

SUOMEN KIRJAVIENNIN KENTTÄ
Kansainväliset kirjamessut viennin välineenä

Heini Hietikko
Pro gradu -tutkielma
Kirjallisuus, Kulttuuripolitiikka
Kulttuuripolitiikan maisteriohjelma
Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Taideaineiden laitos
Tekijä – Author Heini Hietikko	
Työn nimi – Title Suomen kirjaviennin kenttä Kansainväliset kirjamesut viennin välineenä	
Oppiaine – Subject Yleinen kirjallisuus	Työn laji – Level Pro gradu-tutkielma
Aika – Month and year Maaliskuu 2013	Sivumäärä – Number of pages 82
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkimuksessa on hahmotettu suomalaisen kirjaviennin kenttää sen tärkeimpien toimijoiden näkemyksiin pohjautuen. Sitä varten on haastateltu toimijoita, jotka tekevät kirjaviennin ammattikseen. Tutkimuksen teoreettisena pohjana toimivat pääasiassa Pierre Bourdieun (1993) ja Howard Beckerin (1984) institutionaaliset taideteoriat. Näissä teorioissa korostetaan avustavien henkilöiden roolia taiteentuottamisen mahdollistajana. Kirjaviennin toimijoiden asenteita, toimintatapoja ja keskinäisiä suhteita hahmotan Pierre Bourdieun <i>taidekentän</i> käsitteen avulla. Becker käyttää kentän sijaan termiä <i>taidemaailma</i>. Hänen mielestään tehokkaasti toimiva taidemaailma integroi taiteilijat osaksi yhteiskunnan taloutta ja mahdollistaa näin taiteen tekemisen jatkuvuuden.</p> <p>Kulttuurivienti on monilla taiteenaloilla muuttunut taloudellisessa mielessä kunnianhimoiseksi ja vilkastunut merkittävästi viimeisten vuosien aikana. Tutkimuksen taustoittamiseksi on selvitetty, miten kulttuuripolitiikan suhde kulttuurivientiin on muuttunut viimeisten vuosien aikana. Valtiollinen kulttuuriviennin tuki on muuttunut siten, että tukea myönnetään erityisesti hankkeille, joissa arvellaan olevan myös taloudellista potentiaalia. Lähteenä on käytetty ministeriöiden asiakirjoja ja Jutta Virolaisen (2012) pro gradu -tutkielmaa, jossa hän tuo esiin kulttuuriviennin asiakirjoihin sisältyvää poliittisuutta.</p> <p>Kansainväliset kirjamesut ovat oikeuksien myymisen avainpaikka. Niillä pohjustetaan kaupankäyntiä, pidetään yllä suhteita ja pyritään laajentamaan suhteiden verkostoa. Tämän vuoksi tutkimukseen on sisällytetty lyhyt historiallinen katsaus kansainvälisten kirjamesujen syntyyn ja tämän hetken tärkeimpiin kansainvälisiin kirjallisuusmessuihin. Näiltä osin tutkimus perustuu kirjalliseen ja sähköiseen materiaaliin. Haastatteluiden avulla on puolestaan selvitetty, mitä tavoitteita toimijat ovat messuja varten asettaneet, miten niitä varten valmistaudutaan ja miten niillä toimitaan.</p> <p>Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus FILI ei osallistu varsinaiseen myyntityöhön, mutta näkee tällä hetkellä tärkeimmäksi tehtäväkseen oikeuksien menestyksekkään myyntityön tukemisen. Se tekee tiivistä yhteistyötä niin kustantamojen Foreign Rights -osastojen kuin agentuurienkin kanssa. Liiketoiminnan kasvattaminen on kustantamojen Foreign Rights -osastojen ja kirjallisuusagentuurien ensisijainen tavoite.</p>	
Asiasanat – Keywords kulttuurivienti, kirjaviennin, kansainväliset kirjamesut, taiteen kenttä, taidemaailma	
Säilytyspaikka – Depository JYX-tietokanta	
Muita tietoja – Additional information	

Contents

1 JOHDANTO	4
1.1 TUTKIMUKSEN TARKOITUS	5
1.2 TUTKIMUSMENETELMÄ	6
2.1 PIERRE BOURDIEUN KENTTÄTEORIA	8
2.1.1 <i>Taiteen kentän syntyhistoria ja erityispiirteet</i>	8
2.1.2 <i>Kentän määrittämät mahdollisuudet ja rajoitteet</i>	9
2.1.3 <i>Habitus</i>	11
2.1.4 <i>Taiteilija ja valta</i>	12
2.2 HOWARD BECKER JA INSTITUTIONAALINEN TAIDETEORIA	14
2.2.1 <i>Institutionaalisen estetiikan rajoittavuus</i>	15
2.2.2 <i>Keskustelun merkitys taiteen arvontuottamisessa</i>	17
2.2.3 <i>Talouden kentän logiikka kohtaa taiteen kentän logiikan</i>	19
3 VALTION SUHDE KULTTUURIVIENTIIN JA VALTION TUKITOIMET VIENNIN EDISTÄMISEKSI	22
3.1 KULTTUURIVIENTI OSANA VÄLINEELLISTÄVÄÄ KULTTUURIPOLITIikkaA	22
3.2 TAITEEN TOIMIJOIDEN SITOUTUMINEN KAUPALLISEEN VIENTISTRATEGIAAN	23
3.3 KULTTUURIVIENNIN TALOUDELLISEN POTENTIAALIN HYÖDYNTÄMINEN	24
3.4 VALTION KULTTUURIVIENNILLE OSOITTAMA TUKI JA SEN EPÄKOHDAT	26
3.5 KIRJAVIENTI OSANA KULTTUURIVIENTIÄ	28
4 KANSAINVÄLISET KIRJAMESSUT VIENNIN VÄLI-NEENÄ	30
4.1 MESSUJEN HISTORIASTA YLEISESTI	30
4.2 FRANKFURT BUCHMESSE	31
4.3 LONDON BOOK FAIR	32
4.4 SALON DU LIVRE DE PARIS	33
4.5 TEEMAMAA-STATUKSEN MERKITYS	35
4.6 KANSAINVÄLISTEN KIRJAMESSUJEN KÄYTÄNNÖN JÄRJESTELYT	36
5.1 KIRJAVIENNIN KENTTÄ SUOMESSA	40
5.2 SUOMALAISEN KIRJALLISUUDEN TIEDOTUSKESKUS FILI	41
5.2.1 <i>Käännöstyön tukeminen ja erillishankkeet</i>	44
5.2.3 <i>Fili asiantuntijaorganisaationa</i>	47
5.2.4 <i>Fili toimijana kansainvälisillä kirjamessuilla</i>	48
5.3 KIRJAVIENTI LIIKETOIMINTANA	51
5.4. KUSTANTAMOJEN FOREIGN RIGHTS -OSASTOT JA KIRJALLISUUSAGENTUURIT	52
5.4.1 <i>Foreign Rights -osastojen tehtävät ja näkemykset kirjaviennistä</i>	52
5.4.2 <i>Kirjallisuusagentuurien tehtävät ja näkemykset kirjaviennistä</i>	53
5.5 TAVOITE: PITÄÄ LIIKETOIMINNAN TRENDI NOUSEVANA	55
5.5.1 <i>Erot Foreign Rights -osastojen ja agentuurien välillä</i>	57
5.5.2 <i>Kirjaviennin toimijoiden keskinäiset suhteet</i>	60
5.5.3 <i>Suomalaisen kirjallisuuden vientityön haasteet</i>	61
5.5.4 <i>Vientiin otettavan kirjallisuuden valintaperusteet</i>	62
5.5.5 <i>Kansainväliset kirjamessut kirjaviennin välineenä</i>	64
5.5.6 <i>Kirjaviennin ammattilaisen habitus</i>	67
6 PÄÄTÄNTÖ	72
LIITE: HAASTATTELUKYSYMYKSET	80

1 JOHDANTO

Kirjallisuus on osa taidekenttää. Yhteistä taidekentän muodostaville taiteenaloille on se, että taiteilija nostetaan keskiöön ja muiden, taiteen tuottamisen mahdollistavien toimijoiden työpanos häivytetään näkyvistä. (Bourdieu 1998: 375.) Tutkimukseni nojautuu Pierre Bourdieun (1998) ja Howard Beckerin (1974: 1984) teoretisointeihin, jotka edustavat institutionaalista taideteoriaa. He vastustavat taiteilijan nostamista jalustalle ja korostavat avustavien henkilöiden tärkeää roolia taiteentuottamisen prosessissa. Vaikka taiteilija on verkoston keskiössä siinä mielessä, että hänen työpanostaan ei voi korvata kukaan muu, on myös monien taiteen tuottamisen mahdollistavien ammattilaisten työ välttämätöntä niin taiteen materiaalsena kuin symbolisena arvontuottamisen kannalta. Näiden avustavien henkilöiden työnkuvaa ja keskinäisiä suhteita on selvitettävä, jotta taiteen arvonmuodostuksen prosessia voitaisiin tieteellisesti tutkia. (Becker 1998: 279.) Bourdieun ja Beckerin ajatukset tulevat näkyviin kansainvälisillä kirjamesseilla, joilla pääroolissa ovat kirjailijoiden sijaan oikeuksien myyntityötä tekevät henkilöt. Tutkimukseni keskittyy suomalaisen kirjallisuuden oikeuksien kansainvälisestä myynnistä huolehtiviin henkilöihin. Heidän tekemänsä työ asettuu kustannusketjun loppupäähän.

Taiteen kentällä on perinteisesti vaikuttanut ajatus siitä, että taloudellinen menestys ja laatu sulkisivat toisensa pois. Ennen 1990-lukua ilmestyneissä suomalaisissa kulttuuripolitiikan asiakirjoissa painotetaan laatua. Niissä on näkyvillä huoli siitä, että massakulttuuri veisi liikaa sijaa kansalliselta korkeakulttuurilta. Enää tämänsuuntaista ajattelua ei esiinny, vaan kulttuurin kaupallistuminen näkyy kulttuurivientiä koskevissa kulttuuripolitiikan asiakirjoissa. Niissä ei suhtauduta taiteeseen entisessä määrin itseisarvona, vaan sen viemistä perustellaan etenkin taloudellisen voiton tavoittelulla ja paremman Suomi-brändin rakentamisella. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että vientiin valittavalta taiteelta ei edellytetäisi korkeaa laatua.

Valtio rahoittaa Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filin toiminnan, ja se puolestaan avustaa kustantamojen Foreign Rights -osastoja ja kirjallisuusagenttuureja monin tavoin. Fili perustettiin vuonna 1977 liittämään suomalainen kirjallisuus osaksi maailmankirjallisuutta, ja tätä kautta vahvistamaan Suomen asemaa osana Eurooppaa. Lähtökohta valtion tuelle oli tuolloin ennen muuta ideologinen, eikä kirjallisuuden viennille vielä juuri asetettu taloudellisesti kunnianhimoisia tavoitteita. Tällä hetkellä

toiminnassa kuitenkin korostuu kustantamojen ja kirjallisuusagentuurien tukeminen oikeuksien myyntityössä. Tämä johtuu siitä, että kirjavientiä kaupallisista lähtökohdista tekevien toimijoiden määrä on 2000-luvun alussa lisääntynyt ja toiminnan volyymi kasvanut. Myös kulttuuriviennin asiakirjoissa painotetaan taloudellisen voiton tavoittelua.

Siihen, että kulttuurivientiin on alettu Suomen kulttuuripolitiikassa liittää taloudellista potentiaalia, vaikuttaa omalta osaltaan myös Euroopan unionin kulttuuripolitiikan linjaukset. Sen taloudellisia arvoja korostava kulttuuripolitiikka heijastuu myös kansallisen tason kulttuuripolitiikkaan. Lisäksi yhä suurempi osa EU-maiden bruttokansantuotteesta muodostuu kulttuurista ja palveluista.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoitus on hahmotella suomalaisen kirjaviennin kenttää sen tärkeimpien toimijoiden näkemyksiin pohjautuen. Aihe on ajankohtainen, sillä kirjavienti on vilkastunut merkittävästi ja alalle on muutaman vuoden sisällä tullut lukuisia uusia toimijoita. Vuodesta 2009 lähtien on syntynyt myös kirjallisuusagentuureja, joita ei tätä ennen ollut Suomessa lainkaan. He muodostavat selkeästi oman ammattikuntansa. Kulttuurivienti myös mainitaan *Suomen hallitusohjelmassa* (2011: 36). Odotukset kirjaviennin suhteen ovat nousseet myös siksi, että Suomelle on myönnetty arvostettu teemamaa-status vuoden 2014 Frankfurtin kirjamesuille. Tavoitteena on, että se lisäisi suomalaisen kirjallisuuden oikeuksien myyntiä pysyvästi.

Pierre Bourdieun ja Howard Beckerin ajatukset institutionaalisesta taideteoriasta muodostavat pohjan tälle työlle, koska niissä korostetaan avustavien henkilöiden roolia taiteentuottamisen mahdollistajina. Haastattelujen pohjalta luon kuvaa siitä, mitkä arvot ja asenteet kirjaviennin toimijoiden työtä ohjaavat, millainen vientiprosessi käytännössä on ja millaiset ovat suhteet toisiin alalla työskenteleviin toimijoihin.

Aihetta taustoittaa myös se, miten kulttuuripolitiikan suhde kulttuurivientiin on muuttunut ja se, millä perustein valtio kulttuurivientiä ja erityisesti kirjavientiä tukee. Tukeudun tässä tarkastelussa paitsi ministeriöiden asiakirjoihin myös Jutta Virolaisen (2012) pro gradu-tutkielmaan, jossa hän tuo esiin kulttuuripolitiikan asiakirjoihin sisältyvää poliittisuutta.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Tietoa toimijoiden näkemyksistä olen kerännyt teemahaastattelujen avulla. Haastattelin toimijoita, jotka huolehtivat käännösoikeuksien myymisestä ja muiden sopimusten tekemisestä ammatikseen. Muilla sopimuksilla tarkoitetaan esimerkiksi oikeuksien myymistä elokuvan tai tv-sarjan tekemistä varten. Haastattelin Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filin toiminnanjohtajaa Iris Schwanckia, Suomen suurimpien kustantamojen, WSOY:n ja Otavan, edustajia Meena Kaunistoa sekä Hanna Kjellbergiä sekä kahden kirjallisuusagentuurin, Elina Ahlbäck Literary Agencyn ja Burning Bridge Literary Agencyn, edustajia Elina Ahlbäckiä ja Maria Säänttiä. Haastattelussa selvitin aluksi kunkin toimijan historiaa ja perustamispäätökseen vaikuttaneita syitä. Tämän jälkeen etenin selvittämään työn taustalla vaikuttavia arvoja ja asenteita, tekemisen tapoja sekä toimijoiden välisiä suhteita. Apuna haastattelumateriaalin tulkitsemisessa olen käyttänyt teosta *Johdatus laadulliseen tutkimukseen* (Eskola ja Suoranta 2008).

Kansainväliset kirjamesut ovat oikeuksien myymisen avainpaikka. Tämän vuoksi työ sisältää lyhyen katsauksen kansainvälisten kirjamesujen syntyhistoriaan. Tuon esiin myös teoreettista keskustelua kansainvälisten kirjamesujen merkityksestä toiminnan välineenä. Haastatteluiden avulla pyrin saamaan käsityksen siitä, mitä tavoitteita messuja varten asetetaan, miten niitä varten valmistaudutaan ja miten niillä toimitaan.

2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Tärkeimmät työssäni käyttämät teoreetikot ovat Pierre Bourdieu ja Howard Becker. Heidän teoriansa edustavat institutionaalista taideteoriaa ja sopivat sen vuoksi taiteen välittäjäportaan toimijoita käsittelevän tutkimuksen tueksi. Molemmat teoreetikot vastustavat myyttiä taiteilijanerosta, joka luo itsensä täysin ilman apuvoimia. Bourdieun mukaan taiteen arvonmuodostuksen prosessia on mahdotonta tieteellisesti tutkia, ellei sen materiaalisen ja symbolisen tuottamisen kannalta olennaisen tärkeiden avustavien henkilöiden roolia sisällytetä tutkimukseen.

Beckerin lähtökohta on se, että tukihenkilöiden tekemä työ on yhtä arvokasta ja tärkeää kuin taiteilijankin. Hän on myös tullut siihen johtopäätökseen, että taiteen tuottaminen ei eroa muusta työstä niin paljon kuin yleisesti ajatellaan. Myös siihen liittyy paljon arkisia ja rutiininomaisia vaiheita. Kirjallisuuden alalla toimivia avustavia henkilöitä ovat muun muassa painajat, sähköisten lukulaitteiden valmistajat, kustannustoimittajat, kriitikot ja kirjallisuudenopettajat, jotka omalta osaltaan luovat valmiuksia teosten ymmärtämiselle. Myös myynti ja markkinointi ovat osa prosessia, koska ilman niitä teosten on vaikea löytää yleisöään. Ulkomaille vietävään kirjallisuuteen on valikoitu vain kapea kärki kaikesta ilmestyvästä kirjallisuudesta, ja vientiprosessista huolehtivat asiaan erikoistuneet henkilöt.

Avustavat henkilöt kontrolloivat sitä, millainen kirjallisuus pääsee levitykseen ja suuressa määrin myös sitä, miten se tulee menestymään. Kustannustoimittajalla ja kustannuspäälliköllä on valtaa siinä, mitä kirjallisuutta otetaan kustantamon listoille. Teoksen kehittäminen julkaisukuntoon vaatii lisäksi aina kustannustoimittajan apua. Myös teoksen saavuttamia myyntilukuja ohjaavat melko voimakkaasti institutionaaliset huomionosoitukset, kuten palkinnot ja positiiviset kritiikit. Ulkomaille vietävä kirjallisuus valitaan vielä erikseen, ja tähän joukkoon päästäkseen on täytettävä vielä tiukempia kriteereitä kuin ne, joita kotimarkkinoille pääsyä varten vaaditaan.

Bourdieu (1998: 285) mukaan arvokkainta, mitä taiteilija voi instituutiolta saavuttaa, on keskustelun kohteeksi pääseminen. Keskustelu ei ole taiteen aiheuttama sivutuote, vaan olennainen osa taiteentuottamisen prosessia. Instituution merkitys taiteen arvontuottamisessa on suuri. Kansainväliseen vientiin mukaan otettavat kirjailijat pääsevät

osaksi kansainvälistä kirjailijayhteisöä ja saavat ulkomaisen kritiikin kautta uuden näkökulman omaan työhönsä. Se, että kirjailija pääsee kansainväliseen levitykseen, tuo hänelle myös lisää arvovaltaa ja tuloja.

2.1 Pierre Bourdieun kenttäteoria

Bourdieu (1998) esittelee teoksessaan *Les règles de l'art* kenttäteorian, jolle tämän työn lähestymistapa pohjaa. Hänen mukaansa kulttuurin kenttä on voimakkaasti irtautunut muista yhteiskunnan kentistä. Taiteen kentälle kuuluvat taiteilijat sekä taiteen mahdollistajat ja legitimoijat. Kenttä muodostuu sosiaalisista tilanteista, joita hallitsevat sosiaaliset suhteet. Kyseessä on rakenteellinen tila, jossa vaikuttavat omat toiminnan lakinsa ja valtasuhteensa. (Bourdieu 1998: 353.) Bourdieun (1998: 22) mukaan tutkimusta aloitettaessa on ensimmäiseksi pyrittävä selvittämään tutkimuskohteena olevan kentän rakenne.

2.1.1 Taiteen kentän syntyhistoria ja erityispiirteet

Olellaisen tärkeä tekijä taiteen itsenäistymisprosessille oli Bourdieun mukaan taiteilijoiden ja intellektuellien asettuminen uutta porvarillista, anti-intellektuellia ajattelua ja elämäntapaa vastaan. Kirjallisuuden kentän itsenäistyminen tapahtui Ranskassa vuosina 1850-1900. (Bourdieu 1998: 222). Runoilija Charles Baudelaire ja kirjailija Gustave Flaubert olivat Ranskassa keskeisiä henkilöitä prosessissa, jossa kaupallinen kirjallisuus ja kokeellinen kirjallisuus erottuivat omiksi alueikseen. (Bourdieu 1998: 86.) He antoivat kasvot ajatukselle talouden arvoista vapaasta taiteen kentästä. Heidän edustamansa ajatus oli, että ”puhtaan” taiteen arvonmuodostus tapahtuu ideoiden pohjalta, ja niille on mahdotonta määrittää hintaa.

Voitontavoittelua kritisoivan ja henkisten arvojen hylkäämistä vastustavan ideologian pohjalta syntyi uusi elämäntapa, boheemi ja romantisoitu taiteilijaelämä. Ilman tätä uudenlaisen asenneilmaston syntyä ei olisi voinut muodostua kenttää, jota hallitsevat muut kuin taloudelliset arvot. Bourdieu (1998: 98) kuvaa sen olleen kuin ”yhteiskunta yhteiskunnan sisällä”, koska se ei seurannut yhteiskunnan asettamia sääntöjä, vaan loi omiaan. Taiteilijaelämästä muodostui tärkeä osa taiteilijoiden imagonrakennusta.

Taiteen kentän erityispiirre on Bourdieun (1998: 139) mukaan se, että sillä vallitsee talouden logiikka väärinpäin. Taideteokset ovat symbolisia tuotteita joiden arvo muodostuu niiden merkityksestä. Se hinta, jolla teos ostajalle myydään, on aina yhteismitaton tämän arvon kanssa. (Bourdieu 1998: 234.) Taiteen kentällä on myös pitkään vaikuttanut ihanne, että taiteilijan ei tulisi olla kiinnostunut taloudellisesta menestyksestä.

Yhteiskunnassa vaikuttavat kentät ovat Bourdieun mukaan melko autonomisia, mutta rakenteellisesti kuitenkin samankaltaisia. Jokaisen kentän toimintaa luonnehtii aina kilpailu ja pelimäisyys. Taiteen kentän lisäksi yhteiskunnassa voi ajatella vaikuttavan myös politiikan ja talouden kentät. Kullakin kentällä toimivat, Bourdieun termin ”pelaavat”, agentit pyrkivät resurssiensa mahdollistamalla tavalla kasaamaan itselleen *pääomaa* kentällä, jolla toimivat. Tavoiteltu pääoma ei kuitenkaan välttämättä aina ole luonteeltaan taloudellista, vaan saattaa olla myös esimerkiksi kulttuurista, kuten arvomaailmaan muista yhteiskunnan kentistä irrallisella taiteen kentällä usein. (Bourdieu 1998: 144.) Kulttuurisen pääoman saavuttamiseen vaaditaan aina panostamista ja omistautumista. Ymmärrys jostain taiteenalasta on mahdollista saavuttaa vain omakohtaisen perehtymisen kautta. Symbolisella pääomalla Bourdieu puolestaan tarkoittaa arvovaltaa ja vaikutusvaltaa millä tahansa kentällä.

Taiteen välittäjillä ei teknologian kehityksen myötä ole entiseen tapaan vaikutusvaltaa siinä, mitä sisältöä jakeluun pääsee. Myös symbolisen arvonmuodostuksen kohdalla kriitikoiden arvovalta vie tilaa muun muassa harrastelijoiden blogikirjoittelu. Kirjallisuuden osalta kyseinen kehitys on ollut hitaampaa kuin esimerkiksi musiikissa, mutta e-kirja tulee koko ajan suosittumaksi ja omakustanteet tulevat sen myötä lisääntymään. Myös kirjallisuuden alan välittäjäportaan toiminta tulee näin ollen mitä todennäköisimmin muuttamaan muotoaan.

2.1.2 Kentän määrittämät mahdollisuudet ja rajoitteet

Kentän rakenne määrittää sillä toimivien agenttien positiot. Pyrkiminen johonkin positioon kentällä tarkoittaa aina alalla aiemmin toimineiden agenttien luomaan mahdollisuuksien ja rajoitteiden tilaan astumista. (Bourdieu 1998: 385.) Bourdieun mukaan kentällä

tapahtuvien uusien tekojen on jo oltava olemassa olevina, mutta toistaiseksi käyttämättöminä mahdollisuuksina kentän aiemmissa tapahtumissa. Toiminnan mahdollisuudet ovat siis esimerkiksi taiteen välittäjän kannalta aina historiallisesti ja sosiaalisesti rajoitetut. Toimijan, joka haluaa vaikuttaa kirjaviennissä, on tunnistettava, millä teoksella voisi olla kansainvälistä potentiaalia; nähtävä vielä hyödyntämättömät mahdollisuudet, joilla kyseisellä hetkellä voisi olla tilausta. (Bourdieu 1998: 386.)

Bourdieun (1998: 399) mukaan sitä, mitä kentällä tulee tapahtumaan, on vaikea ennustaa sen pohjalta mitä kentän ulkopuolisessa maailmassa tapahtuu. Jokaista positiota luonnehtii sen suhde kentän sisäisiin positiioihin (Bourdieu 1998: 378). Muutos kentällä toimivien agenttien suhteissa johtaa muutokseen myös kentän rakenteessa. Uudet taiteilijat muuttavat kentällä vaikuttavia estetiikkakäsityksiä, mutta asemansa vakiinnuttaneet taiteilijat vastustavat muutosta. (Bourdieu 1998: 202.) Bourdieu (1993: 30) pitääkin kamppailua uuden ja vanhan taiteen välillä pysyvänä taidekenttää rakentavana tilana.

Mustafa (2008: 20) korostaa Bourdieun teoriaa organisaatiotutkimukseen yhdistävässä artikkelissaan sitä, että suurten organisatoristen muutosten taustalla on usein kentän ulkoapäin tuleva paine. Näin voi tulkita olevan myös kulttuuripolitiikan välineellistymisen kanssa. Yhteiskunta on muuttunut voimakkaammin kilpailuyhteiskunnaksi, ja tämän muutoksen myötä yritysten käyttämä kieli ja ajattelulogiikka on tullut osaksi hallinnon asiakirjoja, myös kulttuuripolitiikan ja sitä kautta kulttuuriviennin osalta. Tämä havainnollistaa sitä, että myöskään kulttuurin kenttä ei ole luonteeltaan staattinen. Millä tahansa kentällä toimivan agentin on olennaisen tärkeää kyetä tekemään realistisia arviointeja siitä, mikä oma asema kentällä on.

Menestyäkseen kirjaviennin toimijan on tärkeää olla selvillä etenkin muiden alalla toimivien yritysten tai organisaatioiden yleisistä toimintatavoista ja pyrkiä rakentamaan suhteita niiden sisällä merkittävissä asemissa työskenteleviin henkilöihin. Ulkopuolista tukea kirjaviennin liiketoimintana tekevät toimijat saavat lähinnä Filin kautta, ja siihen pidetäänkin tiiviisti yhteyttä. Suhdeverkoston rakentaminen ulkomaisiin kustantajiin ja kirjallisuusagenttuureihin on erittäin tärkeä osa työtä. Ala perustuu suurelta osin henkilökohtaisille suhteille. On myös kyettävä arvioimaan, kuka on tärkeä toimija jonka kanssa kannattaa pyrkiä yhteistyöhön ja se, minkälaista kirjallisuutta kyseiselle toimijalle kannattaisi tarjota. Toimintatapoja on muokattava tilanteen ja vastapuolen mukaan.

Kirjaviennin toimijoiden kannalta kansainväliset kirjamesut ovat tärkeässä roolissa suhteiden ylläpitämisessä. Mahdollisia uusia liikekumppaneita tavataan varsinaisten messutapaamisten lisäksi paljon myös epävirallisemmissa tilaisuuksissa.

2.1.3 Habitus

Bourdieu (1993) käyttää kentällä tapahtuvaan peliin osallistuvilta agenteilta vaadittavasta tiedosta ja olemuksesta nimitystä *habitus*. Kentälle pääseminen ja sillä menestyminen edellyttävät siis agenteilta tietynlaista habitusta. Kentän toimintamekanismit ja vaateet saattavat olla iskostuneet niin syväälle alitajuntaan, ettei niitä tiedosteta. Jos habitus on kentälle sopimaton, ei agentti tule sen piirissä ymmärretyksi. Kehittämällä habituskäsitteen Bourdieu halusi vastustaa subjektivismia - ajatusta siitä, että agentti voisi toimia kentällä täysin vapaana ympäristön vaikutteista, vain omaan tietoisuuteensa nojaten. Toisaalta käsite vastustaa myös strukturalismia ja ajatusta agentista pelkkänä ominaisuuksien kantajana ja tahdottomana suorittajana.

Agentit eivät siis toimi vapaina ympäristön vaikutteista, mutta eivät toisaalta myöskään täysin niiden mukaan. Pikemminkin kyseessä on kokoelma havaitsemisen tapoja ja niiden pohjalta rakennettavia käytänteitä. Agenttien on välttämättä otettava vakavissaan kenttä, jolla he pelaavat, tunnistettava ja tunnustettava sen toimintasäännöt. (Bourdieu 1998: 444.) Esimerkiksi kustannuskentällä toimiville agenteille kirjallisuus muodostaa ”fetissin”, joka luo ”illusion” sen suuresta arvosta ja merkittävydestä. Kaikki taloudet pohjaavat Bourdieun (1998: 288) mukaan jollekin fetisismien muodolle. Pyrkimyksenä on luoda usko siihen, että peliä on mielekästä pelata. Habituksen voi siis nähdä dispositioiden systeeminä, joka realisoituu vain suhteessa kentän rakenteeseen. (Bourdieu 1998: 436.) Se on aikaan ja paikkaan sidottu systeemi havaitsemisen, arvostamisen ja ilmaisemisen tapoja.

Habitus liittyy Bourdieun mukaan aina myös perhetaustaan ja koulutustaustaan sekä niiden muodostamaan pitkäaikaiseen sisäistämisen prosessiin. Habitus vaikuttaa siihenkin, miten toimija kokee mahdollisuutensa onnistua pääsemään jollekin kentälle, millaista yritystä hän pitää realistisena. Kuitenkaan position ja habituksen välinen suhde ei koskaan ole mekaaninen ja itsestään selvä. Kentälle pääseminen ja siellä vaikuttaminen vaativat tietoa myös kyseisen taiteenalan historiasta ja nykyhetkestä, sekä toisaalta taitoa tuoda kuvioon

jotain uutta ja erilaista. Taiteen välittäjäportaan toimijoilta vaaditaan osin samoja ominaisuuksia kuin taiteilijoilta, kun he arvioivat, millaiselle teokselle saattaisi juuri kyseisellä hetkellä olla kysyntää. Etenkin postmoderni taide viittaa paljon myös aiempaan taiteeseen. Sekä taiteilijoiden että muiden kentällä toimivien agenttien on siis tunnettava kenttä hyvin, jotta he voisivat tunnistaa nämä kentän sisäiset silmäniskut.

Habituksen käsitettä on kritisoitu siitä, että Bourdieu on teoksissaan määritellyt sen vain epämääräisesti ja osin ristiriitaisesti. Toisaalta hän esittää, että se olisi pysyvä, mutta kuitenkin joustava ja mahdollistaisi tietoisien harkinnan. Mistään valmiiden toimintakaavojen soveltamisesta ei siis olisi kyse. Kriitikot ovat kuitenkin todenneet, että habitus ei voi olla samaan aikaan sekä pysyvä että joustava. (Ilmonen 2007) Myöhäistuotannossaan Bourdieu käytti käsitettä tavalla, joka antoi ymmärtää, että hän hahmotti sen olevan luonteeltaan ennemminkin joustava. Myös tässä tutkimuksessa habituksen käsitteen tulkitaan olevan joustava ja muuttuvan paitsi organisatoristen muutosten, myös laajemman yhteiskunnallisen muutoksen seurauksena.

2.1.4 Taiteilija ja valta

Taiteilijat ja intellektuellit ovat Bourdieun (1998: 355) mukaan yhteiskunnassa vallan kentällä, sillä heillä on paljon symbolista, joskaan ei yleensä taloudellista pääomaa. Vaikka sekä taiteilijat että intellektuellit usein kritisoivat yhteiskunnan toimintaa, ovat he kuitenkin sillä vaikuttavalla valtakentällä alisteisessa asemassa ja toimivat usein suoraan kritisoimiensa tahojen mahdollistamina. Suomessa esimerkiksi monen taiteilijan uran jatkuvuuden turvaavat valtion taiteilija-apurahat, myös useiden sellaisten taiteilijoiden, jotka töissään kritisoivat valtion toimia. Bourdieun mukaan itsenäisen taidekentän toimintaan kuuluu se, että taiteilijan näkemysten ei tarvitse olla yhteneväisiä häntä rahallisesti tukevan tahon kanssa.

Pohjoismaissa on perinteisesti vaikuttanut ns. arm's length -periaate, jonka mukaan taiteen rahoittajat eivät saa puuttua sen muotoon ja sisältöön. Apurahojen saajista on lisäksi ollut päättämässä ammattitaiteilijoista koostuva raati. Näin ei kuitenkaan enää kaikissa tapauksissa toimita, sillä valtio ohjaa taiteen tuen entistä enemmän myös muiden kuin laadullisten kriteerien mukaan. Esimerkiksi kulttuurivientiä tukemaan perustetun kulttuurin

kärkihanketuen saajat on valinnut virkamiehistä koostuva raati ja valintaperusteet ovat perustuneet pääasiassa arvioihin taloudellisista menestymismahdollisuuksista. Myös Euroopan unionin kulttuurille myöntämässä tuessa on keskitytty tukemaan hankkeita, joissa on arvioitu olevan myös taloudellista potentiaalia. Esimerkiksi sopii Euroopan komission vuosittain jakama kirjallisuuspalkinto, jonka valintakriteereissä voidaan nähdä vaikuttavan taidetta välineellistävät tarkoitukset. Palkinnolla on etupäässä poliittinen päämäärä, Euroopan Unionin jäsenmaiden keskinäisen ymmärryksen lisääminen. Lisäksi palkinnon saaneet teokset ovat olleet pääasiassa romaaneja, joka on kirjallisuuden muodoista kaupallisin. Palkintopuheessa on myös toivottu, että mahdollisimman monesta teoksesta tehtäisiin myös elokuva- ja televisiosovituksia ynnä muita taloudellisessa mielessä kannattavia produktioita.

Bourdieu (1993: 141) mukaan lopullinen päätösvalta siitä, millaisen taiteen tekeminen jossain maassa mahdollistetaan, on yhteiskunnassa aina muilla kuin taiteen kentän toimijoilla. Tämä tulee erityisen hyvin esiin maissa, joissa taiteilijoiden on kielletty esittävän töissään valtion linjan vastaisia poliittisia tai uskonnollisia mielipiteitä. Vääränlaisia mielipiteitä sisältävän taiteen esittäminen saattaa tällaisissa autoritäärisissä valtioissa jopa saattaa taiteilijan hengenvaaraan. Tällaisten maiden kohdalla ei toisaalta voida puhua kovinkaan voimakkaasti yhteiskunnan muista kentistä irtautuneesta taiteen kentästä.

Valtioissa joissa taiteen kenttä sisäisine arvonmuodostuksen tapoineen on irtautunut muusta yhteiskunnasta, voi taiteilijoilla ja intellektuelleilla sen sijaan olla merkittävästikin vaikutusvaltaa yhteiskunnallisen keskustelun herättäjinä, etenkin sellaisina aikoina kun yhteiskunnassa on meneillään jonkinlainen kriisitila. Taiteilijuuden funktioon liittyy tällöin vallankumouksellinen, mentaliteetteja muutokseen valmistava tarkoitus. Taiteen kentän itsenäisyyden asteen voi päätellä siitä, kuinka vapaat kentän hierarkisoinnin käytänteet ovat yhteiskunnassa muuten vaikuttavista hierarkian muodostamisen tavoista. (Bourdieu 1998: 355.)

Se, missä määrin itsenäinen kenttä on, riippuu Bourdieun (1998: 361) mukaan kansasta ja sen traditiosta. Tällä hetkellä kulttuuripolitiikan asiakirjat korostavat Euroopan unionin alueella, myös Suomessa, taiteen välineellistä roolia. Sen nähdään voivan parantaa Suomen bruttokansantuotetta ja kansainvälistä mainetta. Valtion kulttuuriin laittamille

”sijoituksille” odotetaan vastinetta. Tämän voi tulkita vaikuttavan heikentävästi arm’s length -periaatteeseen, jonka mukaan taidetta tukeva taho ei saa puuttua taiteen tuottamiseen. Tässä mielessä taiteen suhde vallan kenttään on siis muuttunut. Suomessa tämä on tosin tapahtunut monia Euroopan maita hitaammin.

2.2 Howard Becker ja institutionaalinen taideteoria

Becker (1984) ei käytä pohdinnoissaan kentän käsitettä, vaan puhuu *taidemaailmasta*. Se on kuitenkin käsitteenä verrannollinen Bourdieun taidekenttään, vaikka joitain painotuseroja onkin. Jokainen taiteenala muodostaa hänen mukaansa oman taidemaailmansa, jossa vallitsee omat toimintakäytänteensä ja jonka itsenäisyyden aste suhteessa muihin yhteiskunnassa toimiviin ryhmiin vaihtelee (1984: 38). Taiteenala, jonka taidemaailma on täysin kehittynyt, mahdollistaa taiteen tehokkaan jakelun sitä arvostavalle yleisölle. Tehtävää hoitavat siihen erikoistuneet välittäjät. (1984: 93.) Toimiva taidemaailma siis integroi taiteilijat osaksi yhteiskunnan taloutta ja mahdollistaa näin taiteen tekemisen jatkuvuuden. Välittäjät tuovat talouden logiikan osaksi taiteen maailmaa ja pyrkivät rationalisoimaan sen muuten luonteeltaan epävakaa tuottamista.

Becker korostaa konventioiden tärkeyttä taiteen tuottamisen prosessissa. Sen tuottaminen ei hänen mukaansa poikkea muusta työstä niin paljon kuin usein annetaan ymmärtää. Hänen mukaansa taiteen arvonluomiseen osallistuvat tukihenkilöt ovat yhtä tärkeitä kuin taiteilija, vaikkakin taiteilija on aina verkoston keskipiste sen vuoksi että häntä ei voida korvata kellään toisella henkilöllä. (Becker 1984: 91.) Taidealalla eri tehtävissä toimivien ammattilaisten lisäksi myös yleisö on osa taidemaailmaa. Se ei tiedosta taidemaailman toimintamekanismeja yhtä syvällisesti kuin ammattilaiset, mutta mahdollistaa omalta osaltaan taiteen tuottamisen jatkuvuuden sitä ymmärtäessään, arvostaessaan ja ostaessaan. (Becker 1984: 50.) Taidemaailman sisällä vaikuttavat konventiot voi Beckerin mukaan ymmärtää syvällisesti ainoastaan osallistumalla taidemaailman toimintaan (1984: 55).

Verkostot ja konventiot, jotka muodostavat taidemaailman, määrittävät sen sisällä vaikuttavat mahdollisuudet ja rajoitteet. Keskeinen taidemaailmoihin liittyvä elementti on Beckerin mukaan luottamus. Henkilökohtaiset suhteet ovat taidemaailmoissa erityisen tärkeitä ja mahdollisuutta päästä toimimaan avustavan henkilön roolissa edistävät

merkittävästi jonkin alalla jo toimivan henkilön suositukset. Taiteilijan puolestaan on aina kyettävä uusiutumaan, koska hänen onnistumistaan mitataan viimeisimmän työn perusteella. (Becker 1984: 87.)

2.2.1 Institutionaalisen estetiikan rajoittavuus

Becker käsittelee teoksessaan *Art Worlds* (1984) institutionaalista estetiikkaa. Tämän estetiikkakäsityksen mukaan instituutio määrittelee sen, mikä ansaitsee taiteen arvonimen. Instituutio kykenee vakiintuneilla arvonmuodostamisen käytänteillään pyhittämään taiteilijan nimen niin, että periaatteessa pelkkä tämän allekirjoitus riittää tekemään mistä vaan taidetta. Esimerkkinä tällaisesta readymade-taiteesta tarjotaan usein Marcel Duchampin teosta *La Fontaine*, joka on tavallinen pisoari. Se on ääriesimerkki siitä, miten paljon taiteen arvonmuodostus saattaa olla kiinni taiteilijaa ympäröivistä tukihenkilöistä.

Vaatii kuitenkin oman ammattitaitonsa löytää ajankohtaiset ja toisaalta taiteenalan historian tiedostavat ja sitä kiinnostavalla tavalla kommentoivat työt. Taideyleisö on aina arvaamaton eikä siihen ole mahdollista saada todellista kontaktia, joka mahdollistaisi tiedon siitä mitä se kulloinkin haluaa (Becker 1984: 125). Etenkin kokeelliseen taiteeseen erikoistuneen tukihenkilön on oltava asiantuntija edustamallaan taiteen alalla, koska hänellä ei ole valmiita markkinoita, joille suunnata teoksia. Hän pyrkii itse luomaan niitä, joten hänen toimintaansa liittyy aina suuri riski samalla tavalla kuin kokeellisella kirjailijallakin.

Becker korostaa institutionaalisen estetiikan pohjaavan aina talouden resursseihin. Jakeluun voidaan ottaa vain se määrä taidetta, jonka instituutio pystyy tuottamaan. Kustantamoilla on eri ansaintalogiikoita siinä, toimivatko ne pitkän vai lyhyen aikavälin tuotolla. Kummassakaan tapauksessa ne eivät voi ottaa listoilleen rajoittamatonta määrää kirjailijoita; kuka tahansa ei siis voi olla kirjailija. Jokaisena aikana on voimassa oma estetiikkakäsityksensä, joka luo konsensuksen siitä, millä perustein taideteosta pitäisi arvioida. Se tarjoaa puolustettavissa olevan tavan sulkea osa tuotetusta taiteesta instituution ulkopuolelle ja luo perustan taidemaailman toimijoiden yhteisymmärrykselle ja yhteistyölle. (Becker 1984: 135.)

Kriitikot soveltavat teoksia arvostellessaan vallitsevaan estetiikkäkäsitykseen pohjaavia teoretisointeja. Kustantamot ja agentuurit puolestaan lainaavat kriitikoiden positiivisia mielipiteitä niin koti- kuin ulkomaanvientiinkin tuotetussa mainosmateriaalissaan. Myös kirjallisuuspalkinnoilla on merkittävä vaikutus myyntilukuihin ja niillä on hyvä mainostaa teosta mahdolliselle ulkomaiselle ostajalle. Taiteen arvonmuodostus siis rakentuu pitkälti taidemaailman sisällä. Beckerin mukaan (1984: 133) estetiikka on kiistoja aiheuttava puheenaihe juuri ulossulkevuutensa tähden - onhan se, kenelle resurssit tehdä taidetta myönnetään, myös moraalinen kysymys.

Institutionaalisen estetiikan linjaukset rajoittavat taiteilijoiden ilmaisunvapautta vaikuttaen tuotettavan taiteen muotoon ja sisältöön. Taideteoksessa on aina näkyvillä merkkejä taidemaailmassa toimivien tukihenkilöiden kanssa käydystä yhteistyöstä. (Becker 1984: 94.) Esimerkiksi tästä käy kustannustoimittajan vaikutus kirjailijan tekstiin. Vientiin menevässä kirjallisuudessa yhteistyön merkkien määrä vain lisääntyy. Teoksesta on tehtävä käänös vieraille kielelle, ja kyseessä on aina tulkinta, ei pelkkä kopio alkuperäisestä. Lisäksi saattaa olla, että tekstiä jopa sisällöllisesti muutetaan kohdemaan lukijakuntaa ajatellen sopivampaan muotoon. Esimerkiksi lastenkirjojen kuvituksia joudutaan toisinaan muuttamaan kohdemaan kulttuuria paremmin vastaaviksi.

Instituutio ei ota piiriinsä ainesta, joka ei mahdu sen edustaman taidekäsityksen piiriin (Becker 1984: 129). Onkin käyty huolestunutta keskustelua siitä, rajoittavatko instituution asettamat vaateet taiteilijoiden ilmaisunvapautta liikaa. Tällä hetkellä pääasiallisena huolenaiheena on kulttuurin kaupallistuminen, joka näkyy myös kirjankustantamisessa ja kirjallisuuden viennissä. Becker ei kuitenkaan olisi aiheesta kovin huolissaan ja toteaa, että usein rajoitteet lähinnä innostavat taiteilijoita keksimään keinoja, joiden avulla ne voisi kiertää tai niitä voisi muokata. Hän huomauttaa myös, että vaikutusvaltaiset taiteilijat pystyvät kyllä muuttamaankin taidemaailman sääntöjä, sillä ne ovat luonteeltaan dynaamisia. Tekijät ja tuottajat ovat aina vuorovaikutuksessa keskenään. (Becker 1984: 156.)

2.2.2 Keskustelun merkitys taiteen arvontuottamisessa

Becker korostaa läpi teoksen *Art Worlds* sitä, että taide on olemassa vain keskustelun ja tulkinnan ilmapiirissä. Institutionaalinen hyväksyntä mahdollistaa jakelun piiriin pääsemisen, joka puolestaan mahdollistaa sen, että teoksesta aletaan käydä keskustelua. Tämä on tärkein hyöty, jonka taiteilija instituutiolta voi saada. (Becker 1984: 145.) Vaikka taiteilija olisi taloudellisesti niin hyvässä asemassa että pystyisi rahoittamaan taiteensa tuottamisen täysin itsenäisesti, on hän kuitenkin instituutiosta riippuvainen, mikäli haluaa taiteensa leviävän mahdollisimman laajasti ja todella vaikuttavan yleisöön. Institutionaalisen taideteorian mukaan vain huomion kohteena oleva taide voi olla merkityksellistä. (Becker 1984:149.) Taidemaailmasta on eniten hyötyä taiteilijoille, joiden teokset sopivat viitekehukseen, jonka mukaista sisältöä taidemaailma kunakin aikana vastaanottaa (Becker 1984: 198).

Kansainvälisillä kirjamessuilla sosiaalisesti samankaltaiset, mutta kulttuurisesti eritaustaiset toimijat yhdessä rakentavat käsitystä siitä, mikä alalla on ajankohtaista. Sekä kirjailijoiden että välittäjien on pysyttävä mukana kentän kehityksessä, oltava perillä muutoksista. Jos he eivät kykene uudistumaan, eivät he enää menesty. Sosiaaliset suhteet ovat tärkeitä kaikkien alojen kaupanteossa, mutta erityisen tärkeitä ne ovat taidekaupassa, koska tuotteen myyntimenestystä on niin vaikea etukäteen arvioida. Muiden alalla toimivien ihmisten mielipiteet ohjaavat aina päätöksentekoa. (Currid 2007: 387.) Tätä havainnollistaa se, että jos jonkin teoksen oikeudet on aiemmin myyty johonkin maahan, alkaa se usein herättää kiinnostusta myös muunmaalaisissa kustantamoissa.

Kansainvälisillä kirjamessuilla syntyy toisinaan jopa tilanteita, joissa jonkin teoksen oikeuksia myydään moneen maahan siten, että ohitetaan normaalisti kuukausia kestävä prosessi, johon kuuluu ostavan osapuolen tutustuminen näytökäännökseen ja lukijalausuntojen hankkiminen sekä vielä markkinointipäällikön hyväksynnän hankkiminen. Näissä tilanteissa saattaa jopa syntyä huutokaupanomaisia tilanteita, joissa useampi saman maan kustantamo kilpailee teoksen oikeuksista. Suomalaisista kirjailijoista näin on käynyt viime vuosina Sofi Oksaselle, Elina Pulkkiselle ja Katja Ketulle. Kirjan saaminen myyntiin kansainvälisille kirjamessuille on kirjailijan kannalta hyvin

merkityksellistä. Sen voi, kirjallisuuspalkintojen ohella, nähdä edustavan yhtä korkeimmista institutionaalisen hyväksynnän asteista.

Bourdieu tulkitsee taiteen myyntimenestyksen olevan aina enemmän tai vähemmän sattumaa. Hänen mielestään taiteen kauppaa ei ole mahdollista järjestää yleisön odotusten perustalle. Yleisö ei odota taiteelta samoja asioita kuin muilta hyödykkeiltä. Se ei halua sitä, mitä on aina tottunut saamaan, vaan sellaista, mikä saa sen yllättymään. Tuotantoa ei siis voi edes populaariin kirjallisuuteen keskittyneissä kustantamoissa järjestää puhtaasti kysynnän ja tarjonnan mukaan, kuten yleensä kaupanteossa, vaikkakin esimerkiksi toimivaksi testatun sarjakirjallisuuden voi melko suurella todennäköisyydellä odottaa menestyvän myös kaupallisessa mielessä.

Kirjaviennin kohdalla menestystä ulkomailla ei voi päätellä edes hyvästä menestyksestä kotimaassa tai kohdealueen lähimaissa. Näin asiaa kuvaa Hannu Harju, joka tosin ei osallistu vientiin, vaan suomeksi käännettävien teosten valikointiin Tammella: ”Käännöskirjallisuus on kuin viini, josta ei koskaan tiedä, miten hyvin se matkustaa maasta ja kulttuurista toiseen. Suuri haaste on löytää sellaista käännöskirjallisuutta, joka reflektoi suomalaisen lukijakunnan erityispiirteisiin.” (Petäjä, 19.4.2011, C1).

Eri maiden välillä on eroja siinä, missä määrin taidemaailmat ovat institutionalisoituneet. USA:ssa instituution merkitys ei perinteisesti ole kovin suuri ja ajatellaan, että kuka tahansa voi yrittää luoda uraa taiteilijana. Yleisömenestys ratkaisee, onko yritys onnistunut. (Becker 1984: 16.) Taiteilijalla siis uskotaan olevan erityislaatuisia kykyjä, mutta sen määrittäminen, kenellä niitä on, on kuluttajalla eikä institutionaalisella portinvartijalla. Tämä taidekäsitelmä on lähellä tavanomaisen talouden logiikkaa. Esimerkiksi Ranskassa valtion virallisten taideinstituutioiden hyväksyntä sen sijaan on monilla taiteen aloilla erittäin tärkeää. Kuvataiteilija ei käytännössä pääse urallaan eteenpäin ilman tiettyjä institutionaalisia huomionosoituksia, joihin kuuluvat muun muassa näyttelyt arvostetuissa gallerioissa ja apurahat. (Martin: 2007.) Myös Suomessa instituutioiden rooli on tärkeä. Ainakin kirjailijoille valtion apurahat ovat ensiarvoisen tärkeitä. Markkina-alue on niin pieni, että vain todella harva kirjailija pystyisi toimimaan markkinoilla ja elättämään itsensä teostensa myyntivoitoilla. Yksityisen puolen rahoitusta taide saa Suomessa toistaiseksi verrattain vähän.

2.2.3 Talouden kentän logiikka kohtaa taiteen kentän logiikan

Beckerin (1984: 125) mukaan institutionaalinen taideteoria näkee taiteen tuottamisen aina usean ihmisen yhteistyönä, ja näiden eri osapuolten intressien yhteen sovittelu on nähtävä osaksi taiteentuottamisen prosessia. Taiteen välittäjän ja kirjailijan suhde on lähtökohtaisesti hankala, koska välittäjä edustaa talouden maailmaa taiteen kentällä. Välittäjällä on useimmiten mielessään mahdollisimman suuret myyntiluvut, kirjailija taas haluaa tehdä mahdollisimman vähän taiteellisia kompromisseja työhönsä. Kuitenkin kirjailijan on jotenkuten tultava toimeen välittäjän kanssa. Sovittelu kahden eri kentän toimintalogiikan välillä saattaa olla hankalaa, vaikkakin vähemmässä määrin populaariin kirjallisuuteen keskittyvien kirjailijoiden ja tuottajien välillä. Mitä kaupallisempaa kirjallisuutta kirjailija tuottaa, sitä enemmän hän näkee työnsä kuin minä tahansa ammattina. Kirjailija Hannu Raittila on käsitellyt kustantajan ja kirjailijan suhdetta mielenkiintoisesti teoksessaan *Ulkona* (2008, 114-115):

Tiheimmillään porvarillisten liiketoimintakäytäntöjen ja taiteen jännite on kirjankustantamisen kaltaisessa kulttuuribisneksessä, jossa tilikirjaporvarillisuus kohtaa taiteen voitto-odotuksilla lataamansa kirjan muodossa. Mannin mukaan tällaisen kohtaamisen ei oikeastaan pitäisi olla mahdollista, mutta niin vain herra Fischer kustansi hänen kirjansa.

Olennaista lienee, että Mann koki kustantajakseen nimenomaan Samuel Fischerin, ei yhtiötä nimeltä S. Fischer Verlag. Kustantaja ei ollut hänelle liikeyritys vaan henkilö. Pohjimmiltaan romanttinen Mann ratkaisi näin kauppaporvarin ja sivistysporvarin dialektiikan. Kustantaja on henkilönä sivistysporvari ja hänen nimeään kantava yritys hoitaa jotenkin epäpersoonallisella tavalla kirjan tekniseen tuottamiseen ja markkinointiin kuuluvan kauppaporvarillisen likaisen työn.

Sama ristiriita vallitsee tänäkin päivänä kaikissa kustannusyhtiöissä. Kustantaja on osakkailleen omistajaosuusarvoa tuottava liikeyritys, mutta kirjailijoiden suuntaan kustantaja ei ole firma vaan ihminen. Nykyaikana kustantajan olemuspuolet eivät yleensä yhdenny samaan persoonaan kuten Ukko-Jäntin aikaisen WSOY:n, Renqvistien Otavan tai Salojärvien Gummeruksen tapauksissa, mutta siitä huolimatta kirjailija kohtaa kustantajan aina jonkun henkilön hahmossa.

Kuten Raittilan teoksen kustantajan ja kirjailijan suhdetta kuvaava katkelma esittää, näkee myös Becker taiteen kentällä välittäjänä toimivan henkilön olevan välttämättä aina myös taiteen ystävä ja tuntija, ei ainoastaan siitä hyötyjä. Voidakseen löytää menestyskelpoisia uutuuksia on hänen välttämättä ymmärrettävä kirjallisuutta ja oltava hyvin perillä kentän

nykytilasta ja historiasta. Asiantuntemuksensa tähden hän pystyy luomaan taiteilijoiden kanssa luottamuksellisen suhteen, jossa molemmat osapuolet arvostavat toisiaan. (Becker 1984: 94.)

Välittäjät, kuten kirjallisuuden kentällä kustannustoimittajat, tarjoavat kirjailijoille myös henkistä tukea silloin kun he kokevat kirjoittamisen vaikeaksi tai heillä on epävarmuuden hetkiä. Välittäjä myös ottaa riskejä kirjailijoiden puolesta. Bourdieu pohtii teoksessaan *Les règles de l'art*, että taiteen kenttä olisi hyvin toisenlainen, mikäli kirjailijat joutuisivat itse kantamaan taloudellisen vastuun menestyksestä. Tällä hetkellä tappion kärsii kustantamo, joka kirjailijaan uskoessaan ottaa aina riskin. Sama pätee kirjallisuutta ulkomaille vieviin välittäjiin. Myös he ottavat riskin pyrkiessään viemään teosta ulkomaille. Prosessiin vaaditaan muun muassa mainosmateriaalin ja näytekäännösten tuottamista sekä kansainvälisille kirjamesseille osallistumista. Kustantajien lisäksi myös kirjallisuutta ulkomaille vievät toimijat ovat yhteydessä kirjailijoihin. Etenkin kirjallisuusagentuureissa, jotka voivat helpommin pitää edustettavien kirjailijoiden määrän kohtuullisena, on yhteydenpito kirjailijoiden kanssa usein vilkasta. Jotkin kirjailijat kaipaavat sitä, että saavat itse vaikuttaa siihen miten heidän teoksiaan ulkomailla markkinoidaan.

Kaikki taiteilijat eivät kuitenkaan ole valmiita muokkaamaan teoksiaan suuren yleisön odotusten mukaisiksi. He valitsevat pienemmän yleisön, toimeentulon ja maineen taiteellista vapautta laajentaakseen. (Becker 1984: 233.) He eivät välttämättä halua instituution kautta tulevaa yleisöä, koska se käyttää kyseistä systeemiä siksi että on sen kautta tottunut saamaan käsiinsä sellaista kirjallisuutta, jota on oppinut arvostamaan. Nämä arvostukset ovat syntyneet koulutuksen kautta, ja ovat siksi ennen muuta varakkaamman ja koulutetun väestön luomia. Liian anarkistinen ja kokeileva aines ei mahdu tämän kirjallisuuskäsityksen piiriin. Tämän takia osa taiteilijoista haluaa tietoisesti pysyä marginaalissa. (Becker 1984: 99.)

Kuitenkin Becker (1984: 28) tuo teoksessaan esiin että kirjailijat, jotka eivät ole valmiita tekemään kompromisseja, ovat selkeä vähemmistö. Bourdieun ajattelu siitä, millainen kentän arvostuksen ansaitsevan taiteilijan tulisi olla, on siis hänen ajatteluunsa verrattuna ehdoton idealisointi, johon taiteilijoiden enemmistö ei edes yritä pyrkiä. Kirjavientiin nämä marginaaliset kirjailijat eivät juuri pääse osallistumaan, vaikka Fili pyrkiikin avustamaan

myös pieniä ja keskisuuria kustantamoja, jotta hekin voisivat osallistua vientiin. Myös kirjallisuusagentuuri Burning Bridge Literary Agency on erikoistunut marginaalisemman kirjallisuuden vientiin.

Sekä Bourdieu että Becker ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että taiteen kentällä vaikuttavan arvomaailman takia taiteilijan on vaikea myöntää kiinnostustaan materiaaliseen menestykseen. Kirjailija Raittila avaa myös tämän tabun teoksessaan *Ulkona* pohtiessaan omaelämäkerrallisesti muun muassa sitä, miten harkitsee tekstiensä muokkaamista puheeksi, jotta voisi esittää niitä yleisölle palkkiota vastaan. Hän pohtii kirjailijan toimivan kuin yksityisyrittäjä, joka parhaansa mukaan yrittää soveltaa toimensa instituution asettamiin rajoihin ja toisaalta markkinoimaan itseään esimerkiksi julkisten lukutilaisuuksien avulla. Tässä ajattelussa hän osuu lähelle Bourdieun esittämää ajatusta taiteilijasta omana markkinanaan, jonka menestykseen saattaa hyvinkin keskeisesti vaikuttaa paitsi itse teos, myös imago ja elämäntyyli. Lähes kaikki kansainvälisesti menestyneet kirjailijat ovat esillä myös julkisuudessa. Viimeaikaiset poikkeuksellisen hyvin menestyneet teokset, kuten Sofi Oksasen *Puhdistus*, Riikka Pulkkinen *Totta* ja Katja Ketun *Kättilö*, ovat kaikki näyttävien ja persoonallisten kirjailijoiden tuottamia. Schroederin (2005: 1291) mukaan menestyviä taiteilijoita voidaan enenevässä määrin pitää brändimanagereina, jotka kehittävät ja ylläpitvät itseään tunnistettavina tuotteina kilpailullisella kulttuurin kentällä.

3 VALTION SUHDE KULTTUURIVIENTIIN JA VALTION TUKITOIMET VIENNIN EDISTÄMISEKSI

Valtion kulttuuriviennille ohjaamia tukitoimia tarkastellaan tässä tutkimuksessa lähinnä kirjaviennin toimijoiden näkökulmasta. Ensin kuitenkin esittelen valtion yleistä suhtautumista kulttuurivientiin ja toimenpiteitä sen edistämiseksi. Kaiken kaikkiaan kulttuurivientiä on Suomessa tutkittu vain vähän. Jutta Virolainen käsittelee pro gradussaan kulttuuriviennin merkityksiä ja tavoitteita opetus- ja kulttuuriministeriön ohjelmateksteissä 2000-luvun alussa. Tarkasteltavat tekstit ovat kulttuurivientihankkeen loppuraportti (2004) ja sitä seurannut esitys Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelmaksi (2007-2011). Virolaisen työ perustuu ajatukselle siitä, että retoriikka on aina luonteeltaan poliittista. Valtion asiakirjojen siis tulkitaan olevan poliittisia ohjelmia, jotka paitsi kertovat kulttuuriviennistä, myös rakentavat sitä. (Virolainen 2012: 6.) Tutkimuksessa ei kuitenkaan oteta kantaa siihen, miten asiakirjat ovat käytännössä vaikuttaneet kulttuuriviennin toimijoihin, vaan niistä pyritään lukemaan esiin poliittisuutta yleensä. Koska asiakirjat on laadittu hyvin neutraaliin tyyliin, on niiden sisältämä poliittisuus ”luettava esiin” (Virolainen 2012: 5). Olen käyttänyt hänen työtään apunani kulttuuriviennin käsitteen määrittelyssä, koska siinä käsitettä tarkastellaan uusimpien asiakirjojen valossa.

3.1 Kulttuurivienti osana välineellistävää kulttuuripolitiikkaa

Virolaisen opinnäytteen keskeisin tutkimustulos on se, että kulttuuripolitiikan asiakirjoissa ollaan paitsi yleisesti, myös kulttuuriviennin osalta siirrytty välineellistävän kulttuuripolitiikan vaiheeseen (2012: 19). Tällä tarkoitetaan sitä että taiteella ei välttämättä enää nähdä olevan itseisarvoa, vaan sen odotetaan toimivan instrumenttina muiden, ulkostaiteellisten päämäärien tavoittelussa. Näistä päämääristä nousevat asiakirjoissa esiin ennen muuta Suomen bruttokansantuotteen kasvattaminen ja Suomen tunnettuuden lisääminen maailmalla. Tunnettuuden paranemisen uskotaan vaikuttavan positiivisesti Suomi-brändiin ja tätä kautta kaikkien alojen liiketoimintaan: Suomeen tehtyjen sijoitusten määrän ja matkailun oletetaan näin kasvavan. Kulttuuriviennin oletetaan voivan yhdistää

kulttuuriset arvot ja taloudellisen menestyksen, vaikuttaen näin positiivisesti Suomen kilpailukykyyn. (Virolainen 2012: 85.)

Suomessa havahduttiin kulttuurin sisältämään taloudelliseen potentiaaliin 90-luvulla. Tällöin ymmärrettiin sen mahdollisuudet luoda uusia työpaikkoja ja kasvattaa Suomen bruttokansantuotetta. Uusi asenne kulttuuria kohtaan mahdollistaa sen, että sitä voi markkinoida kuten muitakin tuotteita ja pyrkiä saamaan siitä taloudellista tuottoa. (Mitchell 2002; viitattu Virolaisen 2012: 37 mukaan). Taiteen rahoitukseen liittyviä päätöksiä on näin ollen alettu perustelemaan myös muilla kuin laadullisilla perusteilla. (Virolainen 2012: 72.) Kulttuuripolitiikka ei myöskään enää muodosta omaa itsenäistä sektoriaan samassa määrin kuin ennen, vaan on siirtymässä useampia ministeriöitä koskevaksi yleispolitiikaksi (Virolainen 2012: 12).

Myös Euroopan unionin kulttuuripolitiikka on osaltaan vaikuttanut siihen, että kulttuurin taloudellista potentiaalia korostetaan asiakirjoissa aiempaa enemmän. Euroopan unionin rakennerahoitustukea on myönnetty pääasiassa hankkeille, joilla nähdään olevan myös taloudellista potentiaalia. (Kangas ja Hirvonen 2000, Virolaisen 2012 mukaan.) Euroopan unionin tuessa kulttuurille korostuu taloudellisen potentiaalin lisäksi sen mahdollisuus rakentaa yhteenkuuluvuuden tunnetta unionin maiden välille. Se on muun muassa vuodesta 2007 lähtien jakanut Eurooppalaista kirjallisuuspalkintoa, jonka verkkosivuilla kerrotaan tavoitteena olevan unionin maiden välisen yhteenkuuluvuuden tunteen vahvistaminen ja jäsenmaiden kulttuurisen kirjon ymmärtämisen edistäminen.

3.2 Taiteen toimijoiden sitoutuminen kaupalliseen vientistrategiaan

Onko kulttuurille vientiä -raportin (2004) toimikuntaan kuului jäseniä opetus- ja kulttuuriministeriöstä, ulkoasiainministeriöstä, kaupp- ja teollisuusministeriöstä, Finprosta, Finnverasta, Tekesiltä ja Matkailun edistämiskeskuksesta. Jäsenien keskeisenä tavoitteena oli nostaa kulttuuri vientialaksi muiden joukkoon ja tehdä Suomi tunnetuksi erityisesti kulttuuristaan (Virolainen 2012: 70). Päämäärää kohti oli tarkoitus pyrkiä vahvistamalla jo olemassaolevia rakenteita, ei luomalla kokonaan uusia. Perinteisesti kulttuuriviennillä ei ole Suomessa nähty juuri olevan taloudellista potentiaalia, ja se liitettiin pitkään yksinomaan Suomi-tuntemuksen parantamiseen. Valtion panostus

kulttuurivientiin oli pitkään hyvin vähäistä, sekä rahoituksen suuruuden että toimivien rakenteellisten ratkaisujen kehittämisen osalta. Esimerkiksi muissa pohjoismaissa kulttuurivientiin alettiin panostaa jo aikaisemmin. (Virolainen 2012: 72.) Suomen sisäiset taidemarkkinat kuitenkin ovat pieneksi maaksi vilkkaat. Sitä, että sen kansainvälistä potentiaalia ei vielä täysin hyödynnetä, voi pitää epäkohtana joka on mahdollista suunnitelmallisella työllä korjata.

Virolainen kutsuu ”suostutteluksi” sitä, että valtion asiakirjoissa korostetaan kaikkien taiteenalojen toimijoiden olevan tarpeellista sitoutua vientiponnisteluihin. Hän myös tulkitsee valtion tulleen väliin kulttuurivientiin selonteoillaan ja kehittämisohjelmillaan, koska vienti ei ennen ole ollut tarpeeksi tehokasta. Hän tulkitsee väliintulon tuloshakuisuuteen painostamiseksi. Keskittymisen tekijänoikeuksiin Virolainen tulkitsee merkiksi siitä että taiteilijan ”luovuuspääoma” pyrittäisiin ”tuotteistamaan”. (Virolainen 2012: 52.) Voidaan myös ajatella, että tekijänoikeuksiin keskittyminen ja niihin liittyvän lainsäädännön kehittäminen on luonteeltaan teknistä eikä vaikuta itse taiteilijan luovaan työhön, paitsi luomalla paremman taloudellisen turvan ja siis mahdollisuuden jatkaa taiteen tekemistä. Näin ajatellen olisi sekä taiteilijan että koko luovan alan etu, että mahdollisimman suuri osuus myyntituloista palaisi Suomeen kartuttamaan sekä taiteilijan tuloa että yleisemmin bruttokansantuotetta. Näin ei kuitenkaan aina ole, vaan esimerkiksi tietokonepelit myydään usein ulkomaille niin varhaisessa vaiheessa tuotekehittelyä, että varsinaiset myyntitulot saatetaan menettää kokonaan ulkomaille.

3.3 Kulttuuriviennin taloudellisen potentiaalin hyödyntäminen

Virolainen (2012) nostaa työssään esiin sen, että kulttuuriviennin asiakirjoissa ei juuri puhuta taiteen laadusta vaan menestymismahdollisuuksista ja kaupallisesta potentiaalista. Tämä väite pohjustaa ajatusta siitä, että taiteella ei enää olisi itseisarvoa. Taustalla vaikuttaa käsitys siitä, että kaupallinen ajattelu johtaisi taiteen laadun heikkenemiseen. Haastattelemiini toimijat kuitenkin korostivat, että vientiin valittavan kirjallisuuden on oltava erittäin laadukasta, koska kansainvälinen kilpailu on kovaa. Kaikkien taiteenalojen ulkomaanviennissä on väistämättä edustettuna vain hyvin kapea kärki kyseisen alan taiteesta. Tämän kärkijoukon tunnistaminen on keskeisintä kulttuuriviennin alalla työskentelevän henkilön ammattitaitoa. Näin asia on muotoiltu myös vuonna 2007

ilmestyneessä kulttuuriviennin kehittämissuunnitelmassa: kansainvälisen menestyksen oletetaan edellyttävän sekä korkeatasoista ja omaleimaista tuotetta tai palvelua että korkeatasoista liiketoimintaosaamista ja koko arvoketjun hallintaa

Teosten kaupallisen potentiaalın hyödyntäminen on tärkeää, koska se tuottaa tuloja kustantamoille tai agentuureille, mutta myös itse kirjailijoille. Ne parantavat osaltaan kirjailijan mahdollisuuksia jatkaa ammattinsa harjoittamista. Kansainvälisille markkinoille pääseminen helpottuu, kun tarpeeksi moni kirjailija onnistuu raivaamaan tietä. Tämä liittyy suomalaisen kirjallisuuden vahvemmin osaksi maailmankirjallisuutta, mutta myös lisää yleistä suomalaisuutta kohtaan tunnettua mielenkiintoa maailmalla. Uutta on se, että kirjaviennin on alettu kehittää kunnianhimoisella tavalla yksin sitä varten luotujen verkkojen avulla. Ennen 2000-luvun alkupuolta Suomessa ei kirjallisuuden alalla vielä ollut kokopäiväisesti viennin keskittyviä toimijoita, mikä kuitenkin on tärkeää, jotta toiminta olisi tuloksellista. Tuloksia on saatu aikaan ja kirjaviennin ei enää ole yhtä marginaalista kuin ennen.

Virolainen näkee suunnitelmat perustaa kansantalouteen perustuva ”kulttuurin satelliittitilinpito” osoituksena uudella tavalla kilpailullisesta tilanteesta, jossa taiteen alat joutuisivat kilpailemaan muiden viennin alojen kanssa (Virolainen 2012: 74). Julkisen sektorin uudistuksen taustalla vaikuttavassa New Public Management -ajattelussa laatu rinnastetaan tehokkuuteen ja suoritusmittaamiseen. (Virolainen 2012: 76). Tietyn tavalla kulttuurin paremmuutta alettaisiin satelliittitilinpidon kautta mitata taloudellisen tuloksen perusteella. Toisaalta satelliittitilinpidon voi nähdä myös teknisenä apuvälineenä, joka mahdollistaisi viennin kasvun ja suuntautumisen systemaattisen seurannan ja auttaisi näin kehittämään kulttuuriviennin rakenteita ja rahoitusta. Tilinpidon perustamisessa on tosin ollut ongelmia, koska monella taiteenalalla ei ole käytettävissä kattavaa tilastotietoa toteutuneesta viennistä. Tämä johtuu ainakin kirjaviennissä siitä, että suomalaisen teoksen oikeudet ostanut kustantamo pitää myyntilukuja liikesalaisuutena eikä sen vuoksi ilmoita myyntilukuja suomalaiselle, oikeudet myyneelle kustantamolle, vaikka näin sopimuksessa vaadittaisiin. Kustantamojen Foreign Rights -osastoilla taas ei voida käyttää työaika myyntilukujen kysymiseen, vaikka sitä Otavalla työskentelevän Hanna Kjellbergin mukaan jonkin verran tehdäänkin. Filit on kuitenkin pyrkinyt keräämään tilastotietoa Suomen kirjaviennistä.

3.4 Valtion kulttuuriviennille osoittama tuki ja sen epäkohdat

Kulttuuriviennin onnistumisen edellytys on taiteen riittävä perusrahoitus apurahoin. Tämä on tärkeää etenkin Suomen kaltaisessa maassa, jossa väkiluku on pieni ja siten jättää myös taiteilijan myyntitulot useimmissa tapauksissa melko pieniksi. Hyvin harva kirjailija pystyy toimimaan markkinoilla siten, että ammatin kokopäiväinen harjoittaminen pelkkien myyntitulojen turvin mahdollistuisi.

Taiteilijat eivät voi yksin rakentaa ulkomaanviennin kannalta olennaista verkostoa, vaan siihen tarvitaan oma ammattikuntansa. Tätä työtä tekevät valtion rahoittamat taiteen tiedotuskeskukset, markkinoilla toimivat agentit ja esimerkiksi kirjallisuuden puolella kustantamojen sisäiset Foreign Rights -osastot. Sekä valtion työllistämien että markkinoilla toimivien välittäjien on oltava ammattilaisia, jotka tuntevat erinomaisesti paitsi edustamansa taiteenalan, myös kaupanteon prosessin. Heidän on myös tunnettava hyvin edustamansa taiteenalan kansainvälinen kenttä ja mahdolliset asiakkaat.

Vuonna 2005 opetus- ja kulttuuriministeriöön perustettiin kulttuurivientiyksikkö. Valtion pääasiallinen tapa tukea kulttuurivientiä on taiteiden tiedotuskeskusten ylläpitäminen. Ne saavat vuosittain tietyn summan, jonka turvin toimintaa jatketaan. Kotimaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus on nimeltään Fili. Vuosittaisen perusrahoituksen lisäksi valtio myöntää tiedotuskeskuksille hankemuotoisia avustuksia. Kulttuurin kärkihanketukea on myönnetty vuodesta 2006 alkaen. Sen tausta-ajatuksena on, että yhden kulttuurialan toimijan menestys ulkomailla raivaa tietä myös muiden onnistumiselle. Kärkihanketukeen varattu budjetti on kuitenkin mahdollistanut tuen jakamisen vain pienelle osalle sitä hakeneista. Frankfurtin kirjamesujen teema-maana on vuonna 2014 Suomi, ja tämän hankkeen valmisteluun kärkihanketuki on myönnetty. Tämä kertoo siitä, että myös ministeriöt pitävät hanketta merkittävänä.

Suomen kulttuurialan välittäjäporras on CUPORE:lla (Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö) teetetyissä tutkimuksissa todettu melko heikoksi. Sitten opetus- ja kulttuuriministeriö on pyrkinyt parantamaan tilannetta organisoimalla TAIVEX-koulutuksen ja Sillanrakentajat-hankkeen, joiden molempien tarkoituksena on ollut kouluttaa taiteen välittäjäportaan työntekijöitä ja lisätä alalla jo toimivien osaamista.

Näihin koulutuksiin voitiin kuitenkin valita vain pieni määrä hakijoista. Opintomatkat kansainvälisille messuille, festivaaleille ja muihin tapaamisiin ovat välittäjäkoulutuksiin osallistujien mielestä olleet niiden parasta antia. Onkin arvioitu, että hyvät verkostot ovat menestymisen kannalta lähes yhtä tärkeitä kuin laadukas tuote. Selonteissa todetaan myös, että kulttuuriviennissä kannattaa panostaa suorien yhteyksien ja yhteistyön luomiseen toimijoiden välillä ennemmin kuin pelkkien toimintasuunnitelmien ja strategioiden laatimiseen.

Siinä, miten valtio tukee taidetta ja sen vientiä on myös epäkohtia. Suomessa tällä hetkellä käytössä olevat rahoituksen mallit on suunniteltu ennemminkin teollisuuden kuin kulttuurialojen tarpeita silmällä pitäen. Myöskään Finnpro ja Tekes, joilta kulttuurialankin toimijat voivat periaatteessa saada avustusta, eivät yleensä tue taiteen aloja, vaan niiden kulttuuriin panostaminen näkyy lähinnä tietokonepelien ja vastaavien teknisempien tuotteiden tukemisena. Teollisuus- ja kauppaministeriöltä saattaa saada tukea messuihin liittyvien selvitysten ja markkinatutkimuksen tekoon. Yleisesti ottaen kulttuurin ja talouden kahtiajako vaikuttaa yhteiskunnassa edelleen voimakkaana. (Wilenius 2004: 136.) Tämän vuoksi välittäjien kentälle tarvittaisiinkin lisää toimijoita, joilla on sekä kaupan alan että jonkin taiteenalan koulutus (Wilenius 2004: 221).

Usein ongelmana on se, että rahoitusta myöntävät tahot eivät ymmärrä taiteella voivan olla kaupallista potentiaalia, eivätkä siten näe siihen panostamista tarpeellisena. Ilmapiiiri ei ole vielä ehtinyt muuttua asenteellisesti kulttuuria arvostavaksi, vaikka kulttuuripoliittisissa asiakirjoissa taloudellinen potentiaali onkin nostettu esiin. Onkin ehdotettu, että kulttuurin toimialoja tukemaan olisi perustettava Kukes, joka siis olisi ikään kuin vastine teknisten alojen Tekesille. Näin kulttuuri nähtäisiin samanlaisena investointina tulevaisuuteen kuin teknologinen tuotekehitys 1990-luvulla. (Wilenius 2004: 17.) Vaikka kulttuurin edistämisen ja viennin budjettia on kasvatettu ja taiteiden tiedotuskeskusten toimimiseen myönnettävää vuosittaista summaa lisätty, on kulttuuriin panostaminen Suomessa kuitenkin kaiken kaikkiaan vielä melko vähäistä. Yhteenvetona voidaan todeta, että vientitoiminnan tehostamiseksi on tärkeää lisätä rahallisten avustusten määrää, mutta myös parantaa niiden soveltuvuutta kulttuurialalle. Lisäksi vientitoiminnan mahdollistavia rakenteita on parannettava.

Taiteen yksityinen rahoitus on ollut Suomessa melko vähäistä ja se on tehty vaikeaksi pitämällä verottoman lahjoitussumman suuruus verrattain alhaisena. Tähän voitaisiin vaikuttaa lainsäädäntöä muuttamalla. Yritykset eivät Suomessa sponsoroit taidetta samassa määrin kuin useimmissa muissa Euroopan maissa, puhumattakaan USA:sta. Myös kulttuurivienti on toistaiseksi ollut Suomessa vahvasti valtiollinen hanke. Esimerkiksi Norjassa elinkeinoelämän ja kulttuurialojen yhteistyö lisääntyy koko ajan. Toisaalta myös taideorganisaatioiden suhtautuminen yrityksiin jättää toivomisen varaa, koska ne usein odottavat saavansa rahan avustustyyppisesti. Yritys kuitenkin tavoittelee pelkän avustuksen antamisen sijaan yhteistyötä, jonka kautta pääsisi muokkaamaan brändiään positiiviseen suuntaan. Tämän vuoksi pitempikkestoinen yhteistyö voisi olla hyödyllistä molempien osapuolten kannalta. (Wilenius 2004: 130.)

Myös tekijänoikeuksiin liittyviin kysymyksiin olisi paneuduttava. Ensimmäisen *Onko kulttuurille vientiä?* -raportin jälkeen ministeriöissä on entistä selvemmin ymmärretty tekijänoikeuksien olevan kulttuuriviennin keskiössä. On havahduttu siihen, että aineettomat oikeudet muodostavat yhä merkittävämmän osan taloutta. Lainsäädäntöä olisikin kehitettävä sellaiseksi, että se paremmin tukisi kulttuurivientiä. Kirjallisuuden puolella tekijänoikeusasioista huolehtimaan on vuonna 2008 perustettu oma organisaationsa, *Sanasto*.

3.5 Kirjavienti osana kulttuurivientiä

Ministeriöiden kulttuurivientiä käsittelevissä papereissa todetaan, että kirjaviennissä välittäjäportaan toiminta on vakiintuneempaa, rakenteet joihinkin muihin taiteen aloihin verrattuna kehittyneempiä ja verkostot laajempia. Kuitenkin kirjallisuuden viennin tuottamat tulot ovat sen verran pieniä, että toiminta luokitellaan kulttuurivaihdoksi erotuksena kaupallisesti kannattavaan kulttuurivientiin. Kirjallisuusagentti Maria Sántin antama haastattelu *Talouselämä*-lehdelle antaa käsityksen kirjaviennin yhteiskunnallisesta merkittävydestä.

En ole koskaan käynyt Yhdysvalloissa, mutta olen lukenut paljon amerikkalaisten kirjailijoiden kirjoittamia kirjoja. Amerikka on näiden kirjojen kautta sisälläni, samalla tavoin kuin italialaisuus on minussa italialaisten kirjojen välittämänä viestinä. Kirja kasvattaa minuun jonkin maan tuntemuksen. Suomen on tehtävä sama maailmalle. Turha sanoa ettei tällä olisi merkitystä yhteiskunnallemme ja taloudellemme.

Yleensä vientiin valikoituu kotimaassa hyvin myynyttä, populaaria ja mielellään myös palkittua kirjallisuutta. Se, että vienti on jo vuosia ollut kasvussa, on nähtävä tietojen ponnistelujen aikaansaannokseksi, ei osoitukseksi siitä, että suomalainen kirjallisuus olisi muuttunut luonteeltaan jotenkin yleismaailmallisemmaksi ja kiinnostavammaksi. Sitä, että suomalainen kirjallisuus on nostattanut profiiliaan, voidaan pitää ammattilaisten työn tuloksena aikana, jolloin kotimaisen kirjallisuuden suosio on kasvanut kaikkialla Euroopassa, kun taas käänöskirjallisuus on menettänyt suosiotaan (Petäjä 2011: C1). Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filin, kuten myös muiden taiteenalojen tiedotuskeskusten, oli laadittava vientistrategia kulttuuriviennin asiakirjoja varten (Virolainen 2012: 60.) Filin strategiassa suhtaudutaan positiivisesti viennin taloudellisen merkittävyyden kasvattamiseen. Siihen liittyy kuitenkin myös ideologisia syitä, kuten suomalaisen kirjallisuuden voimakkaampi liittäminen osaksi maailmankirjallisuutta.

Suomella on vahvat kulttuuriyhteydet Saksaan, ja sinne myös viedään eniten suomalaista kirjallisuutta. Saksassa ollaan kiinnostuneita erityisesti dekkareista, kuten Leena Lehtolaisen tuotannosta. Tämän jälkeen tulevat Ruotsi ja muut pohjoismaat. Filin pyrkii laajentamaan kontaktiverkostoa myös Euroopan ulkopuolisiin maihin. Tähän työhön olisi ammattilaisten mielestä saatava myös valtion panostusta nyt, kun Suomi on vahvistamassa merkitystään kirjajamaana. Ovien aukeamisesta todistaa muun muassa teemamaa-status yhdessä muiden pohjoismaiden kanssa vuoden 2011 Pariisin Salon du livre- kirjamesseilla ja tulevilla Frankfurtin vuoden 2014 kirjamesseilla.

Pääseminen osaksi kansainvälistä kirjailijayhteisöä ja uusien näkökulmien saaminen omaan työhön ovat monelle kirjailijalle tärkeimmät motiivit ulkomaan markkinoille pyrkimiseen, sillä heidän viennistä saamansa lisätulo ei useimmissa tapauksissa ole kovin merkittävä. Taloudellisessa mielessä ulkomailla hyvin menestyneitä suomalaisia kirjailijoita on kyllä joitain, esimerkiksi seuraavat useille kielille käännetty kirjailijat: Arto Paasilinna, Mika Waltari ja Tove Jansson, joita on kaikkia käännetty yli 30 kielelle. Paasilinnan lisäksi nykykirjailijoista ovat erityisen hyvin menestyneet muun muassa Kari Hotakainen, Monika Fagerholm, Daniel Katz, Sofi Oksanen, Riikka Pulkkinen ja Katja Kettu. Paasilinna, jonka teoksia on myyty ympäri maailmaa jo miljoonia kappaleita, on myös saavuttanut sen harvinaisen aseman, jossa suomalainen kirjailija tienaa enemmän ulkomaan kuin kotimaan myynnistä.

4 KANSAINVÄLISET KIRJAMESSUT VIENNIN VÄLI- NEENÄ

4.1 Messujen historiasta yleisesti

Messut ovat vanhastaan ratkaisseet jakelun ongelman tuomalla tuotteet tiettyinä aikana tiettyyn paikkaan. Rooman valtakunta loi messuinstituution kannustamaan alueidensa välistä kauppaa. Myöhemmin messuja koskevat säännöt tulivat pohjaksi Euroopan kauppalaueille. Teollistuminen kuitenkin muutti messujen aseman, koska tuotteet pystyttiin sen myötä standardisoimaan ja niiden laatu takaamaan entistä paremmin. (Maskell et al. 2006: 1000.) Ostajalla ei näin ollen ostopäätöksen tehdäkseen ollut enää tarvetta nähdä itse ostettavaa tuotetta, vaan malli siitä riitti. Messuilla alettiinkin esittää ainoastaan representaatioita myyntiartikkeleista. Messut ovat kuitenkin säilyttäneet alkuperäisen luonteensa tiettyjen erityisten ja uniikkien myyntiartikkelien kohdalla. Esimerkiksi nykyaikaiset kuvataidemessut voidaan nähdä perinteisen messun muotona, koska kutakin taideteosta on olemassa vain yksi kappale ja niiden standardisointi on mahdotonta.

Kansainväliset kirjameskut voidaan nähdä perinteisen ja modernin messun välimuotona. Ammattilaisten välisen kaupankäynnin kohteena olevista vielä kotimaan ulkopuolella ilmestymättömistä teoksista tarjolla on vain käännösnäyte. Vaikka kaupat syntyisivät, saattaa teosta olla tarpeen muuttaa paremmin kohdemaan markkinoille sopivaksi. Esimerkiksi pohjoismaisten lasten- ja nuortenkirjojen aiheet ovat toisinaan olleet ranskalaisille markkinoille liian rajuja, ja niitä on pitänyt sensuroida, jotta ne eivät järkyttäisi nuoria lukijoita.

Kotimaisten, kirjallisuuden harrastajille suunnattujen kirjamessujen ja kansainvälisten kirjamessujen välillä on suuri ero, ja niiden järjestämisen taustalla vaikuttavat motiivit eroavat toisistaan merkittävästi. Kansainvälisiä kirjamessua järjestävät useimmiten kustantajien ja kirjamyymien liitot, ja niiden pääpaino on kaupanteossa ja kirja-alan ammattilaisten välisessä kanssakäymisessä. Kotiyleisölle suunnatut messut puolestaan markkinoivat teoksia lukijoille ja tarjoavat ajankohtaista tai yleissivistävää kirjallisuusaiheista ohjelmaa sekä kirjailijavierailuja. Useimmille kansainvälisille

kirjamessuille tosin pääsevät osallistumaan tavalliset harrastajatkin, mutta yleensä eri aikaan tai eri alueelle kuin ammattilaiset. Lontoon kirjamessut ovat kokonaan suljetut harrastajilta.

Nykymuotoisia kansainvälisiä kirjamessuja alettiin järjestää toisen maailmansodan jälkeen. Ensimmäinen uudenaikainen kirjamessu järjestettiin vuonna 1946 Leipzigissä. Vuonna 1949 ne järjestettiin Frankfurtissa, jossa järjestetään yhä vuosittain maailman merkittävimmät ja arvostetuimmat kirjamessut. Tämän jälkeen kansainvälisiä kirjamessuja on perustettu tasaiseen tahtiin ympäri maailmaa. Vuonna 1972 perustettiin Lontoon kirjamessut, joita pidetään maailman toiseksi merkittävimpänä alan tapahtumana. Uusia messuja syntyi erityisesti 1980-luvulla. Kehityksen aloitti Pariisin kirjamessujen perustaminen vuonna 1981. Aasia on päässyt mukaan kehitykseen 1990-luvulla. (Moeran 2010: 141.)

Tässä työssä kansainvälisistä kirjamessuista puhutaan yleiskäsitteenä. Esimerkit ovat kuitenkin pääasiassa Frankfurtin ja Lontoon kirjamessuilta, koska niitä on käsitelty messukirjallisuudessa paljon ja koska ne ovat tapahtumia, joille osallistumista myös kaikki suomalaiset kirjaviennin toimijat pitävät tärkeänä. Pohtiessani teemamaana toimimisen merkitystä osana kansainvälisten kirjamessujen toimintaa ja promootiota otan esimerkiksi myös Pariisin kirjamessut, koska niillä oli teemana Pohjoismaat vuonna 2011 ja itsekin messuilla tuolloin vierailin. Aihe on ajankohtainen siksi, että Suomi on Frankfurtin kirjamessuilla teemamaana vuonna 2014. Myös vuosittaiset Göteborgin kirjamessut ja Bolognan lastenkirjamessut ovat suomalaisten kirjaviennin toimijoiden kannalta tärkeitä tapahtumia, joille osallistutaan vuosittain.

4.2 Frankfurt Buchmesse

Modernien, kansainvälisten oikeuksien myymiseen keskittyvien kirjamessujen historia alkaa toisen maailmansodan jälkeisestä Saksasta, jonne vuonna 1949 perustettiin Frankfurtin kirjamessut (*Frankfurt Buchmesse*). Kirjamessuja on Frankfurtissa järjestetty kuitenkin jo 1400-luvulta alkaen. Tällä hetkellä Frankfurtin kirjamessuja pidetään maailman suurimpana ja merkittävimpänä kirjallisuusalan kaupallisena tapahtumana. (Moeran 2010: 142.) Nykyisen vuosittain lokakuussa järjestettävän, kestoltaan

kolmepäiväisen tapahtuman onnistuneisuus perustuu erittäin hyvään organisaatioon ja toimivaan messutilaan sekä hallitukselta saatavaan tukeen (Moeran 2010: 143). Messujen internet-sivuilta käy ilmi, että tapahtumassa vierailee vuosittain yli 290 000 henkilöä joista noin 7400 ovat kirja-alan ammattilaisia.

Messuilla julkistetaan vuosittain maailman johtavien kustantajien ranking-lista, jonka yhteydessä järjestetään paneelikeskustelu (Wischenbart 2010: 17). Tapahtuma ajoittuu täydellisesti kustannussykliin - lokakuussa myydään oikeuksia kevään markkinoille. Vuodesta 1988 lähtien messuilla on joka vuosi ollut erityinen teemamaa, joka on saanut esitellä maansa kulttuuria ja kirjallisuutta messuvieraille. Teemamaalla on mahdollisuus merkittävästi vaikuttaa merkittävästi oikeuksien myyntiinsä, koska sille ohjautuu jopa 40 % tapahtuman saamasta mediahuomiosta. Vaikka Frankfurtin kirjamessut ovat tärkeitä kaupankäynnin kannalta, ovat ne avoimet myös kirjallisuuden harrastajille; kirjailijavierailuja ja kirjallisuusaiheisia debatteja järjestetään vuosittain valtava määrä.

4.3 London Book Fair

Lontoon kirjamessut perustettiin vuonna 1972 ja ne on varattu yksinomaan kirja-alan ammattilaisille. Messuilla siis keskitytään kaupankäyntiin. Tapahtumaa pidetään maailman toiseksi tärkeimpänä kansainvälisten oikeuksien neuvottelupaikkana, vaikka sillä on ollut joitain organisatorisia ongelmia ja vaikka se ei saa hallitukselta tukea, toisin kuin Frankfurt Buchmesse. Ohessa on lainaus *Helsingin Sanomien* vuoden 2011 messujen uutisoinnista, joka antaa käsityksen niillä vallitsevasta ilmapiiristä: ”Suuressa hallissa ihmiset seisoskelevat pareittain tai pienissä ryhmissä, hipelöivät iPhonejaan tai sormitietokoneitaan ja istuutuvat sitten pienen pöydän ääreen puhumaan kiihkeästi matalalla äänellä. Hetken kuluttua pari hajoaa ja osapuolet lähtevät etsimään uutta treffiseuraa”. (Saarikoski 2011: C2.)

Tapahtumaan on internet-sivujen mukaan viime vuosina osallistunut noin 23 000 vierailijaa. Yhtä tarkkoja tilastoja kuin Frankfurtin messuista ei kuitenkaan ole saatavilla. Tapahtuma on kolmepäiväinen ja se pidetään vuosittain huhtikuussa. Ajankohta on hiukan liian myöhäinen sopiakseen täysin kustannussykliin; joulusesonkiin tähtääville syysmarkkinoille ehtiäkseen joudutaan vientiin liittyviä vaiheita todella kiirehtimään. Siitä,

kun sopimus jonkin teoksen kääntämisestä on tehty, menee yleensä noin 5-6 kuukautta siihen, kun se saadaan käännettyä, painatettua ja jaettua kirjakauppoihin. (Moeran 2010: 140.)

Syy sille, että Lontoon kirjamesuja ei voida järjestää maaliskuussa, on sopivan tilan puuttuminen. Ennen tapahtuma järjestettiin maaliskuussa Olympian tiloissa, mutta 2000-luvun alussa se kasvoi liian suureksi näitä tiloja varten. Tapahtuma oltaisiin haluttu siirtää Earls Courtiin, mutta tämä ei ollut maaliskuussa mahdollista, koska silloin siellä järjestetään toiset perinteikkäät messut. Tapahtuma siis siirrettiin huhtikuulle. Kirja-alan toimijat kuitenkin kokivat uuden ajankohdan hankaloittavan radikaalisti toimintaansa. Vuonna 2006 Lontoon messujen järjestämisestä vastaava Reed Exhibitions siirsi tapahtuman Earls Courtista uuteen paikkaan, osittain itse omistamaansa Exceeliin, joka sijaitsee Docklandsin alueella. Näin messujen ajankohta pystyttiin siirtämään taas maaliskuulle. Myös suuret kustantamot antoivat suostumuksensa tälle suunnitelmalle. Tässä tehtiin kuitenkin virhe, sillä ajoituksen lisäksi kansainvälisten messujen onnistumiseen vaikuttaa olennaisella tavalla myös paikka. Excel ei miellyttänyt alan toimijoita, koska se tarjosi huonot mahdollisuudet sosiaalisten suhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen. Paikka oli syrjäinen, eikä lähellä ollut ravintoloita tai muita tiloja, joissa kustantamot olisivat voineet järjestää epävirallisempia tapaamisia. Lopputulos oli, että messut piti siirtää takaisin Earls Courtiin, vaikka ajoitus jouduttiinkin siirtämään takaisin huhtikuulle. (Moeran 2010: 146.)

4.4 Salon du livre de Paris

Käsittelen vielä Pariisissa vuodesta 1981 järjestettyä Salon du livre de Paris -kirjamessua. Se poikkeaa jonkin verran Lontoon ja Frankfurtin kirjamessuista, sillä sitä ei alun perin luotu kansainvälisten toimijoiden väliseksi ja oikeuksien myyntiin keskittyväksi tapahtumaksi, vaan enemmänkin suuren yleisön yhteiseksi, sivistäväksi kulttuuritapahtumaksi. Monien kirjailijavierailujen ja kirjallisuusdebattien odotettiin toimivan hyvänä promootiona kirjakauppiaille. Hankkeen käynnistämistä kannatti tuolloinen presidentti François Mitterrand. Instituution perustamisen voi nähdä osaksi hänen käynnistämänsä massiivista kulttuuristen projektien sarjaa, jonka perimmäisenä tavoitteena oli vahvistaa poliittisen hallintokauden asemaa ja antaa sille näyttävyyttä.

Ranskassa politiikka ja kulttuuri ovat tiukasti sidoksissa, ja Salon du livre de Paris onkin ollut tärkeä näyttäytymispaikka poliitikoille. 2000-luvun alusta lähtien se on kuitenkin muuttunut kansainvälisempään suuntaan ja panostanut siihen, että paikalle saapuisi myös ulkomaisia kustantajia ja että tapahtuma tarjoaisi hyvät olosuhteet oikeuksia koskeville neuvotteluille (Lottman 2001: 23). Messujen järjestelyistä vastaava Bertrand Morisset (2011: 5) arvioi, että messut ovat noin kahden vuoden ajan olleet kansainvälisessä mielessä olennainen tapahtuma kaikille kirja-alan ammattilaisille. Suomalaiset eivät kuitenkaan näe sitä erityisen merkittävänä paikkana oikeuksien myymisen kannalta, vaikka kaikki haastattelemani toimijat siellä teemamaana toimimisen takia vuonna 2011 osallistuivatkin.

Nelipäiväisillä messuilla oli internet-sivujen mukaan vuonna 2012 noin 190 000 vierailijaa ja vuonna 2011, jolloin teemana oli Pohjoismaat, noin 180 000 kävijää ja 35 ulkomaista kustantamoa. Ulkomaisten toimijoiden suhteelliseen vähyyteen vaikuttaa se, että messujen kieli on ranska; tämä rajaa ulkomaiset kustantamot etupäässä niihin, jotka tulevat ranskankielisistä maista ja niihin, jotka ovat erikoistuneet nimenomaan ranskankielisen kirjallisuuden kääntämiseen. Lontoon kirjamesseilla ongelmaa ei ole, ja Frankfurtissa se on kierretty järjestämällä paljon myös englanninkielistä ohjelmaa. Frankofonian piirissä tapahtuville kaupoille Pariisin kirjamesseut ovat kuitenkin tärkeä tapahtuma. Myös ajankohta, maaliskuun puoliväli, sopii kustannusyhtiön täydellisesti.

Messut ovat pyrkineet lisäämään tapahtuman oman kielialueen ulkopuolista merkittävyyttä valitsemalla vuosittain uuden teemamaan. Vuonna 2011 teemana tosin oli yksittäisen maan sijaan alue, Pohjoismaat: Suomi, Ruotsi, Norja, Tanska ja Islanti. Näistä maista oli kutsuttu paikalle yhteensä 40 kirjailijaa, joista kahdeksan suomalaisia. Suomen ohjelman järjestelyistä vastasi Fili. Suomesta valitut kirjailijat edustivat monipuolisesti kirjallisuuden eri genrejä, ei ainoastaan dekkaria, mikä olisi ollut helppo painotus, kun ottaa huomioon pohjoismaisen rikoskirjallisuuden saavuttaman kansainvälisen suosion. Suurin osa valituista kirjailijoista on Suomessa erittäin luettuja, palkittuja ja asemansa vakiinnuttaneita, ja useimmat ovat menestyneet myös Suomen ulkopuolella. He olivat: Monika Fagerholm, Matti Rönkä, Kari Hotakainen, Sofi Oksanen, Seita Parkkola, Johanna Sinisalo, Märta Tikkanen ja Daniel Katz. Sofi Oksanen on saanut lukuisia kirjallisuuspalkintoja myös Suomen ulkopuolella, Ranskassakin *Prix Femina Étranger 2010-palkinnon*.

Kaikkia messuilla esiintyneitä kirjailijoita oli jo aiemmin julkaistu ranskaksi, joten jonkinlainen lukijakunta oli näille kirjailijoille olemassa. Valinnoilla pyrittiinkin näiden messujen tapauksessa entisestään kasvattamaan kiinnostuneiden ranskalaislukijoiden määrää. Toisaalta, pohjoismaisesta kirjallisuudesta järjestettiin myös yleisluontoisempia konferensseja ja paneelikeskusteluja omalla lavallaan, ja ne kyllä mahdollistivat myös laajemman mielenkiinnon heräämisen pohjoismaista kirjallisuutta kohtaan.

4.5 Teemamaa-statusen merkitys

Kirjallisuusmessujen teemamaa-status on Suomen kirjaviennin kannalta ajankohtainen asia, koska Suomi on saanut tämän statusen Frankfurtin vuoden 2014 kirjamesseuille. Vuosittainen teemamaa saa esitellä kirjallisuuttaan ja kulttuuriaan, ja suuri osa mediahuomiosta ohjautuu sille. Se, että Suomi on alkanut saada teemamaa-statusia, on merkki siitä että suomalainen kirjallisuus on saanut entistä vahvemmin jalansijaa kansainvälisillä markkinoilla. Se myös tarjoaa mahdollisuuden maineen kasvattamiseen ja aseman lujittamiseen. Ranskalaisia ja saksalaisia kustantamoja pidetään erityisen hyvinä portteina kohti kansainvälistä suosiota, koska niiden kirjallisuutta luetaan paljon ympäri maailmaa.

Filin 2.2.2012 SKS:n juhlasalissa järjestämässä tiedotustilaisuudessa pohdittiin Suomen toimimista Frankfurtin vuoden 2014 kirjallisuusmessujen teemamaana. Tilaisuuden aikana muun muassa todettiin, että Suomella ei ole taakkanaan politiikan painolastia, joka johtaisi ei-toivottuihin reaktioihin. Tämä mahdollistaa tehokkaan keskittymisen oikeuksien myyntiin. Jo Pariisin kirjamesseujen Pohjoismaa-teema vaikutti positiivisesti suomalaisen kirjallisuuden kysyntään. Frankfurtin kirjamesseujen teemamaana toimimiselle asetettavat odotukset ovat kuitenkin vielä huomattavasti suuremmat, koska siellä Suomi ei jaa statusta minkään toisen maan kanssa, ja muutenkin messut ovat oikeuksien myynnin kannalta tärkeämmät kuin Pariisin kirjamesset.

Oikeuksien myyjille on positiivinen asia saada huomiota, ja teemamaana toimiminen tarjoaa hyvän mahdollisuuden kirjallisuuden maakohtaiseen brändäykseen. Myös teeman aikaansaama populaari huomio, kuten lehtikirjoittelu, on merkittävää. Huomasin, että

Ranskassa merkittävät kirjallisuuslehdet *Le Magazine Littéraire* ja *LIRE* reagoivat Pohjoismaa-temaan laatimalla monikymmensivuiset pohjoismaisen kirjallisuuden oppaat. Niissä esiteltiin myös Suomen kirjallisuushistoriaa ja tutustuttiin nykykirjallisuuteen, etupäässä messuilla vierailteiden kirjailijoiden teoksiin. Sellaisia tuotannon piirteitä, joiden arveltiin olevan ranskalaiselle lukijakunnalle vaikeasti ymmärrettävissä, avattiin. *Le Magazine Littéraire*-lehdessä teemaa koordinoi Augustin Trapenard (2011: 52-90) ja *LIRE*-lehdessä Jens Grondahl (2011: 30-62).

Lehtikirjoittelun analysoiminen paitsi avaa kulttuurieroja mielenkiintoisella tavalla, myös luo käsityksen siitä, miten hyvin messuilla esiteltävän kirjallisuuden valinnassa on onnistuttu: ovatko valinnat olleet sellaisia, joita ranskalainen lukijakunta saattaisi pitää mielenkiintoisina. Pariisissa ollessani huomasin messujen vaikuttaneen myös pohjoismaista kirjallisuutta julkaisevien ranskalaiskustantamojen mainosponnistuksiin; näin useita lehtimainoksia messuilla esiintyneiden kirjailijoiden teoksista. Myös useissa kirjakaupoissa pohjoismaisen kirjallisuus oli näytävästi esillä.

4.6 Kansainvälisten kirjamessujen käytännön järjestelyt

Kansainvälisiä kirjamessuja on monimutkaista järjestää, sillä niillä on monenlaisia erityisvaateita. Ensimmäiseksi mainittakoon järjestämisaika, jonka olisi hyvä sopia kustannussykliin. Järjestämisaikankohdan lisäksi järjestämispaikka on erittäin merkityksellinen messujen onnistumisen kannalta. Lontoon kirjamessujen historia tarjoaa mielenkiintoisen esimerkin siitä, miten sillä on vielä järjestämisaikankohdaakin tärkeämpi rooli kansainvälisten kirjamessujen järjestämisessä. Sijainnin tulee olla keskeinen, ja lähistöllä tulee olla tiloja joissa asioista voidaan keskustella epävirallisemmassa ympäristössä kuin itse messutilassa on mahdollista. (Moeran 2010: 146.)

Kirjamessut paljastavat kiinnostavalla tavalla kustantamoiden välisen hierarkian. Messut muodostavat toimijoiden historiasta irrallisen, erityislaatuisen toimintaympäristön, jossa asema on näytettävä visuaalisin keinoin. Nämä keinot kuvastavat kustantamon arvovaltaa ja resursseja. Kustantamot pyrkivät osoittamaan asemansa kustannuskentällä ensisijaisesti esittelypisteidensä avulla. Olennaisia seikkoja ovat sen paikka messutilassa, sen koko ja arkkitehtuuri. Arkkitehtuurin avulla voidaan pyrkiä luomaan kustantamolle kansainvälistä

brändiä, jonka ainakin kansainvälisille kirjamesuille säännöllisesti osallistuvat toimijat alkavat tunnistaa. Esittelypisteen sijainnilla on myös merkitystä. Kustantamo saattaa haluta olla lähellä jotain tiettyä toimijaa, koska haluaa luoda yhteistyötä sen kanssa. Se saattaa myös kieltäytyä olemasta jonkin kustantamon vieressä, koska ei halua sen edustajien kuulevan käymiään neuvotteluita. Oheinen lainaus esittää kirjamesujen käytännön järjestelyjen monimutkaisuuden niistä työkseen vastaavan Emma Lowen kokemuksen kautta. Lainaus on Moeranin (2010: 147) kansainvälisiä kirjamesuja tutkivasta artikkelista:

This year (2008), the whole exhibition was planned around Hachette because they were the first to book space with a specific shape and size – three rows back from the main entrance one side of the Main Boulevard. Later Random House came in and wanted a block three rows back, but not on the Main Boulevard opposite Hachette for some reason, but one away. Luckily HarperCollins wanted the free spot opposite Hachette, but we had to consult Hachette about this, of course. And that’s a hassle because there are all sorts of subsidiary companies – like Octopus – exhibiting with Hachette, and they all have to be consulted to make sure there are no clashes or anything like that before we get approval for HarperCollins. It took about three weeks to get it all sorted. It was after that that we could begin to fit together the bits and pieces with other key accounts.

Kuvataidetta esittelevillä messuilla galleristit ovat vielä tarkempia maineensa suhteen ja saattavat boikotoida koko messua, jos heidät laitetaan esittelemään taiteilijoitaan ”väärin” galleristien läheisyyteen. Tämä taas saattaa johtaa tärkeiden toimijoiden poissaoloon ja koko messun tuhoutumiseen. (Jyrämä ja Morel 2009.) Kirjallisuusmessuilla parhaiksi koetuille paikoille on aina paljon tulijoita. Messuja järjestävät organisaatiot ovatkin kehittäneet erityisiä pisteytysjärjestelmiä, joiden avulla kustantamot sijoitetaan messutilaan. Seuraava lainaus on Moeranin (2010: 147) artikkelista:

We have a points system that we use when allocating space to exhibitors. Fifty per cent goes for the number of years someone has been coming to the fair, and 50 per cent for the size of the stand they take. It is very difficult to be fair, but we have to try and this is the only way we can do so. We’ve asked exhibitors who complain to come up with another method of assessment, but nobody has yet done so successfully. We’ve got to reward loyalty. So far as exhibitors are concerned, it’s not a question of how many books or rights they sell, but how many years they’ve been seen to be at an exhibition like Frankfurt or London.

But it’s a question of “squatters” rights. The trouble comes when one company decides to expand its space a bit, like Wiley wanting the rest of its block next year. Which means that Murdoch, who occupies that space, will have to move out. Not that they know that yet. And that’ll mean I will have to start juggling others around. It’s a ripple effect. Some of them are happy to be together –

like the promotional people, for example – but others, like the publishing solutions firms – freight forwarding firms like DHL, UPS etcetera – really want to be separate.”

Sijainnin lisäksi se, kuinka monta edustajaa kustakin kustantamosta, agentuurista tai muusta organisaatiosta on lähetetty paikalle, määrittävät toimijan asemaa kentällä. Näkyvyyteen kuuluu myös nimi messukatalogissa ja se, mihin juhliin toimija saa kutsuja ja keitä kutsuu itse järjestämiinsä juhliin. (Moeran 2010: 147.)

Koska alan toimijoiden vaatimuksia on vaikea täyttää, vaaditaan messujen organisointitehtävään erikoistunutta ammattikuntaa (Canali ja d’Angella 2009: 59). Kansainvälisten messujen järjestäminen on oma bisneksensä, ja esimerkiksi oikeudesta järjestää Pariisin kirjamesut kilpaili useampi organisaatio. Kilpailun voitti Reed Exhibitions muun muassa siksi, että se pystyi lupaamaan osallistujille alennusta muille järjestämilleen kirjamesuille, joita ovat muun muassa Lontoon kirjamesut ja BookExpo America. Frankfurtin kirjamesuilla on omat järjestäjänsä, jotka järjestävät kirjamesuja myös muille kirja-alan toimijoille ympäri maailmaa. (Moeran 2010: 142.)

Eurooppalaisten kaupunkien strategisissa suunnitelmissa kiinnitetään nykyään paljon huomiota business-vierailijoihin ja kulttuuripolitiikkaan (Canali ja d’Angella 2010: 61). Kansainvälisiä kirjamesuja järjestävien kaupunkien hallitukset tukevat yleensä tapahtuman järjestämistä taloudellisesti, koska kaupan alan vierailu on hyvin ostovoimaa, mikä tekee heistä keskivertoturisteja kiinnostavampia. Usein messuvieraat myös tilaavat kaupungin tarjoamia maksullisia retkiä turistikohteisiin, koska ne tarjoavat luontevan mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen ja verkostoitumiseen. Lisäksi on yleistä, että suuret messut houkuttelevat ympäristöönsä pienempiä alaan liittyviä satelliittitapahtumia. Esimerkiksi Miamin taidemessut keräävät ympärilleen yli kaksikymmentä pienempää tapahtumaa. (Canali ja d’Angella 2010: 68.)

Suuri osa messukirjallisuudesta korostaa verkostoitumista ja saman alan toimijoiden kasvokkain tapahtuvaa kohtaamista suurten messujen tärkeimpänä antina. Tietenkin tavoitteena on, että luodut kontaktit johtaisivat myöhemmin taloudelliseen hyötyyn, mutta varsinainen kaupanteko tapahtuu kuitenkin useimmiten messujen ulkopuolella. Ohessa esitetyt lainaukset kuvastavat ammattilaisten mielipiteitä kirjallisuusmessujen tärkeydestä, ja olen ottanut ne Moeranin (2010: 143) artikkelista. Kuten lainauksista käy ilmi, myös

tuoreen informaation hankkiminen alan kehityslinjoista on messuilla keskeisessä roolissa. Näin sen roolia kuvaa *Seagull*-kustantamon toimitusjohtaja Naveen Kishore:

Frankfurt gives you a bird's eye view of the publishing world – of who's moved on, who's sold out to whom, and so on. It's all about relationships. Fairs are the only chance for face-to-face interaction, where we can explain all about our company and what we do. People tend to get confused on e-mail. You also build up friendships with people at fairs, but these may yield no direct business benefits immediately, so they may well pass you on to someone else. As a result, with some people, a lot of post-strategizing goes on.

Hyvin samankaltaisia kokemuksia on kustantamon *Berg Publisher* Fanny Thépotilla:

Book fairs give you fresh news that you'd get on e-mail only one or two months later. You need to speak about things with people because talking isn't as heavy as the written word. This is very important when you're negotiating, because partners don't want to write everything down in an e-mail message. To do so is a sign of commitment, and they don't want that...yet. So you start negotiations, or start a problem, by talking. That is what book fairs are for.

5 KIRJAVIENNIN TOIMIJOIDEN TEHTÄVÄT JA NÄKEMYKSET KENTÄSTÄ

Tiedot pohjaavat teemahaastatteluihin, jotka olen tehnyt kasvokkain kirjaviennin ammattilaisten kanssa. Haastattelin Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filin johtajaa Iris Schwanckia sekä Suomen suurimpien kustantamojen, WSOY:n ja Otavan, Foreign Rights -osastojen managereita: WSOY:n Meena Kaunistoa ja Otavan Hanna Kjellbärgiä. Haastattelin myös kahden kirjallisuusagentuurin, Elina Ahlbäck Literary Agency ja Burning Bridge Literary Agency, edustajia Elina Ahlbäckia ja Maria Säänttiä. Suomessa toimii kolmaskin kirjallisuusagentuuri, Stilton Agency, mutta sen henkilökunta ei vastannut haastattelupyyntöön. Haastattelut tehtiin talven ja kevään 2012 aikana. Nauhoitin haastattelut ja tallensin ne omalle tietokoneelleni, eivätkä ne ole säilytteillä missään muualla. Litteroin haastatteluaineiston kirjakielelle ja tiivistin sitä. Käytän työssäni suoria lainauksia silloin, kun se auttaa paremmin hahmottamaan kulloinkin käsittelemääni teemaa.

Tutkimus keskittyy toimijoihin, jotka tekevät kirjaviennin ammattikseen. Pienissä ja keskisuurissa kustantamoissa kirjaviennin ei harjoiteta lainkaan tai henkilökunta hoitaa sitä muiden tehtävien ohella. Tämän takia olen rajannut heidät työn ulkopuolelle. Joissain kustantamoissa kirjaviennin myös on ulkoistettu kirjallisuusagentuurille. Haastattelemistani toimijoista Burning Bridge Literary Agency tarjoaa erilaisen, vähemmän kaupallisen näkökulman kirjaviennin.

5.1 Kirjaviennin kenttä Suomessa

Pierre Bourdieun mukaan minkä tahansa sosiaalisen toimintaympäristön tutkiminen on aloitettava kentän hahmottelemisesta. On selvitettävä, mitkä ovat alalla vallitsevat arvot, asenteet ja toimintakäytänteet sekä se, millaiset suhteet alan toimijoilla on toisiinsa. Tätä ajatusta seuraten olen haastatteluaineiston pohjalta ja lähinnä Bourdieun kenttäteoriaa apuna käyttäen muodostanut tietoa siitä, millainen Suomen kirjaviennin kenttä oli vuonna 2012. Bourdieu korostaa kirjoituksissaan, että kenttä muuttuu koko ajan sitä mukaa, kun suhteet alalla toimivien ihmisten välillä muuttuvat. Myös kirjaviennin kentän ulkopuolinen yhteiskunta muokkaa sen rakennetta. Esimerkiksi ministeriöiden suhtautuminen

kulttuurivientiin ja päätös joko panostaa tai olla panostamatta siihen on kirjaviennin kannalta merkittävä. Näin ollen tutkimus on aina välttämättä ajallisesti rajallinen.

Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filissä, kustantamojen Foreign Rights -osastoilla ja kirjallisuusagentuureissa työskennellään periaatteessa saman asian parissa: kaikkien toimijoiden pääasiallisena tavoitteena on lisätä suomalaisen kirjallisuuden oikeuksien myyntiä ulkomaisille kustantamoille. Kuitenkin toiminnan lähtökohdat ovat kullakin toimijalla erilaiset. Fili on myyntityötä tukeva organisaatio ja asiantuntijaorganisaatio, joka ei osallistu varsinaiseen kaupantekoprosessiin. Filin tämänhetkistä toimintaa kartoittava osio antaa käsityksen organisaation tärkeimmistä tehtävistä ja tukimenetelmistä, joita ilman ei Suomen kirjavienti nykyisessä mittakaavassa olisi mahdollista. Myös sen roolia asiantuntijaorganisaationa käsitellään.

Kustantamojen Foreign Rights -osastoilla ja kirjallisuusagentuureissa toiminnan ensisijaisena lähtökohtana on liiketoiminnan kasvattaminen, vaikka myös muita, ei-kaupallisia arvoja tuli haastatteluissa esiin. Näin ollen työntekijöiden näkemys kirjallisuusviennistä on osin erilainen kuin Filissä. Etenkin kirjallisuusagentuureille myynti on tärkeää, koska työntekijöiden palkat ovat siitä suoraan riippuvaisia. Foreign Rights -osastojen ja kirjallisuusagentuurien toimintaa käsittelevissä osioissa tuon esiin niissä vallitsevia ajattelutapoja ja toimintamalleja sekä toimijoiden keskinäisiä suhteita. Koska kansainväliset kirjamesut ovat oikeuksien myymisen avainpaikka, analysoin niihin liittyviä valmisteluja ja toimintaa erityisen tarkasti. Erittelen myös sitä, miten kentän toimijat kokevat valtion kirjaviennille myöntämän tuen.

5.2 Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Fili

Fili perustettiin vuonna 1977 Suomalaisen kirjallisuuden seuran, SKS:n, yhteyteen. Rahoitus perustamista varten saatiin kokonaan tuolloiselta opetusministeriöltä. Toiminnanjohtaja Iris Schwanck kuvaa toiminnan alkuvaiheita seuraavasti.

Elimme silloin vielä rautaesiripun äärellä. Opetusministeriössä heräsi ajatus perustaa keskus, joka tiedottaisi suomalaisesta kirjallisuudesta ulkomailla. Tehtävänä oli aluksi osoittaa, että olemme osa Eurooppaa ja sen kirjallista perinnettä. Samoihin aikoihin alettiin myös perustaa suomen kielen opetuspisteitä ulkomaisiin yliopistoihin. Fili syntyi näin ollen tavallaan osana suurempaa kokonaisuutta.

Tiedotuskeskuksen käynnistämiseen oli siis selkeä ideologinen syy, Suomen aseman vahvistaminen osana globalisoituvaa maailmaa. 1970-luvulla perustetut eri taiteenalojen tiedotuskeskukset pyrkivät tähän tavoitteeseen vahvistamalla suomalaisen taiteen asemaa osana eurooppalaista taideperintöä, Filin tapauksessa liittämällä suomalainen kirjallisuus tiiviimmin osaksi eurooppalaisen kirjallisuuden kaanonin. Kirjallisuuden, kuten muunkaan taiteen, viemiseen ei kuitenkaan 1970-luvulla vielä liitetty merkittäviä taloudellisia odotuksia. Tuolloin Fili panosti nykyistä vähemmän kauppajen syntymistä pohjustavaan työhön ja toiminnassa painottui osallistuminen erilaisiin, osin epäkaupallisiin kulttuuritapahtumiin.

Iris Schwanck näkee epäkaupallisen kulttuurivientityön olevan edelleen hyvin tärkeää ja edistämisen arvoista toimintaa. Kuitenkin hän haastattelussa korostaa sitä, että toiminnan keskiöön on noussut oikeuksien myyntityön pohjustaminen. Filin tärkein tehtävä tällä hetkellä on tukea kustantamoja ja kirjallisuusagenttuureja keinoin, jotka luovat edellytyksiä menestyksekkäälle oikeuksien myyntityölle. Näin Schwanck kuvaa toiminnassa samanaikaisesti vaikuttavia ideologisia ja kaupallisia tavoitteita:

Taustalla vaikuttaa kyllä yhä myös ideologinen syy, sillä vain käännöstyön kautta tulee Suomen kirjallisuudesta osa maailmankirjallisuutta. Toinen asia, joka nousee yhä tärkeämmäksi, on se että markkinat ovat täällä Suomessa kuitenkin melko pienet. Kasvu löytyy kyllä ulkomailta, käännösoikeuksien myymisestä.

Filissä tavoitteena on siis saattaa suomalainen kirjallisuus osaksi maailmankirjallisuutta ja sitä kautta tuottaa lisätuloja niin kustantamoille kuin kirjailijoillekin. Tällä hetkellä organisaatiossa on kaksitoista työntekijää. Käytössä on ollut maakohtainen jako, jossa työntekijöillä on ollut omat vastualueensa. Maakohtainen jako on Schwanckin mukaan kuitenkin käynyt liikaa resursseja vaativaksi ja hieman turhaksi juuri sen vuoksi, että Fili ei enää entisessä määrin keskity maakohtaiseen kulttuurivientiin, vaan sopimusten syntymistä pohjustavaan työhön. Siitä ollaankin luopumassa, lukuunottamatta Pohjoismaisen kirjallisuuden sekä Viron ja Venäjän kirjallisuuden erikoistuntijoita. Muut työntekijät ovat generalisteja tai erikoistuneet lasten- ja nuortenkirjallisuuteen.

Lajikohtainen erikoistuminen on Schwanckin mukaan alueellista erikoistumista hyödyllisempää. Maakohtainen keskittyneisyys ei sen sijaan vastaa tämänhetkisiä toiminnan tavoitteita, sillä kustannusyhteisön voi ajatella olevan yhtenäinen. Koska ala on

kansainvälinen, on tärkeää tuntee ulkomaisten kustantamoiden erityispiirteet, mutta niitä ei ole välttämätöntä ajatella kulttuurisidonnaisesti. Yhteinen toimintakieli on englanti. Kirjallisuusagentti Elina Ahlbäck mainitsi haastattelussa kokevansa oman toimintansa kannalta positiiviseksi sen, että Filissä ollaan alettu erikoistua genreittäin. Näin Iris Schwanck kuvaa syitä sille, että maakohtaisesta jaosta ollaan luopumassa:

Kustantajat ovat kuitenkin yhä selkeämmin se ryhmä, johon me keskitymme. Aikaisemmin toimintaamme kuului suuremmassa määrin yleinen kirjallisuuden edistäminen. Teimme muun muassa paljon yhteistyötä eri kirjallisuusfestivaalien, runokäännöstyöpajojen ynnä muiden kanssa. Tämä on tietenkin myös äärimmäisen tärkeää toimintaa, mutta nyt kun resursseja kuitenkin on ajateltava järkevästi ja muistettava, että käännösoikeuksien tukeminen on meidän perus- ja tärkeintä työtä, tuntuu hankalalta ajatella että yksi ihminen erikoistuisi esimerkiksi ranskalaisiin kustantajiin ja toinen jonkun muunmaalaisiin. Kustannusyhteisö on kuitenkin yksi, ja sen toimijoita käsitellään samankaltaisesti.

Filin toiminnan painopisteen kaupallistumiseen on vaikuttanut kustantamojen Foreign Rights -osastojen ja sittemmin kirjallisuusagentuurien perustaminen ja niiden toiminnan vilkastuminen. Organisoitu ja tuloshakuinen kirjallisuuden vientityö on Suomessa melko uutta, vaikka teosten oikeuksia on pienemmässä mittakaavassa myyty ulkomaille jo pitkään. Foreign Rights -osastot ja kirjallisuusagentuurit kaipaavat Filin tukea, koska ne saavat ulkopuolista tukea lähinnä vain sen kautta. Filin tekemän kulttuuriviennin painopisteen siirtyminen kaupallisempaan suuntaan johtuu osin myös ministeriöiden ohjauksesta. Niiden asiakirjoissa korostetaan aiempaa vahvemmin taiteen kaupallista potentiaalia, ja rahoitus Filin toimintaan tulee edelleen 80-prosenttisesti opetus- ja kulttuuriministeriöltä. Kuitenkin Fili mainitsee strategiassaan yhdeksi tehtäväkseen myös pienten ja keskisuurten kustantamojen vientiponnistusten tukemisen. Muuten on vaarana, että ne menettävät kirjailijoitaan suuremmille kustantamoille, joilla on paremmat mahdollisuudet saattaa kirjailijansa osaksi kansainvälistä kirjallisuusvientiä. Tällä tavoin Fili mahdollistaa myös sellaisen vientitoiminnan jatkumisen, joka ei vapailta markkinoilla pärjäisi.

Fili, kuten myös muut taiteen alojen tiedotuskeskukset, on laatinut vientistrategian, joka on liitetty opetus- ja kulttuuriministeriön teettämien kulttuuriviennin selontekojen yhteyteen. Filin laatimassa strategiassa suhtaudutaan positiivisesti kirjallisuuden taloudellisen potentiaalin hyödyntämiseen. Näin ei kuitenkaan ole kaikkien taiteenalojen vientistrategioiden kohdalla. Esimerkiksi kuvataiteen strategiassa ilmaistaan suoraan, että

alan kulttuurivienti ei ole luonteeltaan kaupallista. Tämä saattaa tosin johtua myös siitä, että menestyksekkääseen vientityöhön vaadittavia taloudellisia resursseja ja rakenteita ei kyseisellä alalla vielä riittävässä määrin ole.

5.2.1 Käännöstyön tukeminen ja erillishankkeet

Fili tukee kustantamojen Foreign Rights -osastoja ja kirjallisuusagenttuureja monissa viennin vaiheissa. Erityisen arvostettua on käännöstukien jakaminen ja muu kääntäjien eteen tehty työ. Kustantamot ja agentuurit päättävät kuitenkin itsenäisesti, mistä teoksista haluavat käännösnäytteet teettää, ja teettävät niitä paljon myös omaan laskuunsa. Fili puolestaan saa käyttää tuottamissaan katalogeissa niiden kirjailijoiden tekstejä, joiden käännösnäytteiden teettäminen on tukenut. Otavalla työskentelevän Hanna Kjällbergin mukaan Filin myöntämät käännöstuet ovat olennaisen tärkeitä myös bestseller-kirjallisuutta vietäessä, koska käännöksen tuottaminen on yksi vientiprosessin kalleimpia vaiheita. Ei näin ollen ole liioiteltua väittää, että käännöstuet mahdollistavat suomalaisen kirjallisuuden viemisen ulkomaille. Schwanck ilmaisee asian siten, että käännöstukia jaetaan ”jokaisessa valistuneessa maassa”. Ilman niitä ei suomalainen kirjallisuus tulisi osaksi maailmankirjallisuutta. Moni toimija tosin nosti esiin sen, että valtio voisi jakaa käännöstukia varten enemmänkin rahaa. Lainaus Elina Ahlbäckiltä osoittaa, että tuen osuus kaikista agenttuurin tekemistä käännösnäytteistä on pieni:

Suomalaista kirjaviientä voisi edistää merkittävästi panostamalla huomattavasti enemmän suomalaisten teosten käännösnäytteiden rahoittamiseen. Saimme viime vuonna Fililtä käännösnäytteitä varten 2500 euroa, mutta käytimme niiden tuottamiseen useita kymmeniä tuhansia euroja.

Käännöstukien jakaminen ei kuitenkaan ole ainoa asia, jota Fili kääntäjien eteen tekee. Schwanck arvioi Filin tekevän kääntäjien eteen erittäin paljon työtä. Kääntäjien kouluttaminen on ollut tärkeä osa toimintaa Filin perustamisesta lähtien, mutta 2010-luvulla se on noussut entistä tärkeämmäksi. Kesällä 2012 järjestettiin suuri kääntäjäseminaari, johon osallistui 120 kääntäjää. Kyseisen seminaarin tavoitteena oli pohjustaa vuoden 2014 Frankfurtin kirjamesuja. On tärkeää, että suomalaista kirjallisuutta olisi teema-maana toimittaessa käännettynä monipuolinen valikoima. Tämän eteen on

tehtävä työtä jo nyt, koska oikeuksien myyminen ja teosten kääntäminen ovat aikaa vieviä prosesseja.

Fili järjestää joka toinen vuosi aloittavien kääntäjien seminaarin, ja niin ikään joka toinen vuosi draamakääntäjien seminaarin. Lisäksi on alettu järjestää seminaareja, joissa keskitytään vain yhteen kirjailijaan ja hänen tekstinsä kääntämiseen liittyviin ongelma-kohtiin. Filiin tulee aina puolen vuoden välein uusi kääntäjäharjoittelija. Tähän mennessä heitä on ollut noin kaksikymmentä, ja heistä on muutamaa poikkeusta lukuunottamatta tullut ammattikäntäjiä. Näiden toimenpiteiden lisäksi Fili ylläpitää kääntäjille tarkoitettua verkkoportaali *Kääntöpiiriä*, jossa ammattikäntäjät voivat muun muassa markkinoida omia töitään kustantamoille.

Suomen kielen ja kulttuurin opetusta ulkomaisissa yliopistoissa koordinoi Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön asiantuntija- ja palveluorganisaatio CIMO. Schwanckin mukaan ongelmallista on kuitenkin se, että ulkomaisten yliopistojen suomen kielen opetuksen resurssit menevät useimmiten yksinomaan kielitaidon opettamiseen, vaikka kaunokirjallisuuden kääntäjälle olisi olennaisen tärkeää osata myös lukea ja tulkita nimenomaan kaunokirjallista tekstiä. Tätä taitoa opetetaan Filin kääntäjille järjestämässä koulutuksissa. Ongelmaksi Schwanck mainitsee myös sen, että ulkomaisissa yliopistoissa on usein vaikea koota riittävästi opiskelijoita, jotka olisivat halukkaita osallistumaan suomen kielen kääntämisen kurssille. Skandinaavisten kielten opiskelijoita on maailmalla jo enemmän. Schwanckin mukaan tämänhetkiset suomen kielen ja kääntämisen eteen tehtävät ponnistelut tuntuvat kuitenkin kielialueen koon huomioiden riittävilta, vaikka tilannetta kuulostellaankin jatkuvasti.

Kirjallisuusagentti Maria Säntti korostaa haastattelussa sitä, että suomen kielen ja kulttuurin opettamiseen ulkomaisissa yliopistoissa kannattaisi panostaa. Hän näkee asian niin, että kasvava tietämys suomen kielestä ja kulttuurista kasvattaa Suomen arvovaltaa kyseisessä maassa monin tavoin. Esimerkiksi hän nostaa Saksan, jossa suomen kieltä on perinteisesti voinut opiskella monessa yliopistossa tohtoritutkintoon asti. Saksalla ja Suomella onkin hyvät yhteydet myös kirjaviennissä, sillä suomalaista kirjallisuutta viedään eniten juuri Saksaan. Muun muassa englanninkielisessä maailmassa sen sijaan ei olla yhtä tottuneita opiskelemaan vieraita kieliä, ja suomen kielen opiskeleminen on siellä

harvinaista. Säänti jopa nimittää englanninkielistä maailmaa ”käännöskirjallisuuden kehityskaaksi”.

Monella pienellä kielialueella, kuten esimerkiksi joissain Baltian maissa, saattaa olla vain yksi suomen kielen kääntäjä. Hänellä voi tässä tapauksessa olla varsin paljon valtaa siinä, mitä suomalaista kirjallisuutta kyseisessä maassa julkaistaan. Hän toimii usein paitsi kääntäjänä, myös lukijana ja suosittelijana paikallisille kustantamoille. Tämän takia kustantamojen ja kirjallisuusagentuurien on ylläpidettävä hyviä suhteita myös kääntäjiin. Näin kääntäjän mahdollista roolia kirjallisuuden suosittelijana ja suorastaan markkinoijana kuvaa Otavalla työskentelevä Hanna Kjellberg:

Kääntäjät ovat meille korvaamattoman tärkeitä sellaisilla alueilla, joille emme itse ehdi myymään mitään. Tarkoitin siis, pakko sanoa, pienempien kielialueiden maita. Siellä ei paljonkaan tapahtuisi ilman aktiivisia kääntäjiä.

Kääntämiseen liittyvän tuen lisäksi Fili tukee kirjaviennin toimijoita myös monilla muilla tavoilla. Se on käynnistänyt lukuisia erillishankkeita, joiden avulla on pyritty edistämään eri kirjallisuudenlajien vientiä. Tällaisia ovat olleet lastenkirjallisuuden, sarjakuvan, suomenruotsalaisen kirjallisuuden ja tietokirjallisuuden asemaa parantamaan perustetut hankkeet. Näitä hankkeita ei ole rahoitettu vuosittaisella perusbudjetilla, vaan niitä varten on saatu valtion erikseen myöntämää hanketukea. Erityisesti vuonna 2005 käynnistetty, lastenkirjallisuuden vientiä parantamaan perustettu hanke oli Schwanckin mukaan erittäin onnistunut :

Lasten-ja nuortenkirjallisuuden hanke on ollut todella hieno menestystarina. Se johtuu muutamasta seikasta, ja tärkein niistä on painatustuki, jota ryhdyimme jakamaan kustantamoille vuonna 2005. Se oli ratkaiseva tekijä, sillä siihen asti suomalaisia lasten kuvakirjoja oli julkaistu ulkomailla noin kymmenen kappaletta vuosittain, ja nyt niitä on parhaina vuosina julkaistu viidestäkymmenestä kuuteenkymmeneen kappaletta. Lastenkirjallisuutta on saatu myös sellaisille markkinoille, jotka ovat perinteisesti olleet aika hankalia: Aasia, Kiina, Intia, Japanikin. Tällaiset alueet on siis tavallaan saatu avattua. Että se on ollut ihan todella hyvä systeemi, aidosti ratkaiseva tekijä. Me aloimme tukea sarjakuvien vientiä samalla tavalla viime vuonna.

Painatustuen lisäksi Filissä myös laadittiin katalogi, joka esitteli uusia ja laadukkaita suomalaisia lastenkirjoja. Vuonna 2011 alettiin myös sarjakuvaa tukea samoin keinoin kuin lastenkirjallisuutta. Painatustuen myöntäminen lisää oikeuksien myymistä myös

sen puolella, vaikka tarkka tulos ei olekaan vielä tiedossa. Sarjakuvan ja lastenkirjallisuuden lisäksi myös tietokirjallisuudesta ja suomenruotsalaisesta kirjallisuudesta on laadittu omat kataloginsa. Kääntäjiä, jotka tavallisesti kääntävät ruotsalaista kirjallisuutta suomen kielelle, on kannustettu huomioimaan myös lähempää löytyvä, hyvinkin mielenkiintoinen suomenruotsalainen kirjallisuus.

5.2.3 Fili asiantuntijaorganisaationa

Filin katalogeissaan esittelemät arviot tarjoavat ulkomaisille ostajille toisen äänen suomalaisen kirjallisuuden kentästä. Filin on mahdollista vapaasti suositella mielestään laadukasta kirjallisuutta, kun taas kustantamojen työntekijät ovat sidottuja oman talon kirjailijoihin. Sen tehtävänä on siis toimia paitsi tukiorganisaationa, myös asiantuntijaorganisaationa. Schwanck korostaa sitä, että Filillä on omat kriteerinsä, joiden perusteella teoksia katalogeissa nostetaan esiin, vaikka päätöksistä keskustellaankin myös yhdessä kustantamojen ja kirjallisuusagenttuurien edustajien kanssa. Ulkomaiset ostajat arvostavat Schwanckin mukaan todella paljon Filin asiantuntijaroolia laadukkaan suomalaisen kirjallisuuden suosittelijana.

Totta kai meillä on ikään kuin toinen mielipide, jota meiltä usein kysytäänkin. Kustantamojen ja agenttien tehtävänä on myydä kirjoja ja kirjailijoita mahdollisimman laajasti. Me taas voimme riippumattomina katsoa, millä kirjoilla todella on kansainvälistä potentiaalia. Me nostamme esiin titteleitä ja meillä on omat kriteerit, joiden perusteella sen teemme. Mutta kyllä me myös keskustelemme kustantamojen ja agenttien kanssa nostoistamme. Olemme todella paljon yhteydessä. Me saamme heiltä tiedon siitä, mitä he ovat myyneet, ja he puolestaan tuntevat hyvin kaikki meidän tukijärjestelmämme.

Vaikka Fili on myös asiantuntijaorganisaatio, ei Schwanck näe hyvin myyvän ja tässä mielessä populaarin kirjallisuuden välttämättä olevan laadullisesti heikompaa kuin vähemmän myyvä. Hän ei siis kannata taidemaailan stereotyyppistä ajattelua, jonka mukaan laadukas taide ei voisi, ainakaan lyhyellä aikavälillä, olla myös hyvin myyvä.

Suomen mittakaavassa sellaiset myyntiluvut jotka Kari Hotakaisen *Juoksuhaudantie* tai Sofi Oksasen *Puhdistus* ovat saavuttaneet tarkoittavat sitä, että näitä teoksia lukevat niin miehet, naiset kuin nuoretkin. Kun jokin teos Suomessa myy yli 150.000 kappaletta, se tarkoittaa sitä että kaikki ovat siitä kiinnostuneita ja ymmärtävät sitä. Tämä ei tee teoksesta lainkaan laadullisesti kyseenalaista.

Fili tekee erittäin tiiviistä yhteistyötä niin kustantamojen Foreign Rights -osastojen kuin kirjallisuusagentuurienkin kanssa. Se ei tee erottelua siinä, kumpaan kategoriaan kuuluvia kentän toimijoita tukee. Oikeuksien myymisen edistäminen on tärkeintä. Fili kokoaa kaikki kentän toimijat yhteen kahdesti vuodessa toiminnansuunnittelua varten ja puolen vuoden välein se tapaa kustantajia erikseen. Kustantamot antavat Filille tiedot siitä, mitä ovat myyneet. Kirjaviennin toimijat puolestaan tuntevat Filin tukijärjestelmät hyvin, ja tämä auttaa niitä myös kehittämään omaa markkinointiaan. Kaikki haastatteleman toimijat arvostavat paljon Filin kanssa tehtyä yhteistyötä. Kysyttäessä ehdotuksia siitä, miten toimintaa voisi entisestään parantaa, moni nostaa esimerkiksi Norjan vastaavan tiedotuskeskuksen, Norlan, jonka toimintaa pidetään monin tavoin esimerkillisenä. Se on muun muassa tukenut tietokirjallisuuden tuottamista stipendein, ja tuloksena on ollut kansainvälisestikin myyvää, korkeatasoista ja nykyaikaista tietokirjallisuutta.

Vuonna 1967 perustettiin Filistä erillinen mutta yhtä kaikki opetusministeriön rahoittama englanniksi ilmestynvä *Books From Finland* -lehti, joka esittelee suomalaista nykykirjallisuutta ja kirjallista perinnettä sekä jonkin verran myös muita kulttuuriin liittyviä aiheita. Lehden toimituskunta ei mieli myyntilukuja lainkaan. Se, että lehden julkaisemista yhä tuetaan, todistaa että valtio yhä ainakin pienessä määrin tukee myös ei-kaupallisin tarkoituksin tapahtuvaa tiedonvälitystä suomalaisesta kulttuurista ja kirjallisuudesta.

5.2.4 Fili toimijana kansainvälisillä kirjamesseilla

Fili tukee kansainvälisiä kirjamesseja pohjustavaa oikeuksien myyntityötä kutsumalla ulkomaisia kustantajia Suomeen. Tällaiset vierailut ovat osoittautuneet tehokkaiksi, sillä niiden aikana kustantamojen ja agentuurien edustajat voivat keskustella asioista potentiaalisten ostajien kanssa rauhallisemmin kuin kirjallisuusmessujen tiukkaan aikataulutettujen päivien aikana. Fili siis luo järjestämillään tapaamisilla edellytykset kustantamojen ja kirjallisuusagentuurien edustajien myyntityölle.

Katalogien laatimisen lisäksi Fili suosittelee teoksia ulkomaisille ostajille kasvokkain tapahtuvissa tapaamisissa kansainvälisillä, ammattilaisille tarkoitetuilla kirjamesseilla. Esimerkiksi Frankfurtin kirjamessejen aikana tavataan noin sataa ulkomaista toimijaa.

Filillä on messuilla oma pöytä, jolle ulkomaiset toimijat tulevat keskustelemaan. Toisinaan Filin edustajat menevät ostajan pöytään, mutta tämä on harvinaisempaa. Tapaamiset on sovittu etukäteen, ja joka vuosi suositeltavana on noin 5-10 kirjan valikoima.

Schwanckin mukaan messuilla on lisäksi tärkeää luoda kuvaa Filistä uskottavana ja vakuuttavana toimijana. Positiivisen imagon luomiseen pyritään paitsi pätevien suositusten esittämisellä, myös laadukkaan ja näyttävän tiedotusmateriaalin sekä toimivien hakukaavakkeiden ja internetsivujen ylläpitämisellä. Lisäksi messuilla on tärkeää ylläpitää ennestään olemassa olevia kontakteja ja pyrkiä kasvattamaan verkostoa. Tässä työssä myös messujen aikana tapahtuvat epäviralliset kohtaamiset ovat tärkeitä. Schwanckin mukaan ala rakentuu pitkälti juuri henkilökohtaisille suhteille.

Fili osallistuu aktiivisesti suomalaisen kirjallisuuden edustamiseen kansainvälisillä kirjamesseilla. Pariisin kirjamesseilla oli vuonna 2011 teemana Pohjoismaat, ja Fili koordinoi hanketta Suomen osalta. Teemamaana toimimisella oli vaikutusta, sillä se paransi kaikkien Pohjoismaiden kirjallisuuden kysyntää. Myös monet sellaiset kustantamot, jotka eivät olleet aikaisemmin julkaisseet pohjoismaista kirjallisuutta, kiinnostuivat siitä. Schwanckin mukaan yhteistyössä neljän muun Pohjoismaan kanssa hoidettu johtaminen oli opettavainen kokemus, samoin kuin oppilastyökilpailun järjestäminen Suomi-osaston visuaalisen ilmeen suunnittelua varten. Myös markkinoinnin saralla Pariisin kirjamesseut olivat hyvä harjoitus. Filissä on vakituisena työntekijänä yksi tiedottaja, mutta Frankfurtin kirjamesseista tiedottaminen ulkoistetaan vuonna 2013 saksalaiselle viestintätoimistolle.

Fili koordinoi Suomen toimimista Frankfurtin kirjamesseujen teemamaana vuonna 2014. Hankkeelle on nimitetty oma projektipäällikkö, ja suunnittelutyö on jo käynnissä. Pohjustaviin toimiin kuuluu ensi kesänä Suomessa järjestettävä suuri, 120 kääntäjää yhteen kokoava seminaari, ulkomaisten kustantajien kutsuminen Suomeen, yritys yhteistyö ja budjetin kerääminen yksityiseltä sektorilta, sekä yhteistyönä Aalto-yliopiston kanssa toteutettava visuaalisen ilmeen ja Suomi-paviljongin suunnittelu. Mukana suunnittelutyössä on myös Suomen Saksan-instituutti, mutta sen neuvottelukunta ei tee päätöksiä, vaan ne tehdään Filissä myöhemmin.

Toimiminen Frankfurtin teemamaana on muita kirjamesseja merkittävämpi hanke, koska teemamaana toimimisen oikeutta ei jaeta minkään toisen maan kanssa. Hanke on erityisen tärkeä myös siksi, että Frankfurt on maailman suurin oikeuksien myyntiin keskittynyt tapahtuma, kun taas esimerkiksi Pariisin Salon du livre on ennen muuta kirjallisuuden harrastajille ja ranskalaiselle kotiyleisölle suunnattu messu. Frankfurtin kirjallisuusmessuille osallistumiseen on annettu valtion kulttuurin kärkihanketuki, jota myönnetään yleensä vain hankkeille, joissa nähdään myös taloudellista potentiaalia. Budjetin katsotaan olevan tällä hetkellä neljä miljoonaa euroa, joista kaksi tulee olemaan julkista rahoitusta. Loput kaksi miljoonaa euroa pyritään keräämään yksityiseltä sektorilta. Mikäli tässä ei täysin onnistuta, pienennetään budjettia. Suomen kustannusyhdistyksen internet-sivuilla Frankfurtin vuoden 2014 kirjamesseista puhutaan suurena kulttuurivientihankkeena. Tällä viitataan siihen, että tapahtuman myötä myös muu suomalainen kulttuuri kuin kirjallisuus tulee olemaan hyvin esillä muun muassa kaupungin taidegallerioissa.

Moni entinen teemamaa on korostanut maan yleistä imagonkohotusta ja matkailun edistämistä voimakkaammin kuin varsinaista oikeuksien myynnin kasvattamista. Näin ei kuitenkaan Suomen kohdalla toivota käyvän, vaan hankkeen keskiössä halutaan pitää kirjallisuus ja sen kansainvälisen myynnin lisääminen. Pääasiallisena tavoitteena on kasvattaa suomalaisen kirjallisuuden oikeuksien myymistä pysyvästi. Schwanck tuo haastattelussa esiin, että myös kustantamojen ja agentuurien olisi hyvä ottaa teemavuosi asiakseen ja olla aktiivisesti mukana suunnittelutyössä. Sosiaalinen media on hyvä keino yhteydenpitoon ja ideoiden vaihtoon asian tiimoilta. Valmistautumistyöstä pidetäänkin blogia ja sille on perustettu oma Facebook-sivu.

Filillä on resursseja osallistua myös Euroopan ulkopuolisten maiden kirjamesseille lisäämään suomalaisen kirjallisuuden tunnettuutta ja laajentamaan kontaktiverkostoa. Kustantamoilla ja agentuureilla ei ole samassa määrin resursseja tehdä tällaisia matkoja. Kaukasiin Euroopan ulkopuolisiin maihin lähdetessä teosten kääntäminen tosin on tavallistakin suurempi haaste, sillä niitä ei monissa tapauksissa voida kääntäjien puuttumisen takia kääntää suoraan suomesta kohdekielelle. Tällä hetkellä toiminnassa kuitenkin korostuu Eurooppa, koska ollaan valmistautumassa Frankfurtin kirjamessejen Suomi-teemamaata varten.

5.3 Kirjavienti liiketoimintana

Kirjaviennin talous perustuu teoksien käännösoikeuksista maksettaviin ennakoihin. Koska suomalaiset kirjailijat ovat yleensä melko tuntemattomia ulkomailla, ei ennako useimmissa tapauksissa ole kovin suuri. Yleensä summa vaihtelee muutamista sadoista euroista viiteen tuhanteen euroon, joissakin harvoissa tapauksissa jopa yli 10.000 euron. Ennakon määrittävät teokseen kohdistuvat myyntitodotukset ja niihin pohjaava painosmäärä. WSOY: llä työskentelevän Meena Kauniston mukaan myyntitodotukset vaihtelevat paljonkin maan mukaan ja myös kirjan myyntihinta kyseisessä maassa vaikuttaa ennakon suuruuteen. Haastattelemani toimijat eivät halunneet paljastaa tarkkoja lukuja ja yksityiskohtia välityspalkkioista, koska katsovat niiden olevan liikesalaisuuksia. Kuitenkin he mainitsivat sen tavallisesti sijoittuvan 20-30 prosentin välille. Kirjailijaliiton suositus välityspalkkioksi on 25 %. Loput ennakosta saa kirjailija. Kaunisto mainitsee lisäksi, että vaikka välityspalkkio on useimmiten sama kaikille, on siinä joitain historiallisista syistä johtuvia ja kirjailijakohtaisia eroja. Otavalla työskentelevä Kjellberg mainitsi tietokirjallisuudessa välitysprosentin voivan olla jopa 50 %, koska sen vieminen ja markkinoiminen vaatii paljon enemmän työtä kuin kaunokirjallisuuden.

Jos teos myy yli ennakoiden pohjana olleen määrän, rojaltit menevät sopimuksesta riippuen useimmiten suoraan kirjailijalle. Schwanckin mukaan romaanien kohdalla 3000-5000 kappaleen ulkomaan myyntiä pidetään jo hyvänä ja 10 000 kappaleen myyntiä erittäin hyvänä tuloksena. Jotkut harvat kirjailijat yltyvät jopa 100 000 kappaleen myyntilukuihin. Heitä ovat muun muassa Arto Paasilinna, Leena Lehtolainen, Sofi Oksanen ja Hannu Raittila. Kaikki haastattelemani toimijat uskovat siihen, että viennin volyymia saadaan tulevaisuudessa entisestään kasvatettua.

On mielenkiintoista, miten e-kirjan yleistyminen tulee vaikuttamaan oikeuksien myyntiin ja välittäjien palkkioihin. Tällä hetkellä e-kirjojen myynti on kuitenkin suhteellisen pientä, eivätkä ne Euroopassa vielä haasta painettua kirjaa. Jonkin teoksen oikeuksien myyminen ulkomaille myös e-formaatissa kuitenkin tuo kustantamolle lisätuloa. USA:ssa sähkökirjat ovat jo huomattavasti suosittumia ja kysymykset, jotka vasta tekevät tuloaan suomalaiselle kirjallisuuskentälle, ovat siellä jo ajankohtaisia. Elina Ahlbäck toteaa, että vaikka e-kirja

tulee tuottamaan kiistoja ja mahdollisia muutoksia agenttien palkkioihin, tarjoaa se myös mahdollisuuksia laajempaan levitykseen:

Amerikassa käydään jo keskustelua siitä, miten sähkökirjan yleistyminen tulee vaikuttamaan kustantajien ja agenttien palkkioihin. On hyvä että keskustelua käydään, koska se luo mallia siitä miten sähkökirjan osalta tullaan täällä myöhemmin toimimaan. Positiivista on joka tapauksessa se, että levitys tulee sähkökirjan myötä kasvamaan. Tuore esimerkki sähkökirjan merkityksestä kirjaviennin kasvuun on Leena Lehtolaisen My First Murder –romaanin ilmestyminen amerikkalaisen suurkustantamon ja maailmanlaajuisen jakelijan Amazonin julkaisemana sähkökirjana ja kirjana.

5.4. Kustantamojen Foreign Rights -osastot ja kirjallisuusagentuurit

5.4.1 Foreign Rights -osastojen tehtävät ja näkemykset kirjaviennistä

Suomen kahdella suurimmalla kustantamolla, WSOY:llä ja Otavalla, on omat Foreign Rights -osastonsa. Näissä suurissa kustantamoissa eri henkilöt huolehtivat oikeuksien myymisestä ja ostamisesta. Haastattelin tutkimustani varten oikeuksien myyntipuolen edustajia, Meena Kaunistoa ja Hanna Kjällbergiä. WSOY:ssa järjestelmällistä vientityötä on tehty reilu kymmenen vuotta. Tuolloin sitä hoiti 1-1,5 ihmistä. Oma osastonsa käännösoikeuksien myymistä varten perustettiin vuonna 2007, ja tällä hetkellä kokopäiväisiä Foreign Rights -managereita on kaksi. Otavassa Mauri Kunnaksen teoksia alettiin systemaattisesti viedä ulkomaille 1980-luvulla, ja vuonna 1995 taloon tuli ensimmäinen Foreign Rights -managerin virka. Hän ei kuitenkaan keskittynyt kirjaviennin kokopäiväisesti. Oma oikeuksien myyntiin keskittynyt yksikkö perustettiin vuonna 2006, ja tuolloin perustettiin myös ensimmäinen kokopäiväinen Foreign Rights -managerin virka. Vuodesta 2009 asti yksikössä on työskennellyt kaksi kokopäiväistä työntekijää ja jonkin verran assistenttivoimia.

Molemmissa haastatteluissa tuli kuitenkin myös esiin, että kirjavienni ei toimintana ole uutta, vaikka se onkin lisännyt volyymiaan ja alkanut saada mediahuomiota vasta viime vuosina. Ennen systemaattisen vientitoiminnan käynnistämistä käytäntönä oli, että ulkomaisista kustantamoista otettiin yhteyttä kun jokin teos herätti mielenkiinnon. Meena Kaunisto mainitsee esimerkiksi kirjailijasta, jota on ryhdytty viemään jo varhain, Mika

Waltarin. Hanna Kjällberg nostaa esiin jo 1920-luvulla ulkomaille saatetut kirjailijat Aino Kallaksen ja F.E. Sillanpään.

5.4.2 Kirjallisuusagentuurien tehtävät ja näkemykset kirjaviennistä

Tiina Kristofersson perusti Suomen ensimmäisen kaupallisen kirjallisuusagentuurin, Stilton Agencyn, vuonna 2009. Se perustettiin pohjoismaisen agentuurin Suomen osastoksi. Muualla Euroopassa on vastaavanlaista toimintaa ollut jo kymmeniä vuosia. Sittemmin Suomeen on perustettu kaksi uutta kirjallisuusagentuuria, Elina Ahlbäck Literary Agency ja Burning Bridge Literary Agency. Haastattelin tutkimustani varten näiden kahden agentuurin edustajia.

Suomen ensimmäinen itsenäinen kirjallisuusagentuuri, Elina Ahlbäck Literary Agency, aloitti toimintansa vuonna 2010. Sen perustaja Elina Ahlbäck on ennen oman agentuurin perustamista tehnyt pitkän uran kustantajana ja kirjakauppiaana. Hän perusti agentuurin tuona aikana syntyneen, laajan kansainvälisten suhteiden verkoston varaan. Agentuuri myös tuo ulkomaista kirjallisuutta Suomeen. Näin Ahlbäck kuvaa oman agentuurin perustamisprosessia:

Perustamispäätös syntyi helmikuussa 2009, ja tätä ennen idea oli ollut olemassa ajatuksen tasolla usean vuoden ajan. Näin erityisesti sen, että Suomessa tarvitaan kansainvälisen tason kirjallisuusagentteja viemään suomalaista kirjallisuutta. Olin seurannut kansainvälistä kirja-alaa lähes kolmekymmentä vuotta ja tarkkaillut henkilökohtaisesti tuntemiäni kollegoita, jotka toimivat agentteina maailmalla ja tekevät fantastista työtä.

Uskoa menestymiseen lisäsi ennen muuta ulkomaisten kirjallisuusagentuurien toimintamallien ja onnistumisten seuraaminen lähietäisyydeltä. Ahlbäckillä oli myös luja usko siihen, että suomalaisesta kirjallisuudesta löytyy kansainvälisen tason potentiaalia.

Burning Bridge Literary Agency eroaa toimintansa lähtökohdilta muista kirjallisuusagentuureista ja kustantamojen Foreign Rights -osastoista. Agentuurin aloittaessa toimintansa sillä oli alueellinen painotus, sillä se edusti yksinomaan Turun seudun kirjailijoita. Maria Säntin mukaan tälle oli perusteensa, sillä Turussa asuu ja työskentelee paljon kirjailijoita, jotka helposti jäävät Helsinki-keskeisessä kustannusmaailmassa huomiotta. Agentuuri oli kuitenkin vuoden 2012 alussa luopumassa

alueellisesta painotuksesta. Lisäksi agentuuri eroaa muista toimijoista siten, että se ottaa listoilleen erityisesti underground-kirjailijoita, joiden teoksia julkaisevat pienet ja keskisuuret kustantamot ja joilla ei tämän vuoksi muuten olisi mahdollisuuksia päästä kansainväliseen levitykseen. Tämä tekee agentuurista poikkeuksellisen epäkaupallisen. Agentuuri perustettiin osaksi Turku Euroopan unionin kulttuuripääkaupunkina 2011 - vuotta. Euroopan unioni rahoitti sen perustamista välillisesti Turku 2011-säätiön kautta. Jatkorahoitusta myönnettiin vuodelle 2012. Rahoitusta on haettu myös useilta muilta tahoilta, muun muassa opetus- ja kulttuuriministeriöstä ja eri kulttuurirahastoilta.

Epäkaupallisuuden takia Burning Bridge Literary Agency on erityisen riippuvainen ulkopuolelta saatavasta tuesta. Maria Sääntti toi haastattelussa esiin epäkohtia, joita valtion tapoihin tukea kirjavientiä hänen mielestään liittyy. Hänen kokee, että kirjavienti olisi nähtävä ennemminkin kulttuurityönä kuin voittoa tavoittelevana liiketoimintana, koska muun kuin valtavirtaan kuuluvan kirjallisuuden välityspalkkiot ovat niin pieniä, että niiden turvin ei voi lähteä tavoittelemaan varsinaista liikevoittoa. Hän nostaa esimerkeiksi runouden, esseistiikan ja sarjakuvan viemisen.

Agentuurin perustamista varten ei voida työ- ja elinkeinokeskuksen säädösten mukaan myöntää yritystukea, koska sillä ei ole omaa tuotetta. Sääntin mielestä tämä on väärin, sillä teoksen oikeuksien voi perustellusti väittää olevan agentuurin tuote. Tätä voi perustella sillä, että oikeuksien myyminen edellyttää paljon ammattitaitoa vaativaa työtä ja myös konkreettisen materiaalin, kuten mainosmateriaalin, katalogin ja käännösnäytteen tuottamista. Hänen mielestään tarvittaisiin ajattelutavan ja näkökulman muutos, jossa kannattamaton liiketoiminta voitaisiin määritellä kulttuurityöksi, mikä puolestaan oikeuttaisi valtion tuen. Muussa tapauksessa suuri joukko marginaalisempien kirjallisuudenlajien tekijöitä tai pienten ja keskisuurten kustantamojen listoilla työskenteleviä kirjailijoita jää syrjään kirjaviennistä. Burning Bridge Literary Agencyn listoilla olevat kirjailijat tulevat niin pienistä kustantamoista, että niillä ei ole varaa palkata omaa oikeuksien vientiin keskittyynyttä työntekijää tai tarjota agentuurille rahallista avustusta:

Tämä on ollut tärkein perustelumme kun olemme hakeneet julkista rahoitusta; edustamme pienten ja keskisuurten kustantamojen kirjailijoita, joilla ei ole varaa palkata Foreign Rights-henkilökuntaa. Ulkomaan myyntiä tekevät muiden töidensä ohessa eri henkilöt pienemmissä kustantamoissa,

esimerkiksi toimitusjohtajat. Mutta jotta myynti olisi tehokasta, pitkäjänteistä ja johdonmukaista, työhön tulisi palkata ulkomaan myyntiin erikoistunut henkilö. (Maria Säntti)

Säntti korostaa läpi haastattelun sitä, että myös pienten ja keskisuurten kustantamojen kirjailijoilla olisi oltava mahdollisuus päästä kansainväliseen vientiin. Koska näillä kustantamoilla ei ole varaa palkata henkilökuntaa huolehtimaan oikeuksien myymisestä, on Burning Bridge Literary Agencyn kaltaiselle toimijalle tarvetta. Hänen perustelunsa kirjaviennin tärkeydelle ovat osin erilaisia kuin muiden haastattelemini toimijoiden. Hän painottaa muita voimakkaammin kirjailijan kokemusta ja kansainväliseen kirjailijayhteisöön pääsemisen tärkeyttä kirjailijan työn kannalta. Kansainvälinen kritiikki avaa hänen mukaansa kokonaan uuden näkökulman kirjailijan työhön. Tämä on arvokas asia riippumatta siitä, onko vientityö taloudellisesti merkityksellistä. Säntti tuo esiin myös sen, että vaikka jonkin teoksen saattaminen ulkomaan markkinoille ei välittäjälle olisi taloudellisesti kannattavaa, saattaa se kuitenkin olla sitä pienituloiselle kirjailijalle. Hän myös nostaa kirjaviennin tärkeäksi funktioksi sen, että Suomi tulee sen kautta paitsi osaksi maailmankirjallisuutta, myös osaksi ihmisten mentaalista karttaa, jossa Suomi saattaa vielä olla tyhjä kohta.

5.5 Tavoite: pitää liiketoiminnan trendi nousevana

Haastattelemani kustantamoiden ja agentuurien edustajat, Burning Bridgeä ehkä lukuunottamatta, pitävät erittäin tärkeänä tavoitteena sitä että liiketoiminnan trendi pysyy nousevana. Työssä onnistumista mitataan tarkkailemalla tehtyjen kauppojen määrää ja arvoa. Usko siihen, että liiketoimintaa saadaan tulevaisuudessa entisestään kasvatettua, on vahva. Tavoitteet ovat tavallista korkeammalla myös siksi, että Suomi toimii teemamaana vuoden 2014 Frankfurtin kirjamesseilla. Näin toiminnan tavoitteita kuvaa Otavan Foreign Rights -manageri Hanna Kjellberg:

Pitää trendi nousevana. Eli siis saada yksittäisten tekijöiden mahdollisimman monia teoksia mahdollisimman moneen maahan, pitää kauppa käynnissä sekä lastenkirjapuolella että aikuistenkirjapuolella ja laajentaa sitä mahdollisuuksien mukaan. Ja onhan se ihan totta, että Frankfurtin vuoden 2014 teemamaa vaikuttaa myös kustantamoissa siihen, miten asioihin sijoitetaan. Tekijöiden odotukset viennin suhteen ovat kasvaneet hirveän paljon juuri sen takia, että tästä asiasta on puhuttu todella paljon. Viennille tulee melko helposti mediassa julkisuutta.

Kustantamon nähdään selkeästi tekevän liiketoimintaa erotuksena kulttuurivientiin. On mielenkiintoista, että käsite ”kulttuurivienti” vaikuttaa itsestäänselvästi sisältävän epä-kaupallisen miellelyhtymän, kuten oheisesta katkelmasta Hanna Kjällbergin kanssa käymääni haastattelua käy ilmi:

Kustantamo on liikelaitos, jonka tavoitteena on tehdä rahaa. Tämä ei ole pelkkää kulttuurivientiä, vaan myös osa liiketoimintaa. Tämä on se lähtökohta. On nähty, että tämä on sellainen kenttä jota pystytään kehittämään ja jonka kautta pystytään hankkimaan tekijöille lisätuloa, ja siten myös kustantamolle lisätuottoa.

Kjällbergin erottelusta tekee erityisen mielenkiintoisen se, että hän on ennen siirtymistään Otavalle työskennellyt Suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filissä. Hän siis ymmärtää omakohtaisen kokemuksen kautta kaupallisen ja vähemmän kaupallisen kirjaviennin tekemisen välillä.

Näen eron kustantajan toimeen siinä, että tehtävänä on myös tehdä tästä taloudellisesti tuottavaa. Saada esiin niitä kirjailijoita, jotka ovat kaikkein potentiaalisimpia myös siltä kannalta, että heidät myydään useampaan maahan kuin vain yhteen. Että kyllä tämä painottuu ilman muuta sellaisen puolelle. (Hanna Kjällberg)

Eronteon rakentaminen ”kulttuuriviennin” ja ”liiketoiminnan” välille on ymmärrettävissä myös ainakin siltä pohjalta, että monella taiteenalalla kulttuurivienti ei ole vielä kauan ollu taloudellisessa mielessä kunnianhimoista. Myös valtion kulttuurivientiin liittyvissä asiakirjoissa sille myönnettävää tukea perusteltiin pitkään ennen muuta muilla perusteilla kuin taloudellisen voiton tavoittelulla, johon sillä ei uskottu olevan edellytyksiä. Näin kirjallisuusagenttuuri Stilton Agencyllä työskentelevä Tiina Kristofersson kuvaa Suomessa pitkään vallinnutta skeptistä suhtautumista taloudellisessa mielessä kannattavaan taiteen viemiseen (Kotirinta 2011, C1):

Ruotsalaisten ihana naiivi positiivisuus on hedelmällinen lähtökohta myös kulttuuriviennille. Suomessa taas on ollut vallalla sisämarkkina-ajattelu. Vientipotentiaalia on nähty vain teknologiassa ja metsäteollisuudessa. Myyntityötä on meillä totuttu pitämään helppoheikin hommana. Oikeasti se on todella kovaa työtä.

Myös oman kirjallisuusagenttuurin perustanut Elina Ahlbäck kritisoi haastattelussa suomalaisille tyyppillistä negatiivista asennetta omiin menestymismahdollisuuksiin:

Suomalaisten myynti- ja markkinointitaidossa on kehittämisen varaa. Usein ajatellaan, että ”ei tämä nyt varmaan kuitenkaan kansainvälisesti kestä.” Ymmärrän tämän siltä kannalta, että pieni kielialue koetaan helposti hidasteeksi – jota se ei missään tapauksessa ole. Toki on selvää että emme voi mennä markkinoille samalla tavalla kuin jokin englantilainen kirja, joka on heti kaikkien ulottuvilla. Laadukkailla käännösnäytteillä suomalainen kirja saadaan ulkomaisen kustantajan ulottuville.

Heikko usko menestymismahdollisuuksiin yhdessä kielialueen pienuuden kanssa on vaikuttanut siihen, että kirjallisuusagentuureja on Suomessa alettu perustaa huomattavasti myöhemmin kuin muualla Euroopassa, muut Pohjoismaat mukaan lukien. Viime vuosina asenteissa on kuitenkin tapahtunut selkeä muutos ja toiminta on muuttunut myös taloudellisessa mielessä kunnianhimoiseksi. Kirjallisuusagentuuri Elina Ahlbäck kuvaa tavoitteitaan seuraavasti:

Uskon, että ammattimaisella agentuurikonseptilla suomalaisen kirjallisuuden vienti voidaan lähivuosina kymmenkertaistaa. On täydet mahdollisuudet siihen, että Suomesta saataisiin parikymmentä kirjailijaa maailmalle siten, että oikeudet myydään yli kolmeenkymmeneen maahan. Kun markkina-alueena on koko maailma, on erityisen tärkeää fokuoittaa. Me menemme eteenpäin suurilla kasvumarkkinoilla, koska ne synnyttävät vuorostaan uusia markkinoita. Tärkeitä kasvumarkkinoita ovat Saksa, englanninkieliset markkinat, Ranska, Pohjoismaat, Aasia ja Brasilia, oikeastaan melko yllättävä kasvumarkkina. Esimerkki jo toteutuneesta menestystarinasta on Leena Lehtolainen, jonka teosten oikeudet on myyty kahteenkymmeneenseitsemään maahan. Lisäksi meillä on valtavan hieno onnistuminen lastenkirjallisuuden puolella: Risto Rappääjää on myyty jo yli kymmeneen maahan.

Katkelmasta välittyy voimakas usko siihen, että suomalaisella kirjallisuudella on mahdollisuus menestyä myös maailmalla. Agentuurin tavoitteet ovat korkealla ja konkreettisia, ja esikuvina toimivat maailman tasokkaimmat kirjallisuusagentuurit. Myös se, millä strategialla kansainvälisen verkoston laajentamiseen pyritään, on mietittynä.

5.5.1 Erot Foreign Rights –osastojen ja agentuurien välillä

Bourdieuin kenttäteorian mukaan jokaisen alan kenttä muodostuu toimijoiden välisistä suhteista, ja muuttuu sekä näiden suhteiden muuttumisen että kentän ulkopuolisen yhteiskunnan muutoksen myötä. Pyrin luomaan käsitystä siitä, millaisia konkreettisia eroja kirjaviennin kentällä toimivien ammattilaisten välillä on toimintaa ohjaavien asenteiden ja arvojen sekä konkreettisten toimintatapojen osalta. Muodostan myös käsityksen siitä, millaiset suhteet kirjaviennin eri paikoissa tekevien toimijoiden välillä on.

Kustantamojen Foreign Rights -osastojen ja kirjallisuusagentuurien tavoite on sama, myydä mahdollisimman paljon oman talon tai listan kirjailijoiden teoksien oikeuksia. Vaikka molemmat tekevät liiketoimintaa samalla alalla ja samankaltaisin tavoittein, tapahtuu se kuitenkin erilaisista lähtökohdista käsin. Suurimpana erona toimintatavoissa haastattelemani ihmiset pitivät sitä, että myyntiin otettavat teokset valitaan eri lähtökohdista:

Näen eron siinä, että kustantamossa kenttä on laajempi. Totta kai kirjailijat, joita aktiivisesti viedään ulkomaille ovat kapea kärki ja sen on pakkokin olla kapea kärki, mutta silti, jos mistä maasta tahansa tulee meidän talon kirjailijaa koskeva kysely, niin siihen on myös vastattava. Me siis myymme edelleen Sillanpään ja Kallaksen oikeuksia, emme suinkaan aina tänä vuonna ilmestynyttä kirjaa. Agentilla sen sijaan on mahdollisuus voimakkaammin valita edustamansa tekijät, ja mahdollisuus pitää heidän määränsä kohtuullisena. Myös mahdollisuus keskittyä tekijöiden niin sanottuun hoitamiseen on aika lailla erilainen kuin meillä. Siellähän on hyvinkin tällaisia henkilökohtaisia suhteita tekijöihin. (Hanna Kjällberg)

Periaatteessa kustantamoiden omien Foreign Rights -managereiden ja agentuurien työ ei eroa toisistaan. Oleellisin ero on siinä, että jos on jonkin tietyn kustantamon palveluksessa, edustaa vain kyseisen kustantamon kirjailijoita ja velvollisuutena on huolehtia kaikista sen kirjailijoista. Agentti taas voi poimia eri kustantamoiden tarjonnasta ne teokset, joilla arvelee olevan mahdollisuuksia ulkomailta. Tämän suhteen Burning Bridge on ollut alun alkaen hiukan poikkeuksellinen agenttuuri, koska sen kentässä on ollut alueellinen rajaus. (Maria Sääntti)

Minulla on kokemusta molemmista. Suurin ero Foreign Rights -osastolla tehtävään työhön on siinä, että agenttuurissa listoille otettavat teokset valitaan ikään kuin riippumattomana toimijana. Emme ole sidottuja minkään tietyn kustantamon kirjailijoihin, vaan voimme tehdä valinnat puhtaasti kansainvälisen potentiaalin mukaan. Totta kai myös kustantamoiden Foreign Rights -osastoilla tehdään valintoja. Mutta erona on se, että me rakennamme kansainvälisen myynnin portfolioimme hyvin määrätietoisesti kaksi kertaa vuodessa. Tietenkin yksi ero on myös se, että agenttuurin liikevaihto tulee pelkästään myynnistä, jolla on katettava agenttuurin kulut, työntekijöiden palkat, käännösnäytteet, toimitilat, järjestelmät ja niin edelleen. (Elina Ahlbäck)

Useassa haastattelussa tulee lähes samoin sanoin esiin se, että suurin ero agenttuurien ja Foreign Rights -osastojen toimintatavoissa on erilainen edustettavien teosten valintaprosessi. Tässä mielessä sekä Foreign Rights -osastojen edustajat että kirjallisuusagentuurien edustajat voivat, erilaisin perustein, pitää omaa toimintakenttäänsä laajempaan. Kustantamot perustelivat toimintansa laajuutta sillä, että periaatteessa kaikki sen kirjailijat ovat Foreign Rights-osaston potentiaalisia asiakkaita. Agentuurit puolestaan näkivät toimivansa laajemmalla alalla siksi, että ne eivät ole sidottuja tiettyyn kustantamoon ja voivat näin ollen katsoa suomalaisen kirjallisuuden kenttää kokonaisuutena.

Koska agentuureissa edustettavien kirjailijoiden määrä pystytään pitämään tiukemmin rajattuna, pystytään niissä myös luomaan ja ylläpitämään henkilökohtaisempia suhteita kirjailijoihin. Osa kirjailijoista kaipaa nimenomaan sitä, että pääsee itse vaikuttamaan teoksensa myynti- ja markkinointiprosessiin. Kustantamoissa ei useinkaan ole mahdollisuutta ylläpitää edustettaviin kirjailijoihin samassa määrin henkilökohtaisia suhteita.

Yksi olennainen ero toiminnassa on myös se, että Foreign Rights -osastojen toimenkuvaan kuuluu vastaaminen kyselyihin vanhasta kirjallisuudesta. Tämän kirjallisuuden käännösoikeuksien myöntäminen kuuluu työhön, vaikka se ei välttämättä ole kustantamolle taloudellisessa mielessä kannattavaa. Se onkin kustantamojen edustajien mukaan heidän osuutensa kulttuuriviennistä. Tämän takia he myös määrittelevät agentuurien tekemän liiketoimintaa vielä suuremmassa määrin kuin he itse. Agentuurit saavat palkkionsa yksin myyntivoitoista, joten he ottavat listoilleen ainoastaan sellaista kirjallisuutta, jonka kaupalliseen potentiaaliin todella uskovat. Kustantamojen Foreign Rights -osastoilla pyritään niin ikään lisäämään tuottoa myymällä oikeuksia ulkomaille, mutta kustantamon menestys ja työntekijöiden palkat eivät kuitenkaan ole yksin siitä riippuvaisia.

Haastattelun perusteella kustantamojen ja Foreign Rights -osastojen työntekijät ovat selkeästi erillistä ammattikuntaa, vaikka työskentelevätkin saman asian parissa. Tämä tulee esille muun muassa kansainvälisillä kirjamessuilla, joilla he usein toimivat eri osassa messutilaa. Elina Ahlbäckin mukaan sijainti messutilassa ei kuitenkaan yleisesti ottaen ole ratkaiseva tekijä, jonka perusteella voisi yksiselitteisesti osoittaa toimijoiden välisen hierarkian. Hän on ennen oman agentuurin perustamista tehnyt pitkän uran kustannusalalla ja toiminut myös ostajan roolissa. Kokemuksesta hän tietää, että tarpeeksi mielenkiintoisen teoksen perässä liikutaan mihin tahansa osaan messutilaa. Frankfurtin kirjamessut ovat hänen mielestään kuitenkin poikkeus, jossa tärkeimmät kaupat tehdään agenteille varatulla osastolla. Myös Burning Bridge Literary Agencyssä työskennellyt Maria Sääntti toi haastattelussa esiin sen, että Frankfurtissa ja Lontoossa agenttien esittelypisteet ovat erityisen vilkkaita ja ”muistuttavat pörssiä”. Otavalla työskentelevä Kjällberg puolestaan korostaa sitä, että kustantajien puolella tapahtuva pitkäaikaisten suhteiden luominen on messuilla erityisen tärkeää ja hänen mielestään pidemmän päälle hyödyllisintä.

Sitä, että vilkkain kaupankäynti kansainvälisillä kirjamessuilla tapahtuu usein agenttien alueella, voi Päivi Ruottisen mukaan selittää myös sillä, että maineikkaan agenttuurin listoille pääsemistä pidetään jonkinlaisena kirjallisen laadun takeena. Agenttuurin listalle päässeellä kirjailijalla on taustallaan enemmän ihmisiä, jotka häneen uskovat, kuin kustantamon listoilla myytävillä nimikkeillä. Se, että myytävä kirjailija on päässyt agenttuurin listoille, herättäisi siis ostajien keskuudessa luottamusta. Tämän lisäksi agenttien puolen kaupankäynnin vilkkautta voi selittää myös sillä, että agenttuurin työntekijöillä on mahdollisesti vielä suurempi motivaatio onnistua myyntityössä, koska yrityksen tulot ja tätä kautta työntekijöiden palkat ovat suoraan riippuvaisia myydyistä oikeuksista. Tämä ei ole samassa määrin totta kustantamoiden Foreign Rights -osastojen yhteydessä, koska ne Suomessa toimivat osana suuria kustantamoja. Kjällbergin mukaan kustantamoilla puolestaan on myyntityössä agenttuureihin verrattuna se etu, että saman katon alla toimivat myös ostajat. Tieto uusista, myynnissä olevista oikeuksista kulkeutuu ulkomaisille kustantamoille myös heidän kauttaan. Kustantamon tekemää myyntityötä edesauttaa myös sen saavuttama maine ja pitkä kirjankustantamisen traditio.

5.5.2 Kirjaviennin toimijoiden keskinäiset suhteet

Vaikka kustantamot ovat keskenään kilpailuasemassa, vallitsee niissä työskentelevän Foreign Rights -henkilökunnan kesken hyvä ilmapiiri. Kaunisto sanoo, että ei näe jonkun toisen onnistumisen olevan itseltään pois. Hän uskoo kaikkien menestymisten lisäävän suomalaisen kirjallisuuden ja kulttuurin tunnettuutta ja helpottavan siten tulevaisuuden vientiponnisteluja. Esimerkiksi tällaisesta tienraivaajasta hän nostaa Arto Paasilinnan. Kollegojen verkosto on Hanna Kjellbergin mukaan siinä määrin tiivis, että kustantamosta toiseen siirtyvästä kirjailijasta annetaan kollegan käyttöön tarpeellinen kyseisen kirjailijan kanssa toimimiseen liittyvä tieto. Tällaista kollegiaalista avunantoa tuskin esiintyy kovin monella alalla, jossa kuitenkin tavoitellaan oman liiketoiminnan kasvattamista. Kjellberg sanoo kokevansa kollegiaalisen ilmapiirin olevan tärkeä henkinen voimavara työn kuormittavuuden tähden:

Koen positiivisena asiana sen, että täällä Suomessa on kollegiaalinen verkosto ihmisten kesken, jotka tekevät tätä työtä eri kustantamoissa. Tunnettu toisemme, eihän meitä ole kuin kourallinen, ja olemme pitäneet yhteyttä. Koen sen hirveän tärkeänä, koska tämä on itse asiassa aika raskasta työtä, eikä sitä samalla tavalla ymmärrä kuin ihmiset, jotka ovat sitä itse tehneet. Sanoisin että se,

mikä tuolla julkisuudessa näkyy, on jäävuoren huippu. Se, minkä määrän työtä pyramidin pohja vaatii, ei ole ymmärrettävissä ellei sitä ole joutunut itse tekemään. ---Koen verkoston tuen todella tärkeänä. Olemme myös aika hyvin pystyneet pitämään sen keskenämme. Jos meiltä joku kirjailija menee naapuritaloon, niin se ei aiheuta mitään keskinäistä riitaa, vaan päinvastoin kollega siellä saa tietysti minulta kaiken sen tiedon, mikä kirjailijan tekstien kanssa toimimiseen liittyy.

Katkelmasta välittyy, että Kjellberg kokee erityisen tärkeäksi muiden kustantamojen Foreign Rights -henkilökunnan antaman henkisen tuen. Myyntityön kokemista raskaaksi voi osin selittää sillä, että suomalaista kirjallisuutta ei ole vielä kovin kauaa systemaattisesti ja liikevoittoa tavoitellen viety ulkomaille. Ulkomaisten kustantamojen ostajat eivät toistaiseksi juuri tule kysymään suomalaista kirjallisuutta oma-aloitteisesti. Jotta kauppoja syntyisi, on tehtävä runsaasti etukäteisvalmisteluja.

Suhde Foreign Rights -henkilöstön ja kirjallisuusagentuurien välillä on haastateltujen mukaan myös asiallinen, mutta eroaa kuitenkin suhteesta toisten kustantamojen työntekijöihin. Vaikka kirjailijalla on oikeus päättää siitä, kuka häntä markkinoilla edustaa, ei valmista teosta olisi syntynyt ilman kustantamossa tehtyä työtä. Ennen Foreign Rights -osastolle päätymistään teos on tuotettu yhdessä kustannustoimittajan kanssa. Agentuuri siis ottaa käyttöönsä kustantamossa valmiiksi tuotetun kirjan.

Sekä kustantamoiden Foreign Rights -osastoilla että kirjallisuusagentuureilla on erittäin hyvät välit Filiin ja yhteydenpito on tiivistä. Kuitenkin haastatteluissa nousee maininnanomaisesti esiin se, että Filillä on toisinaan erilaisia näkemyksiä asioista, ja että tämä liittyy kulttuuriviennilliseen painotukseen erotuksena kustantamojen liiketoimintakeskeisyydestä.

5.5.3 Suomalaisen kirjallisuuden vientityön haasteet

Vaikka vientitoiminta alkaa olla jo rakenteellisesti vakiintunutta, hidastuttavat sitä pieni kielialue ja syrjäinen kulttuuri. Kjellberg vertaa suomalaisen kirjallisuuden julkaisemista ulkomaisessa kustantamossa siihen, kun suomalainen kustantamo julkaisee esimerkiksi unkarilaista kirjallisuutta: jos nimikkeitä otetaan kustantamon listalle enemmän kuin yksi vuodessa, leimaudutaan jo erikoiskustantamoksi. Maiden välillä on eroja siinä, ovatko ne

tottuneet julkaisemaan käännöskirjallisuutta. Näin Kjellberg kuvaa pienen kielialueen kirjallisuuden käännösoikeuksien myymisprosessin vaikeuksia:

On myös maita, joissa ei osata käyttää lausunnonantajia tai ei osata samalla tavalla näytekäännöksestä katsoa, onko teos hyvä vai ei. Että siihen ei olla totuttu. Saksaan vietäessä se ei ole mikään ongelma, mutta Englantiin päin vietäessä on.

Kaikki haastatteleman toimijat mainitsivat pienen ja tuntemattoman kielen olevan suurin oikeuksien myyntiä hidastava tekijä. Kuitenkaan sitä ei enää pidetä ylitsepääsemättömänä esteenä, vaan pikemminkin ylitettävissä olevana haasteena:

Yhden myytin murtaja haluan olla, eli suomen kieli ei ole kynnyks. Toki se voi hidastaa myyntiä ja asettaa vaatimuksia käännösnäytteille ja lukijoille. Mutta sitten kun kirjasta on olemassa esimerkiksi saksalainen tai ranskalainen käännös, ja parhaimmillaan englanninkielinen käännös, ei suomalaisen kirjailijan menestykselle ole enää mitään estettä. (Elina Ahlbäck)

5.5.4 Vientiin otettavan kirjallisuuden valintaperusteet

Oikeuksia myyvät toimijat lukevat paljon suomalaista nykykirjallisuutta, ja valintoja vientiin otettavista teoksista pohditaan myös ryhmässä. Koska kilpailu kansainvälisillä markkinoilla on kovaa, on valittujen teosten oltava erittäin laadukasta kirjallisuutta. Näin valintakriteereitä kuvaa Elina Ahlbäck:

Intuition ja kokemuksen voima on tärkeä. Tarinan täytyy olla jollain tavalla aivan erityislaatuinen, ja teoksen on oltava omassa lajityypissään erittäin laadukasta. Myyntiluvuilla, kirjallisuuspalkinnoilla, ja –palkintoehdokkauksilla sekä teoksen saamalla kritiikillä on merkitystä. Vaikka maailmalla on esimerkkejä myös kirjailijoista jotka ovat pitäytyneet erillään julkisuudesta, on se hyvin poikkeuksellista. Ulkomaisia kustantajia kiinnostaa suomalaisen kirjailijan persoona, ”kirjailijuus” eli authorship. Lisäksi kirjailijan persoona usein heijastaa hänen teoksiaan.

Teoksia valittaessa päätöksentekoon vaikuttavat erityisesti niiden saamat positiiviset kritiikit, palkinnot ja kotimaan myyntiluvut, sillä ne herättävät ulkomaisen kustantamon mielenkiinnon. Niitä voidaan myös käyttää hyväksi teoksesta laadittavassa markkinointimateriaalissa, jonka tekeminen on olennainen osa kirjaviennin toimijoiden arkista työtä. Kaikki haastatteleman toimijat korostavat sitä, että kaiken markkinointimateriaalin on oltava laadultaan ensiluokkaista ja täydellisellä englannin

kielellä tehtyä. Valituista teoksista on myös suomalaista kirjallisuutta vietäessä aina laadittava käännösnäyte, jotta niitä voitaisiin tarjota ulkomaiselle kustantajalle.

Se, onko teoksesta välittyvä suomalaisuus etu vai haitta, jakaa ammattilaisten mielipiteitä. Syrjäisen ja hieman erikoisen suomalaisen kulttuurin välittyminen teoksesta saattaa johtaa siihen, että ulkomainen ostaja tyrmää teoksen liian Suomi-sidonnaisena. Toisaalta suomalaisesta kulttuurista löytyy myös eksotiikkaa, jota muunmaalaisen kirjailijan voi olla vaikea teoksissaan tavoittaa.

Otavalla työskentelevä Hanna Kjällberg ja WSOY:n Meena Kaunisto ovat sillä linjalla, että teosta pyritään normaalisti mainostamaan sen omilla avuilla, ei suomalaisuudella. Tosin vuoden 2014 Frankfurtin kirjamessut muuttavat tilannetta hetkellisesti, koska moni kustantamo haluaa listoilleen jonkin suomalaisen kirjailijan teoksen siksi, että Suomella on tuona vuonna teemamaa-status. Yleisesti ottaen sellaisia tilanteita ei kuitenkaan synny, että ulkomainen kustantamo tulisi kyselemään nimenomaan suomalaista teosta:

Emmehän me mene ulkomaille ja sano, että tässä olisi kiva suomalainen kirja. Se ei ole mikään argumentti. Päinvastoin, yritämme tulla esiin kirjan muilla avuilla. Perustella, miksi se on niin hyvä, että se olisi pakko ottaa, vaikka kieli olisi serbokroaatti. (Hanna Kjällberg)

Kirjallisuusagentti Maria Sääntti sen sijaan kertoo muuttaneensa mielipidettään siitä, onko suomalaisuus teokselle etu vai haitta. Aiemmin hän koki sen olevan ennemminkin haitta, mutta on sittemmin alkanut pitää sitä jopa kilpailuvalttina. Esimerkeiksi teoksista, joissa suomalaisuus on voimavara, hän tarjoaa Katja Ketun romaania *Kättilö* ja Sofi Oksasen teosta *Puhdistus*.

Mutta esimerkiksi Katja Kettu on sijoittanut rakkaustarinan Suomen Lappiin, Jäämeren rannalle. Siinä tulevat esille Lapin maisemat, puhetyyli ja luonnonolosuhteet. Ja se on etu. Hän sijoittaa universaalien rakkaustarinan historiallisesti ja maantieteellisesti mielenkiintoiseen kontekstiin.

Harva muunmaalainen kirjailija pystyy niin vakuuttavasti sijoittamaan rakkaustarinan Viron historiaan. (Viittaa Sofi Oksaseen). Tällainen erityispiirre on kilpailuetu.

Suomalaista kirjallisuutta viedään eniten Saksaan. Tämä johtunee osin siitä, että Saksassa on perinteisesti voinut useassa yliopistossa opiskella suomen kieltä ja kirjallisuutta sekä siitä, että siellä yleisemminkin julkaistaan paljon käännöskirjallisuutta. Moni

haastatteleman henkilö piti kuitenkin yhtenä syynä mielenkiintoon myös sitä hieman humoristista mielikuvaa, joka suomalaisuuteen ja etenkin suomalaiseen mieheen Saksassa liitetään. Sääntin mukaan tätä mieskuvaa ovat olleet maailmalla rakentamassa muun muassa Arto Paasilinna, Aki Kaurismäki, Kari Hotakainen ja Joonas Berghällin yhdessä Mika Hotakaisen kanssa ohjaama elokuva *Miesten vuoro*. Suomalaisuudesta on siis syntynyt jonkinlainen brändi. Myös Otavalla työskentelevä Kjellberg kertoo huomanneensa suomalaisiin Saksassa yhdistettävän eksotiikan. Hänen mukaansa se, mitä saksalaiset suomalaisuudelta hakevat, on yllättävänkin tarkkaan rajattua. Jokin teos saatetaan hylätä, koska se ei ole ”tarpeeksi suomalainen”. Myös kirjallisuusagentti Elina Ahlbäck nostaa esiin eksoottisuuden piirteenä, joka usein herättää ulkomaisen ostajan mielenkiinnon.

Sääntti nostaa esiin sen seikan, että monet viimeaikojen kirjallisista myyntimenestyksistä ovat olleet nuorten, persoonallisten ja näyttävien naisten kirjoittamia. Esimerkkeiksi käyvät Sofi Oksasen, Riikka Pulkkinen ja Katja Ketun teokset. Bourdieu on teoksessaan *Les règles de l'art* (1998) analysoinut taiteilijapersoonan roolia taiteilijan menestykseen vaikuttavana seikkana. Sillä on hänen mukaansa ollut merkitystä siitä lähtien, kun taiteen kenttä erkani muista yhteiskunnan kentistä. Taiteilijalta odotetaan yllätyksellisyyttä ja rajoja rikkovaa asennetta myös taiteen ulkopuolisessa maailmassa. Hän kiinnittää huomiota myös siihen, että taiteilija on tiettyssä mielessä aina ollut oma markkinansa – hänen on onnistuttava kiinnittämään lukevan yleisön huomio itseensä, jotta taide löytäisi yleisönsä ja sen tekemisen jatkaminen mahdollistuisi.

5.5.5 Kansainväliset kirjamesut kirjaviennin välineenä

Suomalaisten toimijoiden kannalta olennaisimmat kirjamesut ovat Frankfurtin ja Lontoon vuosittaiset kirjamesut. Myös Bolognan lastenkirjamesuille ja Göteborgin kirjamesuille osallistutaan vuosittain. Myyvän osapuolen kannalta on tärkeää tietää, mitkä ulkomaiset kustantamot ovat merkittäviä ja kenen kanssa kannattaa pyrkiä sopimaan tapaaminen. Tässä yhteydessä Otavalla työskentelevä Kjällberg toi esiin messumatkat, joita hän teki työskennellessään Filissä. Matkat suuntautuivat eri maiden kansallisille kirjamesuille, jotka eivät olleet oikeuksien myymisen kannalta merkittäviä, mutta joilla vieraileminen mahdollisti arviot siitä mitkä kustantamot olivat kyseisen maan mittakaavassa tärkeitä. Hänen mukaansa kustantamoiden arvioimiseen syntyi rutiini, ja muistikirjaan oli helppo

merkitä ylös ne kustantamot, joihin tuli pyrkiä saavuttamaan yhteys. Vastaavanlaiseen toimintaan ei kustantamossa työskenneltäessä ole resursseja, mutta se saattaisi hänen arvionsa mukaan olla hyödyllistä. Internetissä kuka tahansa voi huijata hienoilla nettisivuilla, mutta jos messupöytä on näyttävä ja hyvässä paikassa messutilaa, on se merkki siitä että kyseessä on merkittävä kustantamo jolla on varallisuutta.

Kansainvälisillä kirjamesseilla messutilassa tapahtuvat, työpäivän aikana käytävät keskustelut on sovittu 1,5-2 kuukautta etukäteen pääasiassa sähköpostitse ja ne on tarkkaan aikataulutettu. Hyvien tapaamisten sopiminen ennalta tunnettujen kontaktien kanssa on siis aikaa vievää ja keskeinen osa kansainvälisille kirjamesseille valmistautumista. Oikeuksia myyvä osapuoli pysyy yleensä paikallaan pöytänsä ääressä ja ostaja kiertää messutilassa tapaamassa heitä. Alan käytäntö on, että yksi tapaaminen kestää puoli tuntia. Kaikki haastattelemani toimijat kuitenkin mainitsevat ajan olevan käytännössä vielä lyhyempi, sillä puheeseen tulee usein keskeytyksiä ja ostajan on varattava aikaa myös siirtymiseen seuraavan myyjän luo, mikä saattaa suuressa messutilassa liikuttaessa olla aikaa vievää. Ennalta sovittujen tapaamisten lisäksi epäviralliset tapaamiset ovat erittäin tärkeitä niin kontaktien ylläpitämisen, uusien kontaktien luomisen kuin kauppohen syntymisenkin kannalta. Muun muassa Ahlbäck mainitsee, että on tehnyt tärkeimmän kauppansa messujen aikana epävirallisessa tilanteessa.

Kansainvälisillä kirjamesseilla pidettävät myyntipuheet toimivat Säntin mukaan yllykkeenä, jonka perusteella ulkomainen ostaja pyritään saamaan kiinnostuneeksi teoksesta. On erittäin harvinaista, että varsinainen ostopäätös syntyisi jo messujen aikana. Kjällberg mainitsee syyksi sen, että ostaja saattaa yhden messupäivän aikana kuunnella 70 teosesittelyä, joista hän voi valita kustantamon listoille arviolta noin viisi. Päätökset ovat siis vaikeita ja aikaa vieviä. Säntti kuvasi prosessia haastattelun aikana tarkasti. Ensin kiinnostuneelle potentiaaliselle ostajalle lähetetään messujen jälkeen näytekäännös ja synopsis sekä muu teoksesta tehty markkinointimateriaali. Mikäli teos edelleen kiinnostaa, lähetetään myös lukukappale, johon kustantamon suomenkielentaitoisten lukijoiden annetaan tutustua. Heidän antamansa positiiviset tai negatiiviset lausunnot vaikuttavat jatkotoimenpiteisiin. Myös kääntäjän mielipiteellä saattaa olla paljonkin merkitystä, sillä he toimivat usein myös ulkomaisten kustantamojen suosittelijoina siinä, mitä kirjallisuutta kannattaisi julkaista. Tämän vuoksi suomalaisten kirjaviennin toimijoiden kannattaakin ylläpitää hyviä suhteita myös kääntäjiin.

Vaikka myös kääntäjän mielipide teoksesta olisi positiivinen, ei ostopäätös ole vielä varma. Kustantamossa pohditaan vielä, onko se jo ottanut listoilleen jonkin teoksen, jonka tematiikka on liian samanlainen kuin harkinnan kohteena olevassa teoksessa. Siellä myös pohditaan yleisemmin, sopiiko teos todella kyseisen kustantamon profiiliin. Tämä on tärkeä kysymys. Bourdieun mukaan kustantamon yleiseen linjaan nähden vääranäyttävä teos ei löydä lukijoitaan. Vaikka vielä näiden pohdintojen jälkeenkin teosta pidettäisiin sopivana, saattavat markkinointipäällikkö tai viime kädessä kustannuspäällikkö kuitenkin vielä estää sen oikeuksien ostamisen. Prosessi vie yleensä useamman kuukauden. Kaikki haastattelemani toimijat korostivatkin vientityön olevan kärsivällisyyttä vaativaa ja pitkäjänteistä toimintaa.

Kustantamoissa ja agentuureissa suhtaudutaan kansainvälisillä kirjamesseilla teemamaana toimimiseen positiivisesti. Toisaalta ne eivät pidä sitä aivan yhtä tärkeänä kuin Fili. Tätä voisi selittää sillä, että vaikka tavoitteena on pitää oikeuksien myyminen tapahtuman keskiössä, liittyy siihen kuitenkin kenties vielä enemmän myös yleistä suomalaisen kirjallisuuden ja laajemminkin kulttuurin imagonkohotusta, joka on Filin toimintatavoitteissa selkeämmin esillä kuin kirjavientiä liiketoiminnan näkökulmasta tekevillä toimijoilla.

Pariisin Salon du livre -kirjamesseilla teemamaana toimiminen vuonna 2011 lisäsi oikeuksien myyntiä etenkin sellaisilta kirjailijoilta, joita toimijat olivat jo aiemmin myyneet ulkomaille. Kuitenkin Kjällberg lisää, että kovin moni ranskalainen kustantaja ei ole tullut messujen jälkeen tiedustelemaan muiden kuin messuilla esiintyneiden kirjailijoiden tekemää suomalaista kirjallisuutta. Lisäksi hän tuo esiin sen, että Foreign Rights -osaston tavoitteet ovat messuista riippumatta samat:

Sanoisin, että se ei varsinaisesti muuta meidän tavoitteita millään tavalla. Mutta tietysti me toivomme, että se vaikuttaisi kysyntään. Koska tosiasia on se, että kun Suomesta myydään kirjoja ulkomaille, niin ei kovin moni tule niiden perään kyselemään. Kyllä se puskeminen täytyy tehdä täältä. Eli tietysti toivomme, että tulisi helpommaksi saada suomalaisia kirjoja läpi ulkomaisissa kustantamossa, helpommaksi saada ulkomaiset kustantajat kiinnostumaan meidän työstämme.

Elina Ahlbäck tuo esiin sen, että messuja ei tulisi pitää autuaaksitekevänä tapahtumana, joka yksin riittäisi muuttamaan kaiken. Vaikka Frankfurtissa on tavoitteena kasvattaa

oikeuksien myyntiä pysyvästi, vaikeuttaa tavoitteen saavuttamista se, että kirjaviennin toimijoita on Suomessa vasta melko vähän. Teemamaa-statusen kautta saavutettava maine kuitenkin on hänen mukaansa tärkeää:

Se on ilman muuta tärkeä. On kuitenkin muistettava, että kyseessä on välietappi. Teemamaana toimiminen ei automaattisesti tarkoita sitä, että tehtäisiin todella paljon enemmän kauppia. Vaikka tarkoituksena on pitää käännoikeuksien myyminen Frankfurtin kirjamesujen keskiössä, on alalla kuitenkin vielä melko pieni joukko toimijoita. On kuitenkin imagon kannalta hyödyllistä, että messujen myötä Suomesta puhutaan maailmalla enemmän.

5.5.6 Kirjaviennin ammattilaisen *habitus*

Kysyin haastattelun yhteydessä, onko tehtävässä onnistumisen kannalta olennaisempaa kirjallisuuden vai kaupanteon tuntemus. Tämä on myös työni teoriaosion kannalta olennainen kysymys, koska osa kentän hahmottamisesta on Bourdieun mukaan alalla työskentelevien ihmisten taitojen ja asenteiden selvittäminen. Bourdieun luoman habituksen käsitteen kautta pyritään kuvaamaan sitä, millaisia ominaisuuksia kentällä työskenteleviltä toimijoilta vaaditaan. Huomionarvoista on, että vaikka kaikki kirjaviennin toimijat Filiä ja Burning Bridge Literary Agencyä lukuun ottamatta ilmoittivat vakaasti tekevänsä liiketoimintaa ja mittaavansa onnistuneisuuttaan syntyneiden kauppojen määrällä ja arvolla, kukaan ei kuitenkaan nostanut kaupankäynnin osaamista tärkeämmäksi kuin tietämystä kirjallisuudesta. Pikemminkin voisi todeta, että ammatissa erilaiset arvomaailmat kohtaavat. Taloudellinen arvo muodostuu ainoastaan suhteessa muihin, kirjallisiin arvoihin.

Kaikki haastatellut korostavat sitä, että toimijan on osattava erottaa teoksen kansainvälinen potentiaali. Myös Filin toiminnanjohtaja Iris Schwanck pitää tätä tärkeänä. Hänen mukaansa teoksen kansainvälisen potentiaalinn tunnistaminen on olennaisinta paitsi oikeuksia myyvän, myös myyntityötä tukevan henkilökunnan ammattitaidossa:

Jotta myynti tai myynnin tukeminen olisi menestyksellistä, täytyy todella ymmärtää, millä kirjalla on kansainvälistä potentiaalia. Kaikilla kirjoilla sitä nimittäin ei ole. On myös osattava asettaa teos eri konteksteihin. Meillä on kuitenkin koko maailma tässä vastassa. Täytyy ymmärtää se, että jokin teos voi toimia Saksassa todella hyvin, mutta ei lainkaan jossain muualla. Mikään ei siis ole automaattista. On myös tunnettava kansainvälinen kustantajayhteisö niin hyvin, että ymmärtää kenen kanssa puhuu, ja minkälaista teosta voi kullekin tarjota. Se on kaiken kaikkiaan aika herkkää ja vaativaa työtä. Kaikki riippuu verkostoista, on tunnettava hyvin eri maiden toimijat, ja tietenkin täytyy myös osata se tekniikka, sopimusten tekeminen, juridiikka, kaikki.

Schwanckin haastattelukatkelmassa tulee itse kirjallisuuden tuntemuksen lisäksi esiin myös kansainvälisen kustantajakentän tuntemisen tärkeys. Verkoston ylläpitäminen ja laajentaminen onkin olennainen osa sekä Filin että muiden alan toimijoiden arkista työtä. Se tapahtuu sähköpostitse, puhelimitse ja kansainvälisillä kirjallisuusmessuilla sekä kustantajatapaamisissa myös kasvokkain. Kaikki haastatellut pitivät kasvokkain tapahtuvia kohtaamisia ulkomaisten kollegojen kanssa erittäin tärkeinä, sillä ala rakentuu suurelta osin henkilökohtaisille suhteille. Hanna Kjellberg toi esiin sen, että kollegojen tapaaminen on tärkeää muussakin kuin business-mielessä. Hän kokee että on myös henkinen voimavara kohdata kasvokkain samaa työtä eri puolilla maailmaa tekeviä ihmisiä ja lisää, että asioiden hoitaminen yksinomaan sähköpostitse olisi uuvuttavaa. Meena Kauniston mielestä on harha, että kaikki asiat voisi hoitaa sähköpostitse, ja kokee myös kasvokkain tapahtuvat kohtaamiset tärkeiksi.

Kuten Iris Schwanck, myös Foreign Rights -osastojen edustajat pitävät tärkeinä sekä työntekijöiden kirjallista että talouspuolen osaamista. WSOY:llä työskentelevä Kaunisto ilmaisee asian siten, että ”innostus kirjallisuuteen on välttämätöntä tehtävän menestyksekkään hoitamisen kannalta”. Otavalla työskentelevä Kjällberg sanoo, että kustantamot ovat täynnä kahdelta suunnalta tulevia ihmisiä. Talouspuolelta tulevien on opittava tulemaan toimeen myös uudenlaisten, humanististen arvojen kanssa, samalla tavalla kuin humanistien on oltava valmiita opettelemaan liiketaloudellista ajattelua. Kustantamoon erilaisista taustoista tulevien työntekijöiden on siis opittava tasapainottelemaan kirjallisten ja taloudellisten arvojen välillä :

Tämä ei ole mikään makkaratehdas, vaan ihmiset ovat täällä tuottamassa tekstiä, tai oikeammin vielä, luomassa tekstiä. Tämän asian kanssa joutuu jokainen kustantamoon tuleva temputtelemaan omassa päässään: kuinka pitkälle pystyy menemään sinne toiseen suuntaan, ja auttaako se omaa työtä. Sitä en voi kieltää, etteikö kulttuuriviennillinen kirkasotsaisuus olisi tätä työtä tehdessäni karissut. Tunnistan kyllä edelleen itsestäni ne piirteet ja näen asioita sillä lailla, mutta sitten on vaan pakko katsoa, mihin työaikansa laittaa, ja opetella hoitamaan nopeasti ne asiat, jotka eivät ole niin hyödyllisiä. (Hanna Kjellberg)

Katkelmassa tulee esiin se, että toiminnassa on samaan aikaan läsnä kaksi hyvin erilaista arvomaailmaa. Ensin Kjällberg toteaa, että kustantamo ”ei ole mikään makkaratehdas” viitaten siihen, että siellä ei voi työskennellä samalla asenteella kuin mitä tahansa

arkihyödykettä tuottaessa ja myydessä. Kirjailijat ovat kustantamossa ”tuottamassa tekstiä...tai luomassa tekstiä vielä paremmin”. Kirjailijoista on siis pidettävä huolta, jotta he etenisivät luovassa työssä ja viihtyisivät, eivätkä siirtyisi kilpailevan kustantamon listoille. Toisaalta toiminnan tavoite kuitenkin on liiketoiminnan lisääminen, ja Kjällberg toteaaakin ”kulttuuriviennillisen kirkasotsaisuuden” kustantamossa työskentelemisen myötä kadonneen. Vaikka hän toisaalta sanoo yhä tunnistavansa siihen liittyvät piirteet itsessään, on työajan käyttäminen myyntityön kannalta olennaisiin asioihin hänen mukaansa silti olennaisen tärkeää. Vastaus tiivistää hyvin ne kahtalaiset odotukset, joita kirjaviennin tekeminen työntekijälle asettaa.

Myös WSOY:llä työskentelevän Meena Kauniston mukaan toiminnan onnistuneisuutta mitataan tehdyillä kaupoilla ja niiden arvolla. Kuitenkin hänen puheestaan välittyy myös ei-kaupallisia arvoja, kuten ajatus siitä, että hyvän kirjallisuuden on saatava kiertää mahdollisimman laajasti. Hän sanoo kokevansa suomalaisen kulttuurin vientityön tärkeänä ja innostavana. Myös hän toi haastattelussa esiin sen, että Foreign Rights -osastolla työskentelevän henkilön on liiketaloudellisen osaamisen lisäksi ymmärrettävä, mikä on teksti ja miten ollaan tekemisissä kirjallisuuden ja kirjailijoiden kanssa.

Kirjallisuusagentuurin perustanut Elina Ahlbäck kokee, että keskeistä myyntityössä onnistumiselle on uskoa täysin myytävään kirjaan. Yleinen syy epäonnistumiseen on hänen mukaansa se, jos ostajalle välittyy vaikutelma, että myyvä osapuoli ei syvällisesti ymmärrä edustamaansa teosta. :

Intohimo. Se, että agentti uskoo siihen mitä myy, vaikka tuntuisi että jokin teos ei lainkaan henkilökohtaisesti kosketa. On pysyttävä tarinan, teoksen ja kirjailijan takana. Tämän jälkeen se on yhdeksänkymmentäprosenttisesti myyntityötä. Kirjallisuuden tuntemus on todella tärkeätä, mutta ei yksin riitä. Toisaalta, jos ostaja huomaa että agentti ei tunne myymäänsä teosta sellaisella syvyysasteella joka koskettaa, on kauppa niin ikään menetetty.

Aiemmassa katkelmassa Kjellberg toi esiin sen, että kirjaviennin parissa työskentelevän henkilön on osattava toimia kirjailijoiden kanssa sekä arvostettava ja ymmärrettävä luovaa työtä prosessina. Ahlbäckin katkelmassa taas korostuu myyjän ja ostajan välinen vuorovaikutus. Hän pitää myyntiosaamista ja kirjallisuuden tuntemusta yhtä tärkeinä, vaikka painottaakin viime kädessä myyntiä. Kuitenkin hän esittää myös kirjallisuuden tuntemuksen ja ymmärryksen ratkaisevan tärkeänä seikkana. Kirjallisuuden oikeuksia

myydessä on kuitenkin aina vastassa henkilö, joka niin ikään on kirjallisuuden asiantuntija.

Kirjallisuusagentuuri Burning Bridgessä työskennellyt Maria Sääntti toi esiin sen, että myyvän osapuolen on tunnettava paitsi ulkomaisten kustantamojen henkilöstöä, myös luettava ahkerasti muutakin kuin suomalaista nykykirjallisuutta. Oikeuksia myydessä on tärkeä etu, jos pystyy vertaamaan suomalaista kirjailijaa johonkin kansainvälisesti tunnettuun nimeen.

Kaikki liiketoimintaa tekevät kirjaviennin ammattilaiset, mutta myös Filin toiminnanjohtaja Iris Schwanck, toivat lisäksi esiin sen että toimijan on hallittava myyntipuheen pitäminen ja sopimusjuridiikkaan liittyvät tekniset seikat. Niistä on järjestetty jonkin verran valtion kustantamaa koulutusta eri taiteenalojen välittäjille. Ahlbäck toteaa haastattelussa, että koska nimenomaan kirjaviennin tekemiseen valmentavaa koulutusta ei ole olemassa, opitaan työhön kuitenkin suurelta osin käytännön kautta. Kaunisto pitää valtion organisoimia taiteen välittäjäportaalle suunnattuja koulutuksia hyödyllisinä, ja kokee kouluttamisen olevan aina positiivinen asia paitsi uusien näkökulmien, myös muiden alalla toimivien henkilöiden tapaamisen takia. Filissä osallistuttiin valtion rahoittamaan TAIVEX -koulutukseen, jonka oli määrä parantaa eri taiteenalojen välittäjäportaan osaamista. Näin kokemusta kuvaa toiminnanjohtaja Iris Schwanck:

Me lähdimme innoissamme mukaan TAIVEX-koulutukseen, jossa olikin mukana melko paljon kirjallisuuden toimijoita. Sitten kustantamisessa kuitenkin tapahtui merkittävä rakennemuutos ja kirjamyynni laski, tuli kaikenlaisia taloudellisia ongelmia ja fuusioita. Ajatus jolla koulutukseen lähdettiin mukaan oli, että fokus olisi juuri kirjamesseissa. Oli laskettu sen varaan, että ihmiset oikeasti haluavat osallistua niille ja heidän kustantamonsa ovat valmiita maksamaan ainakin osan matkoista. Tämä ajatus ei toiminutkaan. Kustantamojen matkabudjetissa on tavallisesti yksi matka, Frankfurtiin tai Lontooseen tai poikkeustapauksessa molempiin, ja siinä se sitten on. Mutta sen sijaan me järjestimme runsaasti pitching-koulutusta eli myyntipuhekoulutusta siitä, miten kohdataan eri kulttuureista tulevia kustantajia.

Vaikka koulutus ei Schwanckin mukaan täysin vastannut tavoitteitaan, sisälsi se kuitenkin hyödyllistä myyntipuhekoulutusta siitä, miten eri kulttuureista tulevien potentiaalisten ostajien kanssa kannattaa toimia. Myyntipuhekoulutuksen lisääminen on Schwanckin mielestä erityisen tärkeää myös tällä hetkellä, kun toiminnassa korostuu valmistautuminen

Frankfurtin vuoden 2014 kirjamessuja varten. Myös sopimusjuridiikan taitaminen on hänen mielestään hallittava ja se on toinen alue, jolla koulutusta saatettaisiin tarvita lisää. Kuitenkaan tarvetta suoranaiseen uuden, kirjallisuuden välittäjäportaan toimijoita tuottavan koulutusohjelman perustamiseen ei hänen mielestään ole.

6 PÄÄTÄNTÖ

Tämä tutkielma kartoitti Suomen kirjaviennin kenttää. Haastatteluihin pohjaten selvittiin kentän tärkeimpien toimijoiden tehtäviä, toiminnan linjauksia, keskinäisiä suhteita ja eroavaisuuksia. Haastatellut henkilöt työskentelevät suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Filissä, Suomen suurimpien kustantamoiden, WSOY:n ja Otavan Foreign Rights -osastoilla sekä kirjallisuusagentuureissa.

Tutkielma pohjautui Pierre Bourdieun (1998) ja Howard Beckerin (1984) käsityksiin institutionaalisesta taideteoriasta. Teoria korostaa tukihenkilöiden merkitystä taiteen tuottamisen prosessissa. Tämän ajatuksen mukaisesti tutkimuksen mielenkiinnon kohteena ovat kirjaviennin eteen työtä tekevät välittäjät, ei itse taiteilija. Erityisesti Pierre Bourdieun taidekentän käsite oli teorian osalta tärkeä. Bourdieun mukaan taiteen kenttä on yhteiskunnassa irtautunut talouden ja politiikan kentistä ja toimii omien periaatteidensa ja arvostustensa mukaan. Voidakseen menestyksekkäästi osallistua kentän toimintaan on toimijalla oltava usko siihen, että sillä arvostettava pääoma on tavoittelemisen arvoista. Kentän toimijalta vaaditaan Bourdieun mukaan tietynlaista habitusta, jolla hän tarkoittaa kullekin kentälle ominaisia näkemisen ja tekemisen tapoja.

Becker (1984) ei käytä pohdinnoissaan kentän käsitettä, vaan puhuu *taidemaailmasta*. Se on kuitenkin käsitteenä verrannollinen Bourdieun taidekenttään, vaikka joitakin painotuseroja onkin. Hänen mukaansa toimiva taidemaailma integroi taiteilijat osaksi yhteiskunnan taloutta ja mahdollistaa näin taiteen tekemisen jatkuvuuden. Välittäjät tuovat talouden logiikan osaksi taiteen maailmaa ja pyrkivät rationalisoimaan sen muuten luonteeltaan epävakaata tuottamista.

Bourdieu määrittelee taiteen kentän arvojen olevan vastakkaisia talouden kentällä vaikuttaville arvoille. Kuitenkaan taiteen kenttä ei ole enää niin irrallaan muista yhteiskunnan kentistä kuin Bourdieun kirjoittaessa teostaan. Tutkimuksessa käy ilmi, että talouden arvot vaikuttavat taiteen kenttään enenevässä määrin. Euroopan unionin ja Suomen kulttuuripolitiikassa taiteelle asetetaan usein välineellinen rooli, ja sen kautta tavoitellaan ennen muuta BKT:n kasvua ja maan tunnettuuden lisäämistä. Opetus- ja kulttuuriministeriö on perustanut työryhmiä edistämään kulttuurivientiä ja järjestänyt

koulutusta taiteen välittäjille. Valtion pääasiallinen keino tukea kulttuurivientiä on taiteen tiedotuskeskusten ylläpitäminen.

Taiteen itseisarvoon ja laatuun liittyviä tekijöitä painotetaan kulttuurivientiin liittyvissä asiakirjoissa entistä vähemmän. Tähän kehitykseen on vaikuttanut myös teknologian kehitys ja postmodernismin mukanaan tuoma laadun määrittämisen vaikeus. Tämä mahdollistaa suhtautumisen taiteeseen tuotteena, jota voi myydä ja markkinoida kuten muitakin tuotteita. Tuleeko välittäjien rooli muuttumaan tässä murroksessa? USA:ssa sähkökirjojen yleistymisen on jo herättänyt keskustelua välittäjien palkkioista ja asemasta.

Bordeau korostaa, että kentälle pääseminen edellyttää toimijoiltaan tietynlaista habitusta. Jos toimijan habitus on kentälle sopimaton, ei hän tule sen piirissä ymmärretyksi. Kaikki haastattelemani kirjaviennin toimijat korostivat että voidakseen toimia alalla menestyksekkäästi, on pystyttävä tunnistamaan kirjallisuuden kansainvälinen potentiaali. Lisäksi hänen on osattava ajatella kontekstisidonnaisesti, kenelle toimijalle mitään teosta voi suositella. Tärkeämpää kuin ajatella kulttuurisidonnaisesti, on ajatella kustantamokohtaisesti. Ulkomaiset kauppakumppanit on siis tunnettava hyvin. Tämän lisäksi toimijalla on oltava liiketoiminnallisia valmiuksia sekä taito ylläpitää ja laajentaa suhdeverkostoa alan tärkeisiin toimijoihin.

Suomessa kirjaviennin kentällä oli nähtävissä myös muita kuin taloudellisia pyrkimyksiä. Valtion rahoittama suomalaisen kirjallisuuden tiedotuskeskus Fili näkee tällä hetkellä tärkeimmäksi tehtäväkseen oikeuksien myymistyötä pohjustavan työn, mutta pitää silti myös ei-kaupallista kulttuurivientiä tärkeänä. Fili on paitsi tukiorganisaatio, myös asiantuntijaorganisaatio, joka tarjoaa ”toisen mielipiteen” siitä, mikä suomalaisen kirjallisuuden kentällä kulloinkin on laadukasta kirjallisuutta. Näin ulkomainen ostaja ei ole pelkästään kaupallisten toimijoiden markkinointipuheiden varassa päätöksiä tehdessään. Fili pyrkii tukemaan myös pienten ja keskisuurten kustantamojen vientiponnistuksia, jotta kirjavienti olisi jossain määrin mahdollista myös niille. Fili tekee tiivistä yhteistyötä sekä Foreign Rights -osastojen että kirjallisuusagentuurien kanssa. Erityisesti sen myöntämiä käännöstukia arvostetaan paljon.

Kustantamoiden Foreign Rights -osastojen ja agentuurien toiminnassa taloudelliset tavoitteet ovat näkyvämmiin esillä. Kustantamojen Foreign Rights -osastoilla tärkein

päämäärä on myydä ja markkinoida oman talon kirjailijoita mahdollisimman moneen maahan. Toimijat eivät pidä tekemäänsä työtä ensisijaisesti kulttuurivientinä vaan liiketoimintana. Suomalaisen kulttuurin aseman edistäminen maailmalla ja pyrkimys saattaa suomalainen kirjallisuus osaksi maailmankirjallisuutta ovat niiden toissijaisia tavoitteita. Kaupankäyntiin liittyvien taitojen, kuten myyntipuheen ja sopimustekniikan taitamisen lisäksi innostusta ja mielenkiintoa kirjallisuutta kohtaan pidetään kuitenkin edellytyksinä työn onnistumiselle.

Kustantamot ja kirjallisuusagentuurit valitsevat edustamansa kirjailijat eri tavoin. Agentuurit voivat valita edustamansa teokset laajemmalta alalta kuin kustantamon Foreign Rights -osastot, jotka ovat sidottuja oman talon kirjailijoihin. Vaikka molempien toimijoiden tavoitteena on tehdä toiminnasta taloudellisesti kannattavaa, on myyntityössä onnistuminen erityisen tärkeää agentuureille, koska ne saavat voittonsa yksinomaan tehdyistä kaupoista. Kustantamoiden osana toimivissa Foreign Rights -osastoissa kirjallisuusvienti on tärkeä keino hankkia lisätuloa kustantamolle, mutta ajoittainen epäonnistuminen ei kyseenalaista koko kustantamon toimintaa. Kustantamoissa tehdään jonkin verran myös täysin ei-kaupalliseksi katsottavaa vanhan kirjallisuuden oikeuksien myyntityötä.

Kirjallisuusagentuuri Burning Bridge Literary Agency eroaa toimintaperiaatteiltaan muista kirjaviennin toimijoista. Se pyrkii saattamaan ulkomaille pienten ja keskisuurten kustantamojen kirjailijoita, joilla ei muuten resurssien puutteen takia olisi mahdollisuutta osallistua kirjavientiin. Agentuurissa nähdään, että myös tasokkaan, mutta marginaalisen ja tämän vuoksi heikommin myyvän kirjallisuuden tulisi päästä kansainväliseen levitykseen. Kansainvälisille markkinoille pääsemisen katsotaan avaavan kirjailijalle kokonaan uuden näkökulman omaan työhönsä ja lisäävän tämän arvovaltaa olennaisella tavalla. Koska agentuuri on erikoistunut marginaalisten kirjallisuudenlajien vientiin, on se muita toimijoita riippuvaisempi julkisesta tuesta.

Kustantamoiden Foreign Right -osastot ja agentuurit ovat selkeästi omat ammattikuntansa. Kansainvälisillä kirjamesseilla ne toimivat usein eri osassa messutilaa. Niiden välille ei kuitenkaan voi tämän perusteella muodostaa hierarkiaa, vaikka Frankfurtin ja Lontoon kirjamesseilla vilkkain kaupankäynti tapahtuukin agenttien alueella. Sitä, että agentti on ottanut teoksen edustettavakseen, pidetään usein jonkinlaisena laadun takeena. Toisaalta

kustantamoa saattaa myyntityössä auttaa pitkä ja maineikas historia kirjankustantamisen alalla. Muiden alalla työskentelevien henkilöiden mielipiteet ja toimet vaikuttavat ostopäätöksiin ja se, että teoksen oikeudet on jo myyty johonkin maahan, synnyttää usein lisää sopimuksia. Erityisen tärkeitä kollegoiden mielipiteet ovat Pierre Bourdieun mukaan taidekaupassa, kun tuotteen myyntimenestystä on vaikeampi arvioida kuin muilla kaupan aloilla.

Howard Becker (1984) korostaa, että taide on olemassa vain keskustelun ja tulkinnan ilmapiirissä. Vain huomion kohteena oleva taide voi hänen teoriansa mukaan olla merkityksellistä. Tässä tutkimuksessa kansainväliset kirjamesut nähdään kirjaviennin pääformaattina. Niitä järjestävät useimmiten kustantajien ja kirjamyymijien liitot, ja pääpaino on kaupanteossa ja kirja-alan ammattilaisten välisessä kanssakäymisessä. Messuilla kulttuurisesti eritaustaiset toimijat muodostavat käsitystä siitä, mikä alalla on kulloinkin ajankohtaista. Heidän on pysyttävä mukana kentän kehityksessä ja aistittava siinä tapahtumassa olevia muutoksia. Useimmille kansainvälisille kirjamesuille pääsevät osallistumaan tavalliset harrastajatkin, mutta yleensä eri aikaan tai eri alueelle kuin ammattilaiset.

Frankfurtissa järjestetään vuosittain maailman merkittävimmät ja arvostetuimmat kirjamesut (Frankfurter Buchmesse). Lontoon kirjamesuja (London Book Fair) pidetään maailman toiseksi merkittävimpänä alan tapahtumana. Uusia messuja syntyi erityisesti 1980-luvulla. Kehityksen aloitti Pariisin kirjamesujen (Salon du livre de Paris) perustaminen vuonna 1981. Pariisin messut vuonna 2011 olivat merkitykselliset Suomen kirjaviennille, koska teemamaa-alueeksi oli tuolloin määritelty Pohjoismaat.

Kansainvälisillä kirjamesuilla toimijat usein pyrkivät kuvastamaan arvoaltaansa ja resurssiaan erottautumalla toisistaan visuaalisin keinoin. Kustantamot pyrkivät osoittamaan asemansa kustannuskentällä ensisijaisesti esittelypisteidensä avulla. Olennaisia seikkoja ovat esittelypisteen paikka messutilassa samoin kuin sen koko ja arkkitehtuuri. Arkkitehtuurin avulla pyritään myös luomaan kustantamolle kansainvälistä, helposti tunnistettavaa brändiä.

Oikeuksien myyjille on tärkeää saada huomiota, ja teemamaana toimiminen tarjoaa tätä varten hyvän mahdollisuuden. Myös teeman aikaansaama julkinen huomio, kuten

lehtikirjoittelu, on merkittävää. Suomelle on myönnetty haluttu teemamaa-status vuoden 2014 Frankfurtin kirjamessuille. Tämä tarjoaa mahdollisuuden vilkastuttaa merkittävästi Suomen kirjavientiä.

LÄHTEET

Painetut lähteet

- Becker, H. 1974. Art as collective action. *American Sociological Review*, 39, 767-776.
- Becker, H. 1984. *Art Worlds*. University of California Press. London.
- Bourdieu, P. 1979. *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Les Editions du Minuit. Paris.
- Bourdieu, P. 1998. *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. Seuil. Paris.
- Canali, S. ja d'Angella, F. Managing Cultural Events and Meetings Activities in European Urban Destinations. *International Journal of Arts Management*, 11, 59-87.
- Currid, E. The Economics of a Good Party: Social Mechanics and the Legitimization of Art/Culture. *Journal of Economics and Finance*. 31, 386-394.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino. Tampere.
- Grondahl, J. 2011. Spécial Littérature du Nord. *LIRE*. 393, 28-52.
- Heiskanen, I., Kangas, A., Mitchell, R. (toim.) 2002. *Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet*. Tietosanoma, Jyväskylä.
- Ilmonen, K. 2007. *Johan on markkinat*. Vastapaino. Tampere.
- Jyrämä, A. ja Morel, C. 2009. Art Fairs Today: Commercial platforms or cultural producers. (paper for international conference on arts and cultural management AIMAC, June 28-July 1, 2009, SMU Dallas, Texas)
- Kangas, A., Hirvonen, J. 2000. *Euroopan unionin rakennerahastot kulttuuripolitiikan välineenä – selvitys opetusministeriön rahoittamista kulttuurihankkeista*. Opetusministeriön EU-rakennerahastot ja –julkaisu 3/2000, Helsinki.
- Kotirinta, P. 2011. Mord! Rikos kannattaa, ainakin Ruotsin kirjallisuudessa. *Helsingin Sanomat*, 16.4., C1.
- Kulttuurivienti näkyy, uudistaa ja vaikuttaa; Suomen kulttuuriviennin kehittämissuunnitelman 2007-2011 loppuraportti*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisu 2011 : 20. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki.
- Lottman, H. 2001. Paris's Salon Expanding Reach. *Publishers Weekly*, 26.2, 23.

- Martin, B. 2007. How Visual Artists Enter the Contemporary Art Market in France: A Dynamic Approach Based on a Network of Tests. *International Journal of Arts Management*. 9, 16-33.
- Maskell, P. et al, 2005. Building Global Knowledge Pipelines: The Role of Temporary Clusters. *European Planning Studies*, vol 14 no.8.
- Mitchell, R. 2002. Taiteen ja kulttuurin kentät: Sektorianalyysit. Taiteellinen työ ja sen tekijät: lainsäädäntö ja tuki. Teoksessa Heiskanen, Ilkka, Kangas, Anita ja Mitchell, Ritva (toim.) *Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet*. Tietosanoma, Jyväskylä.
- Moeran, B. 2010. The book fair as a tournament of values. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 16, 138-154.
- Morisset, B. 2011. Éditos. *Programme – Salon du livre de Paris 2011*, 18.3., 5.
- Mustafa, E. ja Johanson, V. 2008. Bourdieu and organizational analysis. *Theory and Society*, 37, 1-44.
- Näin suomalaista kulttuuria viedään. Kulttuurivientiraportti 2009*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2010 : 10.
- Onko kulttuurilla vientiä. Opetusministeriön, ulkoasiainministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön Kulttuurivienti-hanke. Selvitysmiehen raportti*. Opetusministeriön julkaisuja 2004: 22. Helsinki.
- Onko kulttuurilla vientiä? ON! Esitys Suomen kulttuuriviennin kehittämissuunnitelmaksi 2007-2011*. Opetusministeriön julkaisuja 2007: 9. Helsinki.
- Petäjä, J. 2011. Lukuisat käänösromaanit putoavat tyhjän päälle. *Helsingin Sanomat*, 19.4., C1.
- Raittila, H. 2008. *Ulkona*. Siltala. Helsinki.
- Röllistä Lordiin – New Yorkista Japaniin. Kokemuksia, kertomuksia ja menestystarinoita suomalaisista kulttuurivientihankkeista*. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja. 2009: 54.
- Saarikoski, S. 2011. Huomisen kirjoja kaupattiin Lontoossa. *Helsingin Sanomat*, 17.4., C2.
- Schroeder, J. 2005. The artist and the brand. *European Journal of Marketing*. 39, 1291-1305.
- Suomalainen kulttuuri eurooppalaisessa vertailussa*. Opetusministeriön politiikka-analyysjä 2009 : 5. Helsinki.

Suomen hallitusohjelma 2011. Valtioneuvoston kanslia. Helsinki.

Trapenard, A. 2011. Les étoiles du Nord. *Le Magazine Littéraire*, 506, 52-90.

Wilenius, M. 2004. *Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana*. Edita Prima Oy. Helsinki.

Wischenbart, R. 2010. The Global Ranking of the Publishing Industry 2009. *Publishing Research Quarterly*. 26, 16-23

Verkkolähteet

http://buchmesse.de/images/fbm/dokumenteupdfs/2012/facts_and_figures_2011_engl_32275.pdf

www.euprizeliterature.eu

<http://www.finlit.fi/fili/fi/fili/toiminta/faq.html><http://www.londonbookfair.co.uk/Exhibiting/Who-Attends/>>

<http://www.prix-litteraires.net/prix/121,prix-femina-roman-etranger.html>

www.republique-des-lettres.fr/10604-salon-livre.php

www.salondulivredeparis.com/

www.stilton.se/about_the_agency/

www.talouselama.fi/uutiset/article165571.ece

Virolainen, J. 2012. Kulttuuri vientituotteena. Kulttuuriviennin merkitykset ja tavoitteet opetus- ja kulttuuriministeriön ohjelmateksteissä 2000-luvun alussa. Pro gradu.

Yhteiskuntatieteen ja filosofian laitos. Jyväskylän yliopisto.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201209172420>

LIITE: HAASTATTELUKYSYMYKSET

Tutkimusongelma: Millainen kirjaviennin toimijoiden kenttä Suomessa on? Miten kirjallisuuden välittäjäportaan toimijat käyttävät kansainvälisiä kirjamesseja toimintansa edesauttamiseen?

Pääasialliset tutkimuskysymykset:

**Kirjaviennin asema osana suomalaista kulttuurivientiä: rahoitus, tekemisen tavat?
Miten messuille valmistaudutaan ja miten messutilanteessa toimitaan? Miten kirjaviennin eri toimijoiden roolit messuilla eroavat toisistaan?
Rakentavatko kansainväliset kirjamesset hierarkiaa toimijoiden välille?
Miten teemamaana toimimiseen Frankfurtin kirjamesseilla 2014 valmistaudutaan ja mitä siltä odotetaan? Vrt. Pariisi 2011.**

1. Kysymykset liittyen kuhunkin haastateltavaan toimijaan (Fili, 2 FR-osastoa, 2 agentuuria)

Mistä lähti idea perustaa ko.toimija? Mistä päätelitte sille olevan tarvetta? Saatiinko sen aloittamiseen tukea (julkinen, yksityinen, EU) jne.? Miten toiminta lähti käyntiin?

**Miksi kirjavienti on mielestänne tärkeää ja edistämisen arvoista?
Tämänhetkiset tavoitteet?**

**Mitä kirjavienti käytännössä on? Mitä välineitä sen toteuttamiseksi on olemassa?
Miten arvioitte messujen roolin yhtenä viennin edistämisen välineenä?**

**Miten arvioitte sitä, onko jollakin teoksella mahdollisuuksia menestyä ulkomailla?
Millainen teos soveltuu erityisen hyvin vientiin, mikä taas ei?**

Millainen on suhtenne muihin kirjaviennin toimijoihin, mitä ovat erityispiirteet jotka erottavat teidät heistä?

Mitkä ovat Suomen erityiset kirjavientiin liittyvät ongelmat?

Miten taiteen ja kulttuurin välittäjäportaan asema tulee muuttumaan? Olisiko ammattimaisuutta syytä vahvistaa esim. koulutusohjelmilla?

2. Rahoitus

Miten toimintanne rahoitetaan? Fili: paljonko valtiolta rahaa/vuosi? Kustantamoiden FR: saatteko tukea jostain ulkopuolelta? Agentuurit: oletteko saaneet tukea ulkopuolelta?

Ovatko saamanne avustukset olleet riittäviä? Mitä tekisitte, jos teillä olisi enemmän resursseja?

3. Messu-aiheiset kysymykset

Mikä on kv-kirjamessujen tärkeintä antia?

Miten valitsette kansainväliset kirjamessut, joille osallistutte? Miksi juuri ne ovat relevantteja?

Oletteko tehneet kauppoja itse messuilla? Vai syntyvätkö ne vasta myöhemmin messuilla solmittujen kontaktien pohjalta? Miten syntyneitä suhteita pidetään yllä?

Miten verkostoja messuilla rakennetaan? Viralliset/epäviralliset tapaamiset hedelmällisempiä?

Vaaditaanko osallistujilta jotain muutakin meriittiä kuin vain osallistumismaksua?

Tuovatko kirjamessut esiin toimijoiden välisen hierarkian?

Paljonko työntekijöitä lähetätte messuille?

Millaisia ominaisuuksia vaaditaan henkilöltä, joka messuille lähetetään?

Mitä mieltä olette siitä, että kv-kirjamessut (ei tosin Lontoo) ovat avoinna myös ei-ammattilaisille?

Miten merkittävää tietojen saaminen messukatalogiin on kirjaviennin toimijoille?

4. Teeman merkitys kv-kirjamessujen toiminnalle

Miten arvioitte teema-maana toimimisen merkityksellisyyttä Suomen kirjaviennille?

Miten Pariisin teema ”Pohjoismaat” mielestänne onnistui – mitkä olivat tavoitteet ja miten niiden saavuttamisessa onnistuttiin?

Kuinka paljon etukäteen sitä alettiin valmistella, ketkä kaikki suunnitteluun osallistuivat?

Ketkä osallistuvat Frankfurtin kirjamessujen suunnitteluun? Miten yhteistyö on sujunut? Kokoonnutteko myös yhteisesti? Mitkä ovat tavoitteet?

Mitä ohjelmassa aiotaan painottaa?

5. Muut kysymykset

Fili: Onko suunnitelmissa tukea pienten ja keskisuurten kustantamojen vientiä onnistuttu? Miten lastenkirjallisuuden, tietokirjallisuuden ja sarjakuvan vientiä tukemaan perustetuissa erillishankkeissa on onnistuttu?

Minkä suuruista ulkomaan vientiä pidetään nykyään hyvänä? Millä katetaan tuotantokulut? Kauanko menee, että alkaa maksaa itseään takaisin (jos alkaa)?

Millaisia summia käännösoikeuksista maksetaan, entä minkä prosenttiosuuden rojaltit muodostavat kirjan myyntihinnasta?

Millaisena näette kirjaviennin tulevaisuuden? E-kirjan tuoma muutos?