

## Tarinat houkuttavat nettikansaa postimerkkien pariin

Postimerkkien keräily näyttää jääneen ihmisten ajatusmaailmassa menneisyyteen, internetin jalkoihin. Tämä on ymmärrettävää. Mutta paljon on tehtävissä.

### Digi mullistaa maailman

Digitekniikka ja netti ovat laajentaneet valtavasti vapaa-ajan vieton tapoja. Enää ei tarvitse mennä elokuvateatteriin, ostaa cd-levyjä tai hankkia kotikirjastoa. Kaikki on älylaitteissa, tai ainakin melkein.

Pelejä pelataan busseissa. Kameroihin ei tarvita filmiä, ja valokuvia voi katsoa videotykillä kotiteatterin seinältä. Kirjeiden kirjoittaminen on antiikkista, sähköpostin lähettäminen sen sijaan helppoa ja nopeaa. Pakettienkin määrä vähenee sitä mukaa kuin 3D-tulostimet yleistyvät.

Nykyajan työelämässä aivotyötä ja älyä tarvitaan enemmän kuin koskaan. Rutiinityöt siirtyvät alempien palkkojen maihin ulkomaille, ja kognitiivisesti kuormittavat jäävät jäljelle.

Vapaa-ajalla annetaan aivojen huilata ja tehdään sellaista, mikä ei vaadi henkistä ponnistelua. Sosiaalinen media on juuri tällaista helppoa ja kertakäyttöistä. Se tulee ja samalla hetkellä jo meneekin maailman tuuliin. Tulvan keskellä valeutiset virtaavat kaiken seassa yhtä kovaa vauhtia kuin oikeatkin.

Postimerkkeily on sen sijaan vaativaa puuhaa. Pitää hankkia tietoa, luoda verkostoa materiaalin hankintaan ja suunnitella kokoelmaa. Yksistään tarramerkkien peseminen vaatii spesialistin erikoistaitoja.

Postimerkkeily on pitkäjänteistä ja vaatii kärsivällisyyttä. Se on kaukana hyperaktiivisesta twitter-maailmasta (ohimennen: Roosevelt keräsi postimerkkejä ja Trump lähettää tviittejä). Joskus sanotaan, että hyvä postimerkkikokoelma vaatii syntyäkseen kaksi sukupolvea. Sehän on ikuisuus.



Yhdysvaltain presidentti Franklin D. Roosevelt postimerkkikansionsa ääressä.

Postimerkkien ja minkä tahansa muunkin keräily on oikeastaan elämysten hankkimista. Muistan, kun isäni kertoi 1930-luvun vaihtokaveristaan Indo-Kiinassa. Tämä lähetti jännittävän näköisiä Aasian merkkejä. Nykyään ei ole jännää edes se, että näkee samoilta paikoilta googlen satelliittikuvia. Isäni muisti tuon vaihtokaverin osoitteen vielä puolen vuosisataa myöhemmin.

Helsingin Sanomissa oli 30.9. kahden elämyskeräilijän haastattelu. Toinen kävelee kaikki Helsingin kadut aakkosjärjestyksessä päästä päähän. Hän on päässyt E-kirjaimeen. Toinen haastateltava kerää järviä. Kokoelmaan tulee uusi kohde aina, kun hän ui uudessa järvessä kymmenen vetoa yhteen suuntaan ja saman verran takaisin.



Kirjoituksessa mainittu Vieno ”V. V.” Vihanto harjoitti 1930-luvulla postimerkkivaihtoa myös vakinaisessa palveluksessa, niin kuin varusmiespalvelusta siihen aikaan kutsuttiin. Kotiutus Terijoelta tapahtui joulukuussa 1936, ja puolalainen vaihtokaveri tiedusteli kuukautta myöhemmin, oliko lähetyksensä pataljonaan tullut perille. Joku on kirjoittanut kortin reunaan ”se on vähän enään”. Nykyään taitaa älypuhelimien kilahdus olla varusmiehelle tärkeämpi asia kuin ulkomailta tuleva postilähetys ☺.

## Postimerkkeilykin menee verkkoon

Äkkiseltään mieleen tuleva, nykyajan maailmaan sopiva postimerkkeilyn muoto olisi kerätä postimerkkien kuvia tietokoneelle. Niitä voisi sitten suurentaa ja pienentää, editoida ja sommitella, ja lopuksi laittaa instagrammiin. Tällaisille virtuaalikokoelmille pitäisi varmaan perustaa oma luokkansa postimerkinäyttelyihin.

Sähköinen postimerkkikokoelma voisi olla samaan aikaan useammassakin näyttelyssä eri puolilla maailmaa. Eikä omistajan tarvitsisi

matkustaa perässä ja kuljettaa kokoelmiaan matkalaukussa, niin kuin varovaiset tekevät.

Tästä tulee mieleen urbaanilegenda turkulaisesta filatelistista, joka toimi juuri noin. Hän varjeli ulkomailla salkkuaan kuin aarretta, mutta unohti hulinassa bussipysäkille. Kaveri onneksi huomasi ja kokoelma pääsi turvaan.

Mennään sivuraiteelle, mutta kerrotaan kumminkin. Liiton vaihtojärjestö VBO:n jäsenen piti kerran viedä laatikko kiertolistan seuraavalle ja laittoi auton katolle siksi aikaa kun avasi ovea. Hän unohti laatikon, lähti liikkeelle, muisti onneksi vähän ajan päästä ja löysi laatikon kadunpenkalta.

Idea virtuaalikeräilystä ei ole niiden mieleen, jotka haluavat myydä merkkejään. Vai olisiko se päinvastoin bisneksen mahdollisuus: kuvia omista merkeistä voisi ruveta myymään. Ja samoja kuviahan voi myydä vaikka kuinka moneen kertaan, hiukan ehkä kontrastia ja kirkkautta vaihdellen.

Toinen urbaanilegenda tähän liittyen kertoo postimerkkikauppiasta, jolta tipahti vahingossa kasa johanurkkaisia luuttuämpäriin. Pesuaine teki merkeistä hohtavan kirkkaita, ja kun merkit tuntuivat tekevän hyvin kauppansa, hän alkoi liottaa merkkejä enemmänkin samalla menetelmällä.

## Netti hyödyttää kaikkia

Uudesta teknologiasta on paljon hyötyä niille, jotka keräävät vanhalla tavalla. Kaupallisella puolella tämä on pantu hyvin merkille. Postimerkkiliikkeet pitävät verkkokauppaa, ja huutokaupat ovat online-pohjaisia. Valintavihkojen sijaan ovat tulleet eBayn ja Delcampen kaltaiset alustat, joilla kuka tahansa voi ostaa ja myydä, kauppiat mukaan lukien. Mitään ei tarvitse ostaakaan, sivuja voi vain selailla omaksi huvikseen.

Verkkokaupassa astetta kehittyneempi tapa hyödyntää digitekniikkaa on hinnoitella tuotteet sen mukaan, kuka on ostajana. Jos asiakas käy katsomassa tuotetta useita kertoja, myyjä haistaa evästeistä, että tämä on kiinnostunut. Seuraavana päivänä hinta onkin korkeampi. Vieressä istuva kaveri saa vanhaan hintaan, koska hänellä on eri tietokone.

Postimerkkien vaihtoa haluaville on runsaasti verkkosivustoja. Monissa on nykyään mahdollisuus antaa palautetta. Vaihtomerkkien skannaus ja sähköpostilla lähettäminen tekevät vaihdosta nopeaa, sujuvaa ja myös luotettavaa, kun näkee minkäläatuista materiaalia vaihtokaverilla on tarjota.

Colnect on kekseliäs tapa saada vaihtoa harrastavien tarpeet ja kaksoiskappaleet kohtaamaan toisensa. Sen käyttö vaatii kuitenkin melkoisen määrän työtä ja ylläpitoa. Sivusto tarjoaa ilmaisen luettelon koko maailman postimerkeistä. Luettelo ei ole täydellinen mutta laajenee koko ajan talkoovoimin.

Colnectin sivuille voi myös kerätä listan kokoelmassaan olevista postimerkeistä. Ennätys on turkkilaisella keräilijällä, jolla on yli 220000 erilaista merkkiä ympäri maailmaa. Eräällä maltalaisella on 80000 vaihtomerkkiä.

Kun kokoelma on tehty perinteisellä menetelmällä, sen voi skannata ja sitä voi katsella siellä kotiteatterin sohvalla. Voi laittaa selostuksen taustalle, zoomata yksityiskohtia ja nauttia samalla virvokkeita. Jännitystä tulee, kun pyörittää dioja sekaisin satunnaisessa järjestyksessä, tähänkin on valmiit ohjelmat.

