

Aila-Liisa Laurila

**BITTEJÄ PAPERILLA**

**Kirjan hinta ja kaunokirjallisuuden  
tuotannon murros 2000-luvun alussa**

---

Suomen kirjallisuuden pro gradu -tutkielma  
Tampereen yliopisto, huhtikuu 2005

**Tampereen yliopisto**  
**Taideaineiden laitos**  
**Laurila, Aila-Liisa: BITTEJÄ PAPERILLA – Kirjan hinta ja**  
**kaunokirjallisuuden tuotannon murros 2000-luvun alussa**  
**Pro gradu -tutkielma, 76 sivua**  
**Huhtikuu 2005**

---

Tutkielmassa tarkastellaan kaunokirjallisuuden tuotantoprosessia, kirjan kustantamista ja siinä tapahtuneita muutoksia 1900-luvun lopussa ja erityisesti 2000-luvun alussa. Näkökulma on kirjan hinnan muodostumisessa ja siinä, minkälaisia rahoja kirja-alalla liikkuu. Ensimmäisen käydään lävitse perinteinen kirjan kustantaminen lähtien liikkeelle kirjailijasta, kaunokirjallisen teoksen syntyprosessista ja edetään sitten kirjan kustantamiseen ja kauppaan. Siinä käydään lävitse suomalaista valtion apurahajärjestelmää sekä otetaan esimerkein esille, kuinka paljon yksi kaunokirjallinen teos saattaa tuottaa yhteensä tuloa. Tutkielmassa luodaan yleiskuvaa alasta, eikä syvennyttä kovin yksityiskohtaisesti yhteen kirjankustantamoon tai yhteen teokseen tai sen kirjoittajaan. Yksi luku omistetaan erilaisten kaunokirjallisuuden alaan luettavien teosten tarkasteluun siten, että lasketaan lajiin luettavien teosten keskihintoja ja sitä, kuinka paljon yhdestä lajin teoksesta kertyy tuloa keskimäärin tuotantoketjun eri osapuolille. Hintojen tarkastelun perusaineistona on Vuoden kirjat 2003 -luettelo.

Tutkielma pohtii, miksi kaunokirjallisuus on myynyt 2000-luvulla niin hyvin paperille painettuna tuotteena. Esille tulee muiden muassa kirjan kustantamisen kehitys, joka on johtanut siihen, että suuret perinteiset kustantamot keskittyvät entistä suuremmiksi kansainvälisesti toimiviksi yksiköiksi. Samaan aikaan pienten toimijoiden määrä alalla kasvaa ja omakustantaminen on entistä yleisempää, edullisempää ja halutumpaa. Tuotantoprosessi on aiempaa edullisempää, koska tietokonetekniikka on vähentänyt prosessin vaiheita ja yksinkertaistanut tuotantoprosessia. Kirjan verkkokauppa ei ole saavuttanut kovinkaan suurta menestystä, vaikka niin luultiin viime vuosikymmenen vaihteessa. Sähköinen kirja eli eBook on olemassa, mutta sen kauppa on olematonta. Yksi este kaupan kehittymiselle on, että kunnollisia sähköisen kirjan lukulaitteita ei ole markkinoilla kuluttajien saatavilla. Yleinen käsitys näyttää olevan, että tekstin lukeminen elektroniselta näytöltä on hankalampaa kuin paperilta.

Internet-verkosta haetaan esille myös esimerkinomaisesti muutama kaunokirjallinen sivusto ja pohditaan, mitä kirjailija voi saavuttaa julkaisemalla tuotantoaan verkossa. Tarkastelun kohteiksi on otettu pari verkkoa hyödyntävää aloittelevaa tekijää (Pekka Jurvelinin Oulujoki-projekti ja lappilainen Tonkopuro-projekti) sekä aktiivisesti verkkoa hyödyntävä kokenut ja tunnustusta saanut kirjailija (Leena Krohn).

Tutkimuksessa päädytään sille kannalle, että kaunokirjallisuus siirtyy vähitellen yhä enemmän sähköiseen muotoon, koska se on pelkkää tekstiä ja sen kautta luotua aineetonta sisältöä. Toimivien rakenteiden luominen tosin vaatii vielä kehitystyötä.

---

Tutkielman avainsanoja: ebook, kaunokirjallisuus, kirja, kirjailija, kirjakauppa, kustantaminen, omakustantaminen, print-on-demand, sähköinen kirja, tarvepainaminen

## SISÄLTÖ

1. Johdanto	1
2. Kirjan tuotantoprosessi	5
2.1. Kirjailijaksi ryhtyminen	5
2.1.1. Kirjailijan työ ammattina	6
2.1.2. Kirjailijan tekijänpalkkiot	8
2.1.3. Kirjailijan apurahat valtiolta	12
2.2. Kaunokirjallisuus kustantajan tuotteena	14
2.2.1. Kustantaja portinvartijana	18
2.2.2. Pienkustantajat ja omakustanteet laajentavat osuuttaan	21
2.2.3. Taskukirjatuotanto yhdistää suurkustantajat	26
2.3. Kirjakauppa kaunokirjallisuuden jakelijana	28
2.3.1. Kirjan elinkaari	33
3. Kirjan hinnan muodostuminen	34
3.1. Kirjakakku jaetaan kahdeksaan osaan	34
3.2. Kaunokirjallisen teoksen hinta vuonna 2003	35
3.2.1. Kotimaiset kertojat	37
3.2.2. Runot, näytelmät, aforismit	38
3.2.3. Ulkomaiset kertojat	39
3.2.4. Jännitys	39
3.2.5. Romantiikka	40
3.2.6. Huumori	41
3.2.7. Sarjakuvat	41
3.3. Statusarvo määräytyy monin perustein	42
4. Digitaalinen murros kirja-alalla	44
4.1. Kirjailijan maailma aukeaa bittiavaruudessa	45
4.1.1. Vaihtoehtona eBook eli sähköinen kirja	50
4.2. Kustantaja epäilee lukijan tekniikkaintoa	53
4.3. Kirjakauppa verkossa	57
4.3.1. Vahvuudet ja heikkoudet asiakkaan kannalta	61
5. Yhteenveto	63

6. Lähteet	70
7. Liitteet	75

## 1. JOHDANTO

Taloustieteissä hintaa on tutkittu paljon ja eri tutkimuksissa lähestytty aihetta eri tavoin. Hintaa voi tutkia esimerkiksi tavaran tai palvelun tuottajan kannalta tai tuotteen hankkivan kuluttajan kannalta.

Humanistisissa tieteissä ja erityisesti kirjallisuudentutkimuksessa on keskitytty enemmän sisältöihin, itse taideteokseen kuin siihen, millaisia rahoja kaunokirjallisuusmarkkinoilla liikkuu tai minkälaisissa liiketaloudellisissa olosuhteissa kirjallisuutta tuotetaan markkinoille. Kirjallisuus koetaan lajina, joka yhdistää kulttuurin eli sanataiteen ja liiketaloudellisen toiminnan. Kirjallisuutta julkaistaan liiketaloudellisin ehdoin, mutta niissä on viime aikoina tapahtunut suuria muutoksia tuotantotekniikan kehittymisen myötä. Kirja on henkistä sisältöä, mutta myös fyysinen esine eli tuote.

Mikrotalousteoriassa hintaa tutkitaan yksityisen kuluttajan ja yksittäisten yritysten kannalta. Makrotalousteoriassa hintaa tutkitaan kokonaisaloudellisten suureiden kannalta. Mikrotalousteoria keskittyy hintasuhteisiin ja makrotalousteoria yleiseen hintatasoon (Pekkarinen, Sutela 1992, 9). Yrityksen taloustieteessä hintaa voidaan lähestyä hintaan vaikuttavien tekijöiden tai yrityksen hintapäätöksentekoprosessin kannalta. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan näitä kaikkia tekijöitä peilaten eri tarkastelukulmia kirja-alan todellisuuteen, vaikka kovin syvällisiin analyysihin ei ole tarkoitus ryhtyä. Pikemminkin on tarkoitus luoda yleiskuvaa. Yleensä hintaan vaikuttavat tuotetta valmistavan yrityksen tuottotavoitteet, tuotantokustannukset ja tuotteen ominaisuudet. Valmistus- ja kuljetuskustannusten lisäksi hintaan vaikuttavat tuotteen

laatu ja vetovoima eli mikä on sen status ja kuinka haluttu tuote on (Welling 1986, 6).

Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan näitä asioita selkeästi humanistisesta lähtökohdasta ja kaunokirjallisuuden näkökulmasta käyden lävitse koko kirjallisuuden tuotantoprosessi. Kaunokirjallinen teos poikkeaa kauppatavarana muista kulutushyödykkeistä, samoin myös joistakin muista kirjallisista tuotteista, kuten tietokirjallisuudesta. Kaunokirjallista teosta ei yleensä hankita sen takia, että se on pääasiassa paperista valmistettu esine, vaan se ostetaan kansien väliin talletetun tekstin ja sen kautta kerrotun sisällön vuoksi. Kaunokirjallisen teoksen suurin arvo on sen aineeton arvo ja status, vaikka se ei hintaa määrääkään.

Kirjan myyntiä leimaavat sesongit, joista syksy on pääsesonki ja kevät toinen. Alkuvuoteen sijoittuvat lisäksi alennusmyynnit. Pari vuotta aiemmin useita kymmeniä euroja maksaneen kirjan voi kuluttaja hankkia alennusmyynnistä muutamalla eurolla. Kirja-alea voi verrata esimerkiksi vaatekauppaan, joka järjestää alennusmyyntejä halutessaan kuluneen kauden mallistot pois ja myymälään tilaa seuraavan kauden tuotteille. Kirja-alella on vastaava merkitys: se tyhjentää varastoja ja tekee tilaa uusille julkaisuille. Tilastokeskuksen mukaan kirjojen kokonaismyynnin arvo on Suomessa ollut 2000-luvulla joka vuosi hieman alle 500 miljoonaa euroa ja kirjoja on myyty vajaat 30 miljoonaa kappaletta.

Taulukko1.

#### **Kirjojen kokonaismyynnin arvo (miljoonaa euroa)**

<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
447	453	474	479

Lähde: Joukkoviestintämarkkinat Suomessa 2000-2003. Tilastokeskus 12.1.2005.

Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten osuus kotimaisten kirjojen euromääräisestä myynnistä on noin 90 prosenttia ja koko kirjamyynnistä, tuontikirjat mukaan lukien, noin 80 prosenttia. Kustannusyhdistyksen tilaston mukaan vuoden 2003 kirjamyyni oli 26 484 kappaletta. Vuonna 1858 perustettuun kustantajien yhteiseen järjestöön kuuluu noin sata jäsenkustantamo (www.skyry.net).

Kirjan hinta ei Suomessa määräydy täysin vapaan hinnoittelun ja kilpailun pohjalta, vaikka määrähintajärjestelmä poistui vuonna 1971. Tuotteen julkaisija eli kustantaja vaikuttaa edelleen merkittävästi siihen, millä hinnalla kirjakaupat teoksia myyvät. Jos kustantaja ilmoittaa ohjevähittäishinnan mainonnassaan, on kirjakaupan vaikea myydä sitä ainakaan kalliimmalla hinnalla. Periaatteessa hinnoittelu on vapaa, ja myyjä voi halutessaan myydä kirjaa huomattavasti ovh:ta halvemmalla. Suuri osa kirjallisuudesta on hyvin nopeakiertoista. Klassikot pysyvät sen sijaan valikoimissa pitkään, kymmeniä vuosia, ja niistä otetaan monia uusia painoksia. Niissä myös hinta voi säilyä pitkään korkeana, koska tuote säilyy haluttuna pitkään.

Tässä tutkimuksessa päähuomio keskittyy pääkustantajien julkaisemaan kotimaisen kaunokirjallisuuden uutuuksiin ja uusiin painoksiin. Myös pienkustantamista sivutaan jonkin verran vaihtoehtona suurten kirjankustantamojen toiminnalle. Tässä työssä käydään läpi kaunokirjallisen teoksen tuotantoprosessia ja pyritään selvittämään, millaiset tekijät kirjan hintaan vaikuttavat. Lisäksi pohditaan kaunokirjallisuuden mahdollisuuksia siirtyä täysin digitaaliseksi tuotteeksi. Tutkimus etsii vastausta muiden muassa kysymykseen, miksi kaunokirjallisen teoksen pitää yhä olla paperille painettu tuote. Digitaalinen jakelutekniikka ei ole saanut suurtakaan jalansijaa kaunokirjallisuuden levittämisessä, vaikka 2000-luvun alussa niin luultiin. Sähköinen kirja, eBook, ei ole saanut lukijoiden suosiota. Onko siinä

itsessään jotakin sellaista, jota lukija ei halua? Vai ovatko paperisen tuotteen valmistajat tarkoituksellisesti hidastuttaneet sähköisen kirjan kehitystä?

Paperille painetun kaunokirjallisuuden myyntimenestys on ollut viime aikoina hyvä. Vuosi 2003 toi alalle kasvua lähes prosentti, ja vuosi 2004 oli ennätysmäinen. Kaunokirjallisuuden myynti kustantajilta kirjakaupoille kasvoi Suomen Kustannusyhdistyksen mukaan 11 prosenttia. Kirjakauppojen myynti kasvoi 5,2 ja kirjakerhojen myynti 5,4 prosenttia. Yhtä suuriin kasvulukuihin oli aikaisemmin päästy vuonna 1992, kun *Raamatun* uusi painos tuli markkinoille (Kirja-alalla ennätysvuosi – KL 26.1.2005).

Suomen Kustannusyhdistyksen kokoaman tuotantotilaston mukaan vuonna 2003 julkaistiin uusia kirjanimikkeitä ja uusia painoksia kaikkiaan 7 309 kappaletta. Tiedot sisältävät yhdistyksen jäsenkustantamojen tuotannon. Helsingin yliopiston kirjaston keräämät tilastot sisältävät kaupallisessa levityksessä olevien kirjojen ohella myös viranomaisten, kuntien, seurojen, yhdistysten, oppilaitosten ym. yhteisöjen selvityksiä, raportteja ja muita julkaisuja, jotka on luetteloitu Fennica-tietokantaan. Helsingin yliopiston kirjasto saa maksuttomat vapaakappaleet kaikista kotimaisista painotuotteista sekä ääni- ja kuvatallenteista, joten sen tiedot ovat kattavammat kuin Kustannusyhdistyksen. Tilaston mukaan vuonna 2003 painettiin kaikkiaan 12 309 kirjanimikettä, joista 1 977 oli kaunokirjallisia teoksia. Suomenkielisiä nimikkeitä julkaistiin 1 879 ja ruotsinkielisiä 80 ([www.lib.helsinki.fi/julkaisuala/vapaakappaleet/kirjatilasto2003.htm](http://www.lib.helsinki.fi/julkaisuala/vapaakappaleet/kirjatilasto2003.htm)).



## **2. KIRJAN TUOTANTOPROSESSI**

### **2.1. Kirjailijaksi ryhtyminen**

Kaunokirjallinen tuote saa alkunsa kirjailijan mielikuvituksesta ja luovuudesta. Kirjoittajalla pitää olla idea ja taitoa sen toteuttamiseen kaunokirjallisen tekstin muodossa, kuten proosana tai lyriikkana. Kirjailijaksi ei vielä voi kutsua ketä tahansa henkilöä, joka päättää kirjoittaa tekstinsä ja julkaista sen kirjana. Esimerkiksi kirjailijajärjestön jäseneksi pääsee vasta, kun on julkaissut kaksi teosta (Finlands Svenska Författareförening, Suomen Kirjailijaliitto, Suomen Nuorisokirjailijat ja Suomen Näytelmäkirjailijaliitto).

Kirjailijaksi ei Suomessa tulla kovin nuorina. Esikoiskirjailijoiden keski-ikä ei ole juuri muuttunut 1960-luvulta. Kirjailijan keskimääräinen debytointi-ikä on 33 vuotta, vaikka lyyrikot yleisesti julkaisevatkin esikoisteoksensa keskimääräistä nuorempina eli alle 30-vuotiaina (Heikkinen 1989, 40).

Myöhäinen aloittaminen ei ole pelkästään hyvä asia debytoijalle. Vaikka elämäkokemusta kirjoitustyön pohjaksi saattaa olla kertynyt runsaasti, voi kokeneen kirjoittajan teksti olla liian kliseistä, tuoreutensa kadottanutta. Lisäksi kirjoittaja saattaa olla liian innostunut pelkästään aiheestaan, ja hän unohtaa rakenteellisiin seikkoihin paneutumisen. Kolmanneksi teksti voi olla liian yksityisistä tunteista ja ajatuksista rakentuvaa. Yllättävän monen kirjoittajan tuotanto jää yhteen teokseen (Rasilainen 1991, 67).

Mieskirjoittajien hallitseva ilmaisumuoto on ollut proosa, kun taas naiset ovat keskittyneet selvemmin lyriikan kirjoittamiseen. Lyriikan kirjoittamisharrastus on yllättävänkin yleistä verrattuna siihen, miten

vähän sitä luetaan (Rasilainen 1991, 70). Tilanne on nyt muuttumassa selvästi, kun miesten kirjoittama lyriikka on ollut nousussa 2000-luvun alussa.

### **2.1.1. Kirjailijan työ ammattina**

Kirjailijan vapaa ammatti poikkeaa muista ammateista. Kirjailijat eivät ole kirjateollisuudessa työntekijän asemassa. Heille on harvoin maksettu säännöllisiä korvauksia, puhumattakaan säännöllisestä kuukausipalkasta. Henkisessä mielessä kirjailijat ovat pikemminkin kustantajien ja koko kirjapainoalan työnantajia: heidän tekemistensä laadusta riippuu, miten kirja-ala kukoistaa (Niemi 1991, 95-96). Tuotannonalan kaupallisen huippuonnistumisen menestystekijä on joka tapauksessa kirjailija, joka pystyy tuottamaan bestsellerin tai useita sellaisia. Markkinoinnin ja myynnin onnistuminen ilman myytävää teosta ei ole mahdollinen. Bestselleriä voidaan myydä 0,5-1,0 miljoonalla eurolla. Taiteilijan luova panos muuttuu prosessin aikana liiketoiminnallista tulosta tuottavaksi myyntitavaraksi. Bestsellerin kirjoittaja turvaa työllään myös monen vähälevikkisen teoksen julkaisemisen. Monet tilastot ovat osoittaneet, että sadasta kaunokirjallisesta teoksesta 70 tuottaa tappiota. Hyöty voi kuitenkin tulla pitemmällä aikavälillä (Utrio 1968, 28-29).

Kirjailijan ammattiin tähtäävää ammattikoulutusta ei Suomessa ole. Kirjailijaksi ei voi valmistuta samaan tapaan kouluttautumalla kuin esimerkiksi muusikot ja kuvataiteilijat omiin ammatteihinsa (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 113). Kirjoittamiskoulutusta voi kuitenkin hankkia erilaisissa kirjoittajapiireissä ja kirjoittajakursseilla. Lisäksi erilaiset akateemiset opinnot antavat pätevyyttä yhä useammalle.

Kirjailijoiden koulutustaso on viime aikoina kohonnut, eivätkä kaikki kirjoja julkaisevat henkilöt halua jäädä täysipäiväisesti kirjailijan taloudellisesti epävarmaan ammattiin (Rasilainen 1989, 69).

Sivutoimisesti kirjailijoina on esimerkiksi toimittajia, lääkäreitä ja opettajia. Kirjankustannusyhtiö WSOY:n kotimaisen kaunokirjallisuuden osaston päällikkö Eila Kostamo kertoi Reino Rasilaisen haastattelussa, että monille kirjailijoille kirjoittaminen ei ole ainoa ammatti nykyisin (1988). Monille kirjallisuus on intohimo, väkevä harrastus, eivätkä he elä sillä. Useimmat säilyttävät varsinaisen ammattinsa kirjoittamisen ohella (Rasilainen 1989, 68).

Kirjailija itse on yhä tärkeämpi tekijä teoksen myynninedistäjänä. Vuosittain järjestetään useita kirjamesseja ja -tapahtumia, joissa kirjailijoita haastatellaan ja he kertovat yleisölle kirjoittamistyöstään ja teoksen syntyvaiheista. Myös television kirjallisuusohjelmia ja erilaisia viihdeohjelmia voi pitää uutusteosta markkinoivina tapahtumina. Kirjailijana saattaakin menestyä hyvin henkilö, jolla on erinomaisten kirjoittajanlahjojen lisäksi hyvä esiintymiskyky. Avoin ja sosiaalinen henkilö voi menestyä paremmin kuin ujo ja syrjäänvetäytyvä.

Turun Kirjamesseja on järjestetty vuoteen 2005 mennessä jo 12 kertaa, Helsingin Kirjamesseja vuodesta 2001 alkaen neljästi ja Tampereen Henki ja elämä -kirjallisuusfestivaalia vuodesta 2002 alkaen samoin neljä kertaa. Kaikissa niissä kirjailijoiden julkiset haastattelut ovat erittäin keskeisessä asemassa. Esimerkiksi Tampereella esiintyi vuoden 2005 tapahtumassa kaikkiaan noin 80 kirjailijaa.

Kirjailijat markkinoivat näin omalla julkisella esiintymisellään teoksiaan entistä enemmän. Heidän on osattava kirjoittamisen lisäksi esiintyä

yleisön edessä, olla sanavalmiita ja edustavia. Myös tämä vaikuttaa kirjan myyntiin, vaikka sen yksiselitteinen mittaaminen ei olekaan mahdollista.

Lehtikritiikin merkitys kirjan myyntiin on todennäköisesti pienempi kuin muu kirjailijan saama julkisuus. Haastattelujournalismi on kiinnostunut jatkuvasti uusista kasvoista, mutta kritiikki käsittelee mieluummin tunnettujen kirjailijoiden teoksia kuin tuntemattomien. Kritiikki saattaa toivoa kirjailijalta jatkuvaa uudistumista, mutta lukijat haluavat yleensä lukea tuttua ja turvallista tuotantoa – ”aina saman uudelleen” (kustannuspäällikkö Jaana Koistinen, luento 10.2.2005, Tampereen yliopisto).

Esimerkiksi Kalle Päätalo ei ollut vuosikymmeniin kriitikoiden suosikki, mutta hänen tuotantonsa kävi erinomaisen hyvin kaupaksi. Myös Laila Hietamiestä voi pitää samantyyppisenä esimerkkinä paljon myyvistä, mutta ei ylistävää kritiikkiä saavasta kirjailijasta. Kaunokirjallisuuden lukijat luottavat usein enemmän omaan makuunsa kuin lehtiarvostelijan makuun.

### **2.1.2. Kirjailijan tekijänpalkkiot**

Kirjailija on kirjallisen tuotteen luojana vapaa taiteilija ja sisällöntuottaja. Kirjailijuus voidaan määritellä myös tulonmuodostuksen mukaan. Tällöin kirjailijoita ovat he, joiden tuloista kirjallinen toiminta kattaa tietyn osuuden. Kirjallisten tulojen määrä suhteessa muihin tuloihin ei kuitenkaan kerro yksiselitteisesti, onko kyseessä kirjailija vai ei. Kirjailijoiden toimeentulosta ei ole tuoretta kattavaa selvitystä (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 113).

Kirjailijan kustantajaltaan saamien palkkioiden pohjana on Suomen Kirjailijaliiton ja kustantajien yhteisesti vuonna 1947 tekemä sopimus. Suomen Kirjailijaliitto ja maan suurin kustantamo WSOY sopivat 20.6.2000 uusista kustannussopimuksen ehdoista. Niiden mukaan tekijänpalkkio lasketaan kustantajan määräämstä arvonlisäverottomasta ohjevähittäismyyntihinnasta, ei kustantajan saamasta nettohinnasta. Kirjailijan osuus on tekijän ja kustantajan välinen neuvottelukysymys, mutta keskimäärin tekijänpalkkio on 15 prosenttia kirjan hinnasta (Suomen Kustannusyhdistys).

Kirjailijaliiton ja WSOY:n välisen sopimuksen mukaan alennusmyynnissä myytävästä kirjasta kustantajan on suoritettava tekijälle tekijänpalkkiona 10 prosenttia jokaisesta alennushintaan myydystä kappaleesta.

Esimerkiksi vuoden 2001 ylivoimaisesti myydyin suomalainen kaunokirja oli Ilkka Remeksen teos *Ikiyö*. Teoksen kustansi WSOY ja sen ohjevähittäishinta oli Vuoden kirjat 2003 -luettelon mukaan 32 euroa. Remeksen osuus on tämän mukaan 4,8 euroa myydyltä kirjalta. *Ikiyötä* myytiin 135 200 kappaletta. Mikäli teoksen koko myynti kertyi ohjevähittäishintaisesta myynnistä, karkean laskutoimenpiteen mukaan Remeksen jännitysromaanista kertyi noin 4 326 400 euron kokonaisyntitulo. Remeksen saama tekijänpalkkio on 648 960 euroa. Muille tuotantoprosessin osapuolille kuin kirjailijalle meni näin ollen yhteensä 3 677 440 euroa.

Suomessa on alle tusina sellaisia kirjailijoita, joiden kirjoituspalkkiot nousevat samalle tasolle kuin esimerkiksi pörssiyhtiöiden toimitusjohtajien palkat. Toimitusjohtajien ansiotasoon pääsemiseksi on kirjaa myytävä 15 000-20 000 kappaletta. Esikoiskirjailijalla myynti jää kuitenkin normaalisti alle 2 000 kappaleen, joskus jopa alle tuhannen

(Kirjailijoiden palkkiot määräytyvät vuoden 1947 sopimuksen perusteella.  
– KL 5.9.1996).

Kalle Pääatalo oli Suomen suurituloisin kirjailija 1990-luvulla. Tampereen verotilaston mukaan Pääatalolle kertyi esimerkiksi vuonna 1998 tuloja kaikkiaan 1 939 309 markkaa (326 168 euroa), joista ansiotuloja oli 1 898 207 markkaa (319 255 euroa). Saman vuoden verotilaston mukaan Kirsi Kunnas-Syrjä ansaitsi 302 044 markkaa (50 800 euroa) ja Erno Paasilinna 145 567 markkaa (24 482 euroa).

Kotimaista romaania myydään keskimäärin noin 1 000-4 000 kappaletta. Noin 10 prosenttia suomalaisromaneista ylittää 10 000 rajan ja yli sadantuhannen kappaleen myynti on Suomessa ainutlaatuista. Jokainen yli 20 000 myynyt kirja on hyvin myyvä. Esimerkiksi Hotakaisen *Juoksuhaudantien* kustannussopimuksessa sovittiin tekijän kanssa 5 000 kappaleen painoksesta, kun kirjaa vuoden 2005 alkuun mennessä on myyty noin 115 000 kappaletta. Ilmestymisvuonnaan 2002 se myi 74 500 kappaletta.

*Juoksuhaudantietä* myydään useina eri hintaisina versioina. Kallein on äänikirja (lukijana näyttelijä Veikko Honkanen). Se maksaa kuluttajalle 34 euroa.

Samana teoksen kovakantisen romaaniversion ohjevähittäishinnaksi mainitaan Uudet kirjat -kirjakerhossa 28 euroa, mutta sitä myydään hintaan 14,95 euroa. Pokkarina *Juoksuhaudantie* ei ole vielä ilmestynyt, mutta esimerkiksi Hotakaisen vuonna ilmestyneen *Klassikon* Loisto-taskukirja-hinta on kahdeksan euroa.

Äänikirja koostuu nykyään cd-levyistä. Tekniikka muuttui c-kasetista cd-levylle vuonna 2003 Otavan, Tammen ja WSOY:n yhteisellä sopimuksella. Samalla hinnat halpenivat, vaikka edelleen äänikirja on kalliimpi kuin

paperille painettu teos, koska nauhoittaminen maksaa: lisäkustannuksia tuovat esimerkiksi lukijan palkkio ja äänitysstudiokustannukset.

WSOY:n ensimmäinen äänikirja ilmestyi 1973 ja se oli Anni Swanin *Jänis Vemmelsääri*. Syksyyn 2004 mennessä on ilmestynyt lähes 250 äänitettä, joista näyttelijä Veikko Honkanen on lukenut noin 50. WSOY:n käyttämistä 70 lukijasta 10 on ollut kirjoittaja itse. WSOY:n audiokustannuspäällikön Jorma Malisen mukaan kirja, joka myy painettuna hyvin, myy hyvin myös äänikirjana (haastattelu WSOY-yhtymän sidosryhmä- ja henkilöstölehti Wernerissä 3/2004, 26-29).

Kari Hotakaisen teos *Juoksuhaudantie* sai Suomen Kirjasäätiön myöntämän Finlandia-palkinnon vuonna 2002. Finlandia-palkinto vaikuttaa hiukan ehdolla olevien, mutta kiistatta selvästi voittaneiden teosten myyntiin.

Helena Sinervo voitti vuonna 2004 palkinnon teoksellaan *Runoilijan talossa* (Tammi) ja muita ehdokkaita olivat Jari Tervon *Myyrä* (WSOY) ja Pirjo Hassisen *Kuninkaanpuisto* (Otava). Jari Tervo voitti teoksellaan Akateemisen Kirjakaupan yleisöäänestyksenä toteutetun varjo-Finlandia-palkinnon. Seuraavassa esimerkkinä vuoden 2004 tilastoja maan arvostetuimman kirjallisuuspalkinnon vaikutuksesta teoksen myyntiin.

Taulukko 2.

#### **Finlandia-ehdokkuuden vaikutus teoksen myyntiin (kpl)**

	<b>Ennen</b>	<b>Aikana</b>	<b>Jälkeen</b>	<b>Koko vuonna</b>
Jari Tervo	8 570	2 486	20 938	31 994
Helena Sinervo	771	703	12 343	13 817
Pirjo Hassinen	1 302	627	3 785	5 714

Lähde: Suomen Kirjakauppaliitto

### 2.1.3. Kirjailijan apurahat valtiolta

Kaikki kirjailijat eivät tule, eikä heidän kaikkien tarvitse tulla toimeen pelkästään kirjanmyynnillään. Taiteen keskustoimikunta, valtion kirjallisuustoimikunta ja valtion taideteollisuustoimikunta myöntävät kirja-alaan liittyviä valtion taiteilija-apurahoja. Nykyinen apurahajärjestelmä luotiin vuonna 1969. Saman vuosikymmenen alussa luotiin Suomen omintakeinen kirjastoapurahajärjestelmä. Verottomat valtion taiteilija-apurahat maksetaan palkkaluokan A9 peruspalkan mukaan, joka on 1.3.2005 alkaen 1 236,81 euroa kuukaudessa. Yksivuotinen apuraha vuonna 2005 on yhteensä 14 781,60 euroa. Kirjailijoiden apurahahakemuksia käsitellään sekä valtion kirjallisuustoimikunnassa että kirjastoapurahalautakunnassa. (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 113).

Tuloverolain 1535/92 pykälän 82 mukaan apuraha, joka on saatu opintoja tai tieteellistä tutkimusta tai taiteellista toimintaa varten ei ole verollista. Pääsääntöisesti valtion apurahat ovat verovapaita.

Valtion taiteilija-apurahoista annetun asetuksen (845/69) mukaan kirja-alaan liittyviä taiteilija-apurahoja jaetaan vuosittain kirjailijoille 19 yksivuotista, 9 kolmivuotista ja 5 viisivuotista apurahaa. Kirjailijoiden ja kääntäjien taiteilija-apurahahakemusten määrä kasvoi koko 1990-luvun ajan (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, s. 114). Toimikunnalla on kuitenkin mahdollisuus muuttaa tarvittaessa jakokäytäntöä hiukan.

Valtion kirjallisuustoimikunta (puheenjohtaja kirjailija Jukka Parkkinen) jakoi 24.9.2004 vuoden 2005 alusta alkaneet taiteilija-apurahat, joita myönnettiin 38:lle kirjailijalle. Hakemuksia käsiteltiin kaikkiaan 324 kpl.



Kun vertaa kirjallisuuden taiteilija-apurahasaajien nimiä eniten vuonna 2004 myyneiden kaunokirjailijoiden luetteloon (liite 1 ja liite 2), niin ainakaan samoja nimiä listoilla ei näy. Tästä voi päätellä, että hyvin myyneet kirjailijat eivät valtion apurahoja saa. Sen sijaan puolivuotisen apurahan saajien joukossa on esimerkiksi vuoden 2000 Finlandia-palkittu kirjailija Johanna Sinisalo (*Ennen päivän laskua ei voi*) ja kolmivuotisen apurahan saajana vuosina 2001 ja 2004 Finlandia-ehdokkaana ollut Ruotsissa asuva kirjailija Asko Sahlberg (*Eksyneet* ja *Tammilehto*). Saajien joukossa on useita nimiä, jotka eivät ole yleisesti kovinkaan tunnettuja.

Taulukko 3.

**Kirjallisuuden taiteilija-apurahahakemusten lukumäärä 1991-2000**

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
222	210	257	246	286	313	302	317	337	326

Lähde: Stockmann, Bengtsson, Repo 2000

Puheenjohtaja Jukka Parkkisen mukaan kirjastoapurahojen ja avustusten osuus on tärkein kaunokirjallisuuden avustusmuoto. Kirjailijoiden ja kääntäjien kirjastoapurahalautakunta myönsi 28.4.2004 kaikkiaan 2 557 666 euroa kirjastoapurahoina ja -avustuksina yhteensä 876 kirjailijalle ja kääntäjälle. Hakijoita oli 1 325 eli joka kolmas hakija sai rahaa. Apurahat ja avustukset on tarkoitettu kirjailijoiden ja kääntäjien luovaan työskentelyyn sekä avustuksiksi taloudellisin tai sosiaalisin perustein. Yksittäisten apurahojen suuruus vaihtelee 500 eurosta 12 000 euroon.

Valtaosa eli 90 prosenttia apurahoista myönnetään kaunokirjallisuudelle. Tietokirjallisuuden osuus on 10 prosenttia. Kääntäjille on varattu kummassakin ryhmässä 16 prosentin kiintiö. Apurahaa ei myönnetä tieteellisten tutkimusten tai oppikirjojen tekijöille.

Kirjastoapurahajärjestelmä perustuu siihen, että teoksia on maksutta lainattavissa ja luettavissa yleisissä kirjastoissa. Kirjastoapurahojen ja -avustusten määräraha on sidottu yleisten kirjastojen edellisen vuoden kirjahankintoihin ja on 10 prosenttia kokonaissummasta. Apurahat ovat harkinnanvaraisia eivätkä perustu esimerkiksi lainausmääriin kuten esimerkiksi Ruotsissa. Avustuksista päätettäessä huomioidaan sekä kirjailijan aiempi tuotanto että nykyinen luova työvaihe (Jukka Parkkinen, luento 24.2.2005, Tampereen yliopisto).

Vuoden 2004 apurahat ja avustukset jaettiin kaunokirjallisuudelle seuraavasti: kirjailijat 514 kpl ja 1 797 465 euroa sekä kääntäjät 128 kpl ja 377 572 euroa. Lisäksi kaunokirjallisuudelle myönnettiin tukea avustuksia ”ahtaissa taloudellisissa oloissa eläville iäkkäille kirjailijoille ja kaunokirjallisuuden kääntäjille” 41 kpl ja 97 300 euroa. Avustuksia sairauden tai työkyvyttömyyden perusteella jaettiin 11 kappaletta ja 28 682 euroa.

Apurahojen jakamisessa on tiettyjä sääntöjä, joita pyritään noudattamaan. Kirjailija saa esimerkiksi ensin lyhyen ja myöhemmin, uralla edetessään pidempiä. Viisivuotisen apurahan jälkeen on pidettävä karenssi vuosi.

Kirjallisuutta koskevat asiat käsitellään taide- ja kulttuuriperintöyksikössä opetusministeriössä.

## **2.2. Kaunokirjallisuus kustantajan tuotteena**

Kirjoittajan ideasta syntynyt kaunokirjallinen tuote on kirjallisuutta vasta, kun se on julkaistu ja sen on mahdollista tavoittaa tietty määrä lukijoita.

Unescon määritelmän mukaan kirjoja ovat ei-aikakautisesti ilmestyvät, 49- tai useampi-sivuiset julkaisut (Brunila 1989, 53).

Kirjallisuutta määrittelevä ISBN-numero (International Standard Book Number) syntyi vuonna 1966 Berliinissä pidetyssä kansainvälisessä kirjakauppa-alan rationalisointikokouksessa. Tunnus koostuu kymmenestä numerosta, jotka jakautuvat maatunnukseen, kirjatunnukseen ja tarkistusnumeroon. Maatunnus on vähintään yksi-, enintään viisinumeroinen. Yleisperiaate on, että maat, joilla on laaja kirjatutuotanto, saavat lyhyen maatunnuksen, jolloin kirjanumeroita jää käytettäväksi enemmän. Suomen maatunnukset ovat 951 ja 952.

Suomessa kustantajatunnus voi olla 1-5-numeroinen. Suomen suurimmilla kustantajilla SanomaWSOY-konsernilla ja Otavalla on yksinumeroinen kustantajatunnus ja joillakin uusilla kustantajilla viisinumeroinen. ISBN-tunnukset haetaan Suomen ISBN-keskuksesta, joka sijaitsee Helsingin yliopiston kirjastossa (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 2).

Suomi otti käyttöön ISBN-tunnukset vuonna 1972. Vuonna 1994 sitä alettiin soveltaa muussakin kuin painetussa muodossa oleviin, sisällöltään kirjaa vastaaviin tallenteisiin. Myös kaikki cd-rom-ohjelmat pelejä lukuun ottamatta voivat saada ISBN-numeron.

Suomen ISBN-keskuksen kustantajarekisterissä oli kesäkuun 2003 tietojen mukaan lähes 4 000 suomalaista kustantajaa. Vain pienelle osalle niistä kirjankustantaminen on päätoimiala, mutta kaikki harjoittavat kustannustoimintaa ajoittain. Suomen Kustannusyhdistyksen kuuluvien 90 kustantajan julkaisemien kotimaisten kirjojen osuus oli noin 90 prosenttia markkamääräisestä kokonaisymyynnistä ja runsas puolet kaikista nimikkeistä.

Suomen Kustannusyhdistyksen määritelmän mukaan kirjan julkaisutoiminta jakautuu kahtia: yleiseen kirjallisuuteen ja oppikirjoihin. Kaunokirjallisuus on tässä jaossa osa yleistä kirjallisuutta, johon kuuluvat myös esimerkiksi lasten- ja nuortenkirjat sekä tietokirjallisuus.

Kaunokirjallisuus jaetaan proosaan, runoihin ja näytelmiin. Kotimainen tuotanto ja käännöskirjallisuus jaetaan omiin ryhmiinsä. Uutuudet ja uudet painokset jaotellaan erikseen. Kotimaisista uutuuksista ilmoitetaan esikoisteokset erikseen.

Yleisen kirjallisuuden uutuusnimikkeitä julkaistiin vuonna 2000 kaikkiaan 3 575. Siitä 6,1 prosenttia oli kotimaista proosaa sekä runoja ja näytelmiä 2,3 prosenttia. Vuonna 2003 yleisen kirjallisuuden nimikkeitä julkaistiin kaikkiaan 3 228, joista kotimaista proosaa oli 7,4 prosenttia sekä runoja ja näytelmiä 2,1 prosenttia (Suomen Kustannusyhdistyksen tilastot). Fiktiivisen tuotannon yhteenlaskettu osuus julkaistusta kirjallisuudesta on vuosittain vain 10-20 prosenttia.

Taulukko 4.

**Kaunokirjallisuuden uutuusnimikkeiden julkaiseminen (kpl)**

	<b>2003</b>	<b>2000</b>
Uutuusproosaa	287	262
- joista esikoisia	28	29
Kotimaisia runot ja näytelmät	80	100
- joista esikoisia	12	8
Muut lajit	3578	3964
Yhteensä	3893	4326

Lähde: Suomen Kustannusyhdistys

Suomen Kustannusyhdistykseen kuului 1990-luvulla kaikkiaan noin 80 kirjankustantamoa. Kuuden suurimman kustannustalon osuus jäsenten yhteenlasketusta liikevaihdosta oli vuonna 1998 noin 80 prosenttia (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 23). Vuonna 2000 Kustannusyhdistyksessä oli 78 jäsentä ja kymmenen suurimman osuus arvonnlisäverottomasta nettomyynistä oli 80 prosenttia. (Saarinen, Joensuu, Koskimaa 2001, 90).

SKY:n jäsenten lukumäärä nousi 2000-luvun alkuvuosina noin sataan. Sen tilastojen mukaan vuonna 2003 kymmenen suurimman kustantajan osuus jäsenkustantajien kirjamyynistä oli noin 80 prosenttia niin yleisestä kirjallisuudesta kuin kaikesta kirjallisuudesta oppikirjat mukaan lukien. Muille jää siis viidenneksen siivu (20%). Kun yhdistyksen jäsenten nettomyynti oli vuonna 2003 noin 270 miljoonaa euroa, niin viidennes on reilut 50 miljoonaa euroa (Makkonen 2004, 15).

Suurimmat kustantamot ovat nimikemäärän mukaan WSOY, Otava, Schildts, Tammi, Edita, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Söderström & Co ja Gummerus. Suomen suurin kustantamo WSOY julkaisi vuonna 2003 uutuusnimikkeitä kaikkiaan 714 ja uusintapainoksia 1 168 kappaletta. Seuraavaksi suurimmalla Otavalla uutuusnimikkeitä oli 570 ja uusintapainoksia 836 kappaletta. Tammella uusia nimikkeitä on vuosittain noin 400 ja muita noin 200. Nämä kolme suurinta kustantamoa julkaisivat vuonna 2003 lähes 1 700 uutuusnimikettä ja muita noin 2 200 eli yhteensä lähes 3 900 nimikettä. Muille, yli 90 jäsenkustantamolle jää yhteiseksi uutuustuotannon osuudeksi noin 2 200 nimikettä ja koko tuotannosta noin 3 400 nimikettä (kustannusyhtiöiden vuosikertomukset ja kustannusyhdistyksen tilastot).

Kustannusala leimasi 1900-uvun lopussa raju keskittyminen. Suurista kustantamoista tuli entistä suurempia. Sanoma-osakeyhtiö, WSOY ja Weilin & Göös yhdistyivät, samoin ruotsalainen Bonnier AB, Tammi ja Kirjayhtymä sekä Otava ja Kuvalehdet. Bonnier on pohjoismaiden suurin kustantamo ja SanomaWSOY toiseksi suurin. Maailman suurin kirjankustantaja on saksalainen Bertelsmann AG. Sen omistaman Random House -kustantamon liikevaihto oli vuonna 2003 noin 1,8 miljardia euroa. Bertelsmann-konserniin kuuluvat myös muiden muassa suuri eurooppalainen tv-yhtiö RTL ja maailmanlaajuisesti musiikkia tuottava Sony BMG Music Entertainment.

Suomen suurimman kustantamon, pörssinoteeratun SanomaWSOY Oyj:n tytärikonsernin, Werner Söderström Osakeyhtiön (WSOY) liikevaihto vuonna 2003 oli 212,3 miljoonaa euroa. Kustantamisen osuus oli 142,6 miljoonaa euroa ja painon osuus 60,2 miljoonaa euroa. Se painoi kaikkiaan 21 miljoonaa kirjaa. Paperin kulutus oli 12 828 tonnia. Koko SanomaWSOY-konsernin liikevaihto vuonna 2003 oli 2,434 miljardia euroa.

Toisen suuren suomenkielistä kirjallisuutta julkaisevan kustantamon, Otava-Kuvalehdet Oy:n kirjankustannuksen liikevaihto oli samaan aikaan 72,3 miljoonaa euroa ja ruotsalaiseen Bonnier-konserniin kuuluvan Kustannusosakeyhtiö Tammen runsaat 30 miljoonaa euroa.

### **2.2.1. Kustantaja portinvartijana**

Käsikirjoituksia kustantajat saavat moninkertaisesti julkaisemiinsa teoksiin nähden. Eri lähteistä saatujen tietojen mukaan käsikirjoituksia on tarjottu jatkuvasti enenevässä määrin. Rasilaisen vuonna 1989 julkaistun

tutkimuksen mukaan kotimaisen kaunokirjallisuuden alaan kuuluvia käsikirjoituksia tuli WSOY:lle vuosittain yli 500 kappaletta. WSOY:n toimitusjohtajan Jorma Kaimion 14.5.2003 Capital Markets Day -tilaisuudessa pitämän alustuksen mukaan esikoisteokset valitaan noin tuhannesta vuosittain taloon lähetetystä käsikirjoituksesta. Kaimion mukaan yhtiö julkaisee 3-7 esikoisteosnimikettä vuodessa. Kaikkiaan WSOY julkaisee vuosittain 40-50 uutta kotimaista romaania ja novellikokoelmaa sekä noin 10 runokokoelmaa.

Kotimaisen kaunokirjallisuuden kustannuspäällikön Harri Haanpään 6.10.2004 antaman tiedon mukaan vuosittain lähetetään WSOY:lle noin 1500 käsikirjoitusta (Tiedote SanomaWSOY:n verkkosivulla). Tämän mukaan käsikirjoitusten tarjoaminen on ollut 2000-luvulla voimakkaassa kasvussa.

Yleisesti esitetyn arvion mukaan noin prosentti uusien kirjoittajien lähettämistä käsikirjoituksista hyväksytään julkaistavaksi (mm. Neavill 1975, 28). Kaunokirjallisuutta tuotetaan samaan tapaan kuin äänitteitä. Alkuperäisistä tuotteista valikoidaan teokset, jotka pääsevät julkaisuun ja markkinointiin mukaan. Tuotantoprosessi voi olla ajallisesti pitkäkin.

Suurten kustantajien kustannuspäätöksiä ohjaavat monet tekijät. Kirjankustantaminen ja kauppa kantavat mukanaan kulttuuritehtävän painoa, mutta yrityksenä kustantamon tulee olla myös liiketaloudellisesti kannattava. Menekкитеosten tuotoilla voidaan kustantaa sellaisia kirjoja, joiden myynti etukäteen arvioidaan tai tiedetään pieneksi ja yksittäinen nimike itsessään jopa kannattamattomaksi (Saarinen, Joensuu, Koskimaa 2001, 89-90). Kirjallisuus on erikoinen liiketoiminta-ala siksi, että se todella ottaa tuotantoon sellaista materiaalia, jonka tietää tuottavan tappiota.

Kustantaja voi tehdä sijoituksen kirjailijaan, jonka teokset saattavat olla kannattavia vasta esimerkiksi 15 vuoden kuluttua. Esimerkiksi Finlandia-palkinnon vuonna 2002 saanut Kari Hotakaisen romaani *Juoksuhaudantie* on myynyt 115 000 kappaletta. Kirjailija debytoi vuonna 1982 runokokoelmalla, jonka myynti jäi pieneksi. Esikoiskirjailijoina ovat sen sijaan menestyneet esimerkiksi Anja Kauranen-Snellman (*Sonja O. kävi täällä*) ja Heikki Turunen (*Simpauttaja*) (Kaimio, 2003).

Missään ei ole täysin yksiselitteisesti kyetty perustelemaan, miksi jotkin käsikirjoitukset hyväksytään julkaistavaksi ja toisia ei. Kustantaja pyrkii aistimaan, mitä ajassa liikkuu ja etsimään sen mukaan tietynlaisia kirjoja kustannettavakseen. Jos tarjottujen käsikirjoitusten joukosta ei löydy sopivaa, niin etsitään oman tallin kirjailijoiden joukosta sopivaa tekijää. Toisaalta kirjojen myynti kertoo aika hyvin, millaisia kirjoja kannattaa edelleen kustantaa ja millaisilla ei näytä olevan ostajia (Saarinen, Joensuu, Koskimaa 2001, 90).

Otavan kustannuspäällikön Jaana Koistisen mukaan hyvän käsikirjoituksen tunnistaa esimerkiksi kahdesta seuraavasta seikasta: se pakottaa ammatti-ihmisenkin lukemaan, ja siinä elämäkokemuksen tuoma taito luo syvyyttä ja laatua. Hänen mukaansa kustantajan julkaisuohjelmaan ei ole mitenkään mahdollista löytää ainoastaan menestysteoksia. Ainoastaan tulevaisuus näyttää, mistä teoksesta syntyy klassikko, mutta kustantajalla on oltava käsikirjoituksia valitessaan omat pelisäännöt ja valintojen perusteet selvinä, vaikka niitä näyttää olevan hyvin vaikea kuvailla ulkopuolisille. Koistinen myöntää, että kyse on pitkälle myös makuasioista (Jaana Koistinen, luento 10.2.2005, Tampereen yliopisto).



Monet myyntimenestyksiksi osoittautuneet teokset ovat kustantajalta kuitenkin jääneet haistamatta ennakkoon, vaikka myyntimenestyksen arviointi onkin yksi keskeisistä käsikirjoitusten valintaperusteista.

Kustantajan kirjamarkkinointi koostuu tiedotuksesta, myynnistä ja mainonnasta. Tiedotus tulossa olevasta kirjasta tukku- ja vähittäiskaupalle voidaan käynnistää, kun kirjalle on olemassa ISBN-numero, sisältökuvaus, ainakin työnimi, ilmestymisaika sekä arvioitu laajuus ja hinta. Tiedotus pyritään aloittamaan mahdollisimman aikaisin, jotta tukkukauppa voi valmistautua omaan osuuteensa jakelussa ja vähittäiskauppa rakentaa omat markkinointisuunnitelmansa oman toimintarytminsä mukaan (Saarinen, Joensuu, Koskimaa 2001, 91).

Suurten kustantajien julkaisemien yleisen kirjallisuuden uutuuksien ohjevähittäiskeskiahinta on 23 euroa, mutta erilaisissa tarjous- ja alennusmyynneissä kirjoja myydään muutamalla eurolla. Kuluttajan keskimäärin kirjasta maksama hinta lienee 13 euron paikkeilla. Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan kustantajan saama keskiahinta on pysynyt koko 1990-luvun lähes vakiona, noin 8 euroa kirjasta (Makkonen 2004, 124).

### **2.2.2. Pienkustantamot ja omakustanteet laajentavat osuuttaan**

Yksittäisistä teoksista otettujen painosten määrät ovat 2000-luvulla pienentyneet, mutta julkaistavien kirjanimikkeiden määrä kasvaa koko ajan. Suuret kustantamot ovat olleet entistä haluttomampia pienilevikkisen kirjallisuuden julkaisemiseen, mutta pienkustantamoiden määrä on kasvanut selvästi. Pienkustantajat saattavat olla pieniä yksinään, mutta yhdessä ne muodostavat kokonaisuuden, jolla on merkitystä

(Makkonen 2004, 15). Kun suuret kustantamot etsivät 1990-luvulla entistä suurempaa kustannustehokkuutta, putosivat monet vähälevikkisen kirjallisuuden tekijät tyhjän päälle. Moni heistä löysi sittemmin pienkustantamon ja saattoi jatkaa julkaisutoimintaansa hyvällä menestyksellä.

Uusi digitaalinen tuotantotekniikka on vähentänyt tuotantovaiheita ja alentanut kustannuksia. Se on tuonut suuren murroksen kirjankustannusalalle, koska tuotantoprosessi on niin selvästi helpottunut ja yksinkertaistunut. Kirjan valmistushinta on vuoden 2005 alussa nimellisesti neljänneksen halvempi kuin kymmenen vuotta aiemmin, reaalisesti alennus on kolmannes. Alentuminen on tapahtunut nimenomaan esivalmisteluvaiheen (repron) kustannuksissa. Vastaavasti tuotannossa tapahtunut tekninen kehitys on merkinnyt aikaisempaa suurempia tietojärjestelmäkustannuksia kustantamon puolella (Makkonen 2004, 130).

Kustantaja saa aineiston kirjoittajalta yleensä sähköisessä muodossa. Sen jälkeen se voi edetä kustannustoimittajan käsittelyn jälkeen suoraan painolaitokseen. Aikaisemmin ei ollut mahdollista julkaista alle 200 kirjan painosta, mutta nykyään pienkustantamo voi julkaista vaikka kymmenen kirjan painoksen (YLETV1, A-studio 10.2.2004).

Omakustannustoiminta onkin yleistynyt. Omakustantaminen tarkoittaa perinteisesti sitä, että kirjan tekijä itse kustantaa ja painattaa käsikirjoituksensa sekä hoitaa markkinoinnin ja myynnin parhaaksi katsomallaan tavalla. Jos kirjoittajan taidot riittävät sisällön tuottamiseen suoraan digitaaliselle painokoneelle sopivaan muotoon, alenevat kustannukset olennaisesti. Omakustantaja jää kuitenkin vaille kustantajan mainontaa ja markkinointia sekä laajasti organisoitua jakelua.

Digitaalinen tarvejulkaiseminen, print-on-demand, on 2000-luvun termi. Ruotsalainen pienkustantamo Författares Bokmaskin antaa kotisivullaan ([www.bokmaskinen.se](http://www.bokmaskinen.se)) hinnastonsa taulukkona, jossa pienin mahdollinen painos on 50 kappaletta. Sen mukaan 50 kappaletta 50-sivuista kirjaa maksaa 2 504 kruunua (noin 278,22 euroa). Yhden kirjan hinnaksi tulee noin 50 kruunua (noin 5,56 euroa) + arvonlisävero, joka on 25 prosenttia. Jos painetaan 50 kappaletta kirjaa, jossa on 300 sivua, sen painaminen maksaa 5 312 kruunua (noin 590,22 euroa). Yhden kirjan hinnaksi tulee tällöin 106,24 kruunua (11,80 euroa). Jos sadan sivun kirjaa painetaan sata kappaletta, se maksaa 5 098 kruunua (noin 566,44 euroa). Yhden kirjan hinta on 50,98 kruunua (5,66 euroa). 200-sivuisesta kirjasta 200 kappaleen painos maksaa 13 406 kruunua (noin 1 489,55 euroa). Tällöin yksi kirja maksaa 67,03 kruunua (7,45 euroa).

Taulukko 5.

**Yhden print-on-demand-omakustanteen hinta Ruotsissa (euroa)**

	50	100	200	300	kpl
sivua					
50	5,56	4,50	3,98	3,80	
100	6,72	5,66	5,14	4,99	
200	9,03	7,98	7,45	7,30	
300	11,80	10,75	10,22	10,08	

Lähde: Författares Bokmaskin

Taulukosta käy ilmi ensinnäkin se, että yhtä painotuotetta kohden hinta on aina halvempi, mitä suurempi painos on. Tämä on vanha totuus kaikessa painamisessa, mutta toisaalta tilauksen tekijän kannattaa harkita, montako kappaletta hän tarvitsee, koska suurta varastoa ei kannata

omakustanteistaan perustaa. Toisena asiana taulukko kertoo, mikä kustannus yhtä teosta kohden syntyy. Sen pohjalta on mahdollista arvioida, mikä voisi olla kirjan kannattava myyntihinta. Vaikka yllä oleviin hintoihin ei ole laskettu arvonlisäveroa, on yhtä kirjaa mahdollista myydä jopa kaksinkertaiseen hintaan siihen nähden, mitä painamiskustannukset ovat.

Författares Bokmaskinen perustettiin jo vuonna 1972. Sen perustaneet neljä kirjailijaa halusivat julkaista riippumattomasti omia ja muiden teoksia. Tähän päivään mennessä on painettu noin 1 500 nimikettä ja nykyinen vuosituotanto on 120 kappaletta. Aluksi käytössä oli offset-tekniikka, mutta nykyään sen rinnalla myös digitaalinen paino. Författares Bokmaskin ei myy, markkinoi, eikä levitä kirjallisuutta, mutta se opastaa kirjailijoita niissä asioissa.

Suomessa digitaalisena painopalveluna omakustantajille toimii esimerkiksi kustantamo Kirja kerrallaan, joka keskittyy nimenomaan vähälevikkiseen kirjallisuuteen. Kirja kerrallaan -projekti käynnistyi huhtikuussa 1999 Helsingissä Lasipalatsin Mediakeskus Oy:n toimitusjohtajan Marianna Kajantien ehdotuksesta. Tarkoitus oli perustaa kirjakauppa/kustantamo, missä kirjoja tuotetaan digitaalisesti vain tarpeen mukaan, on-demand -pohjalta. Projekti lähti liikkeelle neuvotteluilla Xerox Ltd:n kanssa ja Kirja kerrallaan avattiin Taiteiden yönä 26.8.1999. Kirja kerrallaan -kauppa myy myös 27:n muun pienkustantamon teoksia myymälässään. Lasipalatsin Mediakeskuksen Kirja kerrallaan -kioskista 8.3.2005 kysytyt hinnat seuraavassa:

Taulukko 6.

50 kpl 50-sivuista maksaa 339 euroa, eli 6,78 e/kpl (veroton 5,29 euroa)  
100 kpl 100-sivuista 773 euroa, eli 7,73 e/kpl (veroton 6,03 euroa)  
200 kpl 200-sivuista 2 149 euroa, eli 10,74 e/kpl (veroton 8,38 euroa)  
300 kpl 300-sivuista 4 310 euroa, eli 14,36 e/kpl (veroton 11,21 euroa)

Hinnat koskevat kirjaa koossa 14 kertaa 20 cm, sisus mustavalkoinen, kansi nelivärinen. Hintoihin sisältyy jo arvonlisävero, joka on 22 prosenttia. Ruotsin Bokmaskinen-hinnastossa mainitaan teoksen kooksi A5, sisus mustavalkoinen ja kansi nelivärinen. Teos liimaselkäinen. Karkean vertailun mukaan omakustanteinen tarvepainaminen on Ruotsissa ja Suomessa suurin piirtein samanhintaista. Ruotsin hinnat ovat vain hiukan edullisempia.

Yksi 2000-luvun alun ilmiöistä on, että kirjojen kustannustoimintaan on entistä laajemmin lähtenyt sellaisia kustantajia, jotka ovat aiemmin keskittyneet lehtikustantamiseen. Erilaiset murrekirjat ja paikallinen historia ovat innostaneet sanomalehtitaloja kustantamaan sivutuotteita, joilla on vaikutusta esimerkiksi oman talon brändin rakentamiseen. Kustannusosakeyhtiö Aamulehti aloitti kirjankustantamisen vuonna 2004 lisätäkseen julkaisutoimintaansa lehtien ulkopuolelle. Aamulehden historiassa kirjoja oli jo ennen sitä kustannettu kymmenkunta kappaletta, mutta varsinaisen kustannustoiminnan näkökulmasta lähdettiin suuntaan, jonka on määrä johtaa uuden liiketoimintayksikön syntyyn. Kulttuuritoiminnan mahdollistajana lehdellä on monta väylää ja tämä on julkaisujohtaja Petteri Paasilinnan mukaan yksi haastavimmista. Hänen näkemyksensä mukaan kirjojen kustantaminen tukee lehtien julkaisutoimintaa ja päinvastoin. Aamulehti on ollut erittäin keskeinen toimija myös Henki ja elämä -kirjallisuusfestivaalin järjestämisessä 2000-luvulla.

Aiemmin markkinointijohtajana työskennellyt Paasilinna kertoo ehdottaneensa ideaa kirjankustannustoiminnan aloittamisesta yhtiön johdolle, ja se hyväksyi sen.

Uusin tekninen vaihtoehto on sisällön kirjoittaminen suoraan Internet-verkkoon, mutta markkinointimielessä se on vielä kaikkein epävarmin. Siihen sisältyy todellisen jättipotin mahdollisuus, mutta todennäköisempää on teoksen jääminen lähes kokonaan ilman lukijoita (Saarinen, Joensuu, Koskimaa 2001, 86).

Toisaalta on mahdollista, että esimerkiksi muutoin erittäin vähälevikkiseksi jäävän runoilijan tuotanto löytää Internetin kautta sellaista lukijakuntaa, jota ei muuten löytyisi. Internetin on todettu saattavan samanmieliset yhteen yhteisille sivustoille ja keskustelupalstoille. Ainakin periaatteessa on mahdollista, että oikea kohdeyleisö löytyy Internetin kautta jopa helpommin kuin ennen paperille painetun tuotannon aikaan. Internetin käyttöä voi nykyisestä vielä tehostaa esimerkiksi niin, että luodaan kirjallisia kohtauspaikkoja ja tehdään ne tunnetuksi markkinoimalla niitä muuallakin kuin verkossa. Internet-yhteys alkaa jo olla arkipäivää jokaisessa kodissa.

### **2.2.3. Taskukirjatuotanto yhdistää suurkustantajat**

Kustantajalle tuottavimpia saattavat usein olla päätökset uusista painoksista. Näin erityisesti silloin, kun aineistoa ei tarvitse lainkaan uudistaa. Taloudellisesti kannattavan painoksen määrä on uuden tekniikan myötä pienentynyt. Uusintapainosten markkinointiin ei tarvitse panostaa läheskään niin paljon kuin uutuuksien. Vuonna 2000 Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten yleisen kirjallisuuden nimikkeistä kolmannes oli uusintapainoksia. Vuonna 2003 uusintapainosten määrä oli vähentynyt, sillä uutuuksien osuus yleisen kirjallisuuden nimikkeistä oli miltei 83 prosenttia.

Taskukirja Loisto Oy on neljän suurimman kustantajan yhteisesti perustama yhtiö, jonka tavoitteeksi asetettiin toimivien taskukirjamarkkinoiden luominen maahan. Sen omistavat Gummerus Kustannus Oy:n (25%), Kustannusosakeyhtiö Otava (25%), Kustannusosakeyhtiö Tammi (25%) ja Werner Söderström Osakeyhtiö (25%). Taskukirja Loisto Oy perustettiin 5.10.2000, ja varsinaisen toimintansa Loisto aloitti keväällä 2001. Ensimmäiset 50 Loisto-pokkaria ilmestyivät huhtikuussa 2001 ja kesäkuusta 2001 lähtien on uusia pokkareita ilmestynyt kymmenkunta joka kuukausi.

Neljän suurimman kustantamon yhteenlaskettu markkinaosuus yleisillä kirjamarkkinoilla vaihtelee niiden itsensä esittämien arvioiden mukaan 61-85 prosentin välillä.

Jo keväällä 1955 osuustoiminnalliselta pohjalta toimintansa aloittanut Kustannusosakeyhtiö Tammi toi markkinoille Kurki-nimisen taskukirjasarjan ja muutama vuosikymmen myöhemmin Like omat pokkarinsa. Ne katsovat toimineensa liian aikaisin.

Nyt 200-luvulla, kun toimintaan ryhtyivät suuret yhdessä, taskukirja on osoittautunut suureksi myyntimenestykseksi. Suomen Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan pokkareita myytiin vuonna 2002 noin 1,3 miljoonaa ja vuonna 2003 jo yli 1,5 miljoonaa kappaletta. Kirjan ikää nämä uusintapainokset eivät välttämättä kuitenkaan juuri pidennä, koska edellisen kauden parhaiten myydyt kovakantiset kirjat ilmestyvät pokkareina jo 6-12 kuukauden kuluttua.

Loisto-pokkareiden hinnat jakautuvat viiteen eri ryhmään (A, B C ja D) 5,99 eurosta 9,99 euroon. Esimerkiksi Gummeruksen kustantamat Raija Orasen romaanit *Ruletti* (syksyn 2002 uutuus) ja *Palatsi* (syksyn 2001 uutuus) olivat keväällä 2004 samaan aikaan myynnissä sekä pokkareina että alennusmyyntituotteina. Ohjevähittäishinnaltaan 34,50 euron arvoiset teokset maksoivat kevään kirja-alessa Suomalaisessa Kirjakaupassa 9,90

euroa. Loisto-pokkarina ne kuuluivat toiseksi kalleimpaan hintakategoriaan ja maksoivat 8,99 euroa. Vuonna 2002 *Ruletti* oli 11. eniten myyty kotimainen kaunokirja ja sitä myytiin 28 000 kappaletta. *Palatsi* oli vuonna 2001 yhdeksänneksi eniten myyty kotimainen kaunokirja ja sitä myytiin 32 000 kappaletta (Suomen Kustannusyhdistys).

### **2.3. Kirjakauppa kaunokirjallisuuden jakelijana**

Kirjan myynti alkaa, kun kustantaja on saanut valmiiksi kauden julkaisuohjelman. Nykyisen käytännön mukaan suuren kustantajan oma myynti rajautuu suurimpien kirjakauppaketjujen ja keskusliikkeiden ostajiin sekä suurimpiin yksittäisiin kirjakauppoihin.

Kirjakauppaliiton varsinaiseksi jäseneksi voi liittyä jokainen kirjaa, paperia sekä niihin rinnastettavia tuotteita ja palveluja kiinteästä toimipaikasta vähittäiskaupanomaisesti myyvä yksityinen elinkeinonharjoittaja tai rekisteröity oikeuskelpoinen yhteisö tai toimialan vähittäiskaupalle markkinointi- ja ostoyhteistyöpalveluja tuottava rekisteröity oikeustoimikelpoinen yhteisö, jonka liiton hallitus hyväksyy varsinaiseksi jäseneksi, ja joka sitoutuu noudattamaan liiton sääntöjä ja niiden nojalla tehtyjä päätöksiä.

1970-luvun alkuun saakka lähes kaikki kirjat myytiin yleiskirjakaupoissa. Tilanne perustui määrähintajärjestelmään ja siihen, että kirjoja sai myydä vain kirjakaupoissa. Poikkeuksen muodostivat vain valtuutetut suurteosmyyjät ja Rautatiekirjakaupan kioskit. Kiinteä yhteys kustantajien ja kirjakauppioiden välillä juontaa juurensa 1800-luvun lopulle, jolloin sekä suomenkielisen kirjallisuuden että kirjakaupan toimialat luotiin.



Kirjakauppo-oikeudet olivat vuonna 1957 perustetun Suomen Kustannusyhdistyksen hallinnassa ja uusia oikeuksia myönnettiin vain tarkan harkinnan jälkeen. Kirja oli kauppatavarana 1800-luvulla täysin poikkeuksellinen. Kirjan hinta ei määräytynyt tavalliseen tapaan päivittäin vaihtuvassa myyntitilanteessa, vaan se oli aina kiinteä ja kanteen painettu. Kustantajan piti jo etukäteen yrittää määrittää se, millä hinnalla ja painosmäärällä oli mahdollista tavoitella voittoa. Vastaavasti myöskään kirjakaupat eivät toimineet avoimessa markkinatilanteessa, sillä ”turhan kilpailun” estämiseksi kirjakaupasta tuli säänneltyä toimintaa, joka yritettiin rajata alan erikoisliikkeisiin. Kirjakaupat ja kustantajat ymmärrettiin vastuunsa tunteviksi kulttuuri-instituutioiksi (Häggman 2001, 14-15).

Muutos alkoi Suuren Suomalaisen Kirjakerhon perustamisella vuonna 1969. Se pääsi todelliseen vauhtiin, kun määrä hinnat kiellettiin lailla 1971. Siitä lähtien kirjojen hinnalla on voitu kilpailla ja niitä on voitu myydä myös esimerkiksi tavarataloissa ja päivittäistavarakaupoissa (Ala, Paulin, Repo 1999, 29).

Määrä hintajärjestelmä tarkoitti sitä, että kustantaja määrää teoksen hinnan, eikä vähittäiskauppa saa siitä poiketa. Määrä hinnoista luopuminen liittyi Suomessa 1960-luvulla säädettyyn lakiin, joka muun muassa siirsi kuluttajahinnan määräämisen tuottajalta vähittäiskaupalle. Määrä hintajärjestelmä on yhä voimassa Euroopan Unionin alueella esimerkiksi Ranskassa, Espanjassa ja Portugalissa, mutta ei esimerkiksi Ruotsissa eikä Iso-Britanniassa. Ruotsi luopui siitä ennen Suomea ja Iso-Britannia 1995 (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 42).

Perinteisesti kirjakauppa-ala oli yksityisyrittäjien hallitsemaa toimintaa, joka periytyi suvussa. Myymälällä oli vielä 1900-luvun puolivälissä usein monopoliasema paikkakunnallaan. Toiminta oli usein riskitöntä ja

tehotontakin. Kauppiaille ei ollut suurta kiinnostusta kehittää alaa. Monopoliasema, näytevarasto ja määrä hinnat kahlitsivat liiketoimintaa (Utrio 1968, 49-51).

Tilastojen mukaan julkaistujen nimikkeiden määrä ja kirjojen myynti ovat kasvaneet Suomessa vapaaseen hinnoitteluun siirtymisen jälkeen. Määrä hintajärjestelmän poistumisesta huolimatta kirjan hinta kustantajan ja kirjakaupan välillä määräytyy edelleen eri tavalla kuin tuottajan ja vähittäiskaupan välisessä tavarakaupassa yleensä. Muussa tavarakaupassa tuottaja myy tuotteen nettohinnalla ja vähittäiskauppa määrittää kuluttajahinnan sen perusteella. Vähittäiskauppa käyttää yleensä mainonnassaan omaa myyntihintaansa ja tuottaja ei yleensä käytä omassa mainonnassaan hintaa lainkaan.

Kirjojen kaupassa muutama suuri kustantaja määrittää yhä ohjevähittäishinnan, josta kirjakauppa saa yleisestä kirjallisuudesta kertaostomäärään perustuvan alennuksen. Kirjakauppa ei ole sidottu annettuun ohjehintaan, mutta sen ylittämistä rajoittaa kilpailutekijöiden ohella se, että kustantaja käyttää ohjehintaa luetteloissaan ja mainonnassaan.

Kirjakauppojen osuus kaikesta kirjojen kuluttajahintaisesta myynnistä vuonna 2002 oli 37 prosenttia eli runsas kolmannes. Käytävissä olevien tilastotietojen perusteella voidaan arvioida, että kirjakauppojen osuus peruskoulun oppikirjojen myynnistä oli noin 20 prosenttia ja laskeva. Lukion ja ammattikoulujen oppikirjoista kirjakaupat myyvät noin kaksi kolmannesta ja suurteoksista alle viisi prosenttia. Arvioinnin perusteella kirjakauppojen osuus kaunokirjallisuuden, yleisen tietokirjallisuuden sekä lasten ja nuortenkirjojen myynnistä yhteensä olisi noin puolet. Kirjakauppaliiton tietojen mukaan muun vähittäiskaupan kuin kirjakauppojen osuus koko kirjamyynnistä oli 14 prosenttia ja kirjakaupat mukaan lukien koko vähittäiskaupan osuus 51 prosenttia eli puolet.

Kirjastot ovat merkittäviä kaunokirjallisuuden ostajia. Yleiset kirjastot ostivat vuonna 1998 noin kuusi prosenttia kotimaisten kirjojen kappalemäärästä ja markkamääräisestä myynnistä. Yleisten kirjastojen suurimmat toimittajat valtakunnallisesti ovat Suomalainen Kirjakauppa, Akateeminen Kirjakauppa ja BTJ Kirjastopalvelu. Logistiikan kannalta merkittävä on Kirjavälitys, joka hoitaa jakelua monien kirjakauppojen puolesta (Ala, Paulin, Repo 1999, 37 ja 47).

Näytevarasto on vain Suomessa käytössä oleva tapa tasata riskiä kustantajan ja kirjakaupan kesken sekä turvata kirjakaupalle laaja kirjojen myymälävalikoima. Muualla riskiä tasataan täydellisellä tai osittaisella palautusoikeudella. Näytevarastoteos on kirja, jonka kustantaja lähettää yleisen kirjallisuuden uutuuksista jokaiselle sopimusjärjestelmään kuuluvalla kirjakaupalle veloitusetta. Kirjakaupan on pidettävä kirja esillä myymälässä ja tilattava uusi kirja myydyn näytekappaleen tilalle. Näytevarastoajan päätyttyä näytekirja palautetaan kustantajalle. Kauppia voi palauttaa kirjan tai pitää sen, jolloin kustantaja laskuttaa kirjan normaalisti. Näytevarastosopimuksen puitteissa kirjakaupan velvollisuus on huolehtia siitä, että vähintään 80 prosenttia näytevarastonimikkeistä on myymälässä aina saatavilla. Kirjan näytevarastoaika on keskimäärin yksi vuosi. Suositus on, että näytevarastoaika ei ylittäisi kahta vuotta. Akateeminen kirjakauppa on luopunut näytevarastotoiminnasta, koska se hankkii kirjat muutenkin valikoimiinsa (Stockmann, Bengtsson, Repo 2000, 48).

Noin 300 suomalaista kustantajaa lähettää kirjoja laajan valikoiman kirjakaupoille näytevarastoksi kutsuttavaan myyntitiliin. Kesäkuussa 2003 näytevarastokirjakauppoja oli 246, joista 176 yrittäjäomisteisia, 58 Suomalaisen Kirjakaupan myymälöitä sekä 12 osastoa marketissa,

hypermarketissa tai tavaratalossa. Ilman näytevarastoa toimii Kirjakauppaliiton tietojen mukaan 63 myymälää.

Kuluttajille kirjakauppa on luonut kanta-asiakkuusjärjestelmän samaan tapaan kuin muu vähittäiskauppa on luonut jo vuosia – ja vuosikymmeniä – sitten. Vuoden 2005 alussa SanomaWSOY-konserniin kuuluva Suomalainen Kirjakauppa esitteli alennusmyyntiluettelon postituksen ohessa kanta-asiakasohjelmansa. Sen tavoitteena on saada kanta-asiakkaiksi ainakin ne 14 prosenttia suomalaisista, jotka ostavat Suomi lukee -tutkimuksen mukaan yli kymmenen kirjaa vuodessa, ja ylläpitävät niin ollen puolta koko yleisen kirjallisuuden myynnistä (Suomalaisen Kirjakaupan markkinointijohtaja Pirjo Purovesi, yrityksen tiedote 25.1.2005).

Yli kymmenen kirjaa vuodessa ostavia on Suomessa kaikkiaan 250 000. Kanta-asiakkuusjärjestelmän tavoitteena on sitouttaa ahkerat ostajat entistä lujemmin tekemään hankintojaan juuri Suomalaisen Kirjakaupan myymälöissä ja tekemään ostoksia myös Suomalainen.com. -verkko-kaupassa. Kanta-asiakkuuteen kuuluu 6-7 kertaa vuodessa postitettava jäsenkirje, kanta-asiakastapahtumat neljä kertaa vuodessa kirjailijavierailuineen, sekä myöhemmin asiakkaan palkitseminen ostomäärän perusteella. Suunnitelmissa kerrottiin olevan myös lukijamatkoja, signeerattuja kappaleita teoksista sekä etuja myös ostoksista Suomalaisen Kirjakaupan yhteistyökumppaneiden tuotteista ja palveluksista.

Akateemisen Kirjakaupan kanta-asiakkaana voi olla Stockmannin kanta-asiakkuuden kautta. Akateeminen Kirjakauppa tarjoaa kanta-asiakkaille esimerkiksi 20 prosentin hintaetuja joistakin itse tarjoamistaan kirjoista. Hinnan alennukset ovat siis ehdottomia porkkanoita, jolla kuluttajia houkutellaan kirjaostoksille.

Akateeminen Kirjakauppa ja Suomalainen Kirjakauppa vastaavat noin 60 prosentista koko Suomen kirjamyynnistä kuluttajille.

### **2.3.1. Kirjan elinkaari**

Aika, jolloin kuluttaja saa käteensä kirjan suoraan kirjakaupan hyllystä, on lyhentynyt viime vuosikymmenien aikana. Siihen vaikutti erityisesti näytevarastoajan lyhentäminen 1990-luvulla. Kirjan koko elinkaarta lyhentää se, että kirja-alennusmyynti ja jäännöserämyynti ovat yhä selvemmin kustantajalle loppuunmyyntejä. Tuotteet halutaan pois varastoista. Suomen Kirjailijaliiton ja WSOY:n välisellä sopimuksella määritellään, että teosta pidetään loppuunmyytynä, jos sitä on enintään sata kappaletta kustantajan varastossa. Sopimuksessa on myös määritelty, että kun kaksi kalenterivuotta on kulunut ensimmäisen painoksen julkaisuvuodesta, kustantajalla on oikeus myydä jäljellä olevat kappaleet alennettuun hintaan. Alennettujen kirjojen myynnistä kirjailija saa tekijänpalkkiona kymmenen prosenttia jokaiselta alennushintaan myydyltä kirjalta, kun täysihintaisesta teoksesta kirjailijan osuus on yleensä 15 prosenttia (WSOY:n ja Kirjailijaliiton välinen pöytäkirja 20.6.2000).

Taskukirjamarkkinoiden onnistunut luominen on pidentänyt kirjan ikää jonkin verran, ainakin 0,5-1 vuotta. Rajuimman arvion mukaan kovakantisen uutuusteoksen myynti loppuu joulumarkkinoiden jälkeen vuodenvaihteessa kuin seinään (kustannuspäällikkö Jaana Koistinen, luento 10.2.2005, Tampereen yliopisto). Kirjan hinta aleni Suomessa maan liittyessä EU:n jäseneksi, kun alentunut arvonlisävero siirtyi hintoihin.

### 3. KIRJAN HINNAN MUODOSTUMINEN

#### 3.1. Kirjakakku jaetaan kahdeksaan osaan

Uutuusteos on kuluttajan mielestä usein melko kallis, jos se maksaa yli 20 euroa. Kustantaja laskee, että sen on myytävä keskivertoromaania noin 2000 kappaletta, ennen kuin se saa tuotantokustannukset peitettyä.

Tutkimuksen tässä osassa tarkastelen konkreettisin esimerkein, miten erilaiset kaunokirjallisuuden kategoriaan luokiteltavat tuotteet tuottavat kirjallisuuden tuotantoketjun eri osapuolille silloin kun kustantajana on perinteinen suuri kustantamo. Tarkasteltavana tässä ovat uutuuskirjat, joille lasketaan lajikohtaiset keskihinnat niiden ohjevähittäishinnasta. Samalla selviää, montako euroa mikäkin osapuoli saa yhdestä kirjasta. Suomen Kustannusyhdistyksen tietojen mukaan kirjan hinta muodostuu seuraavasti:

Taulukko 7.

	%
Kirjakauppa	25
Tekninen valmistus	20
Tekijänpalkkio	15
Kustantajan yleiskulut	15
Kuluttajan alennukset	10
Arvonlisävero	8
Kustantajan mainonta	5
Kustantajan marginaali	2
	===
	100 %

Kirjakauppa saa siis jokaisen ohjevähittäishinnalla myydyin teoksen hinnasta neljänneksen, tekninen tuotanto viidenneksen ja kustantajan

osuus on siltä väliltä. Tekijän osuus on ainoastaan 15 prosenttia. Kustannusosakeyhtiö Otavan talouspäällikkö Arto Tuokko esittää jopa, että tekijän osuus olisi vain 12 prosenttia ja kaupan 31 prosenttia. Hänen arviossaan teknisen valmistuksen osuus on pienempi, 18 prosenttia, mikä tietenkin voikin olla totta nimenomaan viimeaikoina alentuneiden kustannusten vuoksi. Kustannusyhdistyksen tiedoissa ei ole logistiikkaa eli kuljetuksia mainittu erikseen, mutta Tuokolla niiden osuus on viisi prosenttia. (Makkonen 2004, 125).

Tässä hintamittauksessa erilaisilla arvioilla osuuksien jakautumisesta ei ole suurta merkitystä, koska päätarkoitus on laskea kaunokirjallisen teoksen keskimääräinen ohjevähittäishinta. Logistiikkakulu ei missään nimessä ole vähäpätöinen asia, mutta Kustannusyhdistyksen jakauma-arviossa se sisältyy ilmeisesti kustantajan yleiskuluihin. Jos logistiikan osuus on noin viisi prosenttia, niin se on sitten samaa suuruusluokkaa kuin Kustannusyhdistyksen ilmoittama mainonnan osuus eli kolmannes yleiskuluista. Hieman puutteelliseksi mittauksen tekee myös se, että suuret kustantajat Otava ja Tammi eivät ilmoita *Vuoden kirjat* -luettelossa ohjevähittäishintoja. Yli kymmenen muun kustantajan ilmoittamia hintatietoja voi kuitenkin pitää pätevänä otoksena ja niistä tehtyjä päätelmiä jokseenkin oikeina.

### **3.2. Kaunokirjallisen teoksen hinta vuonna 2003**

Kaunokirjallinen teos on taiteellisen ja teollisen tuotannon tulos, tuote ja kauppatavara siinä missä mikä tahansa kestokulutus- tai jopa kertakäyttöhyödyke siinä tilanteessa, kun kuluttaja harkitsee, sijoittaako rahojaan ostokseen vai ei. Tässä osassa työtäni tutkimusaineistona on Suomen

Kustannusyhdistyksen julkaisema *Vuoden kirjat 2003* -luettelo, joka ilmestyi 25:nneen kerran. Vuonna 2004 julkaistuista kirjoista sitä ei tehty.

Vuonna 2003 painettiin Suomen Kustannusyhdistyksen jäsenten (lähes 100 kustantamo) piirissä kaikkiaan 7 309 kirjanimikettä. Niistä oli kotimaista proosaa 525, kotimaisia runoja ja näytelmiä 109, käännösproosaa 553 ja käännettyjä runoja ja näytelmiä 11 nimikettä.

*Vuoden kirjat 2003* -luettelon sisältö on jaettu kolmeen pääosaan, jotka ovat kaunokirjallisuus, tietokirjallisuus ja lastenkirjallisuus. Tarkastelen tässä ainoastaan osaa kaunokirjallisuus. Se käsittää 57 sivua luettelon kaikkiaan 205:stä numeroidusta sivusta. Myös äänikirjat jäävät mittauksen ulkopuolelle.

Kaunokirjallisuutta käsittelevä osa on jaettu edelleen seitsemään osaan:

1. Kotimaiset kertojat
2. Runot, näytelmät, aforismit
3. Ulkomaiset kertojat
4. Jännitys
5. Romantiikka
6. Huumori
7. Sarjakuvat

Kaikki luettelossa mainitut hinnat ovat ohjevähittäismyyntihintoja, jotka eivät ole välttämättä kaupassa todellisesti perittyjä hintoja. Ohjeellisina ja teoreettisinakin ne kuitenkin kelpaavat hyvin tämän tutkimuksen tarpeisiin. Tarkastelin jo työni edellisessä osassa esimerkein, kuinka paljon yksi kirjailija voi teoksestaan saada. Nyt selvitän kaunokirjallisen teoksen hintaa yleisemmällä tasolla.



### 3.2.1. Kotimaiset kertojat

Kotimaisten kertojien luokassa teoksia on kaikkiaan 128, joista 74 kirjan hinta on otettu huomioon. Näin kotimaisten kertojien teoksen keskihinnaksi tulee 26,84 euroa. Karkean laskutoimituksen mukaan yhdestä myydystä teoksesta koitunut tulo jakautuu eri osapuolille näin:

Kirjakauppa	6,71
Tekninen valmistus	5,37
Tekijänpalkkio	4,03
Kustantajan yleiskulut	4,03
Kuluttajan alennukset	2,68
Arvonlisävero	2,15
Kustantajan mainonta	1,34
Kustantajan marginaali	0,54
	===
	26,84 euroa

Kalleimmaksi oli hinnoiteltu uudelleen julkaistu klassikkoteos, Johan Ludvig Runebergin Vänrikki Stoolin tarinat (WSOY), jonka hinnaksi oli määritelty 72 euroa. Sitä ei laskettu mukaan tähän keskihintavertailuun, koska se olisi huomattavasti muita teoksia kalliimpana nostanut keskihintaa turhaan. Seuraavaksi kallein oli elävän ja erittäin menestyneen romaanikirjailijan, Arto Paasilinnan teos Sadan vuoden savotta (WSOY), jonka ov-hinnaksi oli määritelty 40 euroa. Teoksen on kuvittanut Raimo Sallinen. Tästä voi päätellä, että kuvittamisen kustannukset siirtyvät suoraan teoksen hintaan. Edullisin teos oli Mauri Antero Nummisen Tango är min passion, jonka ov-hinta oli 6,80 euroa.

### 3.2.2. Runot, näytelmät, aforismit

Runojen, näytelmien ja aforismien luokassa julkaistiin kaikkiaan 93 nimikettä, joista 66:n hintatiedot oli merkitty luetteloon. Yhden teoksen keskihinnaksi tuli 21,61 euroa. Näin ollen runoja, näytelmiä ja aforismeja myydään keskimäärin 5,23 euroa halvemmalla kuin kotimaisten kertojien teoksia. Prosenttiosuuksien mukaan eri osapuolet saava yhdestä teoksesta seuraavat summat:

Kirjakauppa	5,40
Tekninen valmistus	4,35
Tekijänpalkkio	3,25
Kustantajan yleiskulut	3,25
Kuluttajan alennukset	2,16
Arvonlisävero	1,75
Kustantajan mainonta	1,10
Kustantajan marginaali	0,35
	===
	21,61 euroa

Kirjakaupalle jää vertailun mukaan yksi euro ja 30 senttiä enemmän jokaisesta kertomakirjallisuuden teoksesta verrattuna runo-, näytelmä- ja aforismiteoksiin, joita myydään myös kappalemääräisesti huomattavasti vähemmän kuin kertomakirjallisuutta. Runoteoksen keskihinnasta lasketut osuudet antavat tekijälleen eli kirjailijalle 3,25 euroa kappaleelta. Jos teos on keskihintaista edullisempi, esimerkiksi 10-15 euroa, jää tekijänpalkkio tuntuvasti pienemmäksi. Runoilija Hannu Kankaanpään mukaan yhdestä myydystä runoteoksesta kirjailija saa 1,5-2 euroa (luento 3.2.2005, Tampereen yliopisto).

### 3.2.3. Ulkomaiset kertojat

Ulkomaisten kertojien luokassa oli kaikkiaan 112 nimikettä, joista 51:n vähittäisohjehinta oli mainittu. Ulkomaisten kertojien teosten keskihinnaksi tuli 28,62 euroa. Vieraasta kielestä käännetty teos maksaa siis lähes kaksi euroa enemmän kuin kotimaisen kirjailijan teos ja peräti seitsemän euroa enemmän kuin keskimääräinen kotimaisen runoilijan teos. Julkaisuketjun osapuolille osuudet jakautuvat seuraavasti:

Kirjakauppa	7,16
Tekninen valmistus	5,73
Tekijänpalkkio	4,30
Kustantajan yleiskulut	4,30
Kuluttajan alennukset	2,85
Arvonlisävero	2,28
Kustantajan mainonta	1,45
Kustantajan marginaali	0,55
	===
	28,62 euroa

### 3.2.4. Jännitys

Jännitysteosten luokkaan kuului sekä ulkomaisten että kotimaisten kirjailijoiden teoksia. Niitä oli yhteensä 106 nimikettä, joista 61:n hintatiedot oli mainittu. Jännitysromaanin keskihinnaksi tulee näin 26,76 euroa, joka on hyvin lähellä kotimaisen proosateoksen hintaa. Osuudet siitä jakautuvat eri osapuolille seuraavasti:

Kirjakauppa	6,70
Tekninen valmistus	5,35
Tekijänpalkkio	4,00
Kustantajan yleiskulut	4,00
Kuluttajan alennukset	2,66
Arvonlisävero	2,15
Kustantajan mainonta	1,35
Kustantajan marginaali	0,55
	====
	26,76 euroa

### 3.2.5. Romantiikka

Romantiikka-nimiseen luokkaan oli sijoitettu kaikkiaan 21 teosta, joista 19:n hinta oli mainittu. Luokkaan sisältyi sekä kotimaisten että ulkomaisten kirjailijoiden teoksia. Romantiikkaa käsittelevän romaanin keskihinnaksi tulee 28,59 euroa eli se on kalliimpi kuin kotimaisen proosakirjailijan tai jännityskirjailijan teos. Ulkomaisen kertojan tuotannon kanssa hinta sijoittuu lähes samaksi. Näin osuudet jakautuvat:

Kirjakauppa	7,15
Tekninen valmistus	5,71
Tekijänpalkkio	4,29
Kustantajan yleiskulut	4,29
Kuluttajan alennukset	2,85
Arvonlisävero	2,35
Kustantajan mainonta	1,40
Kustantajan marginaali	0,55
	====
	28,59 euroa

### 3.2.6. Huumori

Huumoriteoksiin oli luokiteltu kaikkiaan 24 nimikettä, joista 16:n ohjevähittäishinta oli mainittu. Teoksen keskihinnaksi tuli näin 17,84 euroa. Osuudet tuotantoketjun osapuolille jakautuvat seuraavasti:

Kirjakauppa	4,45
Tekninen valmistus	3,55
Tekijänpalkkio	2,69
Kustantajan yleiskulut	2,69
Kuluttajan alennukset	1,78
Arvonlisävero	1,44
Kustantajan mainonta	0,89
Kustantajan marginaali	0,35
	====
	17,84 euroa

### 3.2.7. Sarjakuvat

Sarjakuvateosten luokkaan oli sijoitettu kaikkiaan 19 teosta, joista hinta oli merkitty vain kahdeksalle. Keskihinnaksi tuli näin 16 euroa. Se jakautuu tuotantoketjun osapuolille seuraavasti:

Kirjakauppa	4,00
Tekninen valmistus	3,20
Tekijänpalkkio	2,40
Kustantajan yleiskulut	2,40
Kuluttajan alennukset	1,60

Arvonlisävero	1,28
Kustantajan mainonta	0,80
Kustantajan marginaali	0,32
	====
	16 euroa

Kun oheisella mittauksella saaduista eri kaunokirjallisuuden lajien keskihinnoista lasketaan niiden keskiarvo, saadaan kaunokirjallisen teoksen keskimääräiseksi ohjevähittäishinnaksi 23,75 euroa. Myös Kustannusosakeyhtiö Otavan talouspäällikön Arto Tuokon mukaan yleisen kirjallisuuden uutuuksien ov-keskihinta on noin 23 euroa. Alennusmyynnissä kirjoja myydään sitten muutamalla eurolla. Tuokon mukaan kuluttajan keskimäärin kirjasta maksama hinta on 13 euron paikkeilla. Kustannusyhdistyksen tilastojen mukaan kustantajan saama keskihinta on pysynyt koko 1990-luvun lähes vakiona, noin 8 eurossa kirjalta. (Makkonen 2004, 123).

### 3.3. Statusarvo määräytyy monin perustein

Kirjakauppa saa kaikkein vähiten tuloa myymistään sarjakuva- ja huumoriteoksista – kuten tietenkin kaikki muutkin osapuolet. Esimerkiksi sarjakuvien tekijän (piirtäjä/kirjoittaja) pussiin kolahtaa yhdestä ov-hinnalla myydystä sarjakuvateoksesta keskimäärin 2,40 euron palkkio. Esimerkiksi romanttisen teoksen kirjoittajalle se on 50 senttiä vaille kaksinkertainen eli 4,30 euroa myydyltä kirjalta. Runoteosten hinnoissa on sen verran vaihtelua, että esimerkiksi pienen turkulaisen Enoston kustantamon julkaisema Satu Haapalan runoteos *Paljas jalka kytkimellä* maksaa 17 euroa ja suosikkirunoilija Tommy Tabermannin (Gummerus) kaksi teosta *Alaston* sekä *Yksinäinen tyttö ja yksisarvinen* 24,90 euroa/kpl.

Jos kirjailija saa molemmissa tapauksissa 15 prosentin osuuden kirjan vähittäisohjehinnasta, saa Haapala 2,55 euroa ja Tabermann 3,75 euroa myydyltä kirjalta.

Sarjakuvateosta voidaan myydä parhaimmillaan jopa 20 000-40 000 kpl, kuten Juba Tuomolan *Viiviä ja Wagneria* (Arktinen Banaani), mutta tavallisemmin sarjakuvateoksen myynti jää noin 5 000:een ja allekin. 50 000 kappaleen myynnillä 16 euron keskihintainen sarjakuvateos yltää 80 000 euron kokonaistuloon. Käännetty jännitysteos voi myydä bestsellerinä yli 155 000 kappaletta, kuten Dan Brownin *Da Vinci -koodi* (WSOY) vuonna 2004, mutta yleensä myydyimmäksi on 2000-luvulla noussut jo 60 000-80 000 kappaleen myynnillä, kuten esimerkiksi Patricia Cornwellin ja Henning Mankellin (Otava) teokset. Keskimäärin 70 000 kappaleen myynnillä ne näin ollen tuottavat keskimäärin 1,9 miljoonan euron tulon (teoksen keskimääräinen hinta 26,76 euroa).

Onko kaunokirjallinen teos siis halpa vai kallis hyödyke?

Normaalihintaisen kirjallisuuden hinnat vastaavat esimerkiksi teatterilippujen hintoja. Tampereen Teatteri tarjoaa keväällä 2005 esityksiään 20-39 euron hintaan. Teatteriin tuolla hinnalla saa tosin ainoastaan yhden lipun yhteen esitykseen, kun taas kirjan voi lukea monta kertaa ja moni lukija. Elokuvateatteriin pääsee yksi katsomaan yhtä elokuvaa 6,5-10 euron hintaan. Yhden kirjan hinnalla voi siis elokuvan katsoa 2-3 ihmistä. Eppu Normaalin uusimman albumin *Sadan vuoden päästäkin* (Poko Rekords) saa noin 20 euron hinnalla. Suosikkiyhtyeen konserttia pääsee kuuntelemaan keväällä 2005 yksi henkilö 25-32 euron hintaisella lipulla. Viihteen ja taiteen kuluttaminen on statuskysymys. Valinta eri vaihtoehtojen välillä tehdään paitsi tuotteen hinnan, myös oman iän ja oman sosiaalisen ympäristön mukaan. Nuoriso käy enemmän elokuvissa ja aikuiset teatterissa. Nuoret kuluttavat vapaa-aikatutkimusten mukaan musiikkia ja tietokonepelejä enemmän kuin kirjallisuutta.

#### 4. DIGITAALINEN MURROS KIRJA-ALALLA

Viime vuosituhaten lopussa eli 1990-luvulla toi Internet todellisen vallankumouksen informaationvälitykseen. Millenium-huumassa eli 1900-luvun ja 2000-luvun taitteessa levisi niin vahva usko uuteen sähköiseen tietoteknologiaan, että perinteisen kirjantuotannon ja välityksen uskottiin siirtyvän sähköisiin verkkoihin hyvin nopeasti. Askel ei oikeastaan ole edes kovin suuri, sillä teos siirtyy yleensä sähköisessä bittimuodossa kirjoittajalta painokoneelle asti. Myös kertaalleen painettu aineisto arkistoidaan sähköisessä muodossa. Kysymys kuului: minkä tähden aineisto pitää välillä painaa paperille. Työn tässä osassa tarkastelen kirjankustantamisen digitalisoitumista kirja-alan eri toimijoiden näkökulmasta.

Vain verkossa siirrettäväksi ja käytettäväksi tarkoitettu sisältökokonaisuus on järkevä tapa pelkän tekstinkin julkaisemiseen erityisesti silloin, kun asiakkaan ei voida olettaa lukevan sisältöä yhdellä kertaa. Esimerkiksi tietosanakirja, sanakirja ja sopivat erinomaisesti verkossa käytettäviksi. Ne voidaan rakentaa vain online-tuotteina katseltaviksi tai antaa käyttäjälle tulostusmahdollisuus. Luvatonta tulostusta, ainakin tulosteiden edelleen levittämistä, voidaan hillitä käyttämällä tekniikkaa, joka tuottaa epätarkan ja jatkojalostukseen sopimattoman tulostusjäljen (Ala, Paulin, Repo 1999, 20).

Verkon kätevyudessa on siis selkeästi myös haasteensa. Yrjö Revon mukaan eBook on kiintoisa mahdollisuus sitten, kun sisältö- ja siirtostandardit yhtenäistyvät niin, että laitteet ja ohjelmat pystyvät keskustelemaan keskenään (Ala, Paulin, Repo 1999, 20).



Vaikka eBook ei ole vielä keväällä 2005 yleistynyt, eikä gutenbergiläinen kirja kuollut, on Internet mullistanut sekä kirjailijan että lukijan maailmankuvan. Tekstin vapaa liikkuminen koko maailmassa on mahdollista sähköisten verkkojen kautta.

#### **4.1. Kirjailijan maailma aukeaa bittiavaruudessa**

Tietokone on lähes kaikkien kirjailijoiden perustyöväline. Kirjailija voi myös kohtuullisin kustannuksin luoda Internet-verkkoon omat sivunsa, jotka voivat olla oman tuotannon esittely- ja kauppapaikka ja sinne voi antaa yleisön luettavaksi maksutta vaikka pitkänkin tekstinäytteen.

Aloittelevalle kirjailijalle verkko tarjoaa hyvän mahdollisuuden julkaista ensimmäiset omat tuotteet ja saada edes jonkin verran lukijakuntaa. Esimerkki tästä sopii tammikuussa 2005 avattu kemijärveläissyntyisten Markus V:n ja Petri R:n Tonkopuro-projekti osoitteessa [www.tonkopuro.com](http://www.tonkopuro.com). Se sisältää valokuvia ja runoja autioituilta Lapin haja-asutusalueilta. Markus V. kirjoittaa sivujen taustasta seuraavasti:

”Vihdoin tammikuussa 2005 tiesimme, että Tonkopuro-projekti valmistuu. Kuvat saatiin nettiin ja jo kirjan muotoon kehittynyt ’teos’ oli kasassa. Petrin asennettua esiversion internettiin koin suurta mielihyvää – Son siinä!!!” ... ”Tässä nyt pidellessäni käsissäni tulostettua versiota Tonkopurosta voin vain myhäillä”... ”Näillä sivuilla tuleekin olemaan materiaalia myös muilta paikkakunnilta ja sivujen sisällön toivon kehittyvän niin kuin tämä harrastus jatkuu tulevina vuosia.”

Sivuilta voi lukea runoja, jotka on yhdistetty valokuviin. Tässä esimerkkinä linnunpönttökuvan päälle liitetty runo:

”Sodat oli käyty / maat viety  
Mies ja perhe kohti pohjoista  
Mies ja perhe  
Kylmä ja kova maa  
Siitä on lähdetty  
Tähän on tultu  
Tonkopuro”

Runoja kirjoitetaan ja harrastetaan paljon, mutta ei osteta. Hyvin suosituksi on viime vuosina tullut Internet-sivusto [www.rakkausrunot.fi](http://www.rakkausrunot.fi), jossa on yli 300 000 runoa lähes 10 000 runoilijalta. Sivustoa ylläpitää yhdistys, jonka nimi on Rakkausrunot ry ja sen kotipaikka on Helsinki. Yhdistyksen tarkoituksena on sen sääntöjen mukaan ylläpitää ja kehittää runojen ja muun kirjoittamisen harrastusta sekä edistää ja tukea aatteellisesti harrastekirjoittajien omaehtoista julkaisutoimintaa sekä koota runojen ja muun kirjoituksen harrastajat yhteiseen toimintaan.

Toinen esimerkki on vaalalaisen lastenlääkärin Pekka Jurvelinin Oulujoenreitti-projekti osoitteessa [www oulujoenreitti.fi](http://www oulujoenreitti.fi). Myös se ottaa kantaa kirjoittajan kotiseudun puolesta kaunokirjallisin keinoin. Ensin perustettiin yhdistys, ja sen tavoitteisiin kuului heti alusta alkaen kirjan julkistaminen. Näin taustasta kertoo yhdistyksen kotisivu:

”Oulujoen reitti ry perustettiin 18.5.2001. Tuona päivänä klo 18 seitsemän miehen joukko kiipesi Oulun tuomiokirkon torniin, kuunteli V. A. Koskenniemen Merikoski-runon ja puoli seitsemän kellonlyönnin ja siirtyi sitten perustamaan yhdistyksen ravintola Franzenin kabinettiin.

Yhdistys merkittiin rekisteriin 31.8.2001. Yhdistyksen aatteelliseksi tavoitteeksi asetettiin Oulujoen vesistöreitit tunnetuksi tekeminen, kiinnostuksen ja rakkauden herättäminen vesistöä kohtaan sekä vesistöreitit mahdollisimman suuren luonnontilaisuuden ja ekologisen puhtauden edistäminen. Käytännön tavoitteeksi asetettiin osallistuminen vesistön alueen toimijaverkoston luomiseen.

Päätettiin myös julkaista Pekka Jurvelinin, tuolloin vielä keskeneräinen, kirja *Vaiettu joki*. Kirjan julkistamistilaisuudet olivat seuraavana vuonna Oulussa (15.2.2002) ja Kajaanissa (22.2.2002).”

*Vaiettu joki* -teos syntyi Oulujoen reitti ry:n julkaisemana omakustanteena ja se painettiin Gummeruksen kirjapainossa paperille. Sen hinnaksi on määritelty 20 euroa ja sitä myydään yhdistyksen verkkosivujen kautta. Koko projektin rahaliikenne hoidetaan yhdistyksen kautta.

Teoksen lähtökohtana oli venematka, jonka lastenlääkäri Pekka Jurvelin teki alkukesästä 1998 Oulujoen vesistön läpi. Hän souti Kuhmon Vartiusjärveltä Oulujärvelle ja sieltä Ouluun, merelle asti. Voimia vaatinut ponnistelu tuotti kaunokirjallisen tietoteoksen. *Vaiettu joki* kertoo, mikä laitto miehen soutamaan 370 kilometriä tuulta ja sadetta uhmaten ja mitä hän kohtasi matkallaan.

Sittemmin projekti on jatkunut, ja kesällä 2004 Jurvelin souti vesistön vastavirtaan Oulusta Kainuuseen ja piti verkkosivulla päiväkirjaa suurin piirtein online samaa tahtia matkan etenemisen kanssa. Vaikka kyse on matkaraportista, on sekä *Vaiettu joki* -teoksessa että nettipäiväkirjassa

selvästi kaunokirjallinen ote. Myös nettipäiväkirjasta julkaistaan myöhemmin paperille painettu kirjaversio.

Yhdistyksellä oli myös Helsingin kirjamessuilla syksyllä 2004 oma osasto, jossa Jurvelin esitteli projektiaan, myi *Vaiettu joki* -teosta, jakoi nimikirjoituksia ja keskusteli yleisön kanssa.

Sekä Tonkopuro- että Oulujoenreitti-projekteilla on suora keskusteluyhteys yleisön kanssa. Tekijät ovat läsnä lukijan kanssa. Verkkosivuihin kuuluu vieraskirja, jonka kautta kirjoittajat itse käyvät keskustelua. Ilman Internet-verkkoa ja sen kautta julkaisemista ei niin läheinen kontakti tekijän ja lukijan välillä olisi mahdollista.

Internet-verkon kautta aloittelevan kirjailijan pääsy julkisuuteen on siis helppoa. Tietty kontakti yleisöön syntyy, mutta markkinointi voi silti olla ongelma. Osapuolten kohtaaminen voi kuitenkin jäädä sattumanvaraiseksi. Parhaassa tapauksessa tulokkaan löytää jokin sellainen taho, joka voi tarjota kirjailijalle omia kotisivuja laajemman foorumin. Silloin myös ansaintamahdollisuudet paranevat. Aluksi kirjoittajan tavoitteena voi olla ainoastaan saada teoksia julki, mutta myöhemmin saada siitä myös itselle tuloa.

Myös kokenut kirjailija Leena Krohn luottaa verkon voimaan. Hän on julkaissut pari teosta ainoastaan verkossa. Krohnin mukaan hyperteksti ei ole kuitenkaan vapauttanut ihmisiä ajattelun lineaarisuuden kahleista. Hän uskoo verkossa julkaisevien kirjailijoiden määrän kasvun aiheuttavan sen, että lukijoita on suhteessa vähemmän kuin painetulla kirjalla. Hänestä interaktiivisuus ei anna lisäarvoa taideteokselle. Kirjallisuusinstituutio ei ole muuttunut sisällöllisesti, kuten 1990-luvulla ennustettiin. Hänen arvionsa mukaan kirjailija hahmottaa tekstiä aivan samalla tavalla, kirjoitti hän sitä paperille tai sähköiseen muotoon. Keskeistä on sisältö,

jota hän haluaa tekstillään ilmaista. Sisältöjen tarjonta voi Krohnin arvion mukaan verkkoaikakaudella räjähtää, mutta kuluttajan tietoisuus kaventua – samanmieliset liittoutuvat verkossa keskenään. Hänen mukaansa kirjailijalla ei ole taloudellisia edellytyksiä toimia ilman kustantajaa, joka painaa teokset myös paperille ja markkinoi ne maksavalle yleisölle. Tekijänoikeuksiin ja kopionsuojaan liittyviä ongelmia pohdittaessa hän sanoo puolustavansa mieluummin lukijan kuin tekijän oikeuksia (Leena Krohn, luento 3.2.2005, Tampereen yliopisto).

Näin Krohn kirjoittaa kirjallisuudesta omilla Internet-kotisivuillaan:

”Tietokoneessa ja tietoverkoissa kirja muuttuu biteiksi, on- ja e-tilojen ainutkertaiseksi kombinaatioksi. Tietoverkoissa on alkanut ja jatkuu kiihtyvällä nopeudella prosessi, jota voidaan kutsua kirjallisuuden immaterialisoitumiseksi. Se osoittaa omalla tavallaan, että sanat eivät ole sidottuja aineeseen vaan ne ovat omaa tietoisuuttamme kantava ja hahmottava voima, joka kestää sekä ajan että materian murroksissa.

Kirjallisuus ei ole kirjoja eikä painettua sanaa vaan ennen kaikkea vuorovaikutusta. Se on tosin hitaampaa ja pitkäaikaisempaa kuin ihmisten välinen suora vuorovaikutus, mutta sen vaikutukset voivat kestää vuosisatoja ja ne ulottuvat vainajista eläviin.

Kirjallisuus kuten intellektuaalinen omaisuus yleensäkin ei vähene eikä kulu jakamalla kuten raha ja materia. Kukaan, joka kerää intellektuaalista omaisuutta, oli hän miten ahne tahansa, ei voi riistää kenenkään muun osuutta. Hän ottaa kaiken minkä haluaa ja pystyy, ja kuitenkin pääoma jää koskemattomaksi. Ja itse asiassa intellektuaalinen omaisuus, myös kirjallisuus, muuttuu olemassa olevaksi oikeastaan vasta sitten kun se on useamman

kuin yhden henkilön tavoitettavissa. Jakamatonta täytyy siis kuitenkin jakaa.” (www.kaapeli.fi/krohn)

Erityisen selkeästi oheisesta otteesta käy ilmi, että kirjallisuus ei ole ainakaan painomusteella paperille painettujen kirjainten kokoelma. Kirjaimet ja niiden muodostamat tekstikokonaisuudet ovat sen sijaan kirjailijan tapa ilmaista ajatuksiaan. Sähköisesti julkaistu kirjallisuus korostaa kaunokirjallisuuden immateriaalista eli aineetonta olemusta. Sähköisesti julkaistu kirjallisuus on bittejä avaruudessa, ja se voi saada monta erilaista ulkoista muotoa sen mukaan, miten sähköinen teksti tulostetaan luettavaksi. Esimerkiksi öljyvärimaalaus on kankaalle maalattu taideteos, ja sen immateriaalinen sisältö sidottu paljon enemmän välineeseen. Jos maalauksen kuva julkistetaan Internetissä, kuva on vain kopio, ei itse teos. Kaunokirjallinen teos ei ole samalla tavalla sidottu mediaan eli välineeseen. Tämän jo osoittaa sekin, että monista klassikkoteoksista on viimeksi kuluneen sadan vuoden aikana julkaistu monia erilaisia paperille painettuja versioita. Silti teoksen on koettu olevan sama teos – jos sen sisältö on säilynyt samana kuin sen on kirjailija itse aikoinaan tuottanut. Olennaista ei ole sen julkaisumuoto.

#### **4.1.1. Vaihtoehtona eBook eli sähköinen kirja**

Periaatteessa kirjailijan on mahdollista jakaa oma teoksensa suoraan lukijalle sähköisesti, jos ansaintalogiikka on toimiva ja laskutus järjestyy. Tässä tapauksessa lukija tulostaa itse tuotteen siinä muodossa kuin sen haluaa lukea – joko printtitulosteena tai eBookina.

eBook on sähköisesti ladattava laite, kannettavaa tietokonetta tai älypuhelinlaite muistuttava väline, johon mahtuu monen kaunokirjallisen

teoksen sisältö. Ensimmäisiin markkinoille tulleisiin laitteisiin kuuluu painetun kirjan kokoa ja painoa vastaava Rocket eBook. Nyt jo markkinoilta poistunut laite oli 18x12,5 cm, 2,2 cm paksu ja painoi 600 g. Sen muistiin mahtui noin kymmentä keskikokoista romaania vastaava tekstimäärä (Ala, Paulin, Repo 1999, 34).

Keskuslaboratorio Oy:ssä työskentelevä Katri Pietilä tekee parhaillaan diplomi-insinööriyötä aiheesta *eBook and usability* Teknilliselle korkeakoululle Espooseen. Hän tekemässään tutkimuksessa joukolle ihmisiä on annettu käytettäväksi jokin laite, jota voi käyttää sähköisessä muodossa olevan materiaalin lukemiseen. Heillä on käytössään tablettitietokone (toiminnallisuudeltaan tavallista kannettavaa tietokonetta vastaava, mutta siinä on kosketusnäyttö ja näppäimistön voi irrottaa), kämmentietokone sekä ja jo myynnistä poistunut Rocket eBook -laite. Tämän lisäksi heillä on Nokian älypuhelimia sekä japanilainen e ink - tekniikalla toteutettu Sony LIBRIÉ, jonka näytön pitäisi laadullisesti vastata parhaiten paperin laatua (kontrasti, resoluutio jne.).

Rocket eBook-laitteelle aineistoa välittänyt Gemstar eBookstore sulki verkkopalvelunsa 16.7.2003 ”vaikean businessilmaston vuoksi” osoitteessa [www.gemstar-ebook.com](http://www.gemstar-ebook.com). Uutta aloitusta lupailtiin mahdollisesti kolmen tulevan vuoden aikana. – Nähtäväksi jää!

Pietilän mukaan tällä hetkellä lukulaitteen määrittely on aika hankalaa, koska esimerkiksi Suomesta ei ole saatavilla nimenomaisesti sähkökirjojen lukemiseen tarkoitettua laitetta. Maailmalla näitä on kyllä tarjolla kuluttajille useampiakin. Näytön laatu on Pietilän mukaan yksi suurimmista ongelmista. Pienissä laitteissa on käytössä usein LCD-näyttö, jonka katselukulma on melko huono, ja luettavuus heikkenee esimerkiksi auringonpaisteessa lähes olemattomiin. Huonon katselukulman takia

esimerkiksi lastenkirjojen lukeminen yhdessä lasten kanssa voi sähkökirjalaitteelta olla ongelmallista.

LCD-teknologia ei kuitenkaan ole ainoa käytössä oleva, ja monissa näytöissä edellä mainittuja ongelmia ei ole. Toisaalta taas lukuominaisuuksiltaan hyvä e-ink-näyttö on hidas päivitettävä ja joskus ruutuun jää haamukuvia edellisestä sivusta. Tämä tekniikka on vielä lapsenkengissään, ja meillä oleva Sony LIBRIé on vasta ensimmäisen sukupolven laite, joten parannusta on varmasti tulossa.

Yksi suurimmista ongelmista tuntuu olevan pelko siitä, että laite rikotaan. Siinä missä kirjan uskalletaan ottaa mukaansa melkein minne tahansa, ei elektronista vempainta välttämättä uskalleta ottaa vaikkapa rannalle tai kylpyammeeseen luettavaksi. Toisaalta myös muun muassa laitteen koko, muoto, akkukesto ja hinta ovat käyttöintoa heikentäviä tekijöitä (Pietilä 3.3.2005).

Laitevalmistajia kiinnostaa kysymys siitä, onko paperille painetussa tekstissä lukijan kannalta jotain olemuksellisesti parempaa tai miellyttävämpää kuin digitaalisessa tekstissä, ja toisaalta, mitä parannuksia on mahdollista tehdä sähköisiin lukulaitteisiin paperiin verrattuna. Missä paperin ja näytön välinen ero todellisuudessa on, fysiologisessa lukemistapahtumassa vai asenteellisessa suhtautumisessa asiaan? Paperi lukualustana tulee olemaan pitkään vertailukohta, johon kaikkia sähköisiä näyttöjä verrataan (Saarinen, Joensuu & Koskimaa 2001, 47-48).

Puheissa usein kehityksen mahdollisuus kyseenalaistetaan nykyhetken tilanteen perusteella. Pietilän mukaan on myös ihmisiä, jotka haluavat mielellään lukea tekstiä sähköiseltä näytöltä. Kirjan fyysisen esineen ominaisuutta voi pohtia myös kirjakaupan myymälän kannalta. Etenkin, jos ajatellaan kaunokirjallisuuden ostajaa ja myymälä- ja verkkokaupan eroja,



voidaan kysyä, ostaako asiakas ensisijassa sisällön vai myös kouriintuntuvan visuaalisen esineen. Kirjan ostaja on usein hypistelevä asiakas (Saarinen, Joensuu & Koskimaa 2001, 49).

Painettua kirjaa puolustaviin argumentteihin kuuluvat myös väitteet, joiden mukaan verkkoteksti tai eBook eivät korvaa paperille painetun kirjan tuoksua, tuntua tai jotakin muuta eri aistein koettavaa ominaisuutta. Paperille painetussa kirjassa koetaan olevan jotain suorastaan mystistä voimaa. Mystiikka kumpuaa ehkä tietyistä henkilökohtaisesti tärkeäksi koetuista asioista, kuten muistoista, esimerkiksi ensimmäisestä käynnistä kirjakaupassa tai jostakin muusta sellaisesta, jota aikuisella ihmisellä on omassa kokemusmaailmassaan.

#### **4.2. Kustantaja epäilee lukijan tekniikkaintoa**

Kaunokirjallisuus tarvitsee kustantajan ennen kaikkea ottamaan taloudellisen vastuun kirjailijan laatiman käsikirjoituksen saattamisesta julkisuuteen ja yleisön saataville. Kustantaja päättää, millä tavalla teos julkaistaan, kuinka paljon markkinointiin käytetään rahaa, missä medioissa sitä mainostetaan ja niin edelleen. Itse kirjan painamiseen digitaalisuus on jo tullut vähitellen alan teknisen kehityksen myötä.

Valtion teknillisen tutkimuslaitoksen VTT:n määritelmän mukaan digitaalisessa painatuksessa tuotetaan suoraan tietojärjestelmästä digitaalisesti ohjatulla tulostimella yksi- tai monivärisiä, elektronisesti taitettuja painotuotteita, jotka voivat olla kappale- tai sivukohtaisesti erilaisia. Loppuun asti kehitetyssä digitaalisessa painojärjestelmässä tuote viimeistellään in-line-laitteistolla. Ulkopuolelle jäävät koti- ja

toimistotulostimilla tuotetut aineistot. (Bäck, Juhola, Lindberg, Nummi, Pitkänen, Siivonen, Södergård 1998, 10).

Digitaalinen painaminen antaa mahdollisuudet kustannustehokkaaseen tuotantoon, varastoinnin eliminointiin ja tarjonnan kasvattamiseen seuraavilla tavoilla:

1. Lyhyiden (noin 1 000 kpl/kerta) sarjojen tuotanto täydentää tai korvaa perinteistä painamista (lyhytsarjainen painaminen).
2. Pieninä erinä (noin 100 kpl/kerta) tuottaminen (tarpeen mukainen painaminen).
3. Pieninä erinä (noin 10 kpl/kerta) tuottaminen ja jakelu tietoverkkoja myöten moneen eri kohteeseen. Tulostamiseen kuuluu sisällön räätälöinti tilaajan toivomusten mukaan (hajautettu painaminen).
4. Yksittäistuotantoon tarpeen mukaan. Ulkoasun ja sisällön räätälöinti tilaajan toivomusten mukaan (vaihtuvan tiedon painaminen).

Painamisen digitaalisuus on vaikuttanut niin, että kirjanimikkeitä julkaistaan aiempaa enemmän, mutta painettujen tuotteiden määrä on pysynyt samana. Suomessa painettiin vuonna 2004 kaikkiaan 3 300 nimikettä, mikä on valtava määrä Suomen kaltaisella pienellä kielialueella (Kustannuspäällikkö Jaana Koistisen luento, Tampereen yliopisto 10.2.2005).

Suomen Kustannusyhdistyksen toimitusjohtajan Veikko Sonnisen mukaan ”eBookin hype” oli suurimmillaan viime vuosituhannen vaihteen paikkeilla.

”Samoin kuin niin monella muulla alalla puhuttiin uudesta taloudesta ja siitä kuinka kaikki muuttuu ja mullistuu. Kirjojen osalta hyvä esimerkki oli Frankfurtin kirjamesut, jossa jossakin siellä 1996-1997 paikkeilla tuli ensin pieni osasto kaikennäköistä

sähköistä kirjaa ja väkkäriä. Seuraavana vuonna oli jo huomattavan suuri osasto, sitten oli jo kokonainen halli, mutta nyt kun katsoo sitä, niin heiluri on heilahtanut aika lailla päinvastaiseksi, että ei enää tarvita kokonaista hallia. Muistan, kun minuakin kävi haastattelemassa niissä pahimman hypen vaiheissa Vaasan yliopistosta joku nuori tutkija, joka aivan ilmiselvästi piti minua junasta pudonneena, kun en uskonut siihen, että perinteinen painettu kirja tulee häviämään. Hän oli täysin vakuuttunut, että kaikkihan menee sähköiseen muotoon. Vuonna 2000 oli kansainvälinen kustantajakongressi, joka pidetään joka neljäs vuosi. Tänä vuonna (2004) se oli Berliinissä. Silloin Buenos Airesin kongressissa sähköinen maailma oli hyvin vahvasti esillä. Minusta näytti siltä, että Microsoft oli siellä vahvasti sponsoroimassa kongressin järjestämistä. Siellä oli sitten näyttäviä puheenvuoroja siitä firmasta ja oli komeita multimedia-esityksiä siitä, kuinka vuonna 2007 New York Timesin viimeinen painettu numero ilmestyy, ja kuinka maailman paperiteollisuus lähtee voimakkaaseen vastaiskuun painetun sanan puolesta. Ne puheenvuorot olivat kyllä sellaisia, että painetulla kirjallisuudella eikä lehtimedialla ole mitään tulevaisuutta, vaan kaikki on vain sähköistä. Hyvin vähän puhuttiin nyt tänä vuonna Berliinissä tästä. Tämä heiluri on todella heilahtanut takaisin” (Sonninen, 30.11.2004).

Sonninen näkee digitaalisuudessa kaksi puolta. Yhtäällä on kustantaminen verkossa ja sisältöjen jakeleminen verkossa. Toinen puoli on fyysisen, painetun kirjan jakelu nettikaupasta. Hän uskoo, että sähköisten sisältöjen, olivatpa ne sitten lehtiä tai kirjoja, niin niiden verkkojulkaiseminen pikkuhiljaa kasvaa. Se ei hänestä niinkään näy kirjoissa, mutta että monet tieteelliset aikakauskirjat, monografiat, yhä enenevässä määrinhän ovat saatavina verkossa. Stm-julkaisut eli

scientific-, technical- ja medical-julkaisuissa kustantajat ovat käyttäneet verkkoa jo huomattavan kauan, eivätkä tuotteet välttämättä ilmesty painettuna enää lainkaan.

Sonnisen mukaan kaunokirjallisen teoksen suuri sivumäärä rajoittaa niiden leviämistä sähköisessä muodossa. Hänestä on ihan eri asia lukea alle kymmenen tai 15-sivuista artikkelia verkosta ja printata se kuin lukea sama kirjasta, jossa on huomattavan paljon sivuja.

Sonninen uskoo, että tarvitaan vielä muutama sukupolvenvaihdos ennen kuin ihmiset oppivat lukemaan tekstiä tietokoneen ruudulta yhtä luontevasti kuin paperilta. Sähköisessä tekstissä on hänestä esimerkiksi sellaisia hahmottamisvaikeuksia, että paperista näkee heti, kuinka monta sivua siinä on, mutta ruudulta sitä ei näe. Näyttörüutu on myös tehty niin, että se on toisin päin kuin A4-paperi. Siihen ei mahdu yhtä perinteistä sivua kerralla.

”Kaunokirjallisuuden kohdalla asia on aivan totaalisesti niin, että ei ihmiset halua lukea romaania ruudulta. Nähtäväksi jää, mikä eBookin tulevaisuus on. Kuinka nopeasti laitteet kehittyvät sellaiselle tasolle, että sähköisestä laitteesta lukeminen käy yhtä vaivattomasti kuin painetusta kirjasta lukeminen. Ainakaan tällä hetkellä näin ei ole.”

Tästä puheenvuorosta käy erittäin selvästi ilmi, miten kielteisesti kaunokirjallisuuden julkaisemiseen verkossa suhtaudutaan perinteisen kustannustoiminnan edustajien parissa. Sähköisen aineiston hyviä puolia ei haluta edes miettiä, vaan ainoastaan luetella sen vaikeiksi koettuja ominaisuuksia.

### 4.3. Kirjakauppa verkossa

Tässä työssä on jo todettu, että periaatteessa on mahdollista, että täydellisesti verkko-operointiin siirtynyt kirjailija jopa myy itse teoksensa. Tästä tuskin kuitenkaan tulee yleistä käytäntöä. Myös kirjakaupalla pysyy oma asemansa ja tehtävänsä myös digitaalisessa maailmassa. Sen on vain pystyttävä kehittämään omat, uudenlaiset toimintamallinsa.

Verkkokaupalla tarkoitetaan tässä työssä kirjan tilaamista Internetin välityksellä riippumatta siitä, millä tavoin ja missä muodossa kirjat toimitetaan, mikä on maksutapa, kuka on asiakas ja kuka on myyjä.

Kirjojen verkkokauppa on pysynyt Suomessa hyvin pienenä, vaikka viime vuosituhannen vaihteessa kirjat olivat verkkokaupan kärjessä yhdessä tietokonealan tuotteiden, musiikkiäänitteiden sekä viihde- ja matkailupalveluiden kanssa (Hyvönen, Pylvänäinen 1999, 1).

Suomen Kustannusyhdistys ei usko kaunokirjallisuuden siirtyvän e-kirjallisuudeksi lähivuosina. Sen sijaan painettujen kirjojen jakelun uskotaan siirtyvän entistä enemmän verkkokauppaan. Suomen kustannusyhdistyksen hallituksen puheenjohtaja Leena Majander kertoo, että Ruotsissa verkkokauppa on noussut aivan eri tasolle aggressiivisen hinnoittelun vuoksi (Kaupalehti 26.1.2005). Hinta on siis jälleen porkkana hankittaessa uusia asiakkaita verkkokauppaan.

Kirjakauppaliitto arvioi kirjojen verkkokaupan volyymiksi Suomessa kuluttajahinnoin noin kymmenen miljoonaa euroa. Myynti ei ole vuoden 1999 jälkeen merkittävästi kasvanut. Suurin syy pysähtyneeseen tilaan on tarjonnan puute ja se, että digitaalisen kirjan hinta on lähes sama kuin

painetun. Tutkimusten mukaan kuluttaja saattaisi valita digitaalinen kirjan painetun sijaan, jos digitaalinen versio olisi ”erittäin merkittävästi” painettua kirjaa halvempi. Joka tapauksessa useimmat lukijat vielä tänään valitsevat mieluummin painetun kirjan.

Pelkästään verkossa toimivien kirjakauppojen lisäksi verkkokauppaa harjoittavat myymälämyynnin lisäksi perinteiset yleis- ja erikoiskirjakaupat, antikvariaatit, kirjakerhot, muut postimyyntiyritykset ja kustantajat. Jokaisella kustantajalla ja suurilla kirjakaupoilla on omat verkkokirjakaupansa. Suomessa ei toimi pelkästään verkkokauppaa harjoittavia kotimaisia kirjakauppoja, jotka myisivät painettuja kirjoja. Syksyllä 2002 aloitti toimintansa ensimmäinen suomalainen verkkokirjakauppa ([www.nettikirja.com](http://www.nettikirja.com)), joka myy kirjoja tiedostoina verkon kautta, muttei lainkaan painettuja kirjoja. Se keskittyy tietokirjoihin ja oppikirjoihin, mutta pitää oman määritelmänsä mukaan ”overt avoinna myös kaunokirjallisuudelle”. Vuonna 2004 sen tuotteet maksoivat 2-18 euroa. Tiedoston koko on yleensä alle 1 MB ja se on pdf-muodossa. Kirjoja on yhteensä myynnissä noin 50 kappaletta. Kovin menestyksestä liiketoimintaa se ei vielä ilmeisestikään ole, koska yrityksen liikevaihto pieneni vuonna 2004 peräti 37 prosenttia vuodesta 2003.

Nettikirja.comin myydyimmät tuotteet vuonna 2004 olivat Jari Metsämuurosen Metodologia-sarja, Unto Hämmäläisen *Suomen vuosi 1954* ja Tapani Jussilan Japani-sarja. Kaupasta tehdyt ostokset saapuvat tilaajalle sähköpostina ja ne voi maksaa Nordea-pankin Solo-palvelun kautta suoraan tai sähköpostin liitteenä tulevalla laskulla. Kaupalla on tili myös Sampo-pankissa.

Verkkokirjakauppa bokus.com aloitti toimintansa Ruotsissa 1997 ja sen päätoimipaikka sijaitsee Malmössä. Suomessa aloitti elokuussa 1998 Bokus AB:n tytäryhtiö Bokus.com Oy, mutta Suomen toiminnot lopetettiin kaksi ja

puoli vuotta myöhemmin. Nyt yritys toimii vain Ruotsin markkinoilla, missä sillä on erittäin vahva asema. Sen omistaa KF Media AB, jonka taustalla on osuustoiminnallinen Kooperativa Förbundet. Konsernin liikevaihto on lähes kaksi miljardia kruunua (noin 222 miljoonaa euroa). KF Median osuus liikevaihdosta on vain promillen verran. KF Median liiketoimintoihin kuuluu kirjankustannustoimintaa, kirjakauppaa, kirjakerhoja, lehtikustannusta ja muuta media-alan toimintaa. Yksi sen tytäryhtiöistä on Akademibokhandelsgruppen AB, joka on Ruotsin suurin kirjakauppaketju. Sillä on 53 myymälää ja 30 prosentin markkinaosuus kirjojen vähittäismyynistä Ruotsissa.

Bokus.comilla on valikoimissaan kaikkiaan noin 500 e-kirjaa. Ne ovat tavallisia kirjoja, jotka on siirretty digitaaliseen muotoon, jotta niitä voi lukea tietokoneruudulta tai muulta vastaavalta lukulaitteelta. Aineiston voi tilata vaikka Nokian communicator-käsi puhelimeen. Tekstit saa kolmessa eri ohjelma-formaatissa, jotka ovat Adobe Acrobat Reader, MobiPocket Reader ja Microsoft Reader. Alkuvuodesta 2005 myydyin kaunokirjallinen teos on Jan Guilloun *Tjuvarnas marknad* (2004). Sen hinta on 112 kruunua (noin 12,44 euroa) ja ostokset maksetaan lähetyksen mukana tulevalla laskulla. Teoksen hinnan päälle tulevat toimituskulut, jotka ovat 19 kruunua (noin 2,11 euroa).

Alan johtava toimija on amerikkalaisen Jeff P. Bezosin perustama Amazon.com. Se aloitti toimintansa 1995 ja teki ensimmäisinä vuosinaan satojen tuhansien dollareiden tappioita. Ainoastaan sijoittajien usko piti sitä pinnalla. Se laajensi tuotevalikoimaansa muiden muassa musiikkiäänitteisiin, kuvatallenteisiin, tietokonepeleihin ja -ohjelmiin ja pääsi vihdoin 2000-luvulla parempiin liiketoiminnallisiin tuloksiin. Vuoden 2003 tulos oli ensimmäistä kertaa voitollinen. Myynti oli kaikkiaan lähes 5,3 miljardia dollaria. E-kirjojen myynti on silläkin vähäistä (Tietokone-lehti 28.1.2004).

Maailman toiseksi suurin verkkokirjakauppa Barnes&Noble ([www.BarnesandNoble.com](http://www.BarnesandNoble.com)) lopetti vuonna 2003 e-kirjojen myynnin kokonaan. Tämä osoittaa, että jos maailman toiseksi suurin verkkokirjakauppa toimii näin, niin business ei ole kovin kannattavaa. Silläkin olivat kasvuodotukset vielä viisi vuotta sitten, vuosituhannen vaihteessa, aivan toista luokkaa. Perinteiselle kirjakaupalle povattiin aika nopeaa loppua tai kurjistumista. Arveltiin, että kaikki ostavat kohta kirjat verkon kautta. Niin ei ole kuitenkaan käynyt.

Helsingin Lasipalatsissa toimii kirjakauppa, joka rakentuu vahvasti nettipohjalle, vaikka on myös fyysinen kirjakauppa.

Kirjan yksikköhinta on niin halpa, että jos verkkokauppa joutuu rakentamaan omaa markkinaosuuttaan pelkällä hintakilpailulla, niin se joutuu elämään kovin tiukoilla voimavaroilla. Erityisesti, kun ottaa huomioon logistiikkakustannukset, jotka toimintaan kuitenkin väistämättä liittyvät, niin toimijan täytyy olla tarkka talousihminen, jotta pystyy rakentamaan kannattavan liiketoimintakonseptin. Jos esimerkiksi asiakas käy verkkokaupassa Amerikassa Amazonin sivuilla ja tekee tilauksen, niin jo tietojärjestelmien ylläpito maksaa paljon. Jos kauppatavarana on paperille painettu kirja, se ehkä lähtee Lontoosta liikkeelle ja sen on oltava kuitenkin suhteellisen nopeasti asiakkaalla. Toimituskustannuksia kertyy väistämättä jonkin verran, mutta tuotteen yksikköhinta on kuitenkin matala. Amazon-verkkokirjakaupan kannattava bisnes saattaa olla kaiken sen muun tavaran jakelun tuomaa. Näin kirjojen ohella pidetyt katteellisemmat tuotteet voivat olla ratkaiseva lisä kannattavalle liiketoiminnalle samaan tapaan kuin suomalaisissa perheyrittäjäkirjakaupoissa pidettiin takavuosikymmeninä esimerkiksi kemikaliotuotteita tai leluja tarjolla kirjojen ja paperitavaran lisäksi.



Suomen suurimmat kirjakaupat Akateeminen kirjakauppa ja Suomalainen Kirjakauppa toimivat myös verkkokirjakauppoina osoitteissa [www.akateeminen.com](http://www.akateeminen.com) ja [www.suomalainen.com](http://www.suomalainen.com). Verkkokirjakauppoja voi luonnehtia pääliiketoimintaa täydentäväksi toiminnaksi. Molemmat kuuluvat pörssinoteerattuihin yhtiöihin. Akateeminen kirjakauppa Stockmann-konserniin ja Suomalainen Kirjakauppa Rautakirjan kautta SanomaWSOY-konserniin.

#### **4.3.1. Vahvuudet ja heikkoudet asiakkaan kannalta**

Miksi kirjanvälitystoiminta verkossa on niin tahmeaa? Kelpaako selitykseksi sittenkään pelkästään se, että kirjan ostaja haluaa olla hypistelevä asiakas?

Sähköinen asiointi on ostostapahtumana ja psykologisena ja sosiaalisena kokemuksena monin tavoin erilainen verrattuna perinteiseen kaupassa asiointiin, kun henkilökohtainen vuorovaikutus puuttuu ja tuotteita ei voi nähdä ja ”hypistellä” ennen ostopäätöksen tekemistä. Asiointi tapahtuu tietokoneen ja verkon välityksellä (Hyvönen, Pylvänäinen 1999, 63).

Hyvösen ja Pylvänäisen Kuluttajatutkimuskeskukselle tekemässä kyselytutkimuksessa selvitettiin kuluttajien käsityksiä verkkokaupan keskeisistä vahvuuksista ja heikkouksista. Kyselyyn vastasi 344 henkilöä. Vastajat arvostivat erityisesti verkkokirjakaupan laajoja valikoimia ja kirjojen hyvää saatavuutta. Verkon kautta arvioitiin saatavan erityisesti työhön ja opiskeluun liittyvää kirjallisuutta paremmin kuin perinteisistä kirjakaupoista. Myös kirjojen edullisuutta sekä ajan ja vaivan säästöä pidettiin verkkokirjakaupan etuna. Ostajan ei tarvitse lähteä kotoaan mihinkään. Kirjojen valintaa ja tilaamista pidettiin verkkokaupassa

helpompana kuin perinteisessä myymälässä. Kirjoista katsottiin saatavan verkossa enemmän tietoa, kun tarjolla on kirjaesittelyjä ja arvosteluja. Verkkokirjakaupat ovat avoinna aina, kun asiakas haluaa asioida. Myös hintavertailu on helppoa.

Kirjoihin tutustuminen koettiin kuitenkin ongelmallisena. ”Konkreettinen tutustuminen kirjojen sisältöön ja ulkonäköön – kirjojen katselu, koskettelu ja ennen kaikkea selailu – on tärkeää ja mukavaa kirjan ostamisessa, mutta ei onnistu verkkokaupassa”, todettiin. Myös kirjan laadun arvioimista ja vertailujen tekemistä pidettiin vaikeana verkkokaupoissa. Esittelyjä pidettiin liian niukkoina.

Verkkokaupan epäluotettavuus oli toinen merkittävä syy, miksi kuluttajat eivät halua asioida verkossa. Erityisesti tuntemattomien myyjien luotettavuutta epäiltiin. Verkko-ostosten maksutavat, ennen kaikkea luottokortilla maksaminen todettiin turvattomaksi ja hankalaksi. Epäluotettavuus nousi yhdeksi keskeiseksi verkkokaupan haitaksi. Sitä pidettiin ennen kaikkea kansainvälisen verkkokaupan ongelmana. Vastaajat suhtautuivat verkkokaupan hintoihin ristiriitaisesti. Toisten mielestä hinnat olivat edullisia ja toisten mielestä korkeita. Ristiriitaa oli myös ostosten teon helppouden tai hankaluuden arvioinnissa. Jotkut pitivät kirjojen etsimistä verkosta ja lähetysten noutamista postista hankalina. Noin joka kymmenes vastaaja ilmoitti, että verkkokaupoissa ei ole vain joitakin tiettyjä heikkouksia, vaan ne ovat kaikin tavoin huonompia ostospaikkoja kuin perinteiset kirjakaupat (Hyvönen, Pylvänäinen 1999, 64-66).

Tutkimustulos osoittaa, että verkkokaupassa asiointi koetaan vielä perin outona ja epäilyttävänä asiana. Kyse on ilmeisesti sellaisesta normaalista epäluuloisuudesta, jota ihmisellä yleensä aina on uusiin ja opettelua sekä tottumista vaativiin asioihin. Tottumus korjaa todennäköisesti asian.

## 5. YHTEENVETO

Kaunokirjallisten sisältöjen tarjonta voi paisua vielä lähiaikoina moninkertaiseksi, koska kirjojen tekninen tuotanto on entistä halvempaa. Samaan aikaan kuitenkin yleisö on yhä vähemmän tietoista kaikesta tarjonnasta, mitä on – etenkin, jos tuotantoa alkaa olla tarjolla aiempaa enemmän nimenomaan sähköisessä muodossa Internet-verkossa. Yksittäisen teoksen saama lukijakunta voi pienentyä. Paperille painetun kaunokirjallisuuden nimikemäärä ei välttämättä ole kasvanut niissä mitoissa, mitä suuret kustantajat antavat ymmärtää. Helsingin yliopiston kirjaston vapaakappaletilaston mukaan nimikemäärä polkee paikallaan. Suomi on pieni markkina-alue, eikä uusia kirjallisuuden ostajia ole helppoa löytää. Kuluttajien vapaa-ajasta kilpailee yhä laajempi kirjo erilaisia vaihtoehtoja, eikä kuluttaja välttämättä halua ostaa enempää kirjoja eikä varsinkaan tuhlata ostoksiinsa kovin paljon aiempaa enempää rahaa. Hyvät sähköiset tietoyhteydet alkavat ulottua jo lähes jokaiseen kotiin ja entisen paperimedian rinnalle nousee todennäköisesti koko ajan laajeneva, monipuolistuva ja käyttöominaisuuksiltaan paraneva tarjonta. Yhtenä sisältönä on kaunokirjallinen tarjonta.

Totta kuitenkin on, että mahtavia myyntimenestyksiä eli bestseller-kirjallisuutta edelleen syntyy ja yksittäisiä paperille painettuja kirjoja myydään suuria määriä. Osa tuotannosta jää hyvin pieniin levikki-lukuihin. Todennäköisesti paperille painettu romaani voi yleisesti ottaen vielä pitkään hyvin. Ainakaan sähköinen kirja ei sen valta-asemaa kaada lähiaikoina. Erittäin oleellinen kysymys tällä hetkellä on, miksi eBookin kehitys on pysähtynyt. Elektronisessa muodossa olevan aineiston lukulaitteita on kehitelty koko ajan, mutta kauppaa niillä ei ole juuri tehty.

Onko kyse laitteiden kehittymättömyydestä? Jos niin on, niin miksi esimerkiksi Nokian kaltainen innovatiivinen jättyyritys ei ole tuonut markkinoille tarvittavaa laitetekniikkaa? Sillä on ilmeisesti riittänyt vielä tarpeeksi markkinoita puhelinlaitteissa ja niiden multimedia-ominaisuuksien parantamisessa. Ehkä sen tien päässä – tai varrella – on yhtenä etappina myös laite, joka mahdollistaa eBook-markkinoiden kasvamisen täysin toiselle tasolle kuin millä ne nyt ovat. Kyse on maailmanlaajuisesta markkina-alueesta, vaikka suomenkielinen alue siinä onkin kovin pieni. Suomessa on kuitenkin perinteisesti ollut korkea lukutaito ja lukemisen arvostuskulttuuri. Viime vuosien kirjallisuusfestivaalit ovat osoittaneet, että lukuinto ei ole hiipumassa.

Yleinen mielipide on, että kirja on edelleen paperille painettuna fyysisenä esineenä ylittämätön käyttöliittymä. Kirja on helppo ottaa käteen ja selata sitä. Kirjaa on yksinkertaisesti totuttu lukemaan paremmin kuin tekstiä tietokoneen näyttöruudulta. Näin kokee ainakin aikuisuuteen asti ehtinyt ikäpolvi. Käännöksiä saattaa tapahtua lähivuosikymmeninä, kun nykyiset pikkulapset varttuvat täysi-ikäisiksi. Moni heistä on tottunut katsomaan tietokonenäyttöä jo pienestä pitäen – jo ennen kuin oppi lukemaan. Moni lapsi pelaa jo nyt enemmän tietokonepelejä kuin lukee kirjallisuutta. Esimerkiksi J.K.Rowlingin *Harry Potter* -sarjan menestys osoittaa toisaalta, että aivan nuorimmatkin lukutaitoiset lapset ovat valmiita lukemaan suuren määrän pelkkää tekstiä kirjasta, kun se heitä riittävän paljon kiinnostaa.

EBookien lataaminen on tätä nykyä mahdollista jopa Nokian alkuvuodesta 2005 markkinoille tuomaan 7710 -multimediatelefonin. Sen näyttö ei kuitenkaan ole vielä niin korkeatasoinen, että lukija jaksaisi lukea siltä monitasoisista romaaneista yhtä vaivatta kuin paperille painetusta kirjaversiosta. Myöskään suuren pöytätietokoneen näytön äärellä ei lukija viihdy, vaikka kirjoja voisi ladata Adobe-ohjelmalla

suoraan digitaalista aineistoa välittävän verkkokirjakaupan sivuilta. Tuolilla istuminen on yhä useamman ihmisen työpäivän mittainen asento, ja on selvää, että vapaa-aikana halutaan istua mukavammin – tai makoilla rennosti. Kesäaikaan on päästävää rannoille ja luonnon helmaan vailla pelkoa siitä, että laite ei toimikaan koko matkan ajan. Elektronisten lukulaitteiden näyttöjen on ehdottomasti kehityttävä vielä selvästi nykyistä paremmiksi, jotta niiden laajamittainen suosio olisi mahdollinen. Toinen hankintaa rajoittava tekijä on laitteen hinta ja sen aineiston hinta, jota laitteelle voi ladata.

Verkkokirjakaupoille iso ongelma on aineiston ansaintalogiikka. Vaikka laskun lähettäminen sähköpostissa on yksinkertaista ja helppoa, samoin sen maksaminen verkkopankissa, kokee suuri osa kuluttajista vielä niin, että verkkoasiointi on hankalaa ja kaupat epäluotettavia. Kirja-ala, matkailuala ja tietokoneala ovat olleet edelläkävijöitä sähköisessä kaupankäynnissä, mutta paperille painettu kirja on vielä yleisempi kauppatavara verkkokirjakaupassa kuin sähköinen kirja. Hinta vaikuttaa verkkokaupassa niin, että asiakkaat haluavat ostaa verkkokaupasta mielellään vain, jos tuote on siellä merkittävästi halvempi kuin muualla. Ruotsalaisesta verkkokirjakaupasta sähköisen kirjan saa noin 15 euron hintaan. Tuo hinta on vain hieman korkeampi kuin mitä suomalainen kuluttaja kirjoistaan keskimäärin maksaa. Uutuuskirjallisuuden ohjevähittäiskeskihinta on toki huomattavasti enemmän, noin 23 euroa, ja varmasti kuluttaja harkitsee asiointinsa siirtämistä verkkokaupan puolelle, jos saa saman teoksen vaikkapa 10 euroa halvemmalla. Moni kuluttaja on jo huomannut, että esimerkiksi etelänmatkan tilaaminen verkosta ja sen maksaminen saman tien verkkopankin kautta on äärimmäisen kätevää. Kuluttajalla tosin pitää olla vahva luottamus siihen, että järjestelmä toimii, että hän saa haluamansa tuotteen – ei enempää eikä vähempää – ja että hän voi vaihtaa tilaustaan, jos muuttaakin mielensä.

Perinteisiä kirjankustantamoita edustava Suomen Kustannusyhdistys suhtautuu kirja-alan nykyistä laajempaan digitalisoitumiseen epäilevästi. Sitä itseään syytettiin takavuosikymmeninä kartelliksi, joka yrittää pitää kaikki alaan liittyvät nuorat käsissään (Utrio 1968, 20). Kartellin voimannäyttönä voi pitää jopa sitä, että 2000-luvulla maahan luotiin viimein toimivat taskukirjamarkkinat. Moni yksittäinen kustantaja oli yrittänyt tuoda pokkarisarjoja markkinoille jo 1960-luvulta lähtien (esimerkiksi Tammi ja Like), mutta lukija tuntui olevan mieluummin kiinnostunut kovakantisista teoksista. Vielä 1970- tai 1980-luvullakin suurten kustantajien oli mahdoton luoda halpojen taskukirjojen markkinoita maahan, kun niitä ei haluttu lukea tai ainakaan ostaa.

Kirjan status on arkipäiväistynyt 2000-luvulla sillä tavalla, että kirja ei ole enää mikään juhlava arvoesine, vaan kulutustavaraa. Nyt kirjoja arvostetaan enemmän niiden henkisen ja kulttuurisen, ehkä jopa taiteellisenkin sisällön vuoksi enemmän kuin fyysisenä tavarana. Taskukirja jatkaa kirjan elinkaarta jonkin verran. Toisaalta voi olla, että kuluttaja haluaa hankkia erilaisen formaatin erilaisiin tarkoituksiin. Esimerkiksi syntymäpäivälahjaksi hankitaan kovakantinen uutuuspainos, matkalukemiseksi kevyt ja kätevä pokkari, joka mahtuu povitaskuun tai käsilaukkuun sekä lopulta alennusmyynnistä tai kirjakerhosta jotain sellaista, joka on jonkin verran kiinnostanut, mutta jota ei ole ehtinyt aikaisemmin hankkia. Äänikirjoja on pidetty vammaisten ja pienten lasten formaatteina, mutta nykyään niitä ostetaan yhä enemmän myös autossa tai korvakuulokkeilla kuunneltavaksi matkoilla. Ruotsissa niitä nimitetään hittituotteiksi.

Samalla, kun kirjan kustantaminen on käynyt entistä halvemaksi ja helpommaksi, ovat saman sisällön erilaiset versiot tulleet yhä laajempaa kirjona saataville. Kirja-alalla liikkuva kokonaisrahasumma on kasvanut 2000-luvun vuosina, mutta melko maltillisesti kuitenkin.

Pienkustantamoita on syntynyt koko ajan lisää, ja kenen tahansa on entistä helpompi saada kaunokirjallista tuotantoaan julkaistuksi. Jollei käsikirjoitukselle löydy muuta kustantajaa, niin omakustanteen tekeminen on entistä edullisempaa ja julkaisukynnys on madaltunut huomattavan paljon.

Haasteena tulevaisuudessa on markkinointi. Materiaalia saa julki, mutta sen myyminen asiakkaille, lukijoille voi olla entistä vaikeampaa. Lehdistö arvostelee etupäässä ennestään tunnettujen kirjailijoiden teoksia ja haastattelujuttujen aiheeksi pääsee todennäköisesti paremmin joidenkin muiden tempausten kautta kuin omaa kirjallista tuotantoaan esittelemään. Tuotannon ”markkinointi” tapahtuu korkeintaan siinä sivussa, oman julkisen persoonan kautta. Kirjailijan on muutenkin itse omalla persoonallaan markkinoitava uutta teostaan entistä enemmän. Jos kirjailija julkaisee teoksensa omakustanteena, on omatoiminen myynti- ja markkinointi itsestänselvyys. Kirjailijan on pantava oma persoonansa yhä showmaisempana pyörivään julkkispeliin myös, vaikka hänen takanaan olisi kymmenien miljoonien eurojen liikevaihtoa tekevä suurkustantamo.

Kustannusala on jakautunut selkeästi kahtia: monien fuusioiden kautta on muodostunut toisaalta valtaisan suuria liiketaloudellisia yksiköitä. Toisaalta kannattavasti voivat toimia myös pienkustantamot. Internet-verkossa toimivat kaunokirjallisuuden markkinat ovat sen sijaan vielä äärimmäisen heikot, mutta todennäköisesti nekin kehittyvät ja voimistuvat tulevina vuosina. Hyvin todennäköinen kehityssuunta on, että entistä moninaisemmaksi käynyt kirja-ala kehittyy yhtä monimuotoisena kuin vaikkapa erilaisten estraditaiteen muotojen kirjo. Uusi hiipii vanhojen rinnalle.

Kirjakauppa on kehittynyt niin, että pienet perheyrietykset ovat vähenemään päin ja suuret ketjut perustavat myymälöitään ympäri maata – mutta vain väestöpohjaltaan riittävän suuriin kaupunkiin. Maaseudun päivittäis-tavarakaupassa saattaa olla tarjolla vain hyllyllinen pökkareita. Kun vanhan ajan perhekirjakauppoja syytettiin myyntitoiminnan tehottomuudesta, tietää nykykirjakauppa monia keinoja asiakkaan mielenkiinnon herättämiseen. Jo tietty tuotepöytien ja hyllyjen sijoittelu vaikuttaa myyntiin. Kirja voi olla heräteostos, jos se on vielä tarjolla keskihintaa edullisemmin eli alle 20 euroa. Myös kirjakaupat järjestävät markkinointitempauksia (taiteiden ja tapahtumien yöt) ja kutsuvat muutenkin kirjailijoita haastatteluihin ja nimikirjoituksia jakamaan myymälään.

Yleensä tuotteen hintaan vaikuttavat tuotetta valmistavan yrityksen tuottotavoitteet, tuotantokustannukset ja tuotteen ominaisuudet. Kaunokirjallisen teoksen tuotantotavoite on olla sisällöltään sellainen, niin paljon lukijoita kiinnostava, että siitä otetaan vaatimattomien 1 000 - 2 000 kappaleen painoksen sijasta vähintään 10 000 – 20 000 kappaleen painos, eikä teoksista jää ainoatakaan varastoon lojumaan. Pelkkien bestsellereiden tuotanto on kuitenkin mahdotonta. Suuret menekkikirjat ovat tavallisesti ajanvietteellistä kaunokirjallisuutta, rakkautta, romantiikkaa ja jännitystä tai kaikkia yhdessä. Kirjojen kustantamiselle on ominaista pitkäjänteisyys. Tuote kypsyy hitaasti, vain harvoin esikoisteos on myyntimenestys. Tuotantokustannukset ovat tekstiä tuottavien, toimittavien, käsittelevien ja markkinoivien henkilöiden palkkakuluja sekä paperi-, paino- ja logistiikkakuluja. Tuotteen ominaisuuksiin kaunokirjallisella teoksella kuuluu sen aineeton sisällöllinen arvo, lyhyt käyttöikä ja tulevaisuudessa yhä vaihtelevammaksi käyvä ulkoinen muoto.



Kuka siis heittää kapuloita kirjan sähköistymiskehityksen rattaisiin? Voiko se olla Suomen tärkeimpiin tuotannonaloihin kuuluva paperiteollisuus? Kustannusalaan kuuluu myös paperia käyttävä lehtituotanto ja lähes kaikkien suomalaisten etujen mukaista on paperin tuotannon ja käytön jatkuminen tulevaisuudessakin. – Myös tämä tutkielma on tähän hetkeen asti ollut kirjoittajalleen olemassa ainoastaan sähköisessä muodossa ja siirrän sen eteenpäin pdf-tiedostona. Olen lukenut sitä tietokoneeni näytöltä lukemattomia kertoja lävitse korjailien ja muutellen. Silmät ovat rasittuneet, mutta ne väsyvät yhtä paljon myös paperisen kirjan sivuja lukiessa. Kun saan tutkielman kirjoitettua valmiiksi, tuskin luen sitä koskaan tulevaisuudessakaan paperilta. Tämän työn tekemisessä on ollut valtavasti hyötyä sähköisestä tekniikasta, joka on mahdollistanut nopean tiedonsiirron paikasta toiseen. Kun työ valmistuu, tutkielma voisi jäädä ikuisiksi ajoiksi sähköisessä muodossa yliopiston kirjaston sähköiseen arkistoon. Sen voisi saada helposti myös Internetin palvelinten kautta kaikkien mahdollisesti aihepiiristä kiinnostuneiden luettavaksi. Hintaa sille ei tarvitse määrittellä, koska se on opinnäytetyö, jotka ovat perinteisesti olleet yliopiston kirjastossa kaikkien vapaasti luettavina. Sillä on henkinen arvo ja status, mutta sen voisi säilyttää ikuisesti vain sähköisessä muodossa. Bittiavaruudessa riittää tilaa! Se on kuitenkin myös tulostettava paperille, eikä sen päivittäminen ole sen jälkeen enää mahdollista. Se jää pysyväksi dokumentiksi, jonka sisältö vanhenee ajan myötä. Ehkä hyvin nopeastikin.

## LÄHTEET

Ala, Markus, Paulin, Ari ja Repo, Yrjö (1999), Digitalisoituva kirjan välitys. Tampereen yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Julkaisusarja B/99. Tampere.

Anttila, Mai ja Iltanen, Kaarina (1998), Markkinointi. Porvoo.

Brunila, Anne ja Uusitalo, Liisa (1989), Kirjatuotannon rakenne ja strategiat. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 15. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.

Ekholm, Kai ja Järvinen, Aki (1999), Digitalisoituva julkaisukulttuuri. Tampereen yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Julkaisusarja B 2/99. Tampere.

Eskola, Katariina (1993), Kirjojen lukeminen. Teoksessa Arjen kulttuuria. Vapaa-aika ja kulttuuriharrastukset vuosina 1981 ja 1991. Kulttuuri ja viestintä 1993:2. Helsinki.

Eskola, Katarina (1979), Suomalaiset kirjanlukijoina. Helsinki.

Heikkinen, Merja (1989), Tilannekuvia kirjailijoista. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 5. Helsinki.

Helleman, Jarl (1999), Kustantajan näkökulma. Kirjoituksia kirjallisuuden reunalta. Keuruu.

Hyvönen, Kaarina ja Pylvänäinen Erja (1999), Kirjaostoksilla verkossa. Kuluttajatutkimuskeskuksen Julkaisuja 1/1999. Helsinki.

Häkli, Esko (1984), Kirja muutosten paineessa. Teoksessa Kirja 1984. Helsinki.

Häggman, Kai (2001), Piispankadulta Bulevardille. Werner Söderström Osakeyhtiö 1979-1939. Porvoo.

Häggman, Kai (2003), Avarammille aloille, väljemmille vesille. Werner Söderström Osakeyhtiö 1940-2003. Porvoo.

Makkonen, Teijo (toim.) (2004), Kustannustoimittajan kirja. Tampere.

Neavill, Gordon (1975), Role of Publisher in the Dissemination of Knowledge. The Annals of the American Academy, 421. New York.

Niemi, Juhani (1991), Kirjallisuus instituutiona. Johdatus sosiologiseen kirjallisuuden tutkimukseen. Tampere.

Niemi, Juhani (2000), 100 vuotta ja 1000 kirjaa. Kariston kustannusliikkeen vaiheita. Hämeenlinna.

Pekkarinen, J. ja Sutela, Pekka (1992), Kansantaloustiede. Juva.

Rasilainen, Reino (1989), Julkaistu ja julkaisematon kirjallisuus. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 16. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.

Saarinen, Lauri, Joensuu, Juri ja Koskimaa, Raine (toim.) (2001), Kirja 2010 Kirja-alan kehitystrendit. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 70. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.

Salonen, Kari ja Vahvaselkä, Irma (1994), Kaupan markkinointi. Porvoo.

Stockmann, Doris, Bengtsson, Niklas ja Repo, Yrjö (2000), Kirja Suomessa Tekijöistä lukijaan – kirja-alan tukitoimet ja kehittäminen. Opetusministeriön Kulttuuripolitiikan julkaisusarja 1/2000. Helsinki.

Tuominen, Taija (1998), "Heillähän on jo kasvotkin"  
Esikoiskirjailijatuutkimus. Taiteen keskustoimikunnan Julkaisuja nro 21.  
Taiteen keskustoimikunta. Helsinki.

Utrio, Untamo (1968), Kauppatavarana sivistys. Pohdintaa ja mielipiteitä kirjojen myymisestä. Helsinki.

### **Muut lähteet:**

Vuoden kirjat 2003, Suomen Kustannusyhdystys ry. Helsinki

Loistokatalogit 2003, Taskukirja Loisto Oy. Helsinki

Pokkarikevät 2003 ja Pokkarisyksy 2003. Kustannusosakeyhtiö Otava.  
Helsinki

"Kirjailijoiden palkkiot määräytyvät vuoden 1947 sopimuksen perusteella". WSOY:n kotimaisen kaunokirjallisuuden osaston johtajan Touko Siltalan haastattelu, Kauppalehti 5.9.1996

”Kirja jaksaa porskuttaa”. Gummeruksen hallituksen puheenjohtaja Eero Salojärven haastattelu, Kauppalehti 28.1.2004

”Kirja-alalla ennätysvuosi”. Pekka Kauhasen juttu, Kauppalehti 26.1.2005

YLETV1, A-studio 10.2.2004

Suomen Kustannusyhdistyksen ja Suomen Kirjailijaliiton Internet-sivut

WSOY:n toimitusjohtajan Jorma Kaimion esitys Capital Markets Day – tilaisuudessa 14.5.2003

Kirjan matka tekijöiltä lukijoille. VierailuluENTOSARJA 3.2.-17.3.2005. Taideaineiden laitos. Tampereen yliopisto

Suomen Kustannusyhdistyksen toimitusjohtajan Veikko Sonnisen haastattelu 30.11.2004. Helsinki

Suomessa julkaistu kirjallisuus lajeittain 2003. Tieto haettu 21.3.2005. [www.lib.helsinki.fi/julkaisuala/vapaakappaleet/kirjatilasto2003.htm](http://www.lib.helsinki.fi/julkaisuala/vapaakappaleet/kirjatilasto2003.htm)

Tekniikan ylioppilas Katri Pietilän haastattelu 3.3.2005. Espoo

Bokus.comia Suomessa johtaneiden Fredrik von Knorringin, Janne Waltosen ja Krister Heden haastattelu 7.3.2005. Helsinki

Kustannus Oy Aamulehti, julkaisujohtaja Petteri Paasilinnan haastattelu 18.3.2005. Tampere

[www.akateeminen.com](http://www.akateeminen.com)  
[www.amazon.com](http://www.amazon.com)  
[www.BarnesandNoble.com](http://www.BarnesandNoble.com)  
[www.bertelsmann.de](http://www.bertelsmann.de)  
[www.bokmaskinen.se](http://www.bokmaskinen.se)  
[www.bonnier.se](http://www.bonnier.se)  
[www.gemstar-ebook.com](http://www.gemstar-ebook.com)  
[www.kaapeli.fi/krohn](http://www.kaapeli.fi/krohn)  
[www.kirjakauppaliitto.fi](http://www.kirjakauppaliitto.fi)  
[www.nettikirja.com](http://www.nettikirja.com)  
[www.otava-kuvalehdet.fi](http://www.otava-kuvalehdet.fi)  
[www.oulujoenreitti.fi](http://www.oulujoenreitti.fi)  
[www.rakkausrunot.fi](http://www.rakkausrunot.fi)  
[www.sanomawsoy.fi](http://www.sanomawsoy.fi)  
[www.skyry.net](http://www.skyry.net)  
[www.suomalainen.com](http://www.suomalainen.com)  
[www.tammi.fi](http://www.tammi.fi)  
[www.tonkopuro.com](http://www.tonkopuro.com)

### **Painamattomat lähteet:**

Bäck, Asta, Juhola, Helene, Lindberg, Tatu, Nummi Olli, Pitkänen, Mikko, Siivonen, Timo, Södergård, Caj, Digitaalinen painaminen osana toimintoketjua, VTT tiedotteita, 1998

Welling, Jukka, Hinnan vaikutus kysyntään päivittäistavarakaupassa. Tampereen yliopisto, yrityksen taloustiede, pro gradu -tutkielma, toukokuu 1986

LIITE 1:

**Valtion kirjailija-apurahojen saajat vuoden 2005 alusta**

**Viisivuotinen apuraha**

Huovi, Hannele, Keuruu  
Levola, Kari Tapio, Raisio  
Ringbom, Henrika, Helsingfors  
Ruohonen, Laura, Helsinki  
Ruusuvuori, Juha, Dragsfjärd  
Sariola, Esa, Helsinki  
Lander, Leena, Piikkiö  
Virtanen, Arto, Nurmijärvi

**Kolmivuotinen apuraha**

Ala-Harja, Riikka, Helsinki  
Bagge, Tapani, Hämeenlinna  
Malkamäki, Sari, Helsinki  
Ringell, Susanne, Helsingfors  
Ropponen, Markku, Jyväskylä  
Sahlberg, Asko, Ruotsi  
Salminen, Arto, Hausjärvi  
Tuomi, Panu, Tampere  
Vainonen, Jyrki, Tampere

**Yksivuotinen apuraha**

Gleisner, Marita, Korsholm  
Haahtela, Joel, Helsinki  
Huilaja, Janne, Rovaniemen mlk  
Kaskela, Markku, Helsinki  
Kauhanen, Olli, Varkaus  
Kyrö, Tuomas, Vantaa  
Kähkönen, Sirpa, Helsinki  
Paltto, Kirsti, Utsjoki  
Pääskynen, Markku, Helsinki  
Reivilä, Heikki, Kotka  
Susiluoto, Saira, Helsinki  
Teerialho, Taina, Eurajoki  
Tossavainen, Jouni, Kuopio  
Varis, Tuula-Liina, Joensuu  
Venho, Johanna, Espoo  
Viinikainen, Antero, Oulu  
Wickström, Mika, Helsinki

**Puolivuotinen apuraha**

Nynäs, Carina, Lovisa  
Puskala, Sirpa, Mikkeli  
Sinisalo, Johanna, Tampere  
Vikström-Jokela, Monika, Esbo

Liite 2:

### Myödyimmät kotimaiset kaunokirjat 2004

Sija	Kirja	Kustantaja	Myynti kpl
1.	Laila Hietamies: Kallis kotimaa	Otava	121 600
2.	Arto Paasilinna: Tohelo suojeleuskeli	WSOY	95 600
3.	Reijo Mäki: Huhtikuun tytöt	Otava	82 900
4.	Ilkka Remes: Hiroshiman portti	WSOY	80 900
5.	Jari Tervo: Myyrä	WSOY	71 300
6.	Arto Paasilinna: Liikemies Liljeroosin ilmalaivat	WSOY	45 300
7.	Leena Lehtolainen: Veren vimma	Tammi	44 900
8.	Veikko Huovinen: Konsta Pylkkänen etsii kortteeria	WSOY	43 900
9.	Matti Yrjänä Joensuu: Harjunpää ja pahan pappi	Otava	37 000
10.	Kalle Päätalo: Riitun poika	Gummerus	33 600
11.	Kaari Utrio: Saippuaprinssessa	Tammi	26 700
12.	Laila Hietamies: Siellä jossakin	Otava	26 300
13.	Helena Sinervo: Runoilijan talossa	Tammi	26 200
14.	Muste-Kallis: Suomen parhaat vitsit 2005	Gummerus	23 900
15.	Leena Lehtolainen: Jonakin onnellisena päivänä	Tammi	20 400
16.	Kari Hotakainen: Iisakin kirkko	WSOY	19 500
17.	Mikko Aarne - Mia Kankimäki: Aikuiset ystäväni	Otava	18 400
18.	Pirjo Hassinen: Kuninkaanpuisto	Otava	17 200
19.	Alivaltiosihteeri: Virallisten vuorten gorillat	Otava	16 800
20.	Sinikka Nopola: Se on myöhästä ny	WSOY	16 700

Lähde: Suomen Kustannusyhditys