

Leo Leppävuori

# E-kirjan julkaisukanavien vertailu ja e-kirjan markkinointi



Tradenomi  
Liiketalous  
Kevät 2020



KAMK • University  
of Applied Sciences

## **Tiivistelmä**

**Tekijä:** Leppävuori Leo

**Työn nimi:** E-kirjan julkaisukanavien vertailu ja e-kirjan markkinointi

**Tutkintonimike:** Tradenomi, liiketalous

**Asiasanat:** Julkaisutoiminta, julkaisijat, kirjoittaminen, e-kirjat, sähköiset julkaisut, markkinointi

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä e-kirjan julkaisu pitää sisällään, mikä olisi nopein ja vaivattomin julkaisukanava aloittelevalle kirjailijalle ja kuinka e-kirjaa markkinoidaan. Näitä kysymyksiä tutkittiin ja mietittiin aloittelevan kirjailijan näkökulmasta.

Opinnäytetyössä keskitytään e-kirjan markkinointiin ja julkaisukanavien vertailuun. Julkaisukanavat, joita työssä tarkasteltiin lähemmin olivat; BoD, Ellibs ja Amazonin Kindlestore. Aloittavalle kirjailijalle parhaaksi valikoitui verkkosivusto BoD:in, sillä sen sivuilta löytyi paljon ohjeistuksia ja neuvoja, jotka on suunnattu juuri uraansa aloittelevalle kirjailijalle. Lisäksi huomattiin, että BoD:illa on käytössään todella laajat jakeluverkostot eri puolille maailmaa.

Apuna opinnäytetyön tekemiseen käytettiin, eri e-kirjojen julkaisuun ja kustantamiseen erikoistuneita verkkosivustoja sekä markkinointi teorioita. Markkinoinnin teoriaosuudessa käytettiin apuna monia eri artikkeleita ja ammattilaisten kirjallisuutta. Osiossa kerrotaan myös lyhyesti: mitä markkinoinnin suunnittelu tarkoittaa ja mitä se pitää sisällään. Lopuksi pohditaan miten sosiaalista mediaa voisi käyttää hyödyksi kirjan markkinoinnissa.

Opinnäytetyössä tutustutaan lyhyesti Suomen kirjojen myyntitilastojen lisäksi myös Yhdysvaltojen ja Iso-Britannian tilastoihin. Tilastojen tutkiminen osoitti, että e-kirjojen myynti on loivassa nousussa kaikissa mainituissa maissa.

Lopputuloksena on opinnäytetyö, mikä antaa aloittelevalle kirjailijalle ohjeita e-kirjan julkaisuun ja siihen mitä kautta e-kirjaa on hyvä lähteä alussa levittämään. Lisäksi kirjailijalle annetaan ehdotuksia kuinka sosiaalista mediaa voi käyttää hyödykseen oman teoksensa markkinoinnissa.

**Abstract**

**Author:** Leppävuori Leo

**Title of the Publication:** The comparison of e-book publishing channels and e-book marketing

**Degree Title:** Bachelor of Business, Marketing

**Keywords:** Publishing, Publisher, Writing, E-books, Digital publishing, Marketing

The idea for this thesis was to find out what is included in e-book publishing process, which of the publishing channels would be the easiest and smoothest for a novice author and how you can market an e-book. These questions were researched and thought from the point of view of a novice author.

The thesis focussed mostly on e-book marketing and comparing of the different publishing channels. The channels discussed in this thesis are; BoD, Ellibs And Amazon Kindlestore. BoD was selected as the best channel for a novice author to publish. It was also noted, that BoD has very broad distribution network.

The e-book and publishing sections used web pages which specialised in e-book publishing, in addition to marketing publications. The marketing theory section used different articles and professional publications. The marketing part also tells shortly what marketing planning means and what it consists of. Lastly, it was discussed about how to use social media to help your marketing.

The thesis took a short look on Finnish book sale statistics as well as on statistics from the United States and Great Britain. The statistics showed, that the e-book sales are on the rise in all the mentioned countries.

As a result, is a thesis that gives a novice author some advice for publishing an e-book and which channel to use for distributing it. The author is also given suggestions on how to use social media for advantage when marketing his or her own work

For conclusion it was noted that for a novice author publishing an e-book is easier and cheaper than traditional, printed book. With BoD the distribution can be done effortlessly and that the use of social media for marketing is very important for your book's success.