### **Virtuaalinen postimerkinäyttely**

Postimerkinäyttelyissä kokoelmiaan pääsee näyttämään muillekin. Näyttelyt olisi nykyään

helppo järjestää sähköisinä, joskin vaatisivat silti paljon työtä.

Osallistujien kokoelmat olisivat katsottavissa muutaman päivän ajan näyttelyn verkkosivuilla. Näyttelyvieraiden olisi vaivatonta tutkia niitä kaikessa rauhassa kotonaan ilman, että jalat väsyvät. Kaikki eivät tosin halua levittää kokoelmiaan koko maailman nähtäväksi, tunnukset tuovat tähän ratkaisua.

Näyttelyn verkkosivuilla olisi kokoelmien esittelyvideoita, haastatteluja ja kauppiaiden mainospätkiä. Näihin ei tarvita kummoisia laitteistoja. Keskustelupalstalla kaikkien olisi mahdollista kommentoida kokoelmia ja esittää kysymyksiä. Pikahuutokauppa olisi myös järjestettävissä. Kerran päivässä olisi parin tunnin live-osuus, jossa näyttelytoimikunnan jäsenet kokoontuvat fyysisesti samaan paikkaan ja vetävät asioita yhteen.

### **Tulevaisuuden näkymät**

Ihminen kaipaa nykyäänkin vielä konkreettisia asioita. Turistimatkoille mennään ja kouluissa opiskellaan vanhanaikaisesti luokkahuoneissa. Kerhoja on, uusia perustetaan ja niiden kokouksissa käydään.

Miten uutta ja vanhaa voisi yhdistää? Jos tiedon hankkiminen on postimerkkeilyn aloittamisen pullonkaula, tietoa pitäisi olla helposti saatavilla sähköisessä muodossa. Luettelot ja käsikirjat ovat tärkeimmät. Postimerkkilehtien sisältöjen olisi hyvä olla ainakin osittain verkossa. Blogikirjoitukset ovat hyödyllisiä. Kaiken ei kuitenkaan tarvitse olla ilmaiseksi kaikkien saatavilla.

Pelkästään linkkikirjastot ovat keräilijöille arvokkaita. Niiden tuottajan ei tarvitse tehdä itse mitään sisältöjä, vaan riittää kun kertoo, mistä niitä on saatavilla.

Some-sukupolvi kaipaa jatkuvaa keskustelua ja välitöntä palautetta. Facebook taitaa olla jo vanhanaikainen, mutta sinnekin

kerhojen kannattaa laittaa omia tilejään. Vielä jos mennään pidemmälle, joku voisi perustaa youtube-kanavan ja tubettaa siellä kerran viikossa. Siitä voi kuulopuheiden mukaan tienata rahaakin, jos saa tarpeeksi katselukertoja ja tykkäyksiä.

Ajanvietteen vaihtoehtojen jatkuva lisääntyminen vie tilaa postimerkkeilyltä. Se vähentää toistakin kautta kiinnostusta ja vetovoimaa.

Perinteinen, melkein pä rutiininomainen merkkien keräily aikajärjestyksessä valmispaikkaiseen kansioon ei anna nykyihmiselle tarpeeksi elämystä. Postimerkkeihin on saatava tarina. Aihefilateliassa se on ollut kauan asian ydin, mutta sama on tullut myös postihistoriaan ja muuhun postimerkkeilyyn. Tarinan kertominen lähtee samalla helposti leviämään puhtaan filatelian ulkopuolelle.

Kuvakortit, lehtileikkeet ja ties mitkä saavat postimerkitkin elämään uudella tavalla.

Tarinoiden kehittämisessä ja niitä kertovan materiaalin hankinnassa tarvitaan vaivannäköä ja tietoa entistäkin enemmän. Mikä olisi sellainen tarina, joka olisi samalla kertaa helppo ja koukuttava, ja joka houkuttelisi uusia keräilijöitä filatelian piiriin?

Julkaistu: *Abophil* 4/2017  
(muokattu)



Turismi, sananmukaisesti kierteleminen, kaukomailla oli aikoinaan vaivalloista ja vain varakkaiden huvia. Postimerkkeilijälle kiertely oli helppoa ja edullista. Kuvan postimerkit olivat nuorelle keräilijälle, miksei vanhemmallekin hyviä korvikkeita, varmaankin myös eksoottisia kokemuksia, erityisesti kaksiväriset.