällikkkö ja yksi myyntipäälliköistä, kirjan toimittaja ja päägraafikko. Brändipalaverissa käydään läpi genre, kohderyhmä, panostus, kilpailijat, markkinointi-ideat, kartoitetaan vastaavanlaiset tapaukset Suomessa ja maailmalla yms. (RUSANEN, GUMMERUS)

• Kirjan tekijäporukan kesken useinkin. Varsinkin läpitaitetut tietokirjat tarvitsevat useamman palaverin graafikon, kirjoittajien ja kustannustoimittajan kesken. (SAARI, TEOS)

## 6. Millainen on hyvä kaunokirjallinen kansi? Anna esimerkki tai useampia.

• Visuaalisesti erottuva, kiinnostusta ja ajatuksia herättävä, mieleenpainuva, kaunis; toimii myös netissä tulitikkuaskin kokoisena; kirjan ja tekijän nimi käyvät ilmi. Moreenin kirjojen huippua ovat Jussi Karjalaisen Kross-kannet (Kleion silmien alla, Tahtamaa, Sattumien summa) (RANTANEN, MOREENI)

• Hyvä kansi toimii sekä taiteellisesti että kaupallisesti. Se on oivaltava ja saa lukijan kiinnostumaan kirjasta. Tärkeää on myös, että kansi toimii monenlaisessa ympäristössä: kaupan hyllyllä, lehtiarvostelussa (pikku kuvana) jne. Minä itse pidän melko pelkistetyistä kansista; ne kestävät yleensä parhaiten aikaa:
Ensin pari tietoesimerkkiä. *(Syötäväksi kasvatetut)* Graafikko Timo Mänttäri. Tästä ensimmäinen vaikutelmani oli, että EI IKINÄ. Aivan liian lapsenkirjamainen. Timo teki uusia versioita, joita poikkeuksellisesti myös testattiin talon ulkopuolella. Lopulta vaaka kallistui tähän, ja jälkikäteen olin todella tyytyväinen: kannen naaivi ulkoasu hämää, viittaa ruokatalojen mielikuvamainontaan, ja lisäksi kirjaan on helppo tarttua.
*(Eläinten syömisestä)* No, toinen kirja samasta aiheesta. Myös Mänttäri; alkuperäinen idea Gray418. Alun perin kansi tilattiin toiselta graafikolta, jolle annoin mielestäni selkeät ohjeet: mahdollisimman simppeli, käsin-

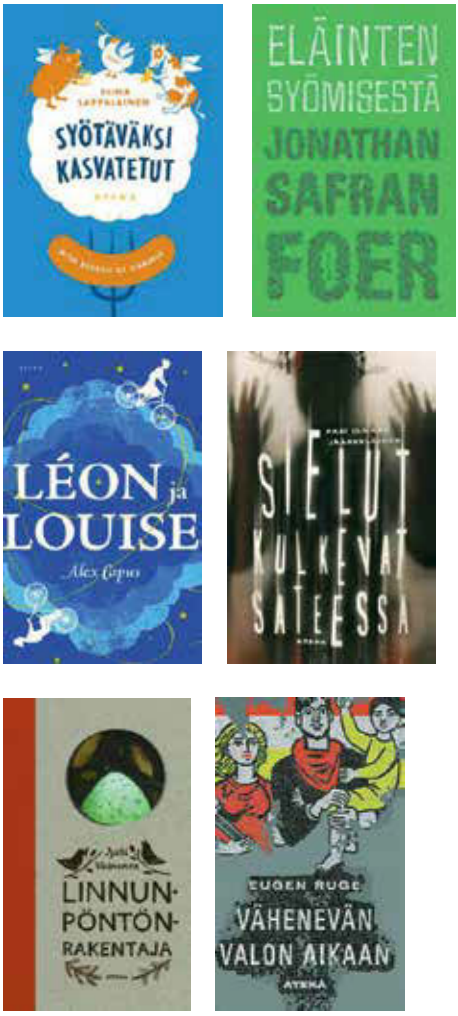
tehty grafiikka, tausta runsas vihreä, kirjailijan nimi isolla. Graafikolta tuli kummallisella pastellipohjalla tietokoneella piirrettyjä makkaroita (joissa luki kirjan nimi). Kirjailijan nimi oli pistekoolla 12. Emme käyttäneet kantta vaan pyysimme Timoa toteuttamaan alkuperäisen kannen idean suomeksi. Toimii hyvin. Vihreä on Pantonen puhdas väri (kannessa siis 2/0 painatus), ja kansi toimi erityisen hyvin kirjakaupassa, sillä vihreä hohti ja nosti kannen kuin muita ylemmäs.

*(Léon ja Louise)* Emmi Kyytsönen. Kaunis, selkeä, kirjan henkeen sopiva, jossa pikanttina lisänä foliointi päällystämättömällä paperilla toimii kauniisti.

*(Sielut kulkevat sateessa)* Jussi Karjalainen. Kirjan kannen pitää kunnioittaa genreä. Kauhukirjan pitää tunnustaa väriä.

*(Linnunpöntönrakentaja)* Elina Warsta. Kansi voi olla myös taideteos. Kluuttiselkä, pelkälle pahville folioitu teksti sekä oikean linnunpöntön kokoinen reikä kannessa, josta pilkistää esilehden painatus.

*(Vähenevän valon aikaan)* Mänttäri. Kansi voi myös yllättää. Romaani käsittelee DDRää, mutta välttää yleisimmät kliseet. Nousun ja tuhon voi silti aistia. (RAUVOLA, ATENA)




Ville Rauvolan esimerkkikannet

• Hyvästä kannesta tunnistaa genren, mutta se on silti persoonallinen ja houkutteleva. Formaatti pitää olla valittu oikein ostajaa ja markkinointikanavia ajatellen.

Onnistuneita Gummeruksen kansia viime vuodelta:

Cecelia Ahern: Sadan nimen mitainen matka, brändiuudistus (Sanna-Reeta Meilahti) > Brändipalaverissa päätettiin uudistaa Aherniin kansi-ilme. Ahernilla ei ole ollut varsinaista sarja-asua, mutta sovittu väripaletti ja toteutustapa. Ahern oli vasta tyttönen bestseller-kirjan P.S. Rakastan sinua ilmestyttyä. Koimme että ilmeen täytyy kasvaa kirjailijan ja kypsempien tarinoiden mukana. Lopputulos näyttä viihteeltä, mutta on raikas ja korkeakirjallisempi kuin aiemmin.

Marie NDiaye: Kolme vanhaa naista (Jarkko Hyppönen) > Vahva ja persoonallinen ilme afrikalaiselle romaanille. Jarkon tapa käsitellä elementtejä ja minimalistinen väripaletti viestivät korkeakirjallisuudesta sekä tuovat kanteen eurooppalaisen näkökulmasta ”arfikkalaista tunnelmaa”.

Ernest Cline: Ready Player One (Tuomo Parikka) > Tuomon kuvitus sopii kuin nenä päähän kirjan maailmaan. Tyyli on humoristinen ja kuvitusidea kekseliäät ja tarinalle uskolliset.

Markiisi de Sade: Justine (Eevaliina Rusanen) > Halusin toteuttaa klassikon sen ansaitsemalla arvokkuudella. Halusin viestiä dekadentista sadistisesta maailmasta ilman alleviivauksia. Kansi on toteutettu mustalla ylivetomateriaalilla, johon ”pahan kukat” on painettu sokeapainatuksella ja tekstit kultafoliolla. Lopputulos on klassinen, koristeellinen ja synkkä — kuten tarina.

J. D. Robb: Eve Dallas -sarjan uudistus esim. Kuolema ovella (Eevaliina Rusanen) > J. D. Robb tuotannon alkupää otettiin uusintajulkaisukierrokselle vuonna 2013, samalla kun sarjaa oli tarkoitus jatkaa uusin tittelein. Aikaisempaa sarja-asua pidettiin vanhentuneena ja niiden näkökulma oli eri, kuin millä nyt haluttiin lähteä liikkeelle. Eve Dallas -sarja on 2050-luvun New Yorkiin sijoittuva kiivastempoinen ja romanttinen jännityssarja. Halusimme kansi-ilmeen olevan uskollisempi sisällölle: futuristinen, kepeä ja vauhdikas. Koko sarja ilmestyy toisella kierroksella suoraan pokkarina, joka sopii nopeasti ahmittavalle sarjavihteelle. Uuden ilmeen ja formaatin toivotaan houkuttelevan uutta lukijakuntaa. (RUSANEN, GUMMERUS)

• Hyvä kaunokirjallinen kansi onnistuu viekoittelemaan mahdollisen lukijan edustamansa kirjan äärelle. Kaunokirjallisen kannen tulee viestiä totuudenmukaisesti kirjan mahdollisesta sisällöstä ja tunnelmasta paljastamatta kuitenkaan liikaa itse tarinasta.

Esimerkkejä onnistuneista kaunokirjallisista ulkoasuista Teoksen kirjoissa:

Jane Austen: Ylpeys ja ennakkoluulo (Elina Warsta)

Leena Parkkinen: Galtbystä länteen (Jussi Karjalainen)

Satu Taskinen: Täydellinen paisti (Jussi Karjalainen)

Bruce Fink: Tarkastaja Canalin psykoanalyyttiset seikkailut (Sanna-Reeta Meilahti)

Niina Miettinen: Israel-tyttö (Camilla Pentti)
(SAARI, TEOS)

## 7. Onko kustantamonne kirjoilla kustantamoilmettä (esim. ohjeistusta logon sijoittelusta, vakioformaattia, jotakin muuta)?

• On, mutta vain logon ja merkin käytöstä, muuten ilmettä valvotaan tapauskohtaisesti osana yleistä laaduntarkkailua (RANTANEN, MOREENI)

• Kyllä. Logomme on aina samalla tavalla kirjan selässä. Olemme myös standardoineet aika pitkälle kirjojen koot. Romaanit yms. ilmestyvät aina samassa koossa, samoin monet tekstilliset tietokirjat. Kuvitetut kirjat suunnitellaan aina tapauskohtaisesti. (RAUVOLA, ATENA)

• Jokaisen Gummeruksen julkaiseman kirjan selässä käytetään yrityksen G-tunnusta. Tunnuksen käytöstä on olemassa yksinkertaiset ohjeet. Gummerus julkaisee valtaosan kaunokirjallisuudesta noin viidessä eri vakioformaatissa. Muitakin formaatteja käytetään tarpeen mukaan. Tietokirjoissa ei sovelleta vakioformaatteja. Tietokirjoissa pyritään valitsemaan taloudellisia formaatteja. (RUSANEN, GUMMERUS)

• Suosimme muutamaa vakioromaanikokoa mutta tarpeen vaatiessa emme ole niidenkään suhteen niuhoja. Mikäli kirja vaatii eri formaatin, teemme sen tarvittuun kokoon. Logon sijoittelusta on kevyt ohjeistus. Baabel-sarjassa on Teoksen ilmeen mukaiseksi suunniteltu ulkoasu. Sarja-asun on suunnitellut Iira Oivo. Muuten ”kustantamoilmettä” ei pakoteta kirjoihin vaan luotamme graafikoidemme luovuuteen. (SAARI, TEOS)

## 8. Onko kannella merkitystä sähkökirjojen myynnille?

• EOS, Moreenilla ei ole e-kirjoja mutta arvelisin kannen merkityksen suureksi myös niillä (RANTANEN, MOREENI)

• Kyllä varmaankin. Ihan samalla tavallahan sähkökirjan kansi näkyy verkossa kuin tavallisen kirjan kansi. (RAUVOLA, ATENA)

• Fakta on se, että emme tiedä. Tällä hetkellä Suomessa myytävien sähkökirjojen määrä on vain pieni murunen verrattuna painettujen kirjojen myyntiin, niin pieni ettei kannen vaikutuksesta ostopäätökseen voida vetää pitäviä johtopäätöksiä. Asiaa ei ole vielä tutkittu Suomessa, eikä laajemmalti maailmallakaan. Gummeruksen sähkökirjojen tuotannosta vastaava Annikka Heinonen pitää kantta kuitenkin vähintään yhtä tärkeänä sähkökirjalle kuin painetulle kirjalle. Gummerus ei julkaise sähkökirjaa ilman kantta. Sähkökirjoja ei shoppailla hetken mielijohteesta, tällä hetkellä sähkökirjoina myy samat nimikkeet kuin painettuina laitoksina. Sähkö-

kirjalla pitää olla kansi vähintää siksi että kirjalla on sähkökirjamyymälässä kasvot. (RUSANEN, GUMMERUS)

- Toistaiseksi sähkökirjamyynti on verrattain pientä ja henkilökohtaisesti arvioisinkin sähkökirjaa ostavien asiakkaiden hankkivan sähkökirjansa ennenkaikkea sisällöllisistä, ei ulkoasullisista syistä. (SAARI, TEOS)

# III

## SÄKENÖIVÄT HETKET

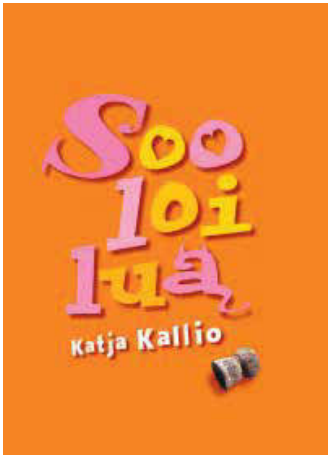
KERRON TÄSSÄ OSIOSSA opinnäytetyöni produktio-osuudesta, kannen suunnittelusta **Katja Kallion** romaaniin *Säkenöivät hetket* (Otava 2013). Teksti etenee suunnitteluprosessin aikana pitämäni työpäiväkirjan muodossa, ja sen edetessä pyrin käymään esimerkinomaisesti läpi kirjallisessa osiossa käsittelemiäni asioita.

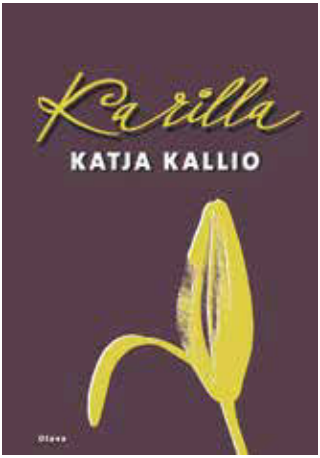
### Toimeksianto, joulukuu 2011

SAIN KATJA KALLION romaanin *Ja äiti oli enkeli* kannen tehtäväkseni alunperin joulukuun alussa 2011. Saatteeksi Otavan päägraafikko Anna Lehtonen lähetti lyhyen luonnehdinnan kirjasta sekä toimituksen kanssa käydyn keskustelun perusteella toiveen kannen luonteesta:

> ”Tähän pitäisi saada lyyrinen ja kaunis kansi. Kannessa voisi olla joku ihana vanha valokuva Hangosta vuosisadan alkupuolelta. Kannen pitää kuitenkin näyttää romaanin kannelta.”

Luonnehdinnassa mainittiin juonen lisäksi, että kyseessä on ”Kallion kirjallisin kirja”, ”psykologinen historiallinen romaani” ja että ”Tarina alkaa Hangosta 1910-luvulta: kesä, huvilat, kylpylät, rantaelämä, huolettomuus, nuoret neidot, päivänpaiste, valo/varjo – tämä voisi olla myös kannen lähtökohta. Valokuvamateriaalia paljon aikakaudesta ja elämästä.”



• Katja Kallion aikaisempien romaanien kannet ovat tyyliltään leikillisiä ja värikkäitä, chick lit -lajityyppiin viittaavia. Uuden kannen piti viestiä "kirjallisemmasta" genrestä sekä kirjan tapahtuma-ajasta.

*Kuutamolla* 2000 (& leffakansi 2002), *Sooloilua* 2002, *Karilla* 2008, *Syntikirja* 2009

Saamassani kannen tilauksessa oli valmiiksi määritelty myös kirjan formaatti, kovakantisuus ja suojapaperi. Lähdin siis metsästämään sopivaa valokuvaa. Sattumalta työhuonetoverini Tuija Kuusela oli hieman aikaisemmin ollut mukana tekemässä kirjaa Hangon kylpyläelämästä, joten sain joitakin otoksia käyttööni saman tien. Ehdin luonnostella kantta ja sain luettavakseni kappaleen raakakäsikirjoitustakin ennen kuin Anna ilmoitti, että kirjan ilmestymistä oli siirretty. *(s. 20 Kannen suunnitteluprosessi)*

• Ensimmäisiä luonnoskirjamerkintöjä ja luonnoksia joulukuussa 2011.

## Kansitoiveita, toukokuu 2012

TOUKOKUUSSA 2012 SAIN kuulla, että kirjan ilmestyminen oli siirretty kevääseen 2013, joten kantta kaivattiin elokuuhun mennessä. Sain luettavakseni lisää käsikirjoitusta, painotusta siitä, että toimitus on kirjasta innoissaan sekä uuden, hieman erilaisen kansitoiveen:

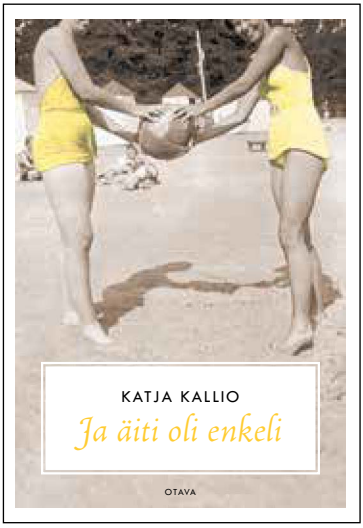
> ”Kantta voisi miettiä 30-lukua käsittelevästä jaksosta, hiekkarannalta, kesästä - Beatan ja Effen kohtaamisen ajalta – se kuvataan tuoreimmassa jaksossa Ja äiti oli enkeli 20412. Keltainen väri (uimapuvut yms.) tuli meille mieleen, mutta tämä on pelkästään heitto.”

Keltainen ja 30-luku toi mieleeni silkkipainolla tehdyt matkailujulisteet, ja käsikirjoitusta luettuani mielikuva vahvistui. Hanko oli tekstissä vahvasti läsnä aurinkoineen ja uimarantoineen, mutta mukana oli myös sotaa, arkea ja ankeutta. Kuvituskansi voisi olla valokuvaa erottuvampi vaihtoehto!

## Ideointia, elokuu 2012

**1.8.2012**

Kesän jälkeen ensimmäistä päivää Konttorilla. Otavalla lomaillaan vielä tämä viikko, joten yritän edistää kantta niillä eväillä, joita minulla nyt on (etukantta toivotaan tietysti jo elokuun puoliväliin mennessä, joten aikaa



• Kansileiskoja vanhoilla valokuvilla. Rajauksen avulla valokuva etääntyy dokumentaarisuudesta ja luo mielikuvan kaunokirjallisuudesta. Typografia pyrkii tavoittamaan ajan henkeä. *(s.25 Kuva; s.28 Teksti / typografia)*

ei ole ihan kamalasti). Kaivoin siis esiin toukokuussa tekemäni ensimmäiset versiot ja pohdin, mihin jatkaa niiden kanssa. Tokihan niitä voi tarjota näytille jo nyt (jos vain joku olisi paikalla katsomassa), koska usein suunnittelua ja toiveiden sanallistamista helpottaa, jos on jonkinlainen visuaalinen lähtökohta, josta edetä. Tai sitten vain sanotaan ”ei ainakaan tällaista”– ja sekin auttaa.

Minulla on siis muutama valokuva Hangon museon kuva-arkistosta: niissä katsotaan kameraan ja hymyillään ja kaikissa on liikaa ihmisiä tai huono rajaus. Kuvia on siis palasteltava, jatkettava sieltä täältä ja pyöriteltävä armottomasti, sävytettävä, ehkä värjättävä jotakin (keltainen uimapuku?). Soisin löytäväni kuvan, jossa nuori nainen (tai ehkä kaksi) istuu selin rannalla katsoen merelle, mutta se on taatusti liikaa vaadittu. Olisikohan Otavan kuva-arkistossa aarteita? Selasin läpi muutamien kotimaisten kuvapankkien tarjonnan, mutta historiallinen Hanko-kuvasto on vähissä. Teen mitä voin.

## Luonnostelua, elokuu 2012

**2.8.2012**

Kuvituskansi pyörii mielessäni edelleen. Se olisi ehdottomasti erottuvin ja kuvalla olisi helppo tavoittaa 30-luku, tyttöys ja rantaelämä. Mietin myös kirjan kohderyhmää: Katja Kallion lukijat lienevät nuorempia ja kenties avoimempia erinäköisille kirjoille kuin historiallisten romaanien lukijat yleensä. Voisiko kuvituksella välttää pompöösiyden, sievistelyn tai vanhasta valokuvasta jotenkin väkisinkin välittyvän surumielisen nostalgian? Eikö se olisi tuoreempi, virkistävämpi vaihtoehto? Epäilen hieman, että koska toimituksessa ollaan kirjasta innoissaan ja Kallio on profiloitunut myyvien ihmissuhdekirjojen kirjoittajana, kirjasta halutaan kaupallisen näköinen – se taas tarkoittaa useimmiten valokuvakantta. Tosin Kallion aiemmatkin kannet ovat kuvitusvetoisia, joten kirjailijanäköisyydelle ratkaisu ei olisi aivan vieras. *(s. 25 Kuva; s. 97 Kirjailijabrändi)*

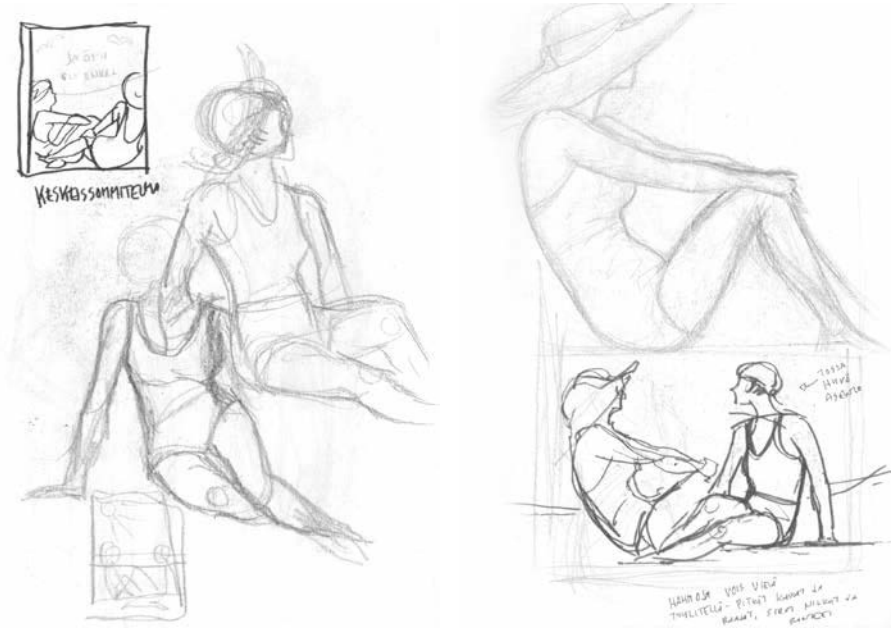
En anna periksi kokeilematta kepillä jäätä. Tein mallikuvituskannen käyttäen apuna vanhaa Hangon merikylpylän matkailujulistetta - tätä kuvaa ei kannata käyttää oikeasti (näin sen juuri Postin ohi kävellessäni jos-

• Luonnosmainen kansiehdotus 1930-luvun mainosjulisteesta (© Lahden Julistemuseo, taiteilija tuntematon).

sakin kesäisessä kirjekuorituotteessa), mutta siitä voi saada käsityksen kuvituskannen voimakkuudesta valokuvaan verrattuna. Vahvat värit, selkeät hahmot, aikakauden tunnelma! *(s. 47)*

**3.8.2012**

Ensimmäiset luonnokset lähetetty Annalle. Joskus on hyvä tehdä näin jo ihan luonnosvaiheessa, jos tuntuu ettei ole ihan varma, mitä kannelta halutaan. Silloin kauan sitten ihan alussa Anna mainitsi, että kantta voisi miettiä avoimesti: kuulemma **Aino-Maija Metsolan** kansi **Riikka Pulkkisen** romaaniin *Totta* oli sellainen ratkaisu, jota ei etukäteen ollut osattu ensinkään kuvitella, ja siitähän tuli yllättävä hitti. Harvoin näkee suomalaista kirjaa myytävän alkuperäiskannella ympäri maailmaa.



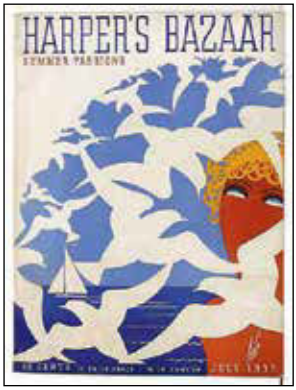

• Luonnoskirjamerkintöjä ja luonnoksia elokuussa 2012.

## Toteutus, elokuu 2012

**6.8.2012**
Vastaus Annalta:

> Hei Emmi,
> olemme kaikki innoissamme julisteideasta! Nyt se pitäisi sitten vaan toteuttaa. Epookki, keltainen väri (kuten julisteessa) ja ripaus huumoria. Tämä oli Janen tiivistys.
> Työn iloa!

**10.8.2012**
Huh, lähetin juuri kuvituskansiehdokkaani nähtäväksi Annalle. Olen käyttänyt pari työpäivää itse kuvituksen nihruttamiseen (ensi käsin piirtämistä valopöydällä ja ilman, skannausta, sitten loputtomiin töitä Photoshopissa) ja jonkin verran aikaa ennen sitä erilaisten referenssikuvien haeskeluun.



- 30-luvun matkailujulisteita ja kuvitustyyliä.

• Ensimmäinen ehdotus suojakannesta.

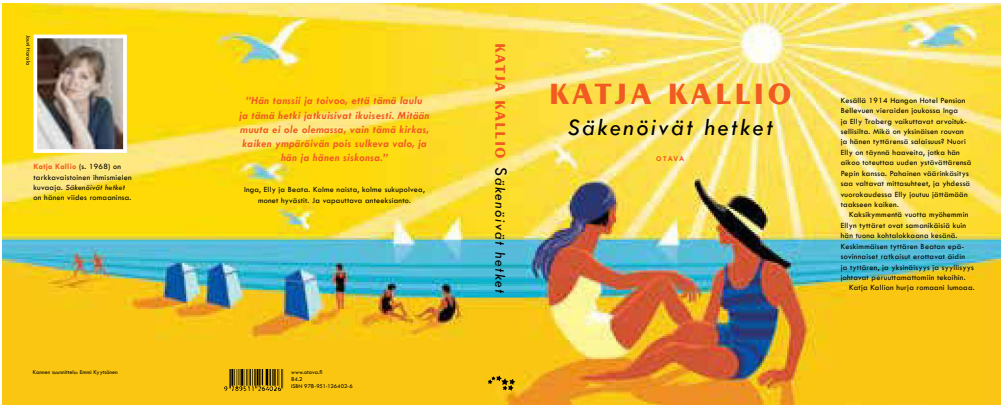
Löysin yksinkertaisesti netistä googlaamalla upeita 30-luvun matkailujulisteita joista monia Hangon merikylpylän julisteen tekijäkin on varmaan nähnyt. Näistä kaikista yritin suodattaa ajan henkeä ja kuvallista sekä typografista tyyliä apinoimatta kuitenkaan mitään aivan suoraan. Kuva-aiheessa on paljon samaa merikylpyläjulisteen kanssa, mutta sehän onkin visuaalinen tiivistymä ajanhenkisestä kesä-Hangosta.

Ehdin sporaan asti kotimatkalle, kun Annalta tuli viesti, joka alkoi ”Tosi ihana kansi!” Kustannustoimttaja oli jo kannen nähnyt ja siitä pitänyt, mutta kustannuspäällikkö oli ehtinyt livahtaa viikonlopun viettoon. Hän siis näkee kannen vasta maanantaina, ja sanoo sanansa jos jotain sanoa haluaa. Anna toivoi vain, että Katja Kallion nimi olisi suuremmalla: tuttu nimi houkuttelee.

## Hyväksyntä, elokuu 2012

**14.8.2012**

Katja Kallio oli saanut nähdä kannen ja pitänyt siitä kovasti - kirjailijan hyväksyntä tarkoittaa, että kansi alkaa olla siinä! Vielä on kuitenkin yksi seula läpäistävänä: Otavassa järjestetään huomenna workshop eli esitellään tulevan kevään kirjoja muille kustantaville osastoille ja markkinoinnille. Kannentekijän kannalta tilaisuus on jäätävä: kuka tahansa saattaa ottaa kantaa jo pitkälle mietittyyn kanteen ja tuomita sen mahdottomaksi. Kaik-




• Lopullinen versio suojakannesta.

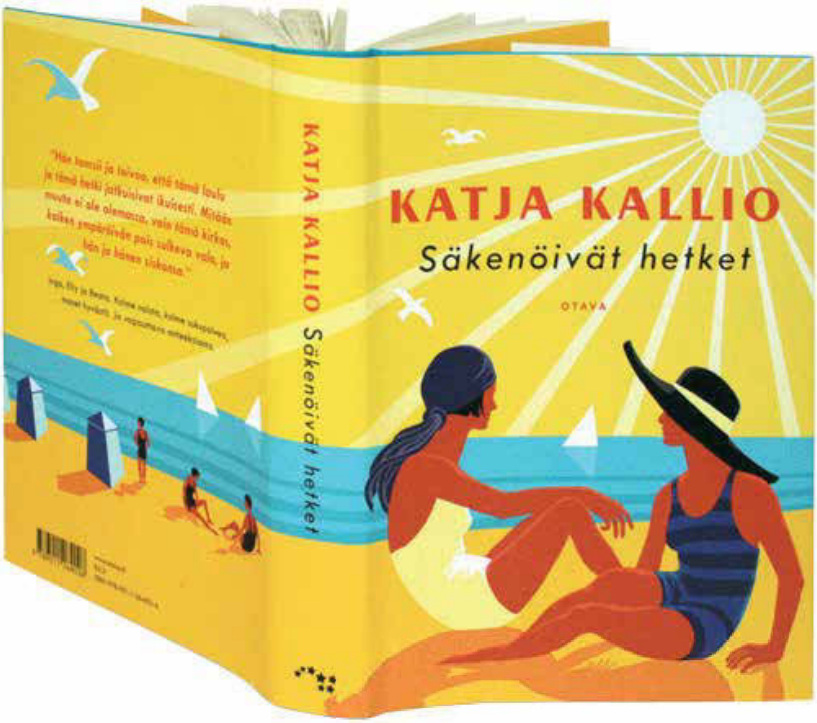
kien mielipiteitä kuullaan. Tätä tilaisuutta varten toivottiin pientä muutosta: etukannen lokkia piti pienentää. Suurempikin muutos oli tehtävä: kirjan nimi muuttui! Kirjasta tuleekin siis *Säkenöivät hetket*. Muutoksen myötä kannen kuva ja kirjan nimi toistavat samaa asiaa, mutta suunnittelijalle se ei teetä liiaksi lisätyötä. *(s. 49 Kirjan nimi ja kannen kuva)*

**16.8.2012**

Harvinaisen helppoa: Otavan kirjasyksyn avajaisissa eli pihajuhlissa sain kuulla kustannuspäälliköltä, että kansi oli ollut menestys markkinoinnin esittelyssä. Juttelin myös Katja Kallion kanssa – harvoin kirjailijan kommentteja saa kasvokkain, ja harvoin ne ovat yhtä positiivisia. *(s. 21)*

## Mainontaa, syyskuu 2012

Toimitin viime viikolla Otavaan pelkän kirjan kansikuvan – siitä tehdään kevään kirjojen katalogin (Otavan uutiset) kansi. Markkinoinnin suunnittelussa on kuulemma pohdittu muitakin tapoja hyödyntää kantta: mukeja, kortteja, kangaskasseja… *(s. 14)*




• Valmis kirja suojakansineen kaikkineen. Takakansiteksti jättää vielä sopivasti ilmaa kuvalle. Turkoosiin päälliseen on folioitu kirjailijan ja kirjan nimi valkoisella. Kannen fontit ovat vuonna 1937 piirretty Peignot (suunnittelija A. M. Cassandre) sekä Twentieth Century (Sol Hess) samalta vuodelta. *(s.28 Teksti / typografia)*

## Valmis kansi ja palaute, elokuu 2013

VUOSI ON VIERÄHTÄNYT: *Säkenöivät hetket* meni painoon ajallaan ja tuli sieltä myös ulos kuten pitikin, kevään korvalla. Lopputuloksessa ei ollut valittamista: valitsin suojapaperin materiaaliksi vanhahtavaan henkeen sopivan päällystämättömän Edixionin, joka kuitenkin kaikessa valkoisuudessaan toistaa kirkkaat värit moitteetta. Jälkikäsittelynä on pelkkä dispersiolakka, joka ei hävitä paperin karkeahkoa tuntua. Kantta hallitsevan kirkaan keltaisen kontrastiksi päällisestä tuli turkoosi – myös esilehdet ovat keltaiset, joten kokonaisuus on varsin pirteä. Turkoosiin päälliseen on folioitu kirjailijan ja kirjan nimi valkoisella, ja myös päänauha on valkoinen. Kirjan pienikokoinen, matalahko formaatti 128 x 185 mm sopii mukavasti käteen ja tuntuu selän paksuuteen nähden sopusuhtaiselta. *(s.32 Muoto ja koko; s.35 Materiaalit)* Se ei myöskään tarpeettomasti korosta sitä, että kyseessä on historiallinen romaani: tarina ei ole eeppinen eikä kirjan tarvitse esineenä siksikään olla erityisen muhkea. *(s.62 Historiallinen romaani)*

Olen seurannut kirjan herättämää keskustelua kirjablogien verkostoissa. Blogit ovat siitä hienoja paikkoja, että niissä on alettu huomioida myös kannen suunnittelijat ja kansiin kiinnitetään huomiota nimenomaan osana lukukokemusta, ei vain irrallisina kuvina. Bloggaajien tarjoama palaute saattaa siis olla varsin terävänäköistä ja oivaltavaa. *(s.23 Kannesta saatava palaute)*

*Erjan lukupäiväkirja* (http://esperanzan.blogspot.fi/2013/07/sakenoivat-hetket-katja-kallio.html) alkaa huomiolla kannesta:

> ”Pidän tämän kirjan kannesta niin paljon, että tavoistani poiketen kuvasin sen itse! Olen surkea kuvaaja ja kustantajien kansikuvat kelpaavatkin minulle yleensä oikein hyvin, mutta nyt halusin saada mukaan myös takakannen. --- Kuten kansikin, koko romaani on kauttaaltaan äärimmäisen tyylikäs.”

Harmi kyllä kuvassa on kirjaston silpoma versio.

**Laura Honkasalo** ei omassa blogissaan *Sininen kirjahylly* (http://sininenkirjahylly.blogspot.fi/2013/03/jazzia-ja-merituulta-katjakallio.html) ole yhtä suopea:

”Ainoa miinus tulee kansikuvasta, joka on vanhan matkailujulisteen ”inspiroima”. Säkenöivät hetket olisi ansainnut ihan oman kansikuvan.”

Alle Honkasalo on liittänyt kuvan juurikin siitä inspiraationlähteenäni käyttämästä vanhasta matkailujuliseesta.

*Järjellä ja tunteella* -blogissa (http://jarjellajatunteella.blogspot.fi/2013/04/katja-kallio-sakenoivat-hetket.html):

”Kannestakin pari sanaa. Itse kannen kuvahan on raikas ja tuo mennen ajan tuulahduksia mieleen. Kuitenkin se ehkä viihteellistää kirjasta syntyvää mielikuvaa ja ehkä siksi kaipaisin kirjalle vähän ”vakavempaa” kantta.”

**Karoliina Timosen** *Kirjava kammari* (http://ellit.fi/kirjava-kammari/katja-kallio-sakenoivat-hetket):

”Nyt kirjan luettuani voisin tosin sanoa, että siinä oli hyvää melkein kaikki – paitsi juuri nimi. Sillä vaikka se on kaunis, mielestäni se kuvaa kirjaa huonosti (ja muistuttaa liikaa Michael Cunninghamin – jonka ykkösfani myös olen – Säkenöiviä päiviä). Käsite tosiaan esiintyy tekstissä (kts. yllä), mutta kirja on kokonaisuutena aika synkkä, vakava ja iloton. Ihan hyvällä tavalla kaikkea tuota, mutta kuitenkin. Säkenöivien hetkien sijaan se tarjoilee vastustamatonta, tummaa hehkua ja pimeää valoa. Siksi oikeastaan kansikin on huono, vaikka se onkin itsenäisenä taideteoksena ihana. Ei tässä mistään toimettomasta rannalla loikoilusta kerrota. Ja jos sitä kerran tai pari vähän sivutaan, päivää paistattelevat teinitytöt, eivät aikuiset naiset. Mutta nimi ja kansi puolustavat paikkaansa siinä, että kyllä minäkin tämän kirjan niiden perusteella ostaisin.”

## Huomioita *Säkenöivistä hetkistä*

BLOGGAAJIEN HUOMIOT OSUVAT oikeaan: kannen kuva-aihe on valittu ajatellen sen houkuttelevuutta, tunnistettavuutta ja positiivisuutta. Kuva rantaelämästä viittaa samaan kohtaan kirjan tarinassa kuin kirjan nimikin. Kansi ja nimi painottavat ja korostavat yhdessä tuota yhtä tarinan käännekohtaa ja nostavat samalla kuvassa esiintyvät siskokset sekä näiden välisen

suhteen tarinan keskiöön. *(s.45 Kansi määrittää sisältöä)* Kustantamoissa usein pelätään, että liian synkkä kansi karkottaa ostajat, joten kirjan murheellisemman tematiikan korostaminen ei palvele tavoitetta. Toimituksen toiveissa korostuivatkin ihanuus, kauneus, kesä ja rantaelämä.

Katja Kallion kirjat edustavat tiettyä ihmissuhdelajityyppiä, joka ei onneksi tarvitse paketikseen kuvapankkikuvaa, mutta joka ei kuitenkaan sovi kovin taiteellisiin tai kokeileviin kansiin. Viestin selkeys on tällaiselle kirjalle tärkeää: vaikka *Säkenöivien hetkien* kansi poikkeaa Kallion aikaisempien kirjojen kansista, se ei näytä liian vieraalta. Kirja edustaa periaatteessa myös historiallisen romaanin genreä, mutta ei pompöösiä äärilaitaa vaan pieniä yksilötarinoita. Kansi antaa ymmärtää, että kirjassa on historiallinen ulottuvuus, mutta ilme on (ehkä liiankin) keveä ja valoisa, ei tumma ja koristeellinen kuten monessa historiallisen romaanin kannessa. Se erottuu siis molemmista lajityypeistä ja on lisäksi hienoisesti erilainen kuin Kallion aikaisemmat kannet, minkä pitäisi kertoa lukijalle, että odotettavissa on jotakin uutta. *(s.78 Huomioita genrekansista)*

Kannen kuva on tyylitelty kuvituskuva, mutta silti selkeä ja esittävä, ja sen kuvallinen viittaus vanhoihin matkailujulisteisiin on helposti ymmärrettävissä. Kirjan ja kirjailijan nimet ovat selvästi luettavissa. Myös kirjan formaatti ja materiaaliratkaisut ovat kohtalaisen konventionaaliset: se on helposti käytettävä ja käsitettävä esine. Kansi on klassisella, kirjamuotoilun konventioita kunnioittavalla tavalla kaupallinen.

Bloggaajien kommenteista on luettavissa, että kansi toimii ostohalun herättäjänä, minkä lisäksi sitä on luonnehdittu ”ihanaksi” – on siis luultavaa, että kansi edesauttaa myös kirjan säilymistä ja sen kestävyyttä. *(s.14 Kannensuunnittelun tehtävät ja tavoitteet)*

## Kiitokset

Ohjaajat Anna, Saku ja Arja, kaikki kyselyihin vastanneet, keskusteluihin antautuneet, materiaalin haalimiseen ja tuottamiseen osallistuneet ja muin tavoin tutkielman tekoa tukeneet, pikku priorisaattorini sekä kunnallinen päivähoito.