## Sisällys

1	Johdanto .....	2
2	E-kirja yleisesti .....	4
3	E-kirjan julkaisu.....	6
3.1	Kustannusprosessin eri tiet .....	6
3.2	Hinnoittelu.....	8
4	Julkaisukanavat.....	9
4.1	BoD .....	9
4.2	Ellibs .....	10
4.3	Amazon Kindlestore .....	10
4.4	Yhteenveto .....	12
4.5	Julkaisukanavan päättäminen .....	13
5	Markkinointi .....	14
5.1	Markkinoinnin suunnittelu.....	14
5.2	Sosiaalisen median hyödyntäminen.....	16
6	Kirjojen myyntitilastot .....	19
6.1	Kirjojen myynti Suomessa .....	19
6.2	Kirjojen myyntitilastot USA:ssa Ja Isossa-Britanniassa.....	22
7	Pohdinta .....	24
	Lähteet .....	27
	Liite 1	

## 1 Johdanto

Olen jo pitkään haaveillut kirjailijanurasta, ja törmännyt useisiin eri haasteisiin ja kysymyksiin kirjoittaessani esikoisteostani. Internetistä löytyy paljon ohjeita ja sivustoja, jotka antavat ohjeita teoksen julkaisuun, mutta mikä julkaisusivustoista olisi kaikkein kattavin, ja tarjoaisi parhaat neuvot kirjan julkaisuun? Entä miten teoksen markkinointi tapahtuu, jos kirjan julkaisee omakustanteisesti? Näihin kysymyksiin etsitään vastausta. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on auttaa tulevia nuoria kirjailijoita tekemään heidän julkaisukanavansa valinnasta helpompaa, vertailemalla eri sivustoja keskenään. Opinnäytetyössä ei kiinnitetä huomiota äänikirjoihin, joista yksin voisi kirjoittaa kokonaisen opinnäytetyön.

Opinnäytetyössä lähdetään liikkeelle esittelemällä mitä e-kirjat ovat, jonka jälkeen käydään läpi, miten e-kirjan voi julkaista eri tavoin ja kuinka kirjailija voisi hyödyntää e-kirjoja.

Kustannusprosessissa oli haasteita löytää sopivia lähteitä, joten se sisältää paljon omia ajatuksia. Hinnoittelua katsotaan pintapuolisesti, sillä opinnäytetyön tarkoituksena on keskittyä enemmän julkaisuun ja markkinointiin. Hinnoittelun jälkeen mietitään oman julkaisukanavan valintaa. Tämän jälkeen tarkastellaan millaisia julkaisukanavia BoD, Ellibs ja Amazonin Kindlestore olisivat. Käyn näiden kolmen julkaisukanavan eri toimintoja läpi kertoen mitä näiltä sivustoilta löytyy kokonaisuudessaan ja kokoan hyvät ja huonot puolet lopussa yhteen.

Markkinointiosiossa käydään aluksi läpi mitä kaikkea strateginen ja operatiivinen suunnittelu pitävät sisällään. Näiden teorioita sovelletaan kirjailijan näkökulmasta markkinoinnin suunnitteluun. Lisäksi käydään läpi, mitä omakustanteisessa markkinoinnissa on hyvä pitää mielessä ja miten kirjailija voi hyödyntää voi sosiaalista mediaa kirjojaan markkinoidessa.

Tilastoissa perehdytään nopeasti kirjamarkkinoihin Suomessa, Yhdysvalloissa ja Isossa-Britanniassa. Tilastojen tarkoitus on kertoa, miksi e-kirjan julkaisu on aloittelevalle kirjailijalle parempi kuin paperisen kirjan painatus.

Lopuksi pohdin, mitä e-kirjan julkaisu ja omakustantaminen vaatii, mitkä asiat on hyvä tehdä ennen julkaisuun ryhtymistä sekä mitä palveluita hyvä julkaisukanava tarjoaa kirjailijalle. Tähän kuuluvat muun muassa hyvän markkinointisuunnitelman tekeminen sekä mahdollisten julkaisukanavien perusteellinen tutkiminen. Oman julkaisukanavansa löytäminen vie kullakin aikansa. Mutta aivotyötä helpottamaan olen kirjannut muutamia omia mietteitäni ylös, joita kannattaa pitää mielessä kanavaa etsiessä. Teen tämän tarkasteluna siitä, miten itse lähdän

lähestymään oman kirjani julkaisutapaa, sekä visiota omasta urastani. Opinnäytetyössäni olen soveltanut ja käyttänyt apunani Philip Kotlerin neljän p:n mallia; product, tuote eli tässä tapauksessa e-kirja, price eli hinnoittelu, place eli julkaisukanava sekä promotion eli markkinointi. Toivon, että tästä opinnäytetyöstä on apua aloittelevalle kirjailijalle niin kuin sen kirjoittamisesta on ollut apua minulle.

Opinnäytetyön liitteeksi olen kiinnittänyt kirjoituskilpailuun osallistuneen teokseni.

## 2 E-kirja yleisesti

E-kirjasta käytetään useita eri termiä, jotka kaikki tarkoittavat yhtä ja samaa asiaa. Termejä ovat muun muassa sähköinen kirja, e-kirja, sähkökirja, digitaalinen kirja tai elektroninen kirja. (Sähkökirjat tutuiksi 2016.)

E-kirja on käytännössä ladattava tiedosto. Ne eivät tarvitse paperia eivätkä kuljettamista, jotta niitä voi lukea. Kirjan lukemiseksi tarvitaan kuitenkin erillinen laite, kuten esimerkiksi tietokone, tabletti, älypuhelin tai erikseen valmistettu lukulaite. (Mikä on e-kirja, n.d.) Vaikka e-kirja onkin luettavista eri päätelaitteelta, e-kirjoille suunnitellut lukulaitteet luovat lukukokemuksesta mahdollisimman miellyttävän. Esimerkiksi laitteen virran kulutus on yritetty minimoida, ja näytön valo- ja väriominaisuudet on yritetty tehdä mahdollisimman silmäystävällisiksi. Kirjoja laitteille saa niin paljon, kuin laitteen muisti antaa sinne ladata. Koko e-kirjasto kulkeekin siis jatkuvasti mukana, kunhan vain oikea laite on mukana. (Mattila, n.d.)

E-kirjojen valikoimaa yritetään kehittää laajemmaksi ja lukijoita houkuttelevaksi kustantajien, kirjakauppioiden ja laitetoimittajien toimesta. Lukioden kiinnostus kasvaa ja ennakkoluulot hälvenevät hiljalleen, mutta vie kuitenkin jonkin aikaa, ennen kuin kuluttajat ottavat sen omakseen. (Ekholm & Repo 2010, 111.)

E-kirjan fontin kokoa voi tarvittaessa säätää isommaksi tai pienemmäksi. Tämä on suuri plussa huononäköisiä lukijoita ajatellen. Kirjan sivuille voi lisäksi tehdä omia merkintöjä, jotka voi pyyhkiä pois muutamalla painalluksella. Muitakin hyödyllisiä ominaisuuksia löytyy esimerkiksi Amazonin Kindlellä on ominaisuus nimeltä ”Word Wise”, joka antaa englantia ”ei äidinkielenään puhuville” mahdollisuuden saada uuden sanan selityksen englanniksi painamalla kyseistä sanaa. E-kirja tarjoaa siis lukijalleen tavan kustomoida kirjasta itselleen sopivan.

E-kirja ei kilpaile samoilla ominaisuuksilla painetun kirjan kanssa, siinä ei ole tuoksua, siinä ei ole varsinaista kantta eikä suurikaan kirja tunnu kädessä painavalta. E-kirja halutaan sen nopeuden, helpon kuljetettavuuden ja nopean tiedon saannin vuoksi. Se ei jää mieleen samalla tavalla kuin painettu kirja, mutta voi tuottaa lukijalle samoja mielihyvän tunteita. (Ekholm & Repo 2010, 106-107.)

E-kirjojen suosio on kasvanut hitaasti Suomessa, mutta niiden määrä kasvaa koko ajan. Sähkökirjoja voi ostaa verkkokirjakaupoista. E-kirjakauppoja löytyy maailmalta paljon. Suomessa e-kirjakauppoja on vielä suhteellisen vähän. Ulkomaisia, sähkökirjakauppoja ovat muun muassa

Amazon, Barnes&Noble, eBooks, Waterstones ja Ellibs. Suomalaisia e-kirjakauppoja muun muassa Suomalaisella Kirjakaupalla, sekä Elisa Kirjalla. Sähkökirjakauppojen määrä kasvaa koko ajan. (Sähkökirjat tutuiksi 2016.)

Akateeminen kirjakauppa aloitti suomalaisista kirja-alan toimijoista ensimmäisenä e-kirjojen myynnin. Aktiivisena tulokkaana markkinoilla on ollut Elisa, jonka kirjapalvelusta on ladattavissa runsaasti e-kirjoja. Omakustantamisen vaikuttaa nopealla tutkimisella olevan helppoa ja maksutonta. Teoksen käsikirjoitus muokataan tiettyyn formaattiin ja kokoon sivustolle vietäessä. Osaamattomille tarjotaan maksullista taittoa. Kansien kanssa täytyy olla tarkkana, koska niille on määritelty mittasuhteet ja tallennusmuodot. Mikäli kansi ei ole valmiina, voi sellaisen tilata maksua vastaan.

Kirjoihin liittyy vahvasti käsinkosketeltavuuden elementti. Kirjan voi esimerkiksi ottaa käteen, siinä on omanlaisensa tuoksu ja sen voi laittaa näyttävästi hyllyyn. Tietokoneessa sijaitsevalta kirjalta puuttuvat kaikki nämä ominaisuudet. Sitä ei oikeasti ole olemassa kuin ykkösinä ja nollina käytössä olevan laitteen muistissa. (Paavonheimo 2006, 46.)

Kirjoittajan kannalta e-kirjojen tärkein valtti on helppo julkaisualusta. Perinteisen kirjan kanssa on ensin löydettävä kustantaja ja se voi olla aloittelevalle kirjailijalle vaikeampaa. E-kirjan julkaiseminen on ainakin periaatteessa helpompaa. (Paavonheimo 2006, 67.)

Haittapuolia löytyy myös. Lukulaitteet rasittavat silmiä kaikista ominaisuuksista huolimatta, ja kirjaa ei voi kosketella käsin sen ollessa virtuaalisesti laitteella. Perinteinen painettu kirja on haluttu esine ja tekniikka ei saavuta välttämättä suurta yleisöä toivotulla tavalla. E-kirjoja on paljon ja oma teos vaatii paljon markkinointia, jottei se huku e-kirjojen suureen massaan. Sähköisten kirjojen lainaaminen ystäville on haastavaa ja oikeastaan miltei mahdotonta.

Sähköisessä muodossa olevat kirjat vievät hyvin vähän fyysistä tilaa ja kulkevat mukana, minne ikinä meneekin. Ostettaessa niistä ei erikseen tarvitse maksaa postimaksuja tai muitakaan toimituskuluja. Kirjailijoille e-kirjojen kustantaminen on helppoa ja niiden julkaisemisesta ei synny suuria kuluja. E-kirjoilla on näin ollen kilpailukykyinen hinta paperisiin verrattuna sekä kustantajan ei tarvitse ottaa niin suurta taloudellista riskiä, kuin painetun kirjan kanssa. Mikä taas mahdollistaa erilaisten kirjallisuuslajien paremman esille pääsyn.



### 3 E-kirjan julkaisu

E-kirjan julkaisuun on nykyään monia eri teitä. Tiet eroavat jokaisella kirjailijalla hiukan ja lähtökohtaisesti valittavana on joko kustannusyhtiö tai omakustantaminen. E-kirjat ovat alentaneet omakustantamisen kynnystä ja lisänneet omakustanteiden julkaisua. Omakustantaminen on kuitenkin luonut omat haasteensa kirjailijoille, muun muassa markkinoinnin opettelussa.

#### 3.1 Kustannusprosessin eri tiet

Valmiin teoksen kustantamisesta voidaan puhua myös julkaisuprosessina. Kirjan julkaisuun on nykyään monia eri reittejä. Aiemmin oman teoksen julkaisuun on tarvittu kustannusyhtiön kiinnostuminen teoksen käsikirjoituksesta. Monet yhtiöt saavat kuitenkin käsiinsä satoja käsikirjoituksia ja vain murto-osa niistä pääsee painoon asti. käsikirjoituksista kaikki luetaan kustannustoimittajan toimesta. Kustannustoimittaja arvioi ja miettii, onko käsikirjoituksessa potentiaalia julkaisuun. Suuri osa käsikirjoituksista hylätään. Esimerkiksi kustannusyhtiö Kvalitille lähetetään vuosittain suuri määrä käsikirjoituksia, joista julkaisuun pääsee 10-15 teosta. Tämä on Kvalitin mukaan alle 1% kaikista teoksista. (Kustantamo Kvaliti - etusivu, 2020.)

Kustantamot ovat liikeyrityksiä, joiden tehtävänä on hankkia, painaa ja markkinoida kirjailijoiden ja muiden kirjantekijöiden teoksia. Kustantamisesta syntyviä tuotteita ovat kaunokirjat tai tietokirjallisuuden kirjat, sarjakuvat ja oppikirjat. Tuotteita on perinteisen, painetun kirjan lisäksi myös sähköisessä muodossa. Kustannustoimintaan kuuluvat kustantamot, kirjapainot, kirjavälitys, kirjakaupat sekä kirjastolaitos, yhdessä monien muiden toimijoiden kanssa. Lisäksi kustantamon tehtävä on löytää lukijoita kirjoille, samoin kuin auttaa markkinoinnissa ja julkaisussa. Kirjalle on löydettävä paikka markkinoilta. (Kustannusala, n.d.)

Kustannustoimittaja tekee päätöksen omilla sekä kustantamon asettamilla kriteereillä. Sen tekeminen on vaikeaa. Kirjailijalle kustannuspäätös on lupaus kirjan kustantamisesta sekä luottamuksellisen suhteen alkamisesta kustannustoimittajan kanssa. (Makkonen 2004.)

Kustantamot voidaan määritellä julkaistujen kirjojen lukumäärän perusteella suuriin ja keskisuuriin kustantajiin sekä pienkustantajiin. Yleisesti ottaen pienkustantajat ovat erikoistuneet tietyn kirjallisuuslajin julkaisuun, kun taas suuremmat kustantamot voivat julkaista

kirjoja eri genreistä. Etuna pienkustantamoilla on tietyn genren tarkka tuntemus, joka helpottaa esimerkiksi markkinoinnissa. (Ammattinetti 2006.)

Omakustantaminen tarkoittaa kirjailijaa, joka kustantaa oman teoksensa. Omakustantajana kirjailija tekee lähes kaiken työn itse aina teoksensa jatkokehittelystä markkinoinnin suunnitteluun ja toteuttamiseen. Itse tehtynä kustantamisessa on otettava huomattavasti enemmän asioita huomioon kuin kustantajan kanssa toimiessa. Käytännön ja talouden vastuu on kirjailijalla omakustannettuna täysin itsellään. Kirjan julkaiseminen tällä tavoin vaatii siis järjestelmällisyyttä ja kärsivällisyyttä.

Omakustanteinen ja kustantamon kustannusprosessi kuitenkin etenee suunnilleen samalla tavalla. Ensin täytyy olla idea ja kohderyhmä. Peruskysymysten jälkeen on mietittävä, miten tehdään käytännössä. Tarjotaanko käsikirjoitusta kustantamolle vai lähteekö kirjailija kustantamaan teostaan itse. Usein kustantamoita on hyvä vertailla keskenään ja etsiä omalle genrelleen paras kustantaja. Suuret kustantajat kehottavatkin kirjailijoita tarjoamaan käsikirjoitustaan muillekin.

Julkaisuprosessi on nopeampi omakustanteena tehtynä etenkin kun se on hyvin suunniteltu etukäteen. Teknisesti prosessi ei juurikaan eroa omakustanteena tai kustantamon kautta tehtynä. Työmäärässä on kuitenkin suuri ero. Itse kustannettuna kirjailijan on kiinnitettävä erityistä huomiota kirjansa kohderyhmän valintaan sekä kirjan myyntihinnan määrittelyyn. Suurin osa markkinoinnista jää myös kirjailijan omalle vastuulle. Lisäksi markkinoinnissa täytyy ottaa tarkasti huomioon kirjan ulkoasu, jonka suunnittelu on hyvä aloittaa jo varhaisessa vaiheessa. Osuva nimi ja huoliteltu ulkoasu ovat erinomaisia keinoja saamaan asiakkaan huomio kirjakaupassa.

Kirjailija voi löytää itselleen avuksi asiantuntijoita työn eri vaiheisiin. Taloudellisesti julkaiseminen on kustantamoiden kautta kannattavampaa ja kustantamoiden jakelukanavat ovat jo valmiina. Kirjailijan on kuitenkin vaikea saada käsikirjoitustaan läpi, jos teos ei ole best-seller-ainesta. Suurilla kustannusyhtiöillä on henkilökohtainen markkinointiosasto, joka hoitaa kirjan mainonnan, ja joka arvioi kirjan menestymismahdollisuudet. (Ruonala, 2015.)

Kirjan kustannussopimus on kirjailijan tärkein sopimus. Kustannussopimus tehdään aina kirjallisesti ja sen ehtoihin tulee tutustua huolellisesti. Kustannussopimuksella on sopimusten joukossa erityinen luonne, koska sen kohteena on taiteellinen teos. Kustannussopimuksella kirjailija antaa kustantajalle oikeuden painaa ja julkaista kirjoittamansa teoksen. Kirjailijan ja kustantajan välinen sopimussuhde perustuu luottamukseen. (Suomen Kirjailijaliitto, n.d.)

Kustantamot toimivatkin aikaisemmin kirjallisuuden laadunvartijoina, mutta nykyään edullisen omakustantamisen aikana kuka tahansa voi julkaista kirjan. Tämä tarkoittaa myös sitä, että osa omakustanteista on keskeneräisiä, toimimattomia tai yksinkertaisesti huonosti kirjoitettuja. Joidenkin omakustanteiden kohdalla aikaa teoksen työstämiseen olisi tarvittu enemmän. Kustannustoimittaja hillitsee kirjoittajaa, ettei kirjaa tuotetaan liian nopeasti, ilman tarvittavia tarkastuksia. Joskus omakustanteiden suuresta massasta nousee kuitenkin menestyjiä. Esimerkiksi Fifty Shades of Grey julkaistiin alun perin omakustanteena ja suomalaisesta kirjallisuudesta Juha Vuorisen ”Juoppohullun päiväkirja” on alun perin julkaistu internetissä.

Omakustanteisena kirjailijalla on enemmän taiteellista vastuuta ja vapautta, esimerkiksi kirjan kannen kuvituksessa ja markkinoinnissa voi käyttää erilaisia luovia menetelmiä. Prosessi kirjan kirjoittamisesta julkaisuun on nykyään nopeampaa, kun e-kirjat tarjoavat erittäin kattavan julkaisu mahdollisuudet. Kirjailijoilla on myös mahdollisuus hakea avustusta valtiolta tai kirjailijaliiton kautta.

### 3.2 Hinnoittelu

Kirjakaupassa myynnissä olevan kustantamon julkaiseman kirjan hinta jakaantuu pääpiirteittäin seuraavalla tavalla: arvonlisävero kymmenen prosenttia, kirjakauppa 30-40 prosenttia, kustantaja 10-20 prosenttia, paino 10-20 prosenttia, kirjoittaja 15-25 prosenttia, tukku- ja rahti- ja muut kulut 5-10 prosenttia kirjasta, kirjakaupasta, kustantajasta ja kirjapainosta riippuen. (Savola 2014, 59.)

Palkoista noin puolet menee työn sivukuluihin. Kirjailija maksaa omat lakisääteiset eläkemaksunsa, työterveyshuoltonsa, vakuutuksensa sekä työssään tarvitsemansa laitteet ja ohjelmistot, työhuoneensa kulut, puhelin- ja tietoliikennekulunsa sekä oman kirjanpitosensa. Kaikki tämä on laskettava mukaan palkkioihin. (Kirjailijaliitto n.d.)

Omakustantaja päättää kirjan hinnasta itse, mutta hänen nimensä ei ole tunnettu ja lukijakunta täytyy rakentaa alusta alkaen. Edullisella hinnoittelulla lukijoille annetaan paremmat mahdollisuudet löytää teos ja madalletaan heidän ostokynnystään. Alhainen hinta ei tarkoita huonoa kirjaa, mutta liian kallis hinta karkottaisi mahdollisetkin lukijat ja kirja jäisi ostamatta.

## 4 Julkaisukanavat

Julkaisukanavan valinta saattaa olla haastavaa. Eri sivustoilla on omanlaisensa hyödyt ja haitat ja oikeaa valintaa julkaisukanavan valinnalla ei ole. Jotkin sivustot tarjoavat suoraan ohjeita kirjan julkaisuun, markkinointiin ja kirjoittamiseen. Tutkin ja vertailin kolmea eri nettisivustoa BoD:ia, Ellibsiä ja Amazonin Kindlestorea, jotka kaikki tarjoavat kirjalle erilaisia ohjeita.

### 4.1 BoD

BoD:in eli Books on Demand perustettiin Saksassa vuonna 1997, kun kirjatukku Libri kehitti saman nimisen konseptin. Ajatuksena silloin, niin kuin nykyäänkin, oli madaltaa kustantamoiden investointiriskiä hyödyntämällä uutta digitaalipainoteknologiaa. Liikeideana on siis pienkustannekirjojen julkaisu ja kirjat painetaan tarpeen mukaan. Suomeen BoD laajensi toimintansa vuonna 2007. BoD:in tietokannassa oli vuonna 2019 yli 4 miljoonaa painovalmista teosta, ja näitä teoksia myyvät verkkokaupoissaan ADlibris, Cdon, Booky ja lisäksi Akateeminen- ja Suomalainen kirjakauppa. Lisäksi BoD:in kautta on mahdollista valita myös kansainvälinen myynti, jolloin saavutetaan englanninkieliset markkinat. E-kirjoja myyvät mm. Elisa, Amazon, Google Play, Kobo ja Applen iBookstore. BoD tarjoaa kolmesta vertailtavasta laajimman ja monipuolisimman myyntiverkoston. (BoD - Books on Demand GmbH, n.d.)

Lisäksi BoD tarjoaa hyvin kattavat palvelut kirjailijoille kirjojen valmistuksesta logistiikkaan ja markkinointiin. Palvelut ovat käytännössä ladattavia tiedostoja, jotka löytävät BoDin sivuston ”ohjeita kirjailijoille” osiosta. Osiossa on viisi ohje- ja vinkkitiedostoa: Kirjailijakansio, Aloituspaketti, Easyeditor-Ohje, Markkinointi opas sekä sosiaalisen median opas. Pituudeltaan oppaat ovat 9-23 sivua pitkiä ja ne ovat helppolukuisia. Kirjan julkaisun jälkeen kirjailija voi tilata markkinointipalvelut tukemaan teoksen mainontaa. (BoD - Books on Demand, n.d)

Omat myyntiluvut on myös mahdollista nähdä myBoD-käyttäjätilillä. Kirjailija saa valita ei sitovan tai sitovan ohjevähittäishinnan BoDin antamista hintavaihtoehtoista e-kirjalleen eli kirjailijalla ei aivan täyttä vapautta ole hinnoitellessaan e-kirjaansa. BoD ottaa suhteellisen korkean palkkion itselleen kirjan myyntituotoista (30 prosenttia), mutta toisaalta BoDin-palvelut ovat monipuoliset ja laajat. BoD:in palvelut sopivat omakustannekirjailijoille, jotka haluavat täyden palvelun paketin julkaistavalleen e-kirjalle ja niille joille e-kirjojen maailma on ennestään vieras. Palveluihin voi halutessaan saada maksua vastaan esimerkiksi kannen taiton, kuvituksen,

käännöspalvelun, oikoluvun, kustannustoimituksen, kuvien skannauksen, käsikirjoituksen skannauksen, tekstin tuoton ja käsikirjoituksen tarkastuksen. (BoD - Books on Demand, n.d)

#### 4.2 Ellibs

Ellibs Oy on kotimainen, Lingsoft-konsernin osana toimiva e-kirjojen myyntiin, markkinointiin ja teknologiaan erikoistunut yritys. Ellibs tarjoaa asiakkailleen automatisoituja elektroniseen julkaisuun sekä aineistojen hallintaan liittyviä palveluja. Ellibsin yhteistyökumppaneina toimii lukuisia tietokirjojen julkaisijoita, kirjastoja ja yrityksiä niin Suomessa kuin muuallakin Euroopassa.

Ellibs tarjoaa yrityksille ja muille organisaatioille oman eKirjahyllyn, josta kirjoja voidaan lainata esimerkiksi kirjastojen asiakkaille, ja organisaation jäsenille. Palvelun käyttöön ei tarvita käyttäjien omia järjestelmiä tai käytettyjä palvelimia. Kirjastoille on myös omat palvelut, joihin kuuluvat ainakin e-kirjojen tilauspalvelu, lainausjärjestelmä, tilastointi- ja raportointi palvelu sekä asiakaskohtaiset räätälöidyt kirjastopalvelut. Palvelut saadaan käyttöön maksamalla käyttöönottomaksu, joka sisältää järjestelmän asennuksen ja tuen. Tämän jälkeen palvelusta peritään vuosimaksu. (Ellibs E-kirjakauppa, n.d.)

Kirjailijoille Ellibsilä on omat, hyvin yksityiskohtaiset ohjeet. Ohjeissa käydään läpi missä muodossa tiedostot pitää lähettää, miten tiedosto tulee nimetä sekä tiedoston suositeltu. Kirjan kansikuvan täytyy olla JPEG- tai PNG – muodossa ja sen tarkkuus asetukset on lueteltu erikseen. Itse kirjan tietoihin on saatavilla ladattava Excel-mallisivusto, johon täytetään sähköinen ja paperinen ISBN-tunnus, kirjan tekijän tai tekijöiden tiedot, kustantaja, kirjasarjan nimi, mikäli sellainen on, julkaisijan yksikkö, julkaisuvuosi, painos, kieli on ilmoitettava kahden kirjaimen koodilla (esimerkiksi englantia en, suomi fi), sivumäärä, asiasanat, esittelyteksti sekä hinta arvonlisäveron kanssa ja ilman. (Ellibs E-kirjakauppa, n.d.)

#### 4.3 Amazon Kindlestore

Amerikkalaisen verkkokauppa Amazonin E-kirja palvelussa, Kindlestoressa, voi julkaista omakustanteisesti valmiita kirjoja. "Kun olet ladannut kirjasi, kannattaa saada mahdollisimman moni ystävästäsi, perheen jäsenistäsi ja kontakteistasi antamaan kirjallasi arvostelut, viidellä

tähdellä tietenkin. Näin saat mahdollisimman paljon huomiota kirjallisesi arvioiden ja suositusten myötä.” (Ford, 25.1.2018)

Kindlestore tarjoaa hyvät lähtökohdat aloittelevalle kirjailijalle omilla nettisivuillaan, jossa käydään läpi askel askeleelta, kuinka julkaisu tapahtuu. Käytännössä nettisivuilla on seitsemän kohtaa E-kirjan julkaisua varten:

- Valmistele käsikirjoitus ja kansi. (Tähän löytyy erilliset työkalut.)
- Pidä huoli, että kirjan sisältö vastaa yhteisön sääntöjä.
- Käytä Amazon tiliäsi ja kirjaudu Kindlestoren suoranjulkaisun palveluun (Kindle Direct Publishing, KDP) tai tee tili kyseiseen palveluun.
- Varmista että selaimesi on päivitetty.
- Mene KDP:n kirjahyllyn osioon “Create a new title” ja klikkaa “+Kindle E-book”
- Lisää kirjan informaatio muun muassa: Yksityiskohdat, sisältö ja hinnoittelu
- Tämän jälkeen klikkaa “Publish your Kindle ebook”, (julkaise Kindlen e-kirjasi) (Amazon, n.d.)

Paperiversion julkaisun kohdalla ei ole huomattavia eroja. Amazon saakin kirjan julkaisun kuulostamaan erittäin yksinkertaiselta. Kirjan markkinointi jää kuitenkin kirjailijan omalle vastuulle.

Haastetta Amazonissa toimiessa luo, että tietoa siitä, tarvitseeko esimerkiksi suomalainen yhdysvaltalaisen verotunnuksen vai ei, ei löydy helposti. Lyhyen tutkimuksen jälkeen tietoa kuitenkin löytyy seuraavalla tavalla: Mikäli kirjailijan maalla on tulovero-sopimus Yhdysvaltojen kanssa ja kyseinen maa antaa kansalaiselleen verotunnuksen, voi tätä verotunnusta käyttää lomakkeessa 1042-S, joka on vierasmaalaisten tuloverolomake. Suomella ja Yhdysvalloilla, on tuloveroon liittyen sopimus, joten ulkomaalaista verotunