



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Kurkistus kustannusprosessiin - Ohjeistus aloittelevalle kirjailijalle

Haapa-alho, Ella

Kovero, Mia

2012 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Kurkistus kustannusprosessiin - Ohjeistus aloittelevalle kirjailijalle

Haapa-alho, Ella & Kovero, Mia
Palveluiden tuottamisen ja johtami-
sen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2012

Haapa-alho, Ella; Kovero, Mia

Kurkistus kustannusprosessiin - Ohjeistus aloittelevalle kirjailijalle

Vuosi	2012	Sivumäärä	36 (+53)
-------	------	-----------	----------

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa ohjeistus kustannusprosessista interaktiivisen lastenkirjasarjan suunnittelua varten. Tavoitteena oli selvittää kustannustoimintaa perinteisen kustantamisen sekä omakustantamisen kautta. Näiden lisäksi tavoitteena oli paneutua tekijänoikeuksiin sekä siihen, miten kirja myydään kustannusyhtiölle. Näiden tietojen pohjalta laadittiin ohjeistus kustannusprosessista. Opinnäytetyön toimeksianto saatiin Delicode Oy:n perustajalta, Julius Tuomistolta.

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat kustannustoiminta ja kustannusprosessi. Opinnäytetyötä varten tutustuttiin kustannusalaa käsitteleviin teoksiin. Kustannustoiminnasta löytyi vähän lähdekirjallisuutta, joten haastatteluista muodostui tärkein aineistonkeruumenetelmä.

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi ohjeistus kustannusprosessiin. Ohjeistus antaa vinkkejä interaktiivisen lastenkirjasarjan julkaisuun. Se sisältää yksityiskohtaisen selonteon kustannusprosessin etenemisestä. Ohjeistuksessa esitellään Suomen suurimmat kustannusyhtiöt ja etsitään jokaisen yhtiön omat vahvuudet. Ohjeistukseen koottiin myös kustannusalaa käsitteleviä taulukoita, joiden avulla on mahdollista tutustua lastenkirjojen myyntiin Suomessa.

Ohjeistus palautettiin toimeksiantajalle toukokuussa 2012. Toimeksiantaja koki työn erittäin kattavana ja hyödyllisenä lastenkirjasarjan julkaisua ajatellen. Työ tulee olemaan konkreettinen apu Kinected Stories -kirjaprojektissa. Ohjeistus on laadittu toimeksiantajan käyttöön, ja sitä ei näin ollen ole liitetty opinnäytetyöraporttiin.

Haapa-alho, Ella; Kovero, Mia

A Glance into Publishing Process - A Guide for a Beginner Author

Year	2012	Pages	36 (+53)
------	------	-------	----------

The purpose of this thesis was to produce a literal guide to the publishing process. The guide is meant to provide help with designing an interactive children's book series. The primary objective was to clarify publishing through traditional publishing and self-publishing. Another objective was to delve into copyrights and also to scrutinize how a book can be sold to a publisher. A guide to the publishing process was created based on this information. The commission for this thesis was given by the founder of Delicode Inc., Julius Tuomisto.

The main concepts of this thesis are publishing and the publishing process. Interviews were the primary method for gathering research data because of the small amount of literature on publishing. Three publishers and four authors were interviewed for this thesis.

A guide to the publishing process was created as a result of this thesis. The guide provides tips for the publishing of an interactive children's book series. It includes a detailed report about the progress of the publishing process. The guide introduces Finland's largest publishers and their strengths. In the guide there are also tables where on children's book sales in Finland are presented.

The guide was given to the commissioner in May 2012. According to the commissioner the guide is an extremely comprehensive and useful tool when considering publishing of a children's book series. The guide will provide concrete help to the Kinected Stories book project. The guide has been drawn up for the commissioner's use only and therefore it is not enclosed to this thesis.

Key words publishing, publishing process, guide

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Delicode Oy	7
3	Kustannusprosessi	9
3.1	Kustantaja ja kustantaminen	10
3.2	Perinteinen kustannusprosessi	11
3.3	Omakustantamisprosessi	16
3.4	Tekijänoikeudet	18
3.5	Kirjan myyminen kustannusyhtiölle.....	19
4	Ohjeistuksen toteuttamisprosessin kuvaus	22
4.1	Suunnitteluvaiheen eteneminen.....	23
4.2	Ohjeistuksen toteuttaminen	24
4.3	Ohjeistuksen kuvaus	25
4.4	Arviointivaiheen toteutus.....	27
5	Yhteenveto ja johtopäätökset	28
	Lähteet	30
	Kuvat	32
	Kuviot	32
	Liitteet.....	33

1 Johdanto

Kirjan kirjoittaminen vaatii taitoa ja omistautumista kirjalle, mutta sen julkaisuun tarvitaan myös hitunen onnea. Suomessa julkaistavien lastenkirjanimekkeiden määrä vaihtelee paljon vuosittain. Vuonna 2011 julkaistiin noin 1200 uutta lastenkirjanimekettä. Näistä vain murto-osa oli esikoiskirjoja. Suomen kirjamarkkinoille on hankala päästä. Se ei kuitenkaan ole mahdotonta, mikäli perehtyy kustannustoimintaan ja kustannusyhtiöihin.

Opinnäytetyön toimeksianto saatiin Delicode Oy:n perustajalta, Julius Tuomistolta. Delicode Oy on Microsoft Kinectille ohjelmistoja tuottava yritys, joka on kiinnostunut julkaisemaan Kinect-yhteensopivan interaktiivisen lastenkirjasarjan. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa ohjeistus kustannusprosessista interaktiivisen lastenkirjasarjan suunnittelua varten. Tavoitteena oli selvittää kustannustoimintaa perinteisen kustantamisen sekä omakustantamisen kautta. Näiden lisäksi tavoitteena oli paneutua tekijänoikeuksiin sekä siihen, kuinka kirja voidaan myydä kustannusyhtiölle. Näiden tietojen pohjalta tavoitteena oli laatia ohjeistus kustannusprosessista. Henkilökohtainen oppimistavoite oli kehittyä tutkimuksellisenä toimijana sekä hyödyntää opittuja työskentelymenetelmiä.

Opinnäytetyöprosessissa haastateltiin kolmea kustannustoimittajaa sekä neljää kirjailijaa. Kustannustoimittajan työnkuvasta kertoivat Lippo Luukkonen WSOY:ltä, Tanja Poskela Lasten Keskuksesta sekä Sanna Vartiainen Karistolta. Kirjailijan näkökulmaa kustannusprosessiin tarjosivat kirjailijat Netta Wallden, Tapio ja Virpi Liinoja sekä sarjakuvapiirtäjä Anni Nykänen. Tämän lisäksi lähteinä käytettiin kustannusalaa käsitteleviä teoksia.

Luvussa kaksi esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja sekä tutustutaan Kinected Stories- kirjaprojektin taustoihin. Seuraavassa luvussa paneudutaan opinnäytetyön kannalta olennaisimpaan aiheeseen, kustannustoimintaan. Luvussa perehdytään perinteiseen kustantamiseen, omakustantamiseen sekä tekijänoikeuksiin. Luvun lopussa pohditaan lyhyesti mitä seikkoja tulee ottaa huomioon oman käsikirjoituksen myymisessä kustannusyhtiölle. Seuraavassa luvussa kerrotaan hankkeen etenemisestä vaiheittain. Tämän jälkeen käsitellään johtopäätökset ja yhteenveto. Toimeksiantajalle tuotettu ohjeistus ei ole julkinen, eikä sitä näin ollen ole liitetty opinnäytetyöhön.

2 Delicode Oy

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Julius Tuomisto Delicode Oy:stä. Delicode Oy on tietojensa mukaan ainoa yritys Suomessa joka on keskittynyt puhtaasti Kinect-ohjaimelle kehitettäviin tietokonesovelluksiin ja algoritmeihin. Delicodella on suunnitelmassa Kinected Stories lastenkirjasarja, joka nojaa vahvasti transmedialliseen tarinankerrontaan. Tämä tarkoittaa, että tarkoituksena on julkaista kirjat sekä perinteisinä paperikirjoina, että puhuttuina interaktiivisina versioina. Interaktiivinen osuus tullaan toteuttamaan Microsoft Kinectin sekä mahdollisesti myös Applen laitteiden avulla. Nämä interaktiiviset osat tulevat olemaan sähköisesti ladattavina. Delicoden lisäksi projektissa on mukana neljä suomalaista taiteilijaa, tuottaja sekä suomalainen peliohjelmoija. (Tuomisto 2012.)

Kinected Storiesin interaktiivinen osuus toteutetaan Microsoft Kinectin avulla. Kinect on Microsoft Xbox 360 konsolin liikkeentunnistusohjain, joka julkaistiin marraskuussa 2010. Kinect on täysin ohjaimeton järjestelmä, ohjaimena laitteessa toimii pelaaja itse. Pelaajat voivat käyttää ohjauksessa apuna käsiään, jalkojaan, päätään tai koko kehoaan. Myös Xboxin käyttöjärjestelmää voi käyttää Kinectin avulla ilman ohjainta. (Berschewsky & Kärkkäinen 2010.) Kinect sisältää liiketunnistimen lisäksi kasvotunnistimen ja puhetunnistimen, joskin suomen kieltä laite ei vielä tue (Kärkkäinen 2011).

Alkuvuodesta 2012 Microsoft julkaisi Kinect sensorin myös PC:lle. Toimiakseen tietokoneella Kinect vaatii Windows 7 käyttöjärjestelmän. PC-versiota voidaan pitää Xbox 360:lle valmistetun Kinectin kehittyneempänä versiona, sillä se erottaa lähimmän kohteen jo puolen metrin etäisyydeltä. Xboxin Kinect vaatii vähintään puolentoista metrin etäisyyden. (Kinect PC:lle helmikuussa 2012.)

Kinectille on tehty lähemmäs sata peliä. Näistä kuitenkin lapsille tai koko perheelle suunnattuja pelejä on vain noin kaksikymmentä kappaletta. Koska Xbox 360 konsolia ei ole suunnattu 3-6-vuotiaille lapsille, ei tälle ikäryhmälle ole varsinaisesti yhtään Kinect-toteutusta. Kinectille tehdyt pelit vaativat valtavia resursseja, jotka näkyvät hinnassa. Elektronisen kirjan kulut voidaan kuitenkin pitää alhaisina siksi, että nuorelle kohdeyleisölle tuotetussa materiaalissa sisällön ei tarvitse olla realistisuuteen tähtäävää. Näin ollen graafiset ja äänelliset elementit voidaan pitää tuotantoystävällisinä. (Tuomisto 2012.) Alla oleva kuva on Kinected Storiesin

kuvittaja Mari Huhtasen luoma kuvituskuva konseptista.



Kuva 1: Kinected stories (Mari Huhtanen 2012)

Tuomiston (2012) mukaan Kinected Storiesin ideana on tarjota lasten ehdoin suunniteltu interaktiivinen elämys, kuten yllä oleva kuva esittää. Tämä tapahtuu yhdistämällä modernia liikkeentunnistusteknologiaa perinteiseen tarinankerrontaan. Kinected Stories on lastenkirjasarja, joka tarjoaa lapsille sekä lapsenmielisille mahdollisuuden hypätä mukaan suosikkitarinaansa. Konseptissa lapsi pääsee osallistumaan interaktiivisessa osiossa itse tarinankerrontaan ja vaikuttamaan tapahtumiin kehonsa liikkeillä ja äänellään. Tarinankertojan lukiessa tarinaa taustalla, lapsi kehittää leikin ohessa sekä henkisiä, että motorisia taitojaan. Kirjasarjan ensimmäiset osat ovat suunniteltu 3-6-vuotiaille lapsille. Tulevaisuudessa konseptia voidaan kuitenkin kehittää niin, että se kattaa myös vanhemmat ikäluokat. (Tuomisto 2012.)

Transmediallista tarinankerrontaa on käytetty hyväksi jo useampi vuosikymmen. Hyvän esimerkin transmediallisesta tarinankerronnasta antaa Star Wars. Giovagnolin (2011) mukaan transmediaa hyödynnettiin ensimmäisen kerran George Lucasin Star Wars elokuvien myötä. Elokuvien julkaisun jälkeen Star Warsista julkaistiin aiheeseen liittyvää materiaalia multimediaa hyödyntäen. Näitä olivat esimerkiksi kirjat, televisiosarjat sekä tietokonepelit. (Giovagnoli 2011, 25.)

Transmedian toimivuus perustuu siihen, että eri alustojen parhaat ominaisuudet tuodaan esiin hyödyntäen niitä tarinankerronnassa. Tämä tuo tarinaan uutta eloa ja samalla lisää sen elin-

ikä. Toisin sanoen tarina pysyy pääosin samana, mutta jokainen alusta loistaa omalla osa-alueellaan sen sijaan, että samaa ideaa ja tarinaa kopioitaisiin suoraan alustalta toiselle. (Norrington 2010.)

Transmediaa hyödyntävien kirjojen on keskityttävä ensisijaisesti tarinaan. Transmediallinen kerronta perustuu syvyyteen, osallistumiseen sekä erilaisiin kokemuksiin tarinaa varten luodussa ympäristössä. Tavoitteena ei ole ainoastaan tavoittaa vanhoja lukijoita, vaan hankkia myös uusia lukijoita. (Norrington 2010.)

Transmedian tarkoituksena ei ole käyttää erilaisia "mediakanavia" vain jotta tarina voitaisiin kertoa jatkuvasti samalla tavalla. Sen sijaan näiden kanavien ominaisuuksia hyödynnetään, jotta tarinaan saataisiin uusia ominaisuuksia ja elementtejä. (Norrington 2010.) Sama pätee myös suunnitteilla olevaan interaktiiviseen lastenkirjaan, joka tullaan julkaisemaan perinteisenä kirjana, mutta joka samalla hyödyntää Kinectin tuomia interaktiivisia ominaisuuksia. Kinectin avulla perinteiseen tarinaan saadaan lisää syvyyttä. Tarina pysyy näin ollen samana, mutta ilman Kinectiä se jää suppeammaksi. Kirjaa voidaan käyttää myös sellaisenaan, mutta tavoitteena on saada lukijat, tässä tapauksessa lukijoiden vanhemmat sijoittamaan myös Kinectiin.

Tuomiston (2012) mukaan tarina tullaan julkaisemaan usealla alustalla, mutta tarinat eivät tule näillä alustoilla olemaan täysin identtisiä. Interaktiivista tarinasisältöä voidaan päivittää internetin välityksellä automaattisesti. Kirjaversioon voi myös sisällyttää kuvia tai koodeja, jotka reagoivat Kinect laitteen kanssa. Interaktiivista tarinankerrontaa voi toteuttaa myös esimerkiksi Applen iPhone ja iPad laitteilla. Applen laitteilla interaktiivisuus ilmenee tehtävissä joissa pitää esimerkiksi liikuttaa sormeja tai puhallella. Täydellinen transmediakokemus Kinected Storiesille saataisiin, mikäli tarinankerrontaan saataisiin valjastettua vielä kolmas kanava, kuten TV. (Tuomisto 2012.)

3 Kustannusprosessi

Tässä luvussa perehdytään opinnäytetyön keskiössä olevaan kustannusprosessiin sekä siihen liittyviin osa-alueisiin. Tekstissä paneudutaan ensin siihen kuka on kustantaja ja mitä kustannustoiminta on. Tämän jälkeen tutustutaan perinteiseen kustannusprosessiin sekä omakustantamisprosessiin. Seuraavaksi perehdytään tekijänoikeuksien rooliin kustannusalalla, jonka jälkeen paneudutaan siihen, miten oman kirjan voi myydä kustannusyhtiölle. Alla olevasta kuvioista käy ilmi työn teoreettinen perusta.



Kuvio 1: Kustannustoiminta ja sen osatekijät

Nämä osatekijät on valittu lähempään tarkasteluun, koska ne koettiin oleelliseksi opinnäytetyön kannalta. Ennen työn aloittamista tuli selvittää mitä kustantaminen on. Tämän jälkeen tuli perehtyä perinteiseen kustantamiseen, sillä sen avulla saadaan kattava yleiskäsitys perinteisestä kustannusprosessista. Tämän lisäksi tutkittiin omakustantamista, sillä se on vaihtoehto silloin, kun kustannusyhtiö ei halua solmia kirjasta kustannussopimusta. Koska tavoitteena on kuitenkin julkaista lastenkirja kustannusyhtiön kautta, oli oleellista perehtyä siihen, miten kirja saadaan myytyä kustannusyhtiölle. Tekijänoikeuksiin tutustuttiin siksi, että toimeksiantaja on kiinnostunut pitämään interaktiivisen osion tekijänoikeudet itsellään ja myymään kustannusyhtiölle vain paperikirjan oikeudet.

3.1 Kustantaja ja kustantaminen

Ennen kustannusprosessiin tutustumista oli tärkeää selvittää mitä on kustantaminen ja miten kustantaja määritellään. Teoksessa Kirja 2010 Saarinen, Joensuu & Koskimaa (2001) määrittelevät kustantajan henkilöksi tai organisaatioksi, joka valitsee, mitkä tarjolla olevista käsikirjoituksista julkaistaan. Kustantaja myös hankkii tekijät teoksille mitkä on päättänyt kustantaa. (Saarinen ym. 2001, 86.) Kansalliskirjaston mukaan kustantajana pidetään henkilöä tai yhteisöä, joka kustantaa julkiseen käyttöön tarkoitettuja kirjoja tai erillisteoksia myytäväksi tai ilmaiseksi jaettavaksi. Kustantajiksi voidaan laskea varsinaiset kustannusliikkeet, yhdistykset, seurat, kunnat, virastot, tutkimuslaitokset, korkeakoulut tai yksityishenkilöt jotka julkaisevat teoksia. (Mikä tai kuka on kustantaja? 2012)

Kustantamisen muotoja on useita. Yleiskustantamisella tarkoitetaan kustantamista suurelle

yleisölle. Pienkustantamisessa puolestaan toiminta on pientä, mutta pääsääntöistä. Rajan veto yleiskustantamisen ja pienkustantamisen välille on vaikeaa. Yleensä kuitenkin pienkustantamot ovat keskittyneet tietyn tyyppiseen kirjallisuuteen joka kohdistetaan joko suurelle kohdeyleisölle tai pienemmälle ryhmälle. Pienkustantamot harvemmin julkaisevat bestsellereitä mutta ne myyvät kohtuullisen määrän usean vuoden aikana. Yksi kustantamisen muoto on omakustantaminen, omakustantamisella tarkoitetaan sitä, että kirjan tekijä itse kustantaa ja painattaa käsikirjoituksensa. Muita kustantamisen muotoja ovat tiedekustantaminen ja oppimateriaalikustantaminen. (Saarinen ym. 2001, 77, 87-89.) Sopivaa kustannusyhtiötä etsittäessä pieneen kustannusyhtiöön liittyvät omat riskinsä ja käsikirjoituksia otetaan kustannettavaksi todella pieniä määriä. Pienten kustantamoiden kansainväliset markkinat ovat myös pienempiä, kuin isompien kustantamoiden. Toisin sanoen jos kirjailija haaveilee myös kansainvälisestä menestyksestä, kannattaa ensisijaisesti lähestyä isompia kustannusyhtiöitä, joiden tiedetään julkaiseen myös kansainvälisesti menestyviä teoksia.

Saarisen ym. (2001) mukaan kirjan matka tekijältä lukijalle on monivaiheinen prosessi ja matkan varrella on monta erilaista toimijaa. Tuotantoketjussa päätoimijoita ovat tekijä, kustantaja ja kirjapaino. Muut tuotantoketjun toimijat ovat yleensä näiden kolmen alihankkijoita. Omakustanteissa ei yleensä ole kustantajaa vaan päätoimijoina ovat kirjailija ja kirjapaino. Toimijoiden määrä riippuu kirjan luonteesta. (Saarinen ym. 2001, 77.)

Kirjoja on kustannettu noin 250:n vuoden ajan. Arrakosken (2004) mukaan tämän ajanjakson aikana kirjankustannusprosessi ei ole kokenut suuria rakenteellisia muutoksia. Kirjan nykyinen arvoketju on rakentunut nykytilaansa yli sata vuotta sitten. Kehitys on helpottanut ja nopeuttanut kirjan painamisen prosessia huomattavasti. Tämä puolestaan on vaikuttanut siihen, että kustantamisen kynnyks on madaltunut. (Arrakoski 2004, 43-44.)

3.2 Perinteinen kustannusprosessi

Muussa kuin omakustanteessa kustantajana toimii joku muu kuin kirjailija itse. Kustantajalla on monenlaisia tehtäviä, näihin kuuluu esimerkiksi huolehtiminen taloudellisista ja teknisistä resursseista joita tarvitaan matkalla käsikirjoituksen muokkaamisesta lopulliseksi kirjaksi. Käsikirjoituksia tulee kustantamoille postissa suuria määriä, näistä tulee löytää menestyvät teokset. Kustantajat saavat käsikirjoituksia myös aiemmin julkaisseilta kirjailijoilta. Suuri osa Suomessa myytävistä kirjoista on käännettyjä teoksia, käännösoikeuksien saaminen menekkiteoksiin edellyttää kustantajilta aktiivisuutta ja kilpailukykyä. Menestyvien teosten myynnistä saaduilla rahoilla voidaan vuosittain kustantaa teoksia, jotka eivät ole taloudellisesti kannattavia, mutta sisältävät kulttuurista arvoa. (Saarinen ym. 2001, 89-90.)

Koistisen (2007) mukaan kustannusprosessin ensimmäinen vaihe on, että kirjailija kirjoittaa käsikirjoituksensa valmiiksi. Kustantajan näkökulmasta kirjan aiheella ei ole juurikaan merkitystä, kun taas toteutuksella sen sijaan on. Tärkeää ei toisin sanoen ole se mistä kirjoitetaan, vaan miten siitä kirjoitetaan. Kustantamoissa kirjojen käsikirjoituksia silmäilläään niiden julkaistavuutta ajatellen. Kustantajan tehtävä on arvioida muun muassa onko käsikirjoitukselle lukijoita, ja miten se soveltuu kustannusohjelmaan. (Koistinen 2007, 53-55.)

Koistinen (2007) muistuttaa, että kustannustoimittaja on yleensä kirjan ensimmäinen lukija. Tästä johtuen on tärkeää, että kustannustoimittaja ymmärtää, millä tavoin kirjailija tuo tarinaan parhaiten sisältöä. (Koistinen 2007, 55.) Teoksen rakenne ja tarinan loogisuus on kustannustoimittajan harteilla. Kustannustoimittajan työn määrä riippuu paljon käsikirjoituksen tasosta, joitakin käsikirjoituksia täytyy hioa vain vähän kun taas jotkin käsikirjoitukset vaativat paljon lisäkirjoitustyötä. Kustannustoimittaja toimii kirjailijan yhteyshenkilönä kustantamoon. Ilman kirjailijan ja kustantajan yhteistyötä ei synny mestariteoksia. (Saarinen ym. 2001, 92-93.)

Kustannussopimukseen on tärkeää perehtyä tarkasti ja kirjailijan on tärkeää tietää oikeutensa. Niirasen (2004) mukaan Kustannussopimuksessa sovitaan monista teokseen liittyvistä oikeuksista. Päteväksi sopimukseksi luetaan sekä kirjalliset että suulliset sopimukset, kirjallisen sopimuksen ei myöskään tarvitse noudattaa mitään mallia. Sovittavien asioiden tulee olla kuitenkin kummallekin osapuolelle selviä. Mikäli kustannussopimuksessa ei erikseen ole sovittu kaikista käytänteistä, sovelletaan näihin käytänteisiin silloin laissa kirjattuja kustannussopimukseen liittyviä pykäläitä. (Niiranen 2004, 94-97.)

Niiranen (2004) on listannut tärkeimpiä kustannussopimuksessa käsiteltäviä asioita. Sopimuksessa on hyvä olla kohta, jossa tekijä vakuuttaa teoksen omaksensa. Sopimuksessa tekijä lupaa luovuttaa kustannusoikeudet vain yhdelle kustantajalle kerrallaan, näin kustantaja voi luottaa siihen, että toinen kustantaja ei julkaise samaa teosta. Usein tekijä myös sitoutuu siihen, ettei luovuta toisen teoksen kustannusoikeuksia toiselle kustantajalle, mikäli toinen teos liittyy olennaisesti ensimmäiseen teokseen. Muuten kustantaja ei saa kieltää kirjailijaa vaihtamasta kustantajaa. Tekijällä on kuitenkin oikeus vaihtaa kustantajaa, mikäli teoksen painos on myyty loppuun ja kustantaja ei ota teoksesta uutta painosta vuoden kuluessa kirjailijan vaatimuksesta uuteen painokseen. Kustannussopimuksessa on hyvin tärkeää myös määritellä mitä oikeuksia luovutetaan kustantamolle ja mitkä jäävät tekijälle. Usein sopimuksissa on kohta, jossa sanotaan että tekijän tulee ensisijaisesti tarjota sähköisiä oikeuksia kustantajalle, jolla ovat teoksen painetut oikeudet. Harvemmin tekijä kuitenkin on velvoitettu tekemään sopimusta sähköisistä oikeuksista saman kustannusyhtiön kanssa. (Niiranen 2004, 98-103.)

Niirasen (2004) jatkaa, että kustannussopimuksissa sovitaan usein painoksen suuruus, lisäpainokset, teoksen hinta, nimi sekä markkinointi. Usein sopimuksissa sanotaan, että kustantaja on vapaa päättämään näistä asioista. Yleensä kuitenkin myös kirjailija on mukana päättämässä näistä asioista. Nimestä, kuvituksesta ja kannen ulkoasusta käydään tiivistä keskustelua kirjailijan ja kustantajan välillä. Yksi parhaimmista tavoista mainostaa kirjaa on käyttää kirjailijaa apuna mainostuksessa. Tekijää ei kuitenkaan voi velvoittaa markkinoimaan kirjaansa erilaisissa tapahtumissa kuten kirjamesseilla vaan kirjailija saa itse päättää osallistumisensa määrän. Painosmäärän päättämiseen kustantajalla on enemmän tarvittavaa ammattitaitoa koska hän osaa paremmin arvioida menekin. Kustantajan velvollisuuksiin kuuluu teoksen levittäminen ja painoksen loppuun myyminen. (Niiranen 2004, 103-106.)

Niiranen (2004) kirjoittaa että kustannussopimuksissa sovitaan enimmäkseen tekijän vastuista, mutta sopimukset sisältävät myös kustantajan velvollisuuksia koskien tekijänpalkkion maksamista, vapaakappaleiden luovuttamista ja tilityksen antamista. Tekijänpalkkiosta ei ole lakimääräyksiä vaan se on aina sovittava kustantajan ja kirjailijan kesken, vaihtoehtojen määrä on loputon. Usein kuitenkin kustantajat käyttävät palkkioina nettomyyntituloista laskettavia prosentteja tai kertakorvausta. Tekijänpalkkioista maksetaan usein osa ennakoon, mutta tästäkään ei ole yleispätevää käytäntöä. Sopimukseen on hyvä kirjata se, mistä kirjailijalle maksettava palkkio muodostuu, näin ei pääse syntymään erimielisyyksiä jälkeinpäin. Mikäli kirjalla on useita tekijöitä, täytyy kustannussopimuksessa sopia myös palkkion jakautumisesta, palkkion jakautuminen riippuu kunkin osapuolen työmäärästä. Prosenttiperusteisten tekijänpalkkioiden maksaminen loppuu sopimuksessa sovitun perusteella. Usein tekijänpalkkioita ei makseta enää kun kustantajan varastossa on teosta enää 50 tai 100 kappaletta tai kun teosta myydään alle 5 kappaletta vuodessa. Laissa ei ole säännöstä maksamisen lakkaamiseen. Lain mukaan kustantaja on velvollinen toimittamaan kirjailijalle painatustodistuksen painetusta määrästä, vaikka kustannussopimuksessa tästä harvoin sovitaankaan. (Niiranen 2004, 106-111.)

Niirasen (2004) mukaan kustannussopimuksessa sovitaan usein että kirjailija on velvollinen huolehtimaan vedoksen oiko- tai korjausluvusta ilman erillistä palkkiota. Kirjailijan on myös palautettava vedos kohtuullisessa ajassa kustantajalle tai kustantaja voi katsoa kirjailijan hyväksyneen tehdyt muutokset. Uusintapainoksia otettaessa tekijä on usein myös velvollinen pitämään teoksensa ajan tasalla tehden uusiin painoksiin tarvittavia korjauksia ja muokkauksia. Lain mukaan tekijällä on myös oikeus päivittää teostaan uusia painoksia varten. Sopimukseen voidaan ottaa myös kohta, jossa sanotaan että mikäli teoksen tekijä ei tarvittavia muutoksia tee, voidaan hänen tilalleen ottaa toinen tekemään tarpeelliset muutokset. Kustannettaessa usean tekijän tekemää teosta on sopimuspykälä tarpeellinen. Tietokirjallisuudessa ehto sisältyy useisiin sopimuksiin. (Niiranen 2004, 111-113.)

Kustantaja voi palauttaa oikeudet takaisin kirjailijalle mikäli tarpeellista. Palautuksesta voidaan sopia vapaamuotoisesti kustantajan ja tekijän välillä. Tekijä voi vaatia kustannusoikeuksia takaisin vain kun kustantaja ei tietyissä ajassa julkaise teosta tai ota siitä uusintapainosta. Mikäli kustantaja haluaa säilyttää kirjan kustannusoikeudet ikuisesti, onnistuu se säilyttämällä muutama kappale teosta varastossa. Kustannussopimuksen irtisanominen ja purkaminen vaatii perusteita. Tekijä voi vaatia sopimuksen purkua, mikäli kustantaja ei toimita ennakkopalkkiota, kustantaja taas jos tekijä ei toimita käsikirjoitusta tietyissä ajassa vaan paljon myöhemmin ja keskeneräisenä. (Niiranen 2004, 113-116.)

Niiranen (2004) painottaa että kustantaja ei saa luovuttaa tekijänoikeuksia eteenpäin ellei asiasta ole erikseen sovittu. Poikkeuksen muodostaa kustannusliikkeen, tai kustannusliikkeen osan myyminen. Kustannussopimukset ovat myyntitilanteissa pitäviä ja uusi kustantaja hoitaa maksut tekijälle. Monissa sopimuksissa on sovittu kustannusyhtiön oikeus välittää käännösoikeuksia toisille maille ja kielille. Mikäli oikeutta käännösoikeuksiin ei ole siirretty, on kirjailijalla itsellään oikeus etsiä kirjalleen ulkomaisia kustantajia. Usein sopimuksessa sovitaan että kustantaja on oikeutettu korvaukseen oikeuksien välittämistä. Korvauksen määrä riippuu sopimuksesta. (Niiranen 2004, 117-118.)

Kustannussopimuksessa sovitaan monista kirjailijan ja kustantajan vastuista ja tehtävistä. Koistisen (2007) mukaan kustantajan tärkein tehtävä on kuitenkin löytää lukijoita kirjoille, joita se on julkaissut. Suunnitteilla olevan kirjan kannalta on kriittistä, että se esitellään ja tilataan hyvissä ajoin ennakkoon, sillä muutoin julkaisu on lähes mahdotonta. Kirjailijoiden tulisi pitää kustantaja ajan tasalla tekeillä olevasta kirjasta, antaa esimerkiksi osa kirjasta luettavaksi sekä pohtia hyvissä ajoin lopullisen teoksen nimeä. (Koistinen 2007, 57-58.)

Kirjapaino toteuttaa kustantajien suunnitelmat. Kustantamoissa työtetään työn alla olevan teoksen esittelymateriaaleja ajoissa, alkaen aina teoksen esittelytekstistä. Kustantajan tehtävänä on pohtia kirjan suhdetta kirjailijan aikaisempiin teoksiin. Analyysin pohjalta syntyvä esittelytekstiä käytetään kustantamon sisäisesti, vaikka esimerkiksi kirjan tekoon oleellisesti osallistuvat osapuolet, esimerkiksi mainostoimittajat ja kuvittajat lukevat myös käsikirjoituksen heti kun se vain suinkin on saatavilla. Kirjailijoiden esikoisteokset poikkeavat kuitenkin hieman tästä kaavasta. Tekijästä saatetaan tässä tapauksessa ottaa myös valokuvat ja mahdollisesti jopa videoesittely, jonka on tarkoitus vakuuttaa kirjakauppojen sisäänostajat. (Koistinen 2007, 58.)

Suomen kirjamarkkinat ovat Koistisen (2007) mukaan jakautuneet kahtia. Markkinoilla olevat kirjat listataan näkyviin myyntikirjoihin eli bestsellereihin sekä vähemmän näkyviin kirjoihin. Kirjakaupat tilaavat paljon myyntikirjoja ja tästä johtuen niiden markkinointiin ja mainostamiseen panostetaan. Vähemmän tunnettujen kirjojen tunnetuksi tuomista varten kehitellään

jatkuvasti erilaisia keinoja. Koistinen (2007) huomauttaa tämän olevan erittäin haastavaa, mikäli kirjaa ei alun perinkään ole markkinoilla. Oleellista on myös se, pääseekö julkaistava kirja kirjakauppojen valikoimiin. Tätä ei voida Koistisen (2007) mukaan pitää itsestäänselvytenä, vaan kirjan kohtalo ratkeaa yleensä aiemman myyntihistorian perusteella. Esikoisteoksilla ei luonnollisesti ole edeltävää myyntihistoriaa, joten sitä ei myöskään tilata ennakoon suuria määriä. Kirjakauppiaan on seurattava kirjan saamaa palautetta. Mikäli palaute on hyvää, alkavat lukijat yleensä etsiä sitä kirjakaupoista. (Koistinen 2007, 59-60.)

Kustannustoiminnan lisäksi kirjaa julkaistaessa on tärkeää paneutua myös markkinointiin. Tapa, jolla tuotetta markkinoidaan, vaikuttaa olennaisesti sen tulevaisuuteen ja tunnettavuuteen. Tulisalo (2004) toteaa, että kirjan markkinoinnissa tärkeää on tuotteistaa kirja. Tämä on Tulisalon mukaan välttämätöntä, jotta kirjan kulku kirjoittajalta lukijoille olisi ylipäänsä mahdollista. Kustannustoimintaa tehdään Tulisalon mukaan kokonaisuutena ja useat kustantajat ottavatkin valikoimiinsa myös niitä teoksia, joiden liiketaloudellinen kannattavuus näyttää heikolta. Kustannusyhtiön koko valikoima, profiili sekä kirjailijasuhteiden ylläpito voivat tässä tapauksessa ylittää rahamääräiset odotukset. (Tulisalo 2004, 295.)

Tulisalo (2004) muistuttaa kuitenkin, että kustannusohjelman täytyy olla taloudellisesti kannattava. Satunnaisen kirjanimikkeen sijaan myydään yleensä kattavampia kokonaisuuksia, esimerkiksi kauden julkaisuja tai tiettyä julkaisusarjaa. Toisaalta taas tunnetut kirjailijat ja kirjanimikkeet voidaan tuoda esiin myös yksilöllisesti. (Tulisalo 2004, 296.)

Kirjailijalla on usein korkeat odotukset kirjan markkinoinnin ja myynnin suhteen. Sekä kirjailijan että kustannusyhtiön panos on tarpeellista kirjan markkinointia suunnitellessa. Yksi markkinoinnin peruslähtökohdista on asiakkaiden tavoittaminen jälleenmyyjien ja muiden kanavien kautta. Tällöin kustannukset ja budjetti pysyvät hallinnassa ja asiakkaille annetut lupaukset voidaan täyttää. On tärkeää, että kirjailija on sitoutettu markkinointiin. Kirjailija tuntee lukijansa, mahdollisesti kaikista osapuolista parhaiten. Tulisalon (2004) mukaan kirjailija voi omalla tietotaidollaan auttaa kustantamoita tavoittamaan kirjan lukijat. Tulisalo muistuttaa kuitenkin, että markkinointia tehdään lukijoille liiketalouden sääntöjä noudattaen. Tämä käy ilmi esimerkiksi kustannussopimuksista, joissa todetaan, että kustantaja on yksin vastuussa ja vastaa näin ollen myös markkinoinnista. (Tulisalo 2004, 296-299.)

Niemi (2007) pohtii sitä, voiko elektroninen kirjallisuus korvata perinteisen kirjallisuuden. Perinteinen kirjallisuus ei kuitenkaan näyttäisi jäävän elektroniikan jalkoihin, sillä kirjat tarjoavat elämyksiä ja kokemuksia, joita toistaiseksi mikään muu viestintämuoto ei voi tuottaa. Niemi (2007) huomauttaa myös, että kirjallisuuden avulla voidaan pohtia syvällisesti esimerkiksi moraalisia kysymyksiä syvällisemmin kuin mediassa. (Niemi 2007, 20-21.) Myös Arrakoski (2004) toteaa, että kirjaa parempaa elämystä ei kuitenkaan ole vielä keksitty. Kirjaa ei vaivaa

ongelmat, jotka koskevat e-kirjoja. Kirjasta ei voi esimerkiksi loppua patterit ja se sietää auringonvaloja, sekä elämän kolhuja. Arrakoski uskoo myös, että kirjan vetovoima vain kasvaa kun asiat ympärillämme sähköistyvät entisestään. (Arrakoski 2004, 43.) Elektroniset kirjat tuovat kuitenkin hyvän vastineen perinteisille kirjoille ja niihin sisältyy myös monia hyviä puolia. Erilaiset elektroniset laitteet, esimerkiksi iPadit mahdollistavat kirjojen lukemisen sähköisesti. Tämä on varteenotettava huomio interaktiivista lastenkirjasarjaa suunnitellessa. Sähkökirjan lisäksi laite antaisi valmiudet esimerkiksi kirjaan liittyvän pelin tai muun sovelluksen käyttämiseen.

3.3 Omakustantamisprosessi

Omakustantamiseen on perehdytty, koska Omakustantamista voidaan Kinected Storiesin kohdalla harkita, mikäli miltään kustannusyhtiöltä ei saada myönteistä kustannuspäätöstä. Omakustantamiseen kuluu enemmän resursseja, mutta tarkalla suunnittelulla omakustantamisesta saadaan potentiaalinen vaihtoehto. Kai Vakkurin (2005) mukaan omakustantaminen tarkoittaa sitä, että kirjoittaja julkaisee itse kirjansa, tai muun kustannuksia vaativan tuotteen, omalla kustannuksellaan. Omakustantaminen on lisääntynyt huomattavasti viime vuosina, niin Suomessa kuin maailmallakin. Omakustantamiseen voi olla useita syitä, usein omakustantaminen merkitsee omakustantajalle itselleen henkisesti paljon. Omakustantaminen säilyttää ja vie kansallista kulttuuria eteenpäin. Omakustantamisessa, kuten kaupallisessa kustannustoiminnassakin, tärkeintä on se, että kirjan julkaisemisessa täytyy olla kaupallisesti kannattava idea. Kohderyhmä on tunnettava ja kirjalla on oltava tarkoitus. On myös hyvä tietää ja välttää mahdollisia omakustantamiseen liittyviä riskejä. (Vakkuri 2005, 11-12.)

Vakkurin (2005) mukaan omakustantamisesta voidaan käyttää myös termiä itsekustantaminen. Tämä tarkoittaa sitä että tekijä itse kirjoittaa tai muuten valmistaa tuotteensa siihen asuun että siitä voidaan teknisellä tavalla tehdä useita kappaleita. Tekijä itse maksaa tekemisen ja hoitaa markkinoinnin. On olemassa muutama omakustantamisen muoto, jossa tekijän lisäksi kustannustoiminnassa on mukana muitakin. Kimppakustantaminen on Vakkurin keksimä termi, joka tarkoittaa että tekijä on yhteistyössä toisen osapuolen, yleensä kustannusyhtiön kanssa. Yleensä kimppakustantamisessa tekijä sitoutuu ostamaan tietyn osan painoksesta kustannusyhtiöltä. Kirjoittajan kannalta sopimuksessa on hyvää se, että kustantaja vastaa markkinoinnista ja tilittää toteutuneesta myynnistä tekijälle sovitun määrän. Lisäksi kustantaja vastaa teknisestä puolesta ja velvoitteista, kuten arvonlisäverosta ja ISBN-numeroista sekä EAN-koodeista. Suomessa on nykyisin useita kimppakustantamiseen erikoistuneita tai sitä harjoittavia pienkustantajia. (Vakkuri 2005, 13-14.)

Kuten aikaisemmin mainittiin, on omakustantamiseen monenlaisia syitä. Omakustantamisen syitä ovat esimerkiksi että kirjoittaja haluaa saada ajatuksensa julki, ja ilmaista itseään kir-

joitustensa kautta. On myös mahdollista että kirjoittaja haluaa saada nopeasti tekstinsä julkisuuteen, mutta kustannuspäätösten saaminen kustantajilta saattaa kestää useamman kuukauden. Tällöin omakustantamisella saa teoksen nopeammin painetuksi. Omakustantamiseen saattaa olla syynä myös taloudellinen hyöty. Joskus omakustantaminen on ainoa keino julkaista, kun kustannusyhtiöt eivät ole osoittaneet kiinnostusta teosta kohtaan. Joskus kustanteita ei edes haluta julkiseen levitykseen. Tällaisia teoksia ovat esimerkiksi muistelmat tai opinnäytetyöt. (Vakkuri 2005, 16-20.)

On olemassa myös syitä, miksi ei pitäisi omakustantaa. Jordanin (2010) mukaan yksi yleinen harhaluulo on, että kustannusyhtiöt kiinnostuvat enemmän omakustanteista kuin heille lähetetyistä teoksista. Tämä ei kuitenkaan ole totta, kustantajat suhtautuvat varauksella omakustanteisiin koska on todennäköistä että kirjailija on saanut jo useammalta kustantajalta kielteisen kustannuspäätöksen. Kustantajat pelkäävät myös että kirjailija on pilannut mahdolliset markkinat omakustanteella. Noin joka kymmenes omakustannelastenkirja herättää kustantajien mielenkiinnon. (Jordan 2010, 79.) Tämä riski on hyvä ottaa huomioon, koska kyseessä on lastenkirjasarja. Mikäli kirjasarjan ensimmäinen osa toteutetaan omakustanteena, voi se joko herättää kustannusyhtiöiden mielenkiinnon kustantaa seuraavia osia tai mahdollisesti herättää epäluuloja konseptin kiinnostavuutta kohtaan.

Mikäli kirjoittaja on päätyvässä teoksensa omakustantamiseen, on muutama kysymys joita tulee pohtia. Vakkuri (2005) painottaa että tekijän on hyvä miettiä miksi omakustannetta tarvitaan ja mitä se saa aikaan? Miten omakustanne toteutetaan, koska se on valmis, kuka prosessissa on mukana, mitä se maksaa ja miten se tullaan jakelemaan? Näiden kysymysten lisäksi tulee pohtia mikä on oikea ulkoasu, kohderyhmä, sisältö, hinta ja jakelu. Näitä asioita pohtimalla voidaan päätellä minkä suuruinen ensipainos teoksesta tulisi ottaa. (Vakkuri 2005, 31-32.) Mikäli Kinected Stories - projektissa päädytään omakustantamiseen, on hyvä, että mukana on tekijä, jonka teoksia on julkaistu ja joka on käynyt läpi perinteisen kustannusprosessin.

Omakustanteita on erilaisia. Halvimmillaan omakustanne toteutuu tulostimen ja nitojan avulla. On myös mahdollista ostaa painovälineitä omaan käyttöön. Omilla painovälineillä voi taata helposti pienien painoerien painamisen kun teokselle on tarvetta tai kysyntää. Kirjoituksia voi julkaista myös Internetissä e-kirjana. Jos kuitenkin päädytään julkaisemaan kirja ”perinteisenä”, tulee kirjavaino valita huolella. (Jordan 2010, 79-80.)

Vakkuri (2005) korostaa, että omakustantajan on tärkeä tehdä budjettisuunnitelma teokselleen. Suunnitelmassa on hyvä hahmottaa sitä, mihin kaikkeen rahaa kuluu ja mistä rahaa syntyy. Omakustanteessa on tärkeää kiinnittää huomiota kuvitukseen, nimeen, kansiin, kokoon ja kirja on hyvä luetuttaa kielentarkastajalla. Suurin kulu on kirjavainon palveluiden ostaminen.

Tämän vuoksi tarjousta kannattaa pyytää useammalta kirjapainolta. Sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen tulee pohtia painoksen kokoa ja ilmestymisajankohtaa. (Vakkuri 2005, 39; 62-77.)

Omakustantajan tulee markkinoida julkiseen levitykseen tarkoitettu teoksensa itse. Markkinointia varten on hyvä tehdä markkinointisuunnitelma josta selviää esimerkiksi kohderyhmät, käytettävissä olevat resurssit, markkinoitavat tuotteet ja palvelut, tavoitteet, markkinointistrategiat, toimenpideohjelma ja jatkosuunnitelma. Kirjan nimellä ja kansilla on markkinoinnissa tärkeä osa koska ne tekevät osaltaan kirjasta myyvän. Kirjaa voi markkinoida usein eri välinein. On tärkeää miettiä mikä on itselle parhaiten sopiva kanava, joka tavoittaa kohdeyleisön varmimmin. (Vakkuri 2005, 78-93.)

Omakustantajalla on myös velvollisuuksia jotka kuuluvat kustantajan vastuuseen. Kirjalle tulee hankkia ISBN-numero, numeron saa ilmaiseksi Helsingin yliopiston kirjaston Suomen ISBN-keskuksesta. Kirjoille täytyy hankkia myös EAN-koodi myyntiä varten. Myydyistä kirjoista tulee maksaa 8% arvonnäkövero kuukausittain. Helsingin yliopiston kirjastolle on toimitettava pakollinen vapaakappale, käytäntö perustuu erityiseen vapaakappalelakiin. Kirjoitettaessa kirjaa on myös mahdollista hakea erilaisia apurahoja ja stipendejä. (Vakkuri 2005, 101-104.)

3.4 Tekijänoikeudet

Kun kirjoitetaan omaa teosta, on tärkeää tietää tekijänoikeuksista. Suomessa voimassa oleva tekijänoikeuslaki on säädetty vuonna 1961. Laki suojaa teosta kokonaisuutena sekä osina, jota irrallaankin voidaan pitää tekijänsä luovan työn tuloksena. Jotta tekijänoikeuslaki suojaa teosta on teoksen oltava itsenäinen ja omaperäinen henkisen luomistyön tulos.

Tekijänoikeussuoja ei siis suojaa teoksia jotka syntyvät mekaanisen työn tuloksena tai ovat tehty kopioimalla muita teoksia. Tekijänoikeuslaki ei suojaa tietoa, tai muotoa, jolla tieto on kerrottu. Tuomioistuin päättää kulloisessakin tapauksessa milloin tekijänoikeuksia on rikottu. Tekijänoikeusrikkomuksista voi joutua sekä rikos- että vahingonkorvausvastuuseen.

Tekijänoikeus on voimassa 70 vuotta tekijän kuolemasta, alkaen seuraavasta vuodesta kuoleman jälkeen. (Niiranen 2004, 71-73.)

Tekijänoikeus syntyy kun tekijä päättää että teos on valmis. Tämä tarkoittaa että esimerkiksi kirjan käsikirjoitus ei tarvitse olla valmis tai painettu, että se nauttii teossuojaa. Tekijän ei tarvitse tehdä mitään saadakseen teokselleen suojaa, koska oikeus teokseen ei ole rekisteröitävissä. Yhteistekijyydessä tekijänoikeudet kuuluvat useammalle kuin yhdelle tekijälle. Yhteisteoksissa tekijänoikeuden voimassaolo lasketaan viimeisimpänä kuolleen tekijän kuolinvuodesta. Mikäli yhteisteoksissa eri tekijöiden osat ovat selkeästi eroteltavissa, on voimassaolo erillinen kunkin tekijän osalta. (Niiranen 2004, 74-76.)

Tekijälle kuuluu yksinoikeuksia teokseen liittyen. Lain mukaan tekijällä on yksinoikeus määrätä teoksensa käyttämisestä, hyödyntämisestä sekä muistankin teokseen liittyvistä asioista. Näitä oikeuksia on sekä taloudellisia, että moraalisia. Näistä vain taloudellisia oikeuksia pystyy luovuttamaan sopimuksella. Yksinoikeudessa on kuitenkin eräitä rajoituksia. Yksityishenkilöt saavat esimerkiksi kopioida teosta yksityiseen käyttöön, tämä on sallittua siksi että valvominen on hankalaa. Myös teoksen lainaaminen on sallittua, kunhan sitä lainataan hyvän maun rajoissa ja lähdeviittaukset ovat kunnossa. Tekijänoikeus on myös hyvä erottaa omistusoikeudesta. Tekijänoikeus säilyy tekijällä, vaikka hän myisi alkuperäisteoksen, alkuperäisteoksen ostanut puolestaan saa päättää mitä hän tekee teoksella. (Niiranen 2004, 77-85.)

Niirasan (2004) mukaan Kustannussopimusta tehtäessä tekijä sopii kustantajan kanssa sopimuksen tekijälle kuuluvien sopimusten siirtämisestä. Kustantajalle siirtyy useimmiten oikeus painaa ja levittää teosta myytäväksi. Muut oikeudet, joita ei erikseen kustannussopimuksessa siirretä, jäävät tekijälle. Kustantaja ja kirjailija hallitsevat kustantajalle siirrettyjä oikeuksia yhdessä. Kustantaja ei voi luovuttaa oikeuksia eteenpäin, ellei siitä ole erikseen sovittu. Kustantajalla ei myöskään ole oikeutta muuttaa teosta ilman lupaa. Poikkeuksista voidaan sopia kustannussopimuksissa, vaikkakin tämä on hyvin harvinaista. Kustantajalla ei ole oikeutta edelleenluovuttaa oikeuksia, jotka eivät hänelle kuulu. Näitä ovat esimerkiksi digitaaliset oikeudet, mikäli kustantajalla on oikeuden vain painettuun versioon. Mikäli kuitenkin kustannusyhtiö myydään, siirtyvät kustannusoikeudet samalla ostaneelle yritykselle. (Niiranen 2004, 77, 85-86.) Mikäli Kinected Stories -lastenkirjasarjalle saadaan myönteinen kustannuspäätös, on tärkeää sopia tarkkaan mitkä oikeudet siirtyvät kustantajalle ja mitkä säilyvät tekijällä. Kuten aikaisemmin on mainittu, kustannussopimuksessa tulee sopia, että kustannusyhtiö saa oikeudet vain paperiseen versioon. Näin oikeudet teoksen interaktiiviseen osioon säilyvät tekijällä.

Tekijänoikeus on voimassa 70 vuotta tekijän kuolemasta, alkaen kuolemaa seuraavasta vuodesta. Aiemmin Suomessa tekijänoikeus oli voimassa 50 vuotta kuolemasta mutta rajaa muutettiin EU-direktiivin takia jotta laki olisi sama kaikissa EU-maissa. Yhteisteoksissa tekijänoikeus lasketaan viimeisimpänä kuolleesta tekijästä. Tekijällä on määräämisvalta teokseensa elämänsä ajan. Kuoleman jälkeen oikeudet voivat siirtyä tapauksesta riippuen kustantajalle, perillisille, tai henkilölle, jolle tekijä on oikeudet testamentannut. (Niiranen 2004, 86-87.)

3.5 Kirjan myyminen kustannusyhtiölle

Lastenkirjallisuus koetaan helposti kirjallisuuden helpoimmaksi lajiksi, näin ei kuitenkaan ole.

Lastenkirjojen käsikirjoituksia lähetetään kustannusyhtiölle todella monia vuodessa ja näistä vain pieni osa pääsee julkaisuun asti. Lastenkirjallisuudesta ongelmallisen lajin tekee kohderyhmä. Lastenkirjailija ei voi kirjoittaa kirjaa, joka olisi tarkoitettu kaikille, koska lasten kielelliset kyvyt sekä kiinnostukset vaihtelevat suuresti jo parin ikävuoden välein. Näin ollen kohderyhmä jollekin tietylle kirjalle voi olla hyvinkin pieni. Lastenkirjan kirjoittamista varten on julkaistu useita oppaita, jotka auttavat matkalla kustannussopimukseen.

Louise (2010) mukaan tärkeintä lastenkirjan kirjoittamisessa on hyvä idea, halu kirjoittaa jotain itselleen sekä halu kirjoittaa lukuelämyksiä, joita lukija ei ikinä unohda. Kun on tiedossa idea, mistä haluaa kirjoittaa, on aika alkaa suunnittelemaan tarinaa. (Jordan 2010, 4-5; 89.) Jordanin (2010) mukaan vain todella hyvien kirjoittajien tulisi katsoa mihin kirja etenee kirjoittaessa. Muilla kirjoittajilla tulisi olla selkeä visio siitä, mitä kirjoitetaan. Tällä taataan se, että kirjalla on selkeä alku, keskikohta ja loppu. Ennen kirjoittamista tulee suunnitella kirjan juoni, hahmot sekä se, kenen näkökulmasta kirjoitetaan. Viimeinen asia mikä tulisi miettiä, on tyyli. Aloittelevan kirjailijan tulee välttää kopioimasta suosittujen lastenkirjailijoiden tyyliä. On kuitenkin tärkeää kehittää oma tyylinsä, jotta oma käsikirjoitus eroaa muista käsikirjoituksista. Tärkeitä tyyliin vaikuttavia tekijöitä ovat kirjan tasapaino kerronnan ja kuvailun välillä. Käytettyjen sanojen tulee myös vastata kirjan tyyliä, historiallisessa tarinankerronnassa ei esimerkiksi voi käyttää moderneja sanoja. Lisäksi oikeinkirjoitus on suotavaa. (Jordan 2010, 89-95.)

Kun lastenkirja on valmis, on tärkeää tietää monta asiaa omasta kirjastaan. Usein nämä on hyvä selvittää jo ennen kirjan lopullista kirjoittamista. Yksi tärkeimmistä asioista on tietää kirjansa tyyli. Tyylilajin tietäminen auttaa, kun mietitään mille kustannusyhtiölle ja kustannustoimittajalle käsikirjoitus tullaan lähettämään. Tyylilajin tunnistaminen auttaa myös tekemään vertailua jo markkinoilla olevien kilpailevien teosten kanssa. Lastenkirjat voidaan jakaa useisiin eri ryhmiin, esimerkiksi vauvaikäisten kirjoihin, aikaisiin kuvakirjoihin, kuvakirjoihin, helposti luettaviin kirjoihin, nuortenkirjoihin, uskonnollisiin kirjoihin, oppikirjoihin ja niin edelleen. Tämän lisäksi kirjat voidaan vielä jakaa sen mukaan ovatko ne faktaa vai fiktiota, fantasiakirjallisuutta, romanttisia teoksia tai kenties urheiluteoksia tai runoja. Kategorioita löytyy hyvin paljon. On hyvä kategorisoida oma teoksensa mahdollisimman tarkasti, koska se helpottaa huomattavasti teoksen myymistä kustannusyhtiölle. (Burby 2004, 7-11.) Kinected Stories - lastenkirjasarjan teokset sopisivat varmasti useampaan kuin yhteen kategoriaan. On kuitenkin tärkeää, että teos on kategorisoitavissa johonkin luokkaan, ettei se putoa eri luokkien väliin. Tällöin teosta on huomattavasti haastavampaa kohdistaa vain tietylle kohderyhmälle.

Burbyn (2004) mukaan kirjan tyyliin lisäksi tulee tietää myös kirjan kohdeyleisö. Lastenkirjallisuuden puolella kohdeyleisön tietäminen on vielä tärkeämpää kuin

aikuistenkirjallisuuden puolella. Lastenkirjoja kirjoittaessa kohderyhmä tulee todella tuntea. On tärkeää olla tietoinen siitä, mihin kohderyhmän kyvyt riittävät ja mistä kyseisen ikäryhmän lapset ovat kiinnostuneita. Tämän vuoksi on hyvä lukea mahdollisimman paljon markkinoilla olevia lastenkirjoja, jotka kuuluvat samaan kategoriaan tekeillä olevan käsikirjoituksen kanssa. Näiden teoksien avulla saa käsityksen, mihin kohderyhmän kielelliset ja älylliset taidot riittävät. Tämän lisäksi nuorille lapsille kirjoitettaessa tulee ottaa huomioon myös toissijainen kohderyhmä, vanhemmat, opettajat ja muut aikuiset, jotka ostavat ja lukevat kirjat lapsille. Näiden kahden kohderyhmän käsitykset hyvästä lastenkirjasta saattavat vaihdella, nuorille lapsille kirjoitettaessa tulee ottaa kummankin mieltymykset huomioon. Kirjan tulee olla sellainen, että vanhemmat jaksavat lukea sen yhä uudelleen, sekä sellainen, että lapset haluavat sen luettavan uudelleen. Vanhemmille on myös tärkeää, että kirja on opettavainen ja sisältää moraalisen opetuksen. Lisäksi kuvakirjat on tärkeä varustaa kuvituksella, joka on kummankin kohderyhmän mieleen. (Burby 2004, 41-45.)

Jotta käsikirjoitus pääsisi julkaistavaksi asti, on myös tärkeä tehdä taustatyötä markkinoilla olevista kirjoista. Kohderyhmän koon määrittäminen tarkasti on mahdotonta, mutta kirjailijalla tulisi olla jonkinlainen käsitys mahdollisesta kohderyhmästä. Markkinoilla ei myöskään saisi olla liikaa sellaisia teoksia, jotka ovat lähellä omaa käsikirjoitusta. Mikäli markkinoilla on samankaltaisia teoksia, täytyy kustantajalle osata perustella miten oma teos eroaa jo markkinoilla olevista teoksista ja mitkä ovat ne syyt, miksi oma teos saavuttaa tarpeeksi lukijoita ja ostajia. Kustantajille on tärkeää, että kirjailija itse ymmärtää kuinka paljon genrellä, johon käsikirjoitus kuuluu, on lukijoita ja mahdollisia ostajia. On kirjallisuuden lajeja jotka ovat jatkuvasti kovassa kulutuksessa. Tämän lisäksi markkinoilla on erilaisia trendejä. Mikäli oma käsikirjoitus on laskettavissa tällaiseen trendiaaltoon, kannattaa varoa, trendit ovat yleensä nopeasti ohi ja kustantajat eivät halua kustannuslistoilleen turhan montaa samanlaista kirjaa. (Burby 2004, 46-48). Tällä hetkellä Suomen markkinoilla ei ole mitään samankaltaisia konsepteja, jotka kilpailisivat Kinected Storiesin kanssa. Tämä on samaan aikaan sekä hyvä että huono asia. Koska konsepti on ainutlaatuinen, herättää se varmasti kuluttajissa kiinnostusta. Toisaalta koska samankaltaisen konseptin kiinnostavuudesta ei ole aiempaa tietoa, voi kustannusyhtiön suhtautuminen konseptia kohtaan olla epäluuloista.

Burbyn (2004) mukaan on myös tärkeää miettiä sitä, missä haluaa omaa kirjaansa myytävän. Eri kustantamoilla on erilaiset mahdollisuudet kirjan myyntiin ja markkinointiin. Suomessa lastenkirjalle on kuitenkin melko vähän vartenotettavia kustantajia mikäli haluaa kirjansa laajaan levitykseen. Suomessa ei ole paljoakaan lastenkirjoihin keskittyneitä pienkustantajia, niinpä käsikirjoitus kannattaa lähettää suurille yleiskustantajille. Suomessa kirjojen myyntipaikat rajoittuvat myös enimmäkseen kirjakauppoihin, nettikirjakauppoihin ja

markettien tai tavaratalojen kirjaosastoihin. Näissä myyntipaikoissa on isojen kustantajien teoksia hyvin edustettuina. Suuremmissa kirjakaupoissa on laajasti pienempienkin kustantajien teoksia tarjolla. Lisäksi kustantajilla on usein oma kirjakauppa, tai vähintään oma nettikirjakauppa, josta teoksia voi ostaa. Burby (2004) korostaa että on tärkeää tietää kustantajien toimintakenttä ja kunkin kustannustalon mahdollisuudet. Kustannusyhtiön valinta riippuu myös paljon siitä, miksi haluaa teoksensa julkaistuksi. Burbyn (2004) mukaan on tärkeää tietää miksi haluaa kirjoittaa ja julkaista tekstejään. Käsikirjoitus tulee myös lähettää sellaiselle kustannustalolle, jonka kustannusohjelmaan ja tyyliin käsikirjoitus sopii. (Burby 2004, 48; 66; 92.)

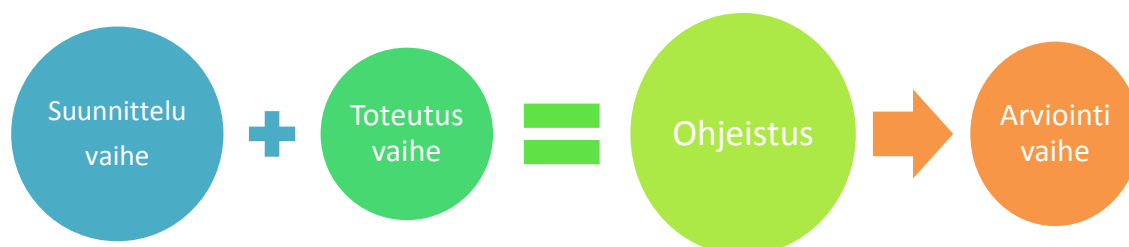
Burby (2004) korostaa saatekirjeen tärkeyttä käsikirjoitusta lähetettäessä kustantajalle. Saatekirje voi vaikuttaa siihen kuinka nopeasti kustannusyhtiöt lukevat käsikirjoituksen ja kuinka kustannustoimittajat siihen suhtautuvat. Saatekirjeellä kirjailija mainostaa sekä kirjaansa, että itseään kustannusyhtiöille. Saatekirjeen sisältö riippuu paljon siitä, millainen teos on kyseessä. Burby (2004) listannut yleisimpiä virheitä, joita kirjailijat tekevät käsikirjoituksensa kanssa. Käsikirjoituksen ja saatekirjeen kanssa ei tule toimittaa lahjuksia, kuten karkkia. Teostaan ei kannata ylistää saatekirjeessä liikaa ja teos kannattaa oikolukea useampaan kertaan ennen lähettämistä. On myös tärkeää lähettää käsikirjoitus siinä muodossa kun kustannusyhtiö sen haluaa, paperisena tai sähköisenä. Yksi yleisistä virheistä on lähettää käsikirjoitus kustannusyhtiölle, jonka kustannussuunnitelmaan käsikirjoitus ei sovi ollenkaan. (Burby 2004, 122; 152-153.)

Harvoin ensimmäinen käsikirjoitus saa myönteisen kustannuspäätöksen. Burbyn (2004) mukaan hylkäyskirjeestä ei kuitenkaan tarvitse masentua, koska useat huipputeokset lastenkirjallisuuden puolella ovat alun perin saaneet kielteisen kustannuspäätöksen. Hylkäyskirjeen saatuaan kirjailijan on hyvä pohtia mahdollista hylkäyksen syytä, mikäli sitä ei ole selkeästi kirjeessä kerrottu. On mahdollista että ajoitus oli väärä, kustannusyhtiö oli huonosti valittu tai teos ei vain yksinkertaisesti sopinut seuraavaan kustannussuunnitelmaan. Mikäli teoksessa itsessään on jotain vikaa, voi sen korjaamista tai pientä muuttamista seurata myönteinen kustannuspäätös. Joskus teokselle ei kuitenkaan löydy kustantajaa. Silloin kannattaa siirtyä seuraavan teoksen pariin tai harkita omakustantamista. (Burby 2004, 205-209.)

4 Ohjeistuksen toteuttamisprosessin kuvaus

Tehtäväksi muodostui selvittää, mitä kaikkea kirjan kustannusprosessiin kuuluu ja mitä teki-
jöitä kirjailijan tulee ottaa huomioon kustannusprosessin aikana. Haastatteluiden ja kirjallis-

ten lähteiden pohjalta tehtiin toimeksiantajaa varten kirjallinen ohjeistus kustannusprosessista. Alla oleva kuvio havainnollistaa ohjeistuksen toteuttamisprosessin etenemistä.



Kuvio 2: Prosessin vaiheet

Kuten yllä olevasta kuviosta voidaan nähdä, prosessi käynnistyi suunnitteluvaiheella. Suunnitteluvaiheen jälkeen prosessissa siirryttiin toteutusvaiheeseen. Näiden vaiheiden läpi käyminen tuottivat ohjeistuksen kustannustoimintaan. Tuotos annettiin arviointilomakkeen kanssa toimeksiantajan luettavaksi. Tämän jälkeen toimeksiantaja arvioi ohjeistuksen. Seuraavissa alaluvuissa kerrotaan yksityiskohtaisemmin prosessin vaiheista.

4.1 Suunnitteluvaiheen eteneminen

Tässä luvussa kerrotaan tuotoksena syntyneen ohjeistuksen suunnitteluvaiheesta. Suunnitteluvaihe koostui toimeksiantajatapaamisista sekä kirjalliseen lähdeaineistoon tutustumisesta. Kustannustoimintaa käsittelevien lähdeaineistojen lisäksi tutustuttiin myös menetelmäkirjallisuuteen, koska aineistonkeruumenetelmänä käytettiin myös asiantuntijahaastatteluita.

Prosessin työstäminen alkoi toimeksiantajatapaamisilla, jossa aihe täsmentyi. Toimeksiantajatapaamisissa oli aina paikalla Delicode Oy:n Julius Tuomisto. Lisäksi tapaamisissa oli välillä mukana myös projektissa mukana oleva taiteilija, Mari Huhtanen. Toimeksiantajan kanssa käytiin läpi mitä hän tarvitsee projektiaan varten. Lisäksi käytiin läpi yhteiset tavoitteet ja aikataulu.

Ohjeistusta varten lähdettiin etsimään painettua lähdekirjallisuutta. Kustannustoiminnasta kertovia teoksia löytyi harvoja joten Kirjallisiksi lähteiksi valittiin melkein kaikki aiheesta kirjoitetut teokset. Näitä teoksia olivat Teijo Makkosen kokoama Kustannustoimittajan käsikirja, Tarja-Liisa Hypénin kokoama Kirjan matka tekijöiltä lukijoille sekä Kai Vakkurin kirjoittama Omakustantajan käsikirja. Ulkomaalaisina lähteinä käytettiin Liza Burbyn teosta How to publish your children's book sekä Max Giovagnolin teosta Transmedia storytelling.

Kirjallisten lähteiden lisäksi aineistoa päätettiin kerätä myös haastatteluiden avulla. Haastattelusta muodostui selonteon tärkein aineistonkeruumenetelmä, koska kustannustoiminnasta kertovaa lähdekirjallisuutta oli tarjolla vain vähän. Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2009) mukaan haastattelu on hyvä aineistonkeruumenetelmä silloin, kun aihe on vähän tutkittu. Tällöin haastattelulla saadaan uusia näkökulmia aiheeseen. (Ojasalo ym. 2009, 95.)

Haastattelun tyypiksi muodostui puolistrukturoitu eli teemahaastattelu. Ojasalon ym. (2009) mukaan puolistrukturoidun haastattelun kysymykset on laadittu ennakkoon teemoittain, mutta niiden järjestystä ja sanamuotoja voidaan vaihdella haastattelun edetessä. (Ojasalo ym. 2009, 97.) Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009) kuvaavatkin teemahaastattelua täysin strukturoidun ja avoimen haastattelun välimuodoksi.

Haastattelukysymyksiä lähdettiin suunnittelemaan tiedon tarpeen pohjalta. Haastattelukysymykset myös pohjattiin kirjallisista lähteistä koottuun teoriaan. Kustannusprosessin sisältö oli olennaista selvittää sekä kustantajan, että kirjailijan näkökulmista. Selontekoa ajatellen tietoa kaivattiin kustannustoimittajilta erityisesti kustannustoiminnasta, kustannusprosessin etenemisestä ja lastenkirjallisuudesta. Tämän lisäksi kysyttiin myös lisäkysymyksiä, joiden avulla kokonaisuudesta saatiin eheä. Kirjailijahaastatteluissa keskityttiin samoihin teemoihin, mutta kirjailijan näkökulmasta. Haastatteluiden luonteen takia ne päätettiin nauhoittaa ja litteroida. Haastattelukysymykset löytyvät liitteinä opinnäytetyön lopusta (liite 1 ja liite 2).

Haastateltavia etsittäessä oli otettava huomioon, että kaikki suunnitellut haastattelut eivät välttämättä tulisi toteutumaan. Tämän vuoksi haastattelupyynnöitä lähetettiin sähköpostitse useisiin eri kustannusyhtiöihin. Kustannustoimittajia etsittäessä haastattelupyynnöitä lähetettiin ensisijaisesti Suomen suurimmille kustantamoille toimeksiantajan toiveesta. Suurista kustannusyhtiöistä ainoastaan WSOY:n haastattelu toteutui. Tämän lisäksi saatiin haastattelut pienemmiltä kustannusyhtiöiltä, Karistolta ja Lasten Keskukselta.

Toimeksiantajan kanssa sovittiin, että yksi kirjailijahaastatteluista toteutettaisiin Kinected Stories projektissa mukana olevalle kuvittajalle, Anni Nykäselle. Toiseksi kirjailijahaastatteluksi kaavailtiin kirjailijapariskunta Tapio ja Virpi Liinojan haastattelua. Lisäksi WSOY:n kustannustoimittajan haastattelun myötä esiin nousi vielä yksi haastateltava lastenkirjailija, Netta Wallden.

4.2 Ohjeistuksen toteuttaminen

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön toteutusvaiheesta. Toteutusvaiheeseen kuului asiantuntijahaastatteluiden toteutus teemahaastatteluina. Ohjeistusta varten haastateltiin kolmea

kustannustoimittajaa, kasvatusten haastateltiin WSOY:n Lippo Luukkosta ja Lasten Keskuksen Tanja Poskela. Tämän lisäksi sähköpostitse haasteltiin Sanna Vartiaista Karistolta. Lisäksi toteutettiin kolme kirjailijahaastattelua, joihin osallistuivat Tapio ja Virpi Liinoja, Netta Walldén sekä Anni Nykänen.

Tapio ja Virpi Liinoja ovat tehneet yhdessä lastenkirjan, Hiiri ja isännöitsijä, jonka tekeminen hoidettiin aina taittovaiheeseen asti itse. Virpi Liinoja hoiti itse myös kirjan kuvituksen. Tämän lisäksi Liinojat ovat julkaisseet omia teoksiaan, esimerkiksi Tapio Liinojan novellikokoelma Raapaisuja julkaistiin vuonna 2006. Virpi Liinojan teos Karhujen kaupunki puolestaan julkaistiin vuonna 2005. Netta Walldén julkaisi esikoisteoksensa Ruben ja rouva Mallamudin tapaus vuonna 2011. Sarjan toinen osa ilmestyy vuoden 2012 aikana. Anni Nykänen puolestaan piirtää suosittua Mummo - sarjakuvaa, josta on julkaistu tähän mennessä kaksi albumia.

Kustantajahaastattelut toteutettiin WSOY:n ja Lasten Keskuksen osalta kustantamoissa huhtikuussa 2012. Samassa kuussa toteutettiin myös Netta Walldénin ja Anni Nykäsen haastattelut. Tapio ja Virpi Liinojan haastattelu toteutettiin toukokuussa 2012. Sanna Vartiaisen sähköpostihaastattelu toteutettiin maaliskuussa 2012.

Haastatteluiden tekemisen jälkeen ne litteroitiin. Ojasalon ym. (2009) mukaan litterointia tehdessä on päätettävä, millä tyylillä teksti kirjoitetaan puhtaaksi. Mikäli halutaan tietoa vain esiin tulleista asioista, voidaan teksti litteroida kirjakielellä. Jos sanavalinnoilla kuitenkin on käytännön merkitystä, tulisi litteroinnissa suosia sanatarkkaa tulkintaa. (Ojasalo ym. 2009, 99.) Tässä tapauksessa tietyillä sanoilla ei ollut selvityksen kannalta käytännön merkitystä ja haastattelut litteroitiin kirjakielellä. Haastatteluiden tärkein tavoite oli saada kokonaisvaltainen käsitys kustannusprosessista niin kirjailijoiden kuin kustannusyhtiöidenkin näkökulmasta.

Litteroiduista haastatteluista ja kirjallisesta teoriasta etsittiin yhtäläisyyksiä. Näiden pohjalta koottiin ohjeistukseen kattava tietopaketti kustannusprosessin etenemisestä. Koska toimeksiantaja oli kiinnostunut kustannusprosessin lisäksi myös kirja-alan tilastoista, ohjeistukseen etsittiin ja analysoitiin tilastoja koskien lastenkirjojen myyntiä ja julkaisua Suomessa. Tilastoja etsittiin Suomen kustannusyhdistyksen sivuilta. Tilastoja etsittiin lastenkirjojen kokonaisymyynnistä, vuosittain julkaistavista nimekemääristä, sekä myydyimmistä lastenkirjoista Suomen markkinoilla. Tilastot käsittivät viimeiset kymmenen vuotta ja niistä sai käsityksen Suomen lastenkirjamarkkinoista.

4.3 Ohjeistuksen kuvaus

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi toimeksiantajalle ohjeistus kustannusprosessista. Ohjeistus sisältää kattavan selvityksen kustantamisesta sekä kustannusprosessin etenemisestä niin kir-

jailijan kuin kustantajankin puolelta. Lisäksi ohjeistus tarjoaa neuvoja siihen, mitä oman kirjan julkaisusta haaveilevan on hyvä ottaa huomioon.

Ohjeistuksen johdannossa avataan lyhyesti projektin taustoja sekä aineistonkeruuta sekä esitellään lyhyesti siihen osallistuneista henkilöistä. Tätä seuraa luku, jossa on esitelty Suomen suurimmat yleiskustantamot. Ohjeistuksessa on keskitytty suurempiin kustannusyhtiöihin toimeksiantajan toiveesta, sillä suunnitteilla oleva lastenkirja olisi tarkoitus julkaista ison kustannusyhtiön avulla. Ohjeistuksessa esitellään lyhyesti seuraavat kustannusyhtiöt: Gummerus, Otava, Tammi sekä WSOY. Kustannusyhtiöihin on tärkeää tutustua ennalta, kun halutaan selvittää omalle teokselle parasta kustantajaa. Kustantamot saattavat julkaista monen eri alan kirjoja, tai keskittyä vain tietyn tyyppiseen kirjallisuuteen. Tämä on hyvä huomioida kustannusyhtiötä lähestyessä. Eri kustannusyhtiöillä on omat vahvuutensa ja erikoispiirteensä, jonka vuoksi on tärkeää osata kilpailuttaa yhtiöitä parhaan mahdollisen tuloksen saamiseksi.

Lähteinä luvussa käytettiin kustannusyhtiöiden omia Internet sivuja sekä WSOY:n kohdalla kustannustoimittajahaastattelua. Kustannusyhtiöiden omilta Internetsivuilta löytyi hyvin tietoa siitä, millaista kirjallisuutta kustannusyhtiö julkaisee sekä siitä, millaisia käsikirjoituksia kyseiselle kustannusyhtiölle kannattaa lähettää, ja mitä kautta. Ohjeistuksessa oli kerrottu myös se, kuinka monta teosta näiltä kustantajilta oli vuonna 2011 vuoden myydyimpien lastenkirjojen listalla. Myydyimpien lastenkirjojen lista on Suomen Kustannusyhdistyksen kokoama ja sisältää kaksikymmentä myydyintä teosta vuodelta 2011.

Kustannusyhtiöiden esittelyn jälkeen ohjeistuksessa paneudutaan kustannustoimintaan kirjallisen aineiston ja kerättyjen haastattelujen avulla. Haastatteluista saatuihin tietoihin etsitään tukea kustannustoimintaa käsittelevästä kirjallisuudesta. Kustannusalasta löytyi suhteellisen vähän painettua lähdekirjallisuutta, joten asiantuntijahaastattelut nousivat tärkeimmiksi lähteiksi. Kustantajahaastatteluissa asiantuntijoina toimivat Lippo Luukkonen WSOY:ltä, Tanja Poskela Lasten Keskuksesta sekä Sanna Vartiainen Karistolta. Haastatellut kirjailijat olivat Tapio ja Virpi Liinoja, Anni Nykänen sekä Netta Wallden. Täydelliset kirjailija- ja kustantaja-haastattelut lisättiin myös liitteiksi ohjeistuksen loppuun. Luvussa on käsitelty kustannusprosessia lähinnä kirjailijan näkökulmasta. Tähän näkökulmaan on myös rinnastettu kustannustoimittajien haastattelusta saadut tiedot kustannusprosessista.

Ohjeistukseen oli myös koottu omaksi luvukseen kustannusalan tilastoja. Ohjeistuksessa käytetyt tilastot ovat Suomen Kustannusyhdistyksen kokoamia. Ohjeistuksen kannalta olennaimpia tilastoja olivat kirjojen kokonaisymyynti Suomessa, julkaistujen uutuusteosten määrä, esikoisteosten määrä julkaistuista uutuuksista, uudet painoksen jo julkaistuista kirjoista, sekä myydyimmät lastenkirjanimekkeet vuodelta 2011. Myydyimpien lastenkirjanimekkeiden taulukosta on havaittavissa ne kustantajat, joiden lastenkirjat myyvät eniten Suomen markkinoilla.

Ohjeistuksen viimeisessä luvussa käsiteltiin yhteenveto ja johtopäätökset. Yhteenvedossa kerrattiin vielä tärkeimmät asiat, jotka tulee ottaa huomioon tehdessä käsikirjoitusta, lähesyttävässä kustannusyhtiötä, sekä mikäli hyvin käy, kustannussopimusta tehdessä. Lisäksi luvussa tuotiin esille vielä ne kustannusyhtiöt, jotka sopisivat parhaiten interaktiivisen lastenkirjasarjan kustantajaksi.

4.4 Arviointivaiheen toteutus

Ohjeistuksen valmistuttua se esiteltiin toimeksiantajalle. Toimeksiantaja perehtyi työhön ja arvioi sitä erikseen laaditun arviointilomakkeen avulla. Lomakkeessa pyydettiin arvioimaan ohjeistuksen kattavuutta, toimivuutta, tarkoituksenmukaisuutta ja hyödyllisyyttä. Arviointilomake löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta (liite 3).

Arviointilomakkeen ensimmäisessä kohdassa pyydettiin arvioimaan ohjeistuksen kattavuutta asteikolla yhdestä viiteen. Toimeksiantaja antoi työn kattavuudelle arvosanan viisi. Seuraavassa kohdassa arvioitiin työn toimivuutta samalla asteikolla. Toimeksiantaja antoi tästä arvosanaksi viisi. Kolmas arvioitu kohta käsittelee työn tarkoituksenmukaisuutta. Tarkoituksenmukaisuutta mitattiin samalla asteikolla ja tästäkin toimeksiantaja antoi korkeimman arvosanan. Tämän lisäksi toimeksiantaja totesi ohjeistuksen olevan tärkeä osa uusien kuvittajien ja kirjailijoiden perehtymisessä aiheeseen. Viimeinen numeerisella asteikolla arvioitu kohta käsittelee ohjeistuksen hyödyllisyyttä. Myös tästä toimeksiantaja antoi korkeimman arvosanan.

Lisäksi arviointilomakkeessa oli kohta, jossa oli mahdollista kommentoida ohjeistusta omin sanoin. Toimeksiantajan mukaan ohjeistus tulee omalta osaltaan olemaan arvokas osa Delicode Oy:n Kinected Stories -konseptin kehittämis- ja konseptointiprosessia. Työ tulee toimimaan myös ns. perehdytysmateriaalina projektiin osallistuville henkilöille.

Ohjeistus tarjosi toimeksiantajalle paljon sellaista tietoa, johon ei aiemmin ollut perehdytty. Sen avulla toimeksiantaja sai käsityksen kustannustoiminnasta ja siihen liittyvistä osaluista. Ohjeistus kustannustoiminnasta auttaa luomaan käsitystä siitä, mitä kaikkea omaa kirjaa kirjoittaessa tulisi ottaa huomioon. Näiden tietojen perusteella Kinected Stories -konseptia on helpompi lähteä kehittämään oikeaksi tuotteeksi, joka kiinnostaa sekä kustantajia että lukijoita.

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyön toimeksianto saatiin Delicode Oy:n perustajalta, Julius Tuomistolta. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa ohjeistus kustannusprosessista interaktiivisen lastenkirjasarjan suunnittelua varten. Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyölle asetettuja tavoitteita ja niiden täyttymistä.

Opinnäytetyön aikana kustannustoimintaa ja -prosessia selvitettiin perinteisen kustannusprosessin, sekä omakustantamisprosessin kautta. Lähdekirjallisuuden sekä asiantuntijahaastatteluiden kautta saatiin kokonaisvaltainen käsitys kustantamisesta, sekä kustannusprosessista. Kirjailijan kannalta kustannusprosessissa on tärkeä tietää omat oikeutensa. Kirjailijan tulee tutustua huolella kustannussopimukseen. Niirasen (2004) mukaan kustannussopimuksista ei ole olemassa mitään mallia, vaan sopimus tehdään kunkin teoksen kohdalla erikseen. Näin kustannussopimuksessa on mahdollista sopia hyvinkin tarkasti sekä kirjailijan, että kustantajan vastuista. (Niiranen 2004, 94-97.) Omakustanteissa ei kustannussopimusta tehdä, koska kustantajana toimii kirjailija itse. Vakkuri (2005) kuitenkin painottaa, että omakustantamista tulee harkita huolella. Omakustantamiselle tulee olla selkeät syyt. (Vakkuri 2005, 11-12.)

Opinnäytetyöprosessissa tutustuttiin myös tekijänoikeuksiin ja siihen, miten myydä kirja kustannusyhtiölle. Jotta kustannussopimus teokselle kuitenkin saadaan, tulee tietää se, miten teoksensa saa myytyä kustannusyhtiölle. Burbyn (2004) mukaan kirjailijan tulee kategorisoida kirjansa selkeästi. Tämä helpottaa kirjan myymistä kustannusyhtiölle. Mitä paremmin kirjailija on tietoinen kirjansa kohdeyleisöstä ja kirjan mahdollisuuksista, sitä vakuuttuneempia kustannusyhtiöt teoksesta ovat. (Burby 2004, 7-11.) Kun kustannustoimittajat kiinnostuvat kirjasta, päästään keskustelemaan kustannussopimuksesta ja kustannussopimuksella siirrettävistä oikeuksista. Niiranen (2004) toteaa, että kirjailija omistaa teoksensa tekijänoikeudet heti, kun kirjailija ilmoittaa teoksensa olevan valmis. Tekijänoikeus suojaa teosta sekä kokonaisuutena, että osina. Kustannussopimuksissa sovitaan niistä tekijänoikeuksista, joita tekijä luovuttaa kustannusyhtiölle. (Niiranen 2004, 74.) Kinected Stories - kirjaprojektin kannalta on tärkeää tietää, mitä tekijänoikeuksia teokselle kuuluu, sekä sen, mitä näistä oikeuksista siirretään kustannussopimuksella.

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi toimeksiantajalle ohjeistus kustannusprosessista. Ohjeistus koottiin kustantaja- ja kirjailijahaastatteluiden, sekä kirjallisen lähdeaineiston pohjalta. Ohjeistuksen avulla toimeksiantaja sai käsityksen kustannusprosessista, ja siihen liittyvistä osatekijöistä. Ohjeistus auttaa toimeksiantajaa löytämään parhaimman kustannusyhtiön suunnittelemaan lastenkirjasarjalle.

Opinnäytetyölle asetettiin myös henkilökohtainen oppimistavoite. Tavoitteena oli kehittyä tutkimuksellisenä toimijana, sekä hyödyntää opittuja työskentelymenetelmiä. Opinnäytetyöprosessi koettiin haastavana, koska kummallakaan ei ollut aiempaa tietämystä kustannusala-
sta. Kustannusala-
sta kertovien teosten vähyydestä johtuen haastattelut nousivat tärkeään asemaan. Haastatteluja suoritettiin kuusi kappaletta, joista yksi toteutettiin sähköposti-
haastatteluna. Haastatteluiden toteuttaminen kehitti osaamista tutkimuksellisenä toimijana.

Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin prosessin aikana. Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen opinnäytetyön tuotoksena syntyneeseen ohjeistukseen. Toimeksiantajan mukaan ohjeistus tulee olemaan iso apu interaktiivista lastenkirjasarjaa suunniteltaessa.

Lähteet

Painetut lähteet

- Arrakoski, O. 2004. Kustantaminen eilen, tänään, huomenna. Teoksessa Makkonen, T. (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus, 27-45.
- Berschewsky, T. & Kärkkäinen, H. 2010. Peli ja liike. Mikrobitti. 9/2010. 80-82.
- Burby, L. 2004. How to publish your children's book. Square one publishers.
- Giovagnoli, M. 2011. Transmedia storytelling. Imagery, shapes and techniques. Lulu.com.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2009 Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Karisto.
- Jordan, L. 2010. How to write for children and get published. Piatkus Books.
- Koistinen, J. 2007. Kotimaisen kaunokirjallisuuden juhluvuodet. Teoksessa Hypén, T-L. (toim.) Kirjan matka tekijöiltä lukijoille. Puheenvuoroja kotimaisen kaunokirjallisuuden luomisen ja lukemisen ehdoista 2000-luvulla. Tampere: Tampereen yliopisto, 45-64.
- Kärkkäinen, H. 2011. Kunnon pelit. Mikrobitti 1/2011, 16-23.
- Niemi, J. 2007. Tekijät ja lukijat muuttuvilla markkinoilla. Teoksessa Hypén, T-L. (toim.) Kirjan matka tekijöiltä lukijoille. Puheenvuoroja kotimaisen kaunokirjallisuuden luomisen ja lukemisen ehdoista 2000-luvulla. Tampere: Tampereen yliopisto, 13-24.
- Niiranen, V. 2004. Tekijänoikeudet ja kustannussopimukset. Teoksessa Makkonen, T. (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus, 71-120.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.
- Saarinen, L., Joensuu, J. & Koskimaa, R. 2001. Kirja 2010. Kirja-alan kehitystrendit. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto.
- Tulisalo, T. 2004. Kirjan myynti ja markkinointi. Teoksessa Makkonen, T. (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus, 295-318.
- Vakkuri, K. 2005. Omakustantajan käsikirja. Näin kustannat ja markkinoit oman kirjan. Saarijärvi: BTJ-Avain.

Sähköiset lähteet

- Kinect PC:lle helmikuussa. 2012. Pelit. Viitattu 6.2.2012.
http://www.pelit.fi/uutiset/369/Kinect_PClle_helmikuussa
- Mikä tai kuka on kustantaja? 2012. Kansalliskirjasto. Viitattu 14.4.2012.
<http://www.kansalliskirjasto.fi/julkaisuala/isbn/kustantaja.html>
- Norrington, A. 2010. Transmedia storytelling-what is it all about? Viitattu 10.2.2012.
<http://futurebook.net/content/transmedia-storytelling-%E2%80%93-what%E2%80%99s-it-all-about>

Painamattomat lähteet

Tuomisto, J. 2012. Toimeksiantajan haastattelu. 21.2.2012. Espoo.

Kuvat

Kuva 1: Kinected stories (Mari Huhtanen 2012)	8
---	---

Kuviot

Kuvio 1: Kustannustoiminta ja sen osatekijät.....	10
Kuvio 2: Prosessin vaiheet	23

Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset kustantajalle	34
Liite 2: Haastattelukysymykset kirjailijalle	35
Liite 3: Arviointilomake	36

Liite 1: Haastattelukysymykset kustantajalle

Haastattelukysymykset

Pohjustavat kysymykset

- Saako haastateltavan nimen ja kustannusyhtiön mainita opinnäytetyössä?
- Kerro lyhyesti itsestäsi: kuka olet, millainen koulutus ja aiempi työkokemus jne.
- Kuinka kauan olet tehnyt nykyistä työtäsi ja mitä siihen kuuluu?
- Kerro lyhyesti kustannusyhtiöstä, millaista kirjallisuutta kustantamo julkaisee, onko jokin genre joka ei kuulu kustantamon "valikoimaan"?

Kustannusprosessi

- Kertoisitko kustannuspäätökseen vaikuttavista tekijöistä?
- Kuinka tärkeä rooli saatekirjeellä on?
- Kuinka monta prosenttia kustantamoon lähetetyistä käsikirjoituksista julkaistaan?
- Kuvaile hyvän, julkaistavaksi pääsevän kirjan ominaispiirteitä?
- Valaisetko kustannusprosessin etenemistä käytännössä?
- Mitä kaikkea kustannusprosessiin kuuluu kustantamon puolelta? Entä kirjailijan puolelta?
- Kuinka kauan yleensä kestää, että julkaistavaksi pääsevä käsikirjoitus löytyy lopullisena teoksena kirjakaupan hyllyltä?
- Kuinka paljon kustannusyhtiö vaikuttaa julkaistavan kirjan sisältöön?

Lastenkirjallisuus

- Mitkä ovat tärkeimmät kriteerit hyvässä lastenkirjassa?
- Eroaako lastenkirjan julkaiseminen jotenkin aikuisille suunnatun kirjan julkaisemisesta?
- Kuinka paljon kotimaista kirjallisuutta pääsee kansainväliseen levitykseen?

Muita kysymyksiä

- Rikastuuko kirjoittamisella?
- Mikäli kirjalle on suunniteltu interaktiivista lisäsisältöä (esim. iPad/iPhone sovellus), voiko kirjailija säilyttää oikeudet niihin?
- Miten kustannusyhtiö suhtautuu kirjojen interaktiivisiin ominaisuuksiin/lisäsisältöihin?

Liite 2: Haastattelukysymykset kirjailijalle

Haastattelukysymykset

Peruskysymyksiä

- Saako haastateltavan nimen julkaista opinnäytetyössä?
- Kerro lyhyesti itsestäsi?

Kirjoittaminen

- Mistä kirjan kirjoittaminen alkaa? Mitä kaikkea prosessiin kuuluu?
- Kertoisitko julkaisemistasi teoksista?
- Kuvaile hyvän kirjan ominaisuuksia?

Kustannusprosessi

- Mistä kirjan kustannusprosessi alkaa?
- Kuinka helppoa kirjan ”myyminen” kustannusyhtiölle on?
- Kertoisitko miten tämä tapahtuu käytännössä?
- Miten ja kuinka tarkasti perehdyit kustannusyhtiöihin, joihin lähetit käsikirjoituksen?
- Millaista sopimusta kustannusyhtiö tarjosi?
- Kuvaile kustannusprosessin etenemistä kustantamon ja kirjailijan osalta?
- Valaise yhteydenpitoa kustantajan ja kirjailijan välillä?
- Kuinka paljon kustantaja vaikutti kirjan sisältöön? (kuvitukseen, tarinaan, ulkoasuun...?)
- Kauanko kirjan ilmestyminen kaupan hyllylle kesti?

Muita haastattelun aikana esiin nousevia teemoja

Liite 3: Arviointilomake

Ella Haapa-alho, Mia Kovero	Selvitys kustannusprosessista
Toimeksiantaja: Julius Tuomisto	Laurea Leppävaara
ARVIOI TYÖN KATTAVUUTTA ASTEIKOLLA 1-5 (1= ERITTÄIN SUPPEA, 5= ERITTÄIN KATTAVA)	
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	
ARVIOI TYÖN TOIMIVUUTTA ASTEIKOLLA 1-5 (1= EI OLLENKAAN TOIMIVA, 5= ERITTÄIN TOIMIVA)	
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	
ARVIOI TYÖN TARCOITUKSEN MUKAISUUTTA ASTEIKOLLA 1-5 (1= EI OLLENKAAN TARCOITUKSEN MUKAINEN, 5= ERITTÄIN TARCOITUKSEN MUKAINEN)	
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	
ARVIOI TYÖN HYÖDYLLISYYTTÄ ASTEIKOLLA 1-5 (1= EI OLLENKAAN HYÖDYLLINEN, 5= ERITTÄIN HYÖDYLLINEN)	
<ul style="list-style-type: none"> • • • 	
KOMMENTTEJA TYÖSTÄ	
OPISKELIJAN ALLEKIRJOITUS	TOIMEKSIANTAJAN ALLEKIRJOITUS
Nimi:	Nimi:
Päivämäärä:	Päivämäärä: