



Maura Manninen

## **PAMAUS! JÄIHÄN JALKA OVEN VÄLIIN?**

Kotimaisen sarjakuva-albumin kaupallistaminen ja käsikirjoituksen tarjoaminen kustantajalle

## **PAMAUS! JÄIHÄN JALKA OVEN VÄLIIN?**

Kotimaisen sarjakuva-albumin kaupallistaminen ja käsikirjoituksen tarjoaminen kustantajalle

Maura Manninen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2011  
Viestinnän koulutusohjelma  
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma, kuvallisen viestinnän suuntautumisvaihtoehto

---

Tekijä: Maura Manninen

Opinnäytetyön nimi: PAMAUS! Jäihän jalka oven väliin? – Kotimaisen sarjakuva-albumin kaupallistaminen ja käsikirjoituksen tarjoaminen kustantajalle

Työn ohjaaja: Heikki Timonen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2011

Sivumäärä: 27 sivua + 2 liitettä

---

## TIIVISTELMÄ

Koska tavoitteeni on tulevaisuudessa tehdä sarjakuvaa työkseni, keskityin opinnäytteesäni kartoittamaan kotimaisen kaupallisen sarjakuva-albumin mahdollisuudet kustannuskentällä sekä nykyisiä sarjakuvan tarjoamisprosessin käytäntöjä.

Pohjana tutkimukselleni olen käyttänyt kustannustoiminnasta kertovaa lähdekirjallisuutta, kustantajien omien kotisivujen ohjeistuksia ja muita digitaalisia lähteitä. Lisäksi olen tekemäni kyselyn kautta haastatellut sarjakuvasta vastaavia kustannustoimittajia ja sitä kautta selvittänyt sarjakuva-albumin kustannuspäätöksen syntymistä eri kustannusyhtiöissä. Saatepaketin kokoamisen ohjeistukseen olen hakenut tukea myös elokuva- ja tv-alan käytännöistä.

Tutkimuksestani selviää, että kaupallisen sarjakuvan kustantajia on Suomessa tällä hetkellä vain muutamia. Läpimurtoa yrittävän tekijän on pystyttävä myymään teoksensa sekä kustantajalle että lukijoille, sillä päävastuu markkinoinnista jää yleensä tekijän omille harteille. Sarjakuvantekijän on siis panostettava taiteellisten taitojensa lisäksi myös markkinointikykyjensä kehittämiseen.

Sarjakuvakäsikirjoituksen saatepaketti on hyvä pitää yksinkertaisena ja lähettää kustantajalle varsinaisen sarjakuvan lisäksi vain asiatyylinen saatekirje sekä ytimekäs synopsis. Lisäksi voi miettiä etukäteen sarjakuvansa markkinointia ja liittää siitä mielentulleet ideat vaikka synopsisensä.

---

Asiasanat: sarjakuva, kustannustoiminta, kustannustoimittaja, käsikirjoitus, kustannuspäätös, kaupallinen sarjakuva, sarjakuva-albumi, kirjallisuus, saatekirje

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree Programme in Communication, Option of Visual Communication

---

Author: Maura Manninen

Title of thesis: SLAM! Did you get a foot in? – Commercializing Finnish graphic novels and pitching a comic to a publisher

Supervisor: Heikki Timonen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011

Number of pages: 27 + 2 appendices

---

## ABSTRACT

Because I am planning to have a career in comics, I decided to do a research about the current options of commercial graphic novels in Finland and how to pitch a comic to a publisher.

The study is based on existing literature on publishing, the online pitching guidelines of publishing houses and other digital sources. I also created a survey and sent it to editors in charge of comics in different publishing companies. With the survey I gathered additional information concerning the publishing decision of a graphic novel. For the instructions of creating a pitching package I have also adapted some the procedures used in movie and television business.

According to the results it is clear to deduce that there are currently only a few publishers for commercial graphic novels in Finland. A new comic artist trying to break through has to be able to sell his work both to the publisher and to the target audience, as the main responsibility for marketing the finished book remains with the creator. A comic artist has to invest on his marketing skills as well as his artistic ones.

The pitching package of a graphic novel is best when kept simple, and should only include the finished manuscript, a business-like query letter and a synopsis. In addition, the creator can include his thoughts on the future marketing of the comic in the synopsis, should he have any.

---

Keywords: comics, publishing, publisher, editor, literature, script, pitching, mainstream comics, comics industry, graphic novel, query letter, commercial correspondence

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	6
2 SARJAKUVA JA SEN KUSTANNUSTOIMINTA.....	7
2.1 Tekijöiden koulutus ja tilanne Suomessa.....	7
2.2 Kustannusala ja sen käytännöt.....	8
2.3 Kustantajien yleiset ohjeistukset uusille käsikirjoituksille .....	9
2.4 Sarjakuvan kustantajat Suomessa .....	10
3 KYSELY KUSTANNUSTOIMITTAJILLE: SARJAKUVAN KUSTANNUSPÄÄTÖKSEN SYNTYMINEN .....	12
3.1 Albumijulkaisujen määrä ja painoserät .....	12
3.2 Käsikirjoitusten lähettämiseen liittyvät ohjeistukset .....	14
3.3 Kustantajien linjaukset tyylin tai kohderyhmien suhteen.....	15
3.4 Kustannuspäätöksen syntyminen.....	16
3.5 Markkinointi ja tekijän vastuu .....	17
3.6 Kaupallisen sarjakuvan tulevaisuus ja kustantajien rooli .....	17
4 SARJAKUVAKÄSIKIRJOITUKSEN LÄHETTÄMINEN .....	19
4.1 Käsikirjoitus.....	19
4.2 Saatekirje .....	20
4.3 Synopsis .....	21
4.4 Markkinointiin liittyvät ehdotukset .....	22
4.5 Lähettäjän muistilista .....	23
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	24
LÄHTEET .....	26
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Se on minulla veressä, harjoittelusta ja työstämisestä luutunut kovettuma oikean käden keskisormessa, viimeinen ajatus ennen nukkumaanmenoa: sarjakuva, kutsumukseni. Miten siitä tehdään ammatti?

Tällä vuosituhanella voi harvoissa tapauksissa nettisarjakuvallakin elättää itsensä, mutta jos haluaa kulkea perinteisiä reittejä pitkin ja omakustantajan rooli ei houkuta, millainen hyökkäyssuunnitelma kannattaa laatia kustannusyhtiötä lähestyäkseen? Päätin tutkimuksessani kartoittaa suomalaisen kaupallisen sarjakuvan tämänhetkiset mahdollisuudet kustannusalalla ja selvittää, millaista ohjeistusta kustantajat antavat uuden käsikirjoituksen tarjoajalle. Keskityin nimenomaan albumimuotoisen sarjakuvan vaihtoehtoihin, sillä toteutin oman opinnäytteeni produktio-osana 84-sivuisen fantasiasarjakuvan nimeltä *Väylä*, jota aion tarjota kustantajille.

Valitsin tutkimusmenetelmäksi kvalitatiivisen eli laadullisen kyselytutkimuksen (ks. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 130). Lähetin eri kustannusyhtiöiden sarjakuvasta vastaaville toimittajille strukturoidun kyselylomakkeen, jonka avulla selvitin kustannuspäätöksen syntymistä heidän yhtiöissään. Tämän lisäksi kartoitin aiheesta jo olemassa olevaa tietoa kustantajien omien kotisivujen sekä lähdekirjallisuuden avulla.

Sarjakuvan tekemisestä on kirjoitettu jo varsin kattavasti, mutta valmiin teoksen tai tarinaidean tarjousprosessista ei ole toistaiseksi mainittavaa ohjeistusta. Toivon tutkimuksellani edes keränneeni yhteen sitä tietoa, jota moni ammattilaisuuden kynnyksellä oleva sarjakuvantekijä on ollut aiheesta vailla.

## **2 SARJAKUVA JA SEN KUSTANNUSTOIMINTA**

Sarjakuvan juuria voisi etsiä vaikka kuvakirjoituksen synnystä asti, mutta nykyisessä muodossaan se on yksinkertaisesti sanallisen ja kuvallisen kerronnan yhdistämistä omien sääntöjensä mukaisesti. Lyhimmillään se on kahden useimmiten kronologisesti toisiaan seuraavan kuvan eli ruudun yhdistelmä, jossa dialogi tai muu teksti on sijoitettu puhekupliin ja kertojalaatikoihin. (Kataisto 2004, 202–203.)

Sanomalehtisarjat eli kolmen–neljän ruudun strippisarjakuvat ovat vielä nykyäänkin yleisin ja satunnaisten lukijoiden kannalta eniten esillä oleva formaatti. Albumimuotoinen pitkä sarjakuva, johon tämä tutkimus keskittyy, tarkoittaa taas perinteisesti eri tarinoita sisältäneessä sarjakuvalehdessä ilmestynyttä, alun perin pätkissä julkaistua kokonaisuutta, joka sittemmin kootaan yksiin kansiin. Tämä käytäntö on alkujaan ranskalainen keksintö, joskin nykyään se on yleinen myös Japanissa ja Yhdysvalloissa. (Kataisto 2004, 204.)

### **2.1 Tekijöiden koulutus ja tilanne Suomessa**

Kuten missä tahansa mediassa, myös sarjakuvassa ilmenee trendejä, jotka nostavat tekemisen profiilia ja tuovat uutta verta tekijöiden keskuuteen. Näistä viimeisin on tämän vuosituhatosen vaihteessa Suomeenkin viimein rantautunut japanilainen sarjakuva eli manga. Tyylistä riippumattakin Suomessa luetaan ja tehdään sarjakuvaa tällä hetkellä enemmän kuin koskaan. (Koskela 2010, 5.)

Suurin osa sarjakuvantekijöistä on pääasiallisesti itseoppineita, joskin nykyään on toiminnassa jo useita opistotason sarjakuvalinjoja. Limingan taidekoulu, Oriveden Opisto, Kymenlaakson Opisto, Rovala-Opisto sekä Muurlan Opisto tarjoavat kukin jopa vuoden kestäviä opintoja. Myös Helsingin sarjakuvakeskus järjestää jatkuvasti kurssimuotoista opetusta sekä lapsille että aikuisille. Yliopistotason koulutusta etsivälle Taideteollisen korkeakoulun visuaalisen kulttuurin osasto taas tarjoaa laajimmillaan 30 opintopisteen sivuainekokonaisuuden. (Sarjakuvaseura, Sarjakuvaopetusta Suomessa, hakupäivä 26.1.2011.)

Alan virallisen ammattiyhdistyksen Sarjakuvantekijät ry:n jäseniä on viimeisimmän löytämäni tiedon mukaan noin sata (Sarjakuvantekijät ry 2010, hakupäivä 29.1.2011). Piirtäjien lisäksi yhdistykseen kuuluu käsikirjoittajia, tekstaaajia ja kääntäjiä. Jäsenistä suurin osa toimii pääammatissaan vain osa-aikaisesti ja joutuu etsimään elantoa myös kuvittamisen, taittamisen tai graafisen suunnittelun tehtävistä.

Tämän vuosituhannen puolella sarjakuvan tukeminen apurahoin on alkanut lisääntyä, mutta ei vielä riittävästi. Työskentelyapurahaa myönnetään useimmiten vain puoleksi vuodeksi, vaikka yksittäisen albumin tekeminen saattaa kestää 1–3 vuotta (Kulttuuriteollisuus 2002, 147). Yksinomaan sarjakuvalla itsensä elättäviä tekijöitä onkin Suomessa vain kourallinen, sillä palkka puolen vuoden työstä voi joskus olla vain tuhat euroa, ja joissain tapauksissa kustannussopimuksen tekijänpalkkio on maksettu tekijälle tiettyä kopiomääränä valmiista teoksesta (Kataisto 2004, 207).

## **2.2 Kustannusala ja sen käytännöt**

Suomen Kustannusyhdistyksen eli SKY:n jäsenenä on yli sata kustantajaa, joiden yhdistetty liiketoiminta kattaa noin 80 prosenttia kaupallisesti kustannetuista kirjanimikkeistä ja yli 90 prosenttia koko kirjamyynnistä (Suomen Kustannusyhdistys ry, hakupäivä 22.2.2011). Markkinajohtaja SanomaWSOY:n osuus alan liikevaihdosta on noin 40 prosenttia, Kustannusosakeyhtiö Otavan noin 15 prosenttia ja kolmanneksi suurimman Tammi-konsernin noin 10 prosenttia (Ojala 2006, 172–173). SKY:n viimeisimpien tilastojen mukaan kustannusalan kokonaisymyynti vuonna 2009 oli 268,3 miljoonaa euroa, josta sarjakuvan osuus oli 12,6 miljoonaa euroa (Kirjojen myynti Suomessa, hakupäivä 22.2.2011).

Kaupalliset kustantajat vastaanottavat vuosittain tuhansia uusia käsikirjoituksia. Suurissa yhtiöissä on useita päätoimisia kustannustoimittajia, jotka kukin huolehtivat omista kirjallisuuden alalajeistaan, mutta pienemmissä kustantamoissa työ jakautuu usein niin, että kaikki tekevät kaikkea (Ojala 2006, 204; Kulttuuriteollisuus 2002, 50). Jos kuukausien odottelu päättyy tekijän osalta onnellisesti kustannussopimuksen solmimiseen, ottaa



kustannusyhtiö vastuulleen teoksen tuottamisen kirjaksi, sen levityksen sekä yhdessä tekijän kanssa osansa markkinoinnista (Ojala 2006, 162). Sarjakuvan tapauksessa tekijä voi odottaa korvaukseen 10–20 prosenttia teoksensa myynnistä, josta kustantaja yleensä maksaa kustannussopimuksessa erikseen nimetyn summan ennakkona (Kataisto 2004, 206–207; Koskela 2010, 133).

Uusien käsikirjoitusten lukemisen ja niistä julkaisukynnyksen ylittävien teosten seulomisen lisäksi kustannustoimittajat myös perinteisesti kehittävät tekijöiden kanssa teoksia yhdessä eteenpäin. Tekijän ja toimittajan välille syntyvän suhteen toimivuus riippuu hyvin pitkälti sattumasta ja yksilöiden välisestä yhteensopivuudesta. Joskus yhteistyö saattaa kestää vuosia, joskus taas kirjailijan on heti alkuvaiheessa vaihdettava jopa kustantaja. Kun työskentely on hedelmällistä, yhdessä tekeminen kuitenkin poikii jatkossakin yhteisiä hankkeita. (Ojala 2006, 204–207.)

### **2.3 Kustantajien yleiset ohjeistukset uusille käsikirjoituksille**

Yleisesti hyväksytty käsikirjoituspaketti kustantajilla sisältää itse käsikirjoituksen lisäksi saatekirjeen, jossa tekijä esittelee itsensä ja teoksensa. Muutamat kehottavat liittämään myös tietoa mahdollisista aikaisemmista julkaisuista sekä markkinointi-ideoista, jos sellaisia on jo miettinyt teokselleen (Like Kustannus, Ohjeita käsikirjoituksen lähettäjälle; Kustannusosakeyhtiö Sammakko, Kustantamo; hakupäivä molemmilla 30.1.2011).

Kaikki kustantajat ottavat käsikirjoituksia vastaan perinteisesti paperilla, mutta pienemmät yhtiöt hyväksyvät myös sähköpostitse lähetettyjä rtf- tai pdf-tiedostoja. Konkreettisessa muodossa teos kannattaa lähettää numeroituina irtosivuina ilman ylimääräisiä kansioita tai mappeja käsittelyn helpottamiseksi. Yleiskustantajat pyytävät kirjoittamaan kuoreen osoitteen lisäksi sen osaston nimen (kaunokirjallisuus, lastenkirjallisuus), jolle käsikirjoituksensa haluaa kohdistaa.

Mitä tulee käsikirjoituksen käsittelyaikaan ja kustannuspäätöksen syntyyn, useimmat kustantajat pyytävät varautumaan 3–6 kuukauden odotukseen. Kaikille käsikirjoitusta tarjonneille vastataan, oli luvassa sitten kielteinen tai myönteinen päätös. Ainakin Tam-

mi lupaa hävittää hylätyt käsikirjoitukset luottamuksellisesti tietoturvasuojan mukaisesti (Tammi, Haluatko Tammen kirjailijaksi? Hakupäivä 30.1.2011).

## **2.4 Sarjakuvan kustantajat Suomessa**

Tällä hetkellä Suomessa on kahdeksan kustannusyhtiötä, jotka julkaisevat kaupallista sarjakuvaa säännöllisesti ja joilla on valikoimassaan myös kotimaisia nimekkeitä:

- SanomaWSOY
- Kustannusosakeyhtiö Otava
- Tammi (jonka alaisuudessa Sangatsu Manga ja Punainen Jättiläinen)
- Egmont Kustannus
- Like Kustannus
- Arktinen Banaani
- Kustannus Jalava (osa Art House -ryhmää)
- Kustannusosakeyhtiö Sannakko.

SanomaWSOY on julkaissut Tove Janssonin alkuperäisiä *Muumi*-sarjakuvia, Juba Tuomolan *Frank viettelysten vaunussa* -teoksen ja jopa muutamia albumeita Muhammed-kohulla kansakunnan tietoisuuteen nousseelta Ville Rannalta. Valikoimasta löytyy myös Arto Paasilinnan ja Juha Ruusuvuoren romaaneista tehtyjä Hannu Lukkarisen kuvittamia sarjakuvaversioita. Kustannusosakeyhtiö Otavalta taas on ilmestynyt albumeita *Mämmilä*-sarjan Tarmo Koivistolta sekä Koiramäen ja Herra Hakkaraisen isältä Mauri Kunnakselta. Otava on myös ensimmäisenä Suomessa kustantanut kotimaista japanilaisvaikutteista sarjakuvaa. Tällä hetkellä yhtiön niin sanotusta pseudomanga-tarjonnasta löytyvät albumi *Vesi oli mustaa*, viisiosaiseksi suunniteltu *Oblivion High* -nuortensarja sekä vuonna 2006 pidetyn Hokuto-sarjakuvakilpailun kaksi voittaja-antologiaa. Pienkustantajana aloittanut Like Kustannus on vuodesta 2006 eteenpäin ollut Otavan autonomisessa omistuksessa, ja sen julkaisemiin tekijöihin lukeutuvat muun muassa Kivi Larmola, Petteri Tikkanen, Jorma Pitkänen ja Jii Roikonen.

Tammen alaisuudessa toimivat japanilaiseen sarjakuvaan keskittyvä Sangatsu Manga, jolta on ilmestynyt myös kaksi osaa suomalaisesta *Vartijat*-sarjasta sekä korealaista manwhaa julkaiseva Punainen Jättiläinen. Olin ottanut Punaisen Jättiläisen alustavasti mukaan tutkimukseeni, koska yhtiö kotisivuillaan totesi aikomuksekseni ”elävöittää suomalaista sarjakuvakenttää uusilla sarjakuvilla ja mahdollisesti viedä uusia lupaavia suomalaisen sarjakuvien tekijöitä maailmalle” (Punainen Jättiläinen, Yritysesittely, hakupäivä 29.1.2011). Otettuani yhteyttä toimitusjohtaja Antti Grönlundiin sain kuitenkin kuulla, ettei yhtiöllä ole suunnitelmissa julkaista kotimaista tuotantoa.

Arktinen Banaani kustantaa lähinnä albumeihin koottuja suosittuja strippisarjoja kuten Juba Tuomolan *Viivi ja Wagner*, Pertti Jarlan *Fingerpori* ja Ilkka Heilän *B. Virtanen* (Arktinen Banaani, hakupäivä 29.1.2010). Sen muihin nimekkäisiin tekijöiden lukeutuvat Ilpo Koskela, Kati Kovács, Tuuli Hypén ja Timo Mäkelä. Egmont Kustannus julkaisee sarjakuvapokkareiden lisäksi urheilu- ja aikakauslehtiä sekä Kirjalito-tuotteita lapsille ja nuorille. Egmontilta en onnistunut löytämään yhteystietoja käsikirjoitusta tarjoavia varten, joten päätän kyseisen yhtiön ottavan itse yhteyttä sellaisiin tekijöihin, joiden kanssa se haluaa työskennellä. Lisäksi Suomessa vaikuttavat fantasiaan erikoistunut Kustannus Jalava sekä itsenäinen yleiskustantaja Kustannusosakeyhtiö Sammakko, jonka listoilla on muun muassa *Kiroileva Siili* -striippien tekijä Milla Paloniemi.

### **3 KYSELY KUSTANNUSTOIMITTAJILLE: SARJAKUVAN KUSTANNUSPÄÄTÖKSEN SYNTYMINEN**

Lähetin eri yhtiöiden kustannustoimittajille kyselyn, jonka avulla selvitin sarjakuvan kustannuspäätöksen syntymistä heidän yhtiöissään, yhtiöiden toimintatapoja muun muassa sarjakuvien markkinoinnissa sekä toimittajien omia näkemyksiä kotimaisen kaupallisen sarjakuvan tulevaisuudesta. Toteutin tutkimukseni sähköpostitse strukturoidulla kyselylomakkeella, jossa oli kaksi monivalinta- ja kaksitoista avointa kysymystä (ks. liite 1). Otin yhteyttä alun perin kymmeneen eri kustannusyhtiössä työskentelevään kustannustoimittajaan, joista seuraavat kuusi otti osaa kyselyyni:

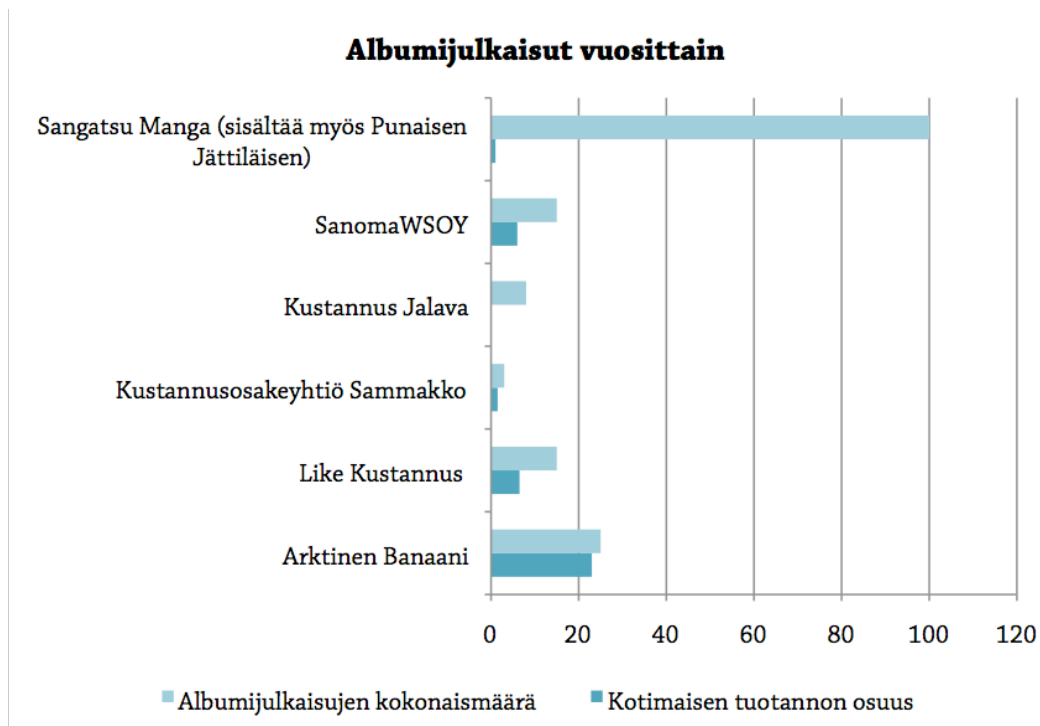
- Mikael Ahlström, SanomaWSOY
- Antti Valkama, Sangatsu Manga (Tammi)
- Sari Romppanen, Like Kustannus
- Harto Pasonen, Arktinen Banaani
- Markku Jalava, Kustannus Jalava
- Elina Koskelin, Kustannusosakeyhtiö Sammakko.

Arktisella Banaanilla Pasonen, Sammakolla Koskelin ja Kustannus Jalavalla Markku Jalava vastasivat yhtiöissään kaikista niiden saamista käsikirjoituksista niin sarjakuvan kuin kaunokirjallisuuden puolelta. Vaikka Ahlström on WSOY:n sarjakuvien ja suomennetun fantasiakirjallisuuden kustannustoimittaja, hänen mukaansa myös yhtiön muut toimittajat käsittelevät sarjakuvakäsikirjoituksia, ymmärtääkseni silloin kuin ne aiheidensa puolesta sopivat eri osastojen alle. Likellä sarjakuvien vastaava kustannustoimittaja Romppanen on tällä hetkellä myös kustannuspäällikkö ja huolehtii näin yhtiössä monesta muustakin alueesta. Sangatsu Mangana Valkama toimittaa Punaisen Jättiläisen Antti Grönlundin kanssa toistaiseksi kaikki Tammen alaisuudessa julkaistavat sarjakuvat.

#### **3.1 Albumijulkaisujen määrä ja painoserät**

Tällä hetkellä Sangatsu Manga ja Punainen Jättiläinen julkaisevat vuosittain eniten yksittäisiä albumeja. Molemmilla kustannuslinjoilla on samanaikaisesti listoillaan useita

moniosaisia sarjoja, joista jokaisesta ilmestyy noin yksi albumi kuukaudessa. Vuonna 2010 Sangatsun ja Punaisen Jättiläisen yhteinen nimekemäärä oli 97 albumia, ja nykyiset suunnitelmat ennustavat yli sadan albumin julkaisua vuonna 2011. Yleiskustantajilla julkaisujen määrä liikkui 5–15 albumin välillä ja Arktisella Banaanillakin se oli 20–30 (ks. kuvio 1).

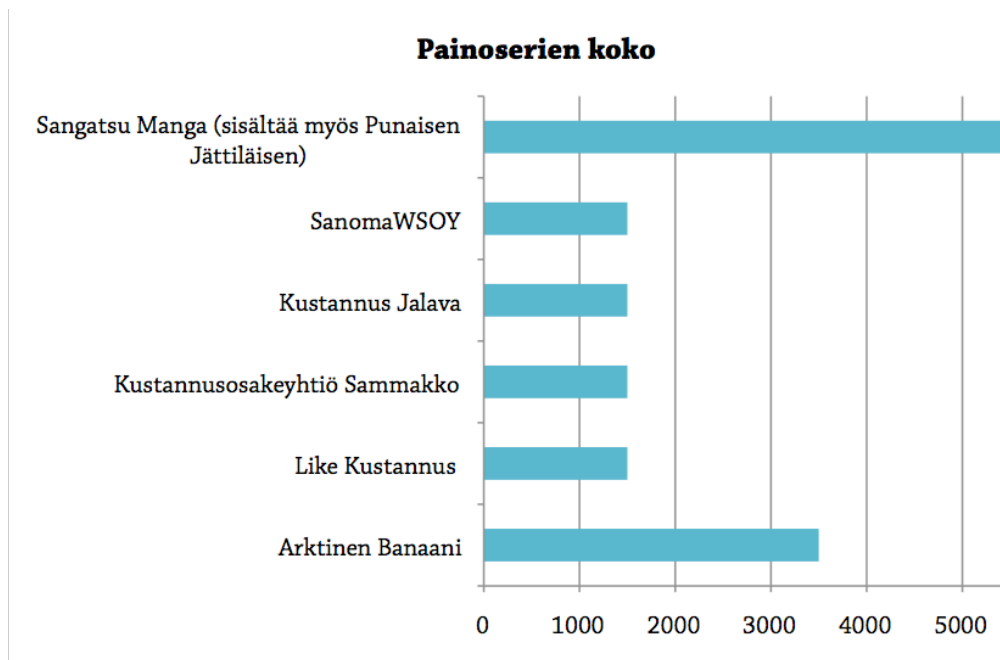


Kuvio 1. Albumijulkaisujen vuosittainen keskimäärä ja kotimaisen tuotannon osuus

Kotimaisen tuotannon markkinajohtajana Arktisella Banaanilla on vuonna 2011 lähes 90 prosentin osuus julkaisuistaan suomalaista sarjakuvaa. WSOY:llä arvio omasta tuotannostaan on 30–40 prosenttia, Likellä ja Sammakollakin se on noin puolet ja Sangatsun ainoan kotimaisen sarjan *Vartijoiden* kolmas osa tulee ilmestyessään kattamaan noin sadosan vuoden kokonaistuotannosta. Jalavan antama luku on yllätyksekseni nolla, vaikka kustantajan sivuilla *Väinämöinen* -sarjakuvista tunnetun Petri Hiltusen tuotanto kohtelee valikoimassa jopa omana kategorianaan.

Sarjakuvaan erikoistuneilla kustantajilla albumien painoserät ovat selkeästi suurempia kuin muilla. Arktisella Banaanilla teoksen kertapainos liikkuu 2000–5000 kappaleen vä-

lillä ja Sangatsulla ja Punaisella Jättiläisellä se on jopa yli 5000, mikä on ymmärrettävissä sen julkaisujen laajan lehtihyllylevikin kautta. Yleis- ja pienkustantajilla painosmäärä on keskimäärin 1000–2000 kappaletta (ks. kuvio 2).



Kuvio 2. Painoserien koko

### 3.2 Käsikirjoitusten lähettämiseen liittyvät ohjeistukset

Arktinen Banaani vastaanottaa 30–40 uutta käsikirjoitusta vuosittain, joskin julkaisukynnys ylittyy niistä vain parin osalta. Tuotantoon otettavat teokset perustuvatkin Pasosen mukaan suurimmalta osin jo olemassa oleviin julkaisusopimuksiin tai kustantajan itsensä tekemiin löytöihin. WSOY saa noin 20–30 sarjakuvakäsikirjoitusta vuodessa, kun taas Sangatsu vain 1–3 yhteydenottoa. Jalavalle tarjotaan keskimäärin 15 käsikirjoitusta ja sekä Likelle että Sannakolle muutama kymmenen.

Käsikirjoituksen konkreettinen postitus on edelleen pääasiallinen lähestymistapa kaikilla kustantajilla, joskin sähköpostitse lähetetty digitaalinen paketti on useimmille yhtä tervetullut. Yhtiöstä riippumatta tekijää rohkaistaan henkilökohtaiseen yhteydenottoon puhelinoiton tai tapaamisen kautta vasta, kun kustannustoimittaja on jo lukenut käsikirjoituksen ja se on ollut hänestä kiinnostava. Lisäksi ei suositella tekemään ylimääräisiä tiedusteluita siinä vaiheessa, kun kustantaja harkitsee varsinaista kustannuspäätöstä. Sangatsun tapauksessa Valkama tosin kannustaa soittamaan tai laittamaan sähköpostia

ennen käsikirjoituksen postitusta, jotta tekijälle voidaan antaa ohjeita itse näytteen lähettämiseen.

Arktinen Banaani ottaa mieluiten vastaan kehitteillä olevia projekteja, koska yhtiön on silloin itse mahdollista vaikuttaa tarjottuun sarjakuvaan. Lisäksi Pasosen mukaan vain pieni osa valmiiksi työstetyistä tarjouksista täyttää julkaisukriteerit. Kustannuspäätöstä varten tarvittavasta ennakkomateriaalista Arktinen Banaani sopii kehitysprojekteissa aina tapauskohtaisesti tekijän kanssa.

Jalavallekin voi lähettää pelkän idean ja muutaman valmiin näytesivun, ja vaikka WSOY:n Ahlström sanoo kustannuspäätöksen syntyvän helpoiten valmiin käsikirjoituksen kanssa, yhtiössä ollaan valmiita osoittamaan kiinnostusta pelkän tekstimuotoisen käsikirjoituksen ja luonnosten pohjalta, kunhan tekijä pystyy esittämään myös otoksen viimeistellyistä sivuista malliksi lopputuotteesta. Myös Sangatsuun voi ottaa yhteyttä työnäytteiden ja suunnitelmien kanssa. Likellä taas yhtiö avaa keskustelun pelkkien näytteidensä perusteella ainoastaan jo tunnetun tekijän kanssa, ja Romppanen kehottaakin uusia tekijöitä lähettämään vain valmiita käsikirjoituksia. Sammakolla toimitaan samoin.

Mitä tulee yhteydenoton ajoitukseen, ei kustantajien kannalta ole väliä, mihin aikaan vuodesta tekijä käsikirjoituksensa lähettää. WSOY:llä kehoitetaan kuitenkin ottamaan yhteyttä viimeistään marraskuussa, mikäli tekijä toivoo julkaisun tapahtuvan seuraavan vuoden aikana. Jalava nimeää parhaaksi ajankohdaksi talvikauden, kun taas Arktisella Banaanilla huonoimmat ajat ovat tammi–helmikuu ja syys–lokakuu, koska ne ovat yhtiössä kiireisimpiä ja seuraavan julkaisukauden teoslistat ovat tuolloin jo valmisteilla. Myös Sangatsulle syksyn alku on messu- ja tapahtumakiireiden vuoksi vähemmän otollinen ajankohta.

### **3.3 Kustantajien linjaukset tyylin tai kohderyhmien suhteen**

Pasonen vahvasti Arktisen Banaanin olevan kiinnostunut julkaisemaan erityisesti kokoelma-albumeita sanomalehdissä ja internetissä ilmestyneistä strippisarjakuvista. Linjauksen takana on näiden sarjakuvien jo ennen julkaisua olemassa oleva tunnettuus ja sen

kautta odotettavissa oleva kaupallinen menestys. Mangaa Arktinen Banaani ei tule kustantamaan tulevaisuudessakaan, koska sen kannattavuus edellyttäisi yhtiölle liian suurien painoerien ottamista. Myös perinteiseen eurooppalais- ja amerikkalaistyyliin sarjakuvaan keskittyvä Jalava nimeää mangan tyyliuunnaksi, josta se ei ole kiinnostunut.

Koska Tammi julkaisee kotimaista materiaalia tällä hetkellä vain Sangatsun kautta, se taas keskittyy nimenomaan manga-vaikutteiseen sarjakuvaan. Valkaman mukaan kustantajan näkökulmasta tyylin paras alalaji on niin kutsuttu shounen-manga eli alun perin pojille suunnatut seikkailu- ja toimintasarjakuvat, koska niitä lukevat sekä pojat että tytöt.

WSOY on kiinnostunut kerronnallisesti ja piirroksellisesti korkeatasoisista sarjakuvaromaaneista ja toivoo tarinoita, jotka käsittelevät myös vakavia aiheita kuten ajankohtaisia kysymyksiä tai historiallisia tapahtumia. Like ja Sammakko eivät nimenneet erityistä kiinnostusta mihinkään tiettyyn aihealueeseen, vaan vastasivat olevansa lähtökohtaisesti avoimia erilaisille käsikirjoituksille tyyliin tai kohderyhmään katsomatta, tosin Like ei julkaise pelkästään lapsille tai nuorille suunnattuja teoksia.

### **3.4 Kustannuspäätöksen syntyminen**

Likellä, Sammakolla ja WSOY:llä kustannuspäätöksen tekeminen kestää yhtä kauan sarjakuvan ja kaunokirjallisuuden tapauksessa, ja sekä Likellä että WSOY:llä prosessi vie yleensä useita kuukausia. Sangatsulla päätös saattaa tulla parhaimmillaan parissa päivässä ja viimeistäänkin kuukauden sisällä käsikirjoituksen vastaanottamisesta. Jalava taas ei ole erityisen kiinnostunut kotimaisten sarjakuvien julkaisemisesta, joskaan yhtiö ei suorastaan kiellä lähettämästä uusia käsikirjoituksia. Markku Jalavan antama vastausaikaväli on viikosta kuukauteen.

Muista kustantajista poiketen Arktisella Banaanilla sarjakuvan kustannuspäätöksen tekeminen kestää kauemmin kuin kaunokirjallisen teoksen, joskin julkaisukynnyksen ylityessä tekijälle pyritään vastaamaan jo muutaman viikon sisään käsikirjoituksen vas-



taanottamisesta. Ennestään tuntemattomien tekijöiden ja sarjojen tapauksissa harkinta-aika on yhtiön perustuotantolinjan nimekkeisiin verrattuna pidempi.

### **3.5 Markkinointi ja tekijän vastuu**

Arktinen Banaani markkinoi kaupallisesti lupaavia tekijöitä usein jopa suhteellisesti enemmän kuin ennakoitavissa olevan myynnin osalta olisi perusteltua, jotta sillä olisi vaikutusta kysyntään myös pitkällä aikavälillä. Pasonen nimeää myynnin edistämisen osalta tekijän tärkeimmiksi ominaisuuksiksi tämän yhteystyökyvyn ja halukkuuden osallistua kustantajan järjestämiin markkinointitilaisuuksiin.

Like ei ole määritellyt tekijöilleen mitään automaattisesti myönnettäviä markkinointiresursseja, vaan jokaiselle teokselle tehdään aina erikseen oma toimintasuunnitelma. Jo kustannuspäätöstä harkittaessa on oltava selvää, miten kyseistä kirjaa mainostetaan tulevaisuudessa. Myös Likellä korostetaan markkinoinnissa tekijän oman innostuneisuuden merkitystä. Koska sarjakuvamyynni on erityisen tapahtumavetoista, teoksen ja sen tekijän esillä oleminen alan festivaaleilla ja sitä kautta tapahtuva niin sanottu puska-markkinointi on yhtiön mielestä ensisijaisen tärkeää.

WSOY ja Sammakko eivät eritelleet omia käytäntöjään, vaan sanoivat sarjakuvajulkaisujen saavan samat markkinointiresurssit kuin muun kirjallisuuden. Niihin oletettavasti kuuluvat tavanomainen tiedottaminen sekä tekijän esiintymiset kirjamesseilla. Valkama ei *Vartijoiden* yksittäistapauksen perusteella pysty nimeämään mitään yleisiä periaatteita Sangatsun markkinointistrategian suhteen, ja Jalava toteaa lyhyesti päävastuun lankeavan tekijälle itselleen.

### **3.6 Kaupallisen sarjakuvan tulevaisuus ja kustantajien rooli**

Sekä WSOY:lla että Likellä tulevaisuus nähtiin hyvänä. Ahlström uskoo laadukkaita sarjakuvaromaaneja syntyvän yhä enemmän sitä mukaa, kuin sarjakuvan käsikirjoittamisen taso nousee. Myös Romppasen mukaan pitkät tarinat ovat tuoneet sarjakuvan muun kirjallisuuden kanssa samalle lähtöviivalle, ja alan yleinen arvostus on noussut kansainväli-

sesti menestyneiden tekijöiden mukana. Romppanen sanookin sarjakuvan olevan Liken tärkeimpiä osa-alueita ja pitää nimenomaan kotimaisen sarjakuvan julkaisemista yhtenä sen keskeisistä tehtävistä.

Arktisella Banaanilla nähtiin kaupallisesti kannattavien sarjakuvien tekemisen edellytyksenä se, että tekijöiden toimeentulo pystyttäisiin takaamaan toimivien apurahajärjestelmien turvin. Pasosen mukaan kustantajat joutuvat tulevaisuudessa tekemään päätöksiä luultavasti yhä enemmän puhtaasti kaupallisin perustein, joten kotimaista sarjakuvaa julkaistaan entistä vähemmän. Tällöin itsenäisten toimijoiden eli pien- ja omakustantajien merkitys korostuu, ja ne luultavasti vastaavat taiteellisemmasta tuotannosta. Arktisen Banaanin tavoitteeksi Pasonen nimeää kestävän yhteistyön tekijöiden kanssa ja sitä kautta myös julkaisujen kaupallisen kysynnän pitkällä aikavälillä.

Kustannustoimittaja Jalava on puolestaan varovaisella linjalla ja kertoo yhtiönsä julkaisevan tällä hetkellä lähinnä uusintapainoksia johtuen hänen omasta eläkkeellesiirtymisestäään ensi vuoden puolella. Jalava myös sanoo kotimaisen sarjakuvakentän tarvitsevan uusia, myyviä nimiä. Koskelin uskoo huumorisarjakuvan nauttivan jatkossakin suurinta menestystä ja Valkama taas japanilaisen sarjakuvan vaikutuksen tulevan näkymään vahvasti uusien tekijöiden tuotannossa, joskin hänen mukaansa Tammi itse tuskin kasvattaa kotimaista valikoimaansa merkittävässä määrin lähitulevaisuudessa.

## 4 SARJAKUVAKÄSIKIRJOITUKSEN LÄHETTÄMINEN

Olen kerännyt tähän lukuun ohjeita niistä toivotuista liitteistä, jotka kannattaa laittaa käsikirjoituksensa saatepakettiin. Sitä varten olen hakenut ohjeistusta myös muutamista televisio- ja elokuva-alan toimintatavoista, jotka ovat hyödyllisiä sarjakuvantekijällekin.

### 4.1 Käsikirjoitus



Kuva 1. Kopio Väylän liuskoista ja kansivedoksesta

Valmiista sarjakuvasta tai näytesivuista lähetetään kopio numeroituina irtoliuskoina siinä koossa, jossa albumi on tarkoitus julkaista. Koska sarjakuvassa lukukokemukseen usein vaikuttaa koko aukeaman sommitelma, on mielestäni parempi lähettää sivut valmiiksi aukeamittain taitettuna eikä yksittäisinä sivuina. Jos on ehtinyt suunnittelemaan teokselleen kantta, ei liene pahitteeksi lähettää käsikirjoituksen mukana vedosta siitäkin (ks. kuva 1).

## 4.2 Saatekirje

Saatekirjeestä ilmenee asiatyylisesti kuka on lähettäjä, mitä tämän asia koskee ja miten tämän voi tavoittaa, mikäli kustantaja kiinnostuu tarjotusta teoksesta. Kirje kannattaa muotoilla samalla tavalla kuin perinteinen työhakemus ja samaa rakennetta käyttäen (ks. liite 2).

Aloituskappaleessa todetaan lyhyesti tarjotun käsikirjoituksen luonne eli se, mistä kirjallisuuden lajista on kyse ja mille kohdeyleisölle (lapset, nuoret tai aikuiset) teos on suunnattu. Seuraavaksi kerrotaan sarjakuvan niin sanottu log line. Termillä tarkoitetaan parin lauseen mittaista kuvausta, josta selviää tarinan ydin lyhyesti mutta mielenkiintoisesti. Elokuva- ja tv-käsikirjoittajille suunnatun *Writing for Visual Media* -teoksen mukaan (Friedmann 2010, 176) log linen tulisi täyttää seuraavat vaatimukset:

- Se on aina presensissä, jotta syntyy mielikuva juuri sillä hetkellä silmien edessä avautuvista tapahtumista.
- Siitä selviää, mistä genrestä on kyse.
- Se kertoo, kuka on päähenkilö ja mikä on tämän kohtaama haaste.
- Siinä käy ilmi se konflikti tai voima, joka vie tarinaa eteenpäin.
- Se viittaa tulevaan kohokohtaan ja loppuratkaisuun.

Oman sarjakuvani *Väylän* log line voisi esimerkiksi olla:

Maan alla elävä puolituinen Pele todistaa ystävänsä murhan ja matkustaa tapahtuman myötä kaukaiseen tulevaisuuteen. Tulevaisuuden jäätikkömaailmassa Pele joutuu selvittämään itseään järkyttäneen rikoksen lisäksi suurempaa, koko todellisuutta uhkaavaa mysteeriä.

Tämän jälkeen on hyvä esitellä itsensä tekijänä ja kertoa, onko julkaissut aiemmin omakustanteita tai osallistunut kokoelmateoksiin, millainen koulutustausta on ja mahdollisesti mikä sen hetkinen työtilanne on. Jos sarjakuvan tekemiseen on myönnetty apuraha tai se on jo tekovaiheessa saanut huomiota joltain merkittävältä taholta, se kannattaa ehdottomasti mainita (Lerner 2011). Ennen lopetusta on hyvä kertoa myös siitä, miksi

tarjoaa käsikirjoitustaan nimenomaan kyseiselle kustantajalle ja miten teos omasta mielestä istuu tämän jo olemassa olevaan valikoimaan. Saatekirjeestä täytyykin kauttaaltaan näkyä, että tekijä ei ole sokkona tarjoamassa käsikirjoitustaan kenelle tahansa, vaan on valinnut kustantajan itselleen ja teokselleen parhaana yhteistyökumppanina. Itse lopetus on paras pitää lyhyenä ja päättää kirje perinteisesti joko ”kunnioittaen” tai vähemmän jäykästi ”ystävällisin terveisin”.

### 4.3 Synopsis

Käsikirjoituksen liitteeksi on hyvä kirjoittaa myös tiivistelmä eli synopsis, joka kiteyttää tarinan pääkohdat. Synopsis ei vielä sisällä mitään yksityiskohtaisia ratkaisuja, ja se voi lyhimmillään olla muutaman kappaleen ja pisimmilläänkin mieluiten vain sivun pituinen. (Friedmann 2010, 179; Aaltonen 1993, hakupäivä 30.3.2011.)

#### Väylän 1. osan synopsis

Väylä alkaa suuren luonnonkatastrofin, Mullistuksena tunnetun tapahtuman jälkeen. Maan pinta on myrkkyykaasujen ja pilvipeitteen aiheuttaman aurin-gonpimennyksen jälkeen ajanut niin ihmisten, puolituisten kuin legendaarisien Álmosien rodut elämään maan alle. Edessä on tuhansien vuosien odotus ennen kuin pinnalle palaaminen on jälleen mahdollista.

Vuosi on 813 jälkeen Mullistuksen. Päähenkilö Pele kuuluu puolituisten pienikasvuiseen maahisrotuun ja on toisista kaivauksilla työskentelevistä aikalaisistaan poiketen töissä yhteisönsä arkistossa oppipoikana. Eräänä päivänä palatessaan arkistoon Pele löytää sieltä esimiehensä Linasin sijasta vain suuren verilammikon. Pele lähtee hädissään seuraamaan verisiä jälkiä, jotka johtavat suuren kuilun äärelle. Siellä Pele kauhukseen todistaa puolituisten rotuun kuulumattoman muukalaisen heittävän hengettömän Linasin kuilun syvyyksiin ja hyppäävän perään omaan kuolemaansa.

Tapahtumista järkyttynyt Pele astuu liian lähelle kuilun reunaa ja tippuu vahingossa itsekin. Varman kuoleman sijasta Pele kuitenkin kohtaa kuilun pohjalla suuren sinisenä hehkuvan silmän, putoaa sen läpi ja menettää tajuntansa. Herätessään Pele huomaa päätyneensä tulevaisuuteen vuoteen 2715 Ruukki-nimiseen ihmiskaupunkiin. Elämä on jälleen siirtynyt maan pinnalle ankeaan, lumen peittämään maailmaan.

Kun tekijä on kertonut keskeisistä tapahtumista lyhyesti, synopsisin jälkeen voi eritellä omien otsikoidensa alle tarinan tyyllilajin, kohderyhmän, suunnitellun pituuden sekä

oman lähestymistapansa aiheeseen (Aaltonen 1993, hakupäivä 1.4.2011). Jos on tarjoamassa vielä kehitteillä olevaa tai keskeneräistä projektia, on paikallaan tehdä tarinastaan synopsiksen lisäksi laajempi kuvaus eli treatment. Se on teoksen koko juonen kattava proosateksti, jossa voi jo olla poimintoja suunnitellusta dialogista sekä laveampaa kuvausta tapahtumista ja tunnelmasta (Friedmann 2010, 182). Varsinaista novellia ei tarvitse kirjoittaa, mutta treatmentin pitäisi luoda jo selkeä mielikuva lopputuotteesta.

#### **4.4 Markkinointiin liittyvät ehdotukset**

Kustannuspäätöksen synnyttyä sarjakuvantekijän tulee varautua tekemään töitä paitsi itse sarjakuvan niin myös sen markkinoinnin suhteen. Tämän vuoksi jo tarjousvaiheessa on hyvä miettiä ja esittää valmiiksi vaikka synopsiksen mukana ideoita myyntitaktiikan suhteen.

Sarjakuvalle ja sen eri tyylilajeille on usein helppo tunnistaa selkeät kohderyhmät, joten niille räätälöityy kuin itsestään sopivia markkinointikanavia. Esimerkiksi japanilaisvaikutteisen sarjakuvan tekijälle parhaimpia tilaisuuksia ottaa kontaktia mahdollisiin lukijoihin on mennä alan harrastajatapahtumiin eli coneihin (engl. sanasta 'convention'). Koska conit toteutetaan pääasiallisesti vapaaehtoistyön voimin, on niissä perinteisesti erittäin tervetullutta tarjota omia ohjelmanumeroita. Hyvä, helppo ja useimmiten tekijälle ilmainen tapa lisätä tunnettuutta onkin ilmoittautua vapaaehtoiseksi luennoitsijaksi, paneelikeskustelijaksi tai muunlaiseksi järjestäjäksi. Tapahtumien lisäksi kannattaa tarjoutua esiintymään ja kertomaan sarjakuvastaan esimerkiksi kirjastoihin tai kouluihin (Koskela 2010, 137). Toinen hyvä tapa luoda tekijälle yleistä uskottavuutta on omien sarjakuvakurssien tai työpajojen vetäminen kansanopistoissa tai kesäleireillä.

Näin Facebookin ja Twitterin aikakaudella nuorille faneille on tärkeää seurata tekijöiden tekemisiä mahdollisimman tiiviisti, ja aktiivinen internetlänäolo onkin nykyajan lukijan kiinnostuksen ylläpitämiseksi ehdotonta. Omien kotisivujen lisäksi tekijän ja sarjakuvan tulisi näkyä mielellään kaikissa kohdeyleisölle tärkeissä palveluissa (Koskela 2010, 137). Verkossakin olisi optimaalisinta, jos tekijä pystyisi tekemään kontaktista lukijoiden kanssa mahdollisimman vuorovaikutteista. Yhteisöllisyyden tunne on sarjakuvaharrastajille

tärkeää, joten tekijän itsensä vaikuttaminen sarjakuvansa ympärille toivottavasti syntyvissä faniyhteisöissä on erinomainen tapa vahvistaa tekijän ja lukijoiden välistä suhdetta.

#### **4.5 Lähettäjän muistilista**

Ennen postitusta on käsikirjoituksen lähettäjän syytä tarkistaa vielä kerran seuraavat asiat:

- Onko saatekirje ja -paketti osoitettu oikealle henkilölle ja osastolle?
- Onko käsikirjoituksessa, saatekirjeessä tai synopsiksessa kirjoitusvirheitä?
- Onko omat yhteystiedot merkitty selkeästi sekä saatekirjeeseen että synopsikseen?
- Onko kaikki käsikirjoituksen liuskat numeroitu ja oikeassa järjestyksessä?

Kun kaikki on tekijän mielestä kunnossa, jäljellä on enää viimeinen kohtalokas vaihe – käsikirjoituksen jättäminen postilaitoksen huostaan. Sen jälkeen sarjakuvantekijä voi vain odottaa.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkimukseni ohessa minulle on valjennut se totuus, että Suomi on valitettavan pieni maa ja kaupallisen sarjakuvan kenttä on täällä ahdas. Tämän vuoksi uuden tekijän pitää kerronnallisten ja taiteellisten taitojensa lisäksi hioa kaupantekijän silmäänsä, mikäli haluaa työskennellä kaupallisten kustantajien kanssa. Tätä ja mahdollista kustannussopimusta silmällä pitäen kannattaisikin aloittelevien tekijöiden tutustua markkinoinnin perusteisiin ja etenkin erilaisiin sissimarkkinointitekniikoihin. On selvää, että sarjakuvan markkinointi jää yleisesti ottaen tekijän omalle vastuulle.

Varsinainen toimeentulo on kustannussopimuksen solmiessaankin taattava muulla kuin tekijänpalkkioilla tai mahdollisilla apurahoilla. Lisäksi on ilmeistä, että albumisarjakuvan on vaikea saavuttaa samanlaista tunnettuutta ja menestystä kuin strippisarjakuvan jo albumien työstämiseen kuluvan, lukijoille näkymättömän työmäärän vuoksi. Strippikoelmat myyvät hyvin, koska niiden lukijat ovat sanomalehtien tai internetin kautta jo tutustuneet sarjoihin ja kiintyneet niihin vähitellen. Uuden albumisarjakuvan ostospäätökseen, varsinkin jos kyseessä on tuntemattoman tekijän esikoisalbumi, liittyy taas aivan erilainen riskintunne. Kustantajat ovat tästä hyvin tietoisia, minkä vuoksi ymmärrän helposti, miksi esimerkiksi Arktinen Banaanikin keskittyy nimenomaan strippisarjojen julkaisemiseen.

Mitä tulee käsikirjoituksen saatepakettiin, uusi teos myy itsensä edelleen ensisijaisesti sillä, ylittääkö sarjakuva itsessään julkaisukynnyksen ja sopiiko se kustantajan muuhun tuotantolinjaan. Koska saatekirjeen ja synopsisin lisäksi ei nimetä muita tarvittavia liitteitä, kannattaa panostaa ytimekkyyteen ja laatuun näitä kahta kirjoittaessaan. Ennen tutkimustani ehdin jo tarjota *Väylää* yhdelle kustantajalle hätäisesti laaditun saatepaketin kera, ja tällä hetkellä harmittelenkin sitä, etten viimeistellyt liitteitäni rauhassa. On myös ehdottoman tärkeää, että sarjakuvantekijä ottaa etukäteen selvää harkitsemansa kustantajan aikaisemmasta sarjakuvatuotannosta ja yleisistä kustannuseriaatteista. Muuten tuhlaa vain omaa aikaansa ja resurssejaan lähettäessään käsikirjoitustaan vääriin paikkoihin, ja riittämättömästä taustatyöstä johtuvat kielteiset päätökset vain lannistavat turhaan.



Omassa tapauksessani ovat vaihtoehtoni kustantajien kentällä rajatut. Tällä hetkellä Suomessa on vain kahdeksan kustannusyhtiötä, jotka ylipäättään julkaisevat kotimaista kaupallista sarjakuvaa. Näistä Egmontiin on yhtiön omasta tiedonjakohalusta päätellen tuntemattoman tekijän turha edes ottaa yhteyttä, Arktinen Banaani ja Kustannus Jalava sanovat suoraan ei manga-sarjakuvalla ja Like samoin taas lasten- ja nuortensarjakuvalla. Koska *Väylä* on manga-vaikutteinen nuortensarjakuva, jäävät mahdollisiksi vaihtoehtoiksi SanomaWSOY, Kustannusosakeyhtiö Otava, Tammen Sangatsu Manga sekä Kustannusosakeyhtiö Sammakko, joista jälkimmäisimmän vielä toistaiseksi keskittyessä huumoripitoisen strippisarjakuvan julkaisemiseen en usko senkään olevan tämän projektin varteenotettavin yhteistyökumppani.

Koen nyt ymmärtäväni aiempaa paremmin sen, millaisia haasteita ja rajoitteita kaltaisellani uudella tekijällä on vastassa kotimaisella kustannuskentällä. Tulevaisuus näyttää, löydätkö *Väylälle* kustantajaa vai päädyinkö lopulta omakustantajan rooliin. Tulevien projektien kanssa voisi olla aiheellista jo suunnitteluvaiheessa selvittää itselleni, kenen kustantajan kanssa haluaisin kyseisen sarjakuvan julkaista ja näin mahdollisesti räätälöidä projektini etukäteen yhtiön muun linjan mukaiseksi. Tällainen laskelmointi tulisi luultavasti vaikuttamaan ilmaisuuni ja kenties viemään osan kerrontani henkilökohtaisuudesta. Se saattaa kuitenkin joissain tapauksissa olla välttämätöntä.

Kyynisistä ajatuksistani huolimatta haluan pysyä toistaiseksi naiivina ja luottaa siihen, että tekemällä peräänantamattomasti töitä ja olemalla aidosti innostunut omasta tekemisestäni pystyn vielä tulevaisuudessa kertomaan ensisijaisesti myös itseäni kiinnostavia tarinoita sen kummemmin kuvia kumartelematta.

## LÄHTEET

- Aaltonen, J. 1993. *Sisältö ja muoto*. Hakupäivä 30.3.2011, <[http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/artikkelit/aaltonen\\_sisalto\\_ja\\_muoto.jsp](http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/artikkelit/aaltonen_sisalto_ja_muoto.jsp)>.
- Arktinen Banaani 2011. Hakupäivä 30.1.2011, <<http://www.sarjakuva.com/index.htm>>.
- Friedmann, A. 2010. *Writing for Visual Media (Third Edition)*. Yhdysvallat: Focal Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. *Tutki ja kirjoita*. 13.–14. osin uudistettu painos. Keuruu: Tammi.
- Kataisto, V. 2004. *Sarjakuvat*. Teoksessa T. Makkonen (toim.) *Kustannustoimittajan kirja*. Tampere: Suomen Kustannusyhdistys & Vastapaino, 201–209.
- Koskela, I. 2010. *Sarjakuvantekijän oppikirja*. Porvoo: Arktinen Banaani.
- Lerner, B. 2011. *How to approach agents and editors*. *Writer* 124 (2), 26–55.
- Like Kustannus Oy 2011. Ohjeita käsikirjoituksen lähettäjälle. Hakupäivä 30.1.2011, <<http://www.like.fi/ohjeita-kasikirjoituksen-lahettajalle>>.
- Makkonen, T. 2004. *Ideasta kirjaksi*. Teoksessa T. Makkonen (toim.) *Kustannustoimittajan kirja*. Tampere: Suomen Kustannusyhdistys & Vastapaino, 11–24.
- Ojala, K. 2006. *Ensimmäinen painos*. Porvoo: Etukeno Oy 2006.
- Punainen Jättiläinen 2011. Yritysesittely. Hakupäivä 30.1.2011, <<http://www.punainenjattilainen.fi/index.htm>>.
- Kustannusosakeyhtiö Sammakko 2011. Kustantamo. Hakupäivä 30.1.2011, <<http://www.sammakko.com/sammakko/kustantamo.html?task=view>>.
- Sarjakuvantekijät ry 2011. Hakupäivä 29.1.2011, <<http://sarjakuvantekijat.fi/>>.
- Suomen Kustannusyhdistys ry & Suomen Kirjasäätiö 2010. Kirjojen myynti Suomessa. Hakupäivä 22.2.2011, <<http://tilastointi.kustantajat.fi/webreport.aspx>>.
- Suomen Kustannusyhdistys ry & Suomen Kirjasäätiö 2010. Suomen Kustannusyhdistys ry. Hakupäivä 22.2.2011, <<http://www.kustantajat.fi/yhdistys/>>.

Suomen Sarjakuvaseura Ry 2011. Sarjakuvaopetusta Suomessa. Hakupäivä 26.1.2011, <[http://sarjakuvaseura.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24&Itemid=211](http://sarjakuvaseura.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=211)>.

Tammi 2011. Haluatko Tammen kirjailijaksi? Hakupäivä 30.1.2011, <<http://www.tammi.fi/sivut/35>>.

Työministeriön Työvoiman kehittäminen ja ohjaus -tiimi 2002. *Kulttuuriteollisuus*. Helsinki: Edita Prima Oy.

21.2.2011

Kyselyn laatija ja vastaanottaja:

Maura Manninen

GSM: (040) 12 34 567

[maura.manninen@gmail.com](mailto:maura.manninen@gmail.com)

Kysely sarjakuvan kustannuspäätöksen syntymisestä suomalaisissa kustannusyhtiöissä

Vastaaja:

Kustannusyhtiö:

Täyttöpäivä:

Monivalintakysymykset:

1. Kuinka monta sarjakuva-albumia yhtiönne julkaisee vuosittain keskimäärin?

- 1-5 kpl

- 6-10 kpl

- 11-20 kpl

- 21-30 kpl tai enemmän

2. Kuinka suuri on yhden julkaisemanne sarjakuva-albumin painosmäärä keskimäärin?

- 500 kpl

- 1000-2000 kpl

- 2000-5000 kpl

- yli 5000 kpl

Avoimet kysymykset:

3. Miten suuri osuus sarjakuvajulkaisuistanne on kotimaisten tekijöiden tuotantoa?

4. Kuinka monta kotimaista sarjakuvakäsikirjoitusta teille tarjotaan vuoden aikana?

5. Oletteko yhtiössänne sarjakuvan vastaava kustannustoimittaja? Jos ette, mistä kirjallisuudenlajista vastaatte sen lisäksi?

6. Onko teistä parempi lähestyä pelkästään postitse käsikirjoituksensa kanssa vai rohkaisteko tekijöitä ottamaan yhteyttä esim. sähköpostitse, puhelimitse tai henkilökohtaisella tapaamisella?

7. Onko joku aika vuodesta, jolloin yhtiöllänne on esim. käytössä olevien henkilöresurssien tai julkaisukalenterin kannalta optimaalisin aika ottaa uusia käsikirjoituksia käsitte-lyyn? Onko vastaavasti joku aika huono?

8. Kuinka kauan teillä keskimäärin menee sarjakuvan kustannuspäätöksen tekemiseen? Onko päätökseen menevä aika eri kuin kaunokirjallisuuden puolella?

9. Otatteko vastaan ainoastaan mahdollisimman valmiita sarjakuvia vai myös kehitteillä olevia projekteja? Jälkimmäisessä tapauksessa, millaista ennakkomateriaalia tarvitsette tehäksenne sen pohjalta kustannuspäätöksen?

10. Onko jotain sarjakuvagenreä tai -tyyliä, jota yhtiönne on tällä hetkellä erityisen kiin-nostunut julkaisemaan? (esim. taidesarjakuva, manga, lastensarjakuva) Miksi?

11. Onko jotain sarjakuvagenreä tai -tyyliä, jota yhtiönne ei halua julkaista? (esim. tai-desarjakuva, manga, lastensarjakuva) Miksi?

12. Millaiset resurssit yhtiössänne on varattu uusien sarjakuvien tai sarjakuvantekijöiden markkinointiin? Kuinka suuri osa vastuusta jää tekijälle itselleen?

13. Millaisena näette suomalaisen sarjakuvan lähitulevaisuuden? Millaisia trendejä on luvassa tyylin ja/tai genren osalta?

14. Lopuksi, mitä muuta haluatte sanoa yhtiönne kustannuspolitiikasta sarjakuvan suh-teen?

Kiitos osallistumisestanne!

Maura Manninen  
Kadunnimi 1  
90111 Oulu  
GSM (040) 12 34 567  
s-posti: [maura.manninen@gmail.com](mailto:maura.manninen@gmail.com)

SAATEKIRJE

Päiväys 4.4.2011

Kustannusyhtiö  
Osasto ja kustannustoimittajan nimi  
PL 1  
10100 Kaupunki

## NUORTEN SARJAKUVAN KÄSIKIRJOITUS

Hei!

Otan sinuun yhteyttä tekemäni nuorille suunnatun sarjakuvan, Väylän tiimoilta.

Väylä on manga-vaikutteinen fantasiasarjakuva, joka sijoittuu luonnonkatastrofissa tuhoutuneeseen maailmaan. Päähenkilö, maan alla elävä puolituinen Pele todistaa ystävänsä murhan ja matkustaa tapahtuman myötä kaukaiseen tulevaisuuteen. Tulevaisuuden karussa lumisessa maailmassa Pele joutuu selvittämään itseään järkyttäneen rikoksen lisäksi suurempaa, koko todellisuutta uhkaavaa mysteeriä.

Olen piirtänyt Väylän ensimmäisen 84-sivuisen osan amk-tutkintoni lopputyönä ja suunnitellut koko tarinan noin viiden kirjan pituiseksi sarjaksi. Valmistun medianomiksi Oulun seudun ammattikorkeakoulusta toukokuussa 2011.

Haluan tarjota teostani kustannusyhtiölle, koska koen sen olevan jo julkaisemanne sarjakuvalinjan mukainen ja mahdollisesti tuovan siihen uuden kuvataiteellisesti kumartamattoman lisäyksen.

Laitan kirjeeni liitteenä kopion valmiista sarjakuvasta, vedoksen suunnitellusta kannesta sekä synopsiksen.

Ystävällisin terveisin,

---

Maura Manninen

LIITTEET 3 kpl  
Käsikirjoitus (42 liuskaa)  
Kansivedos  
Synopsis (3 liuskaa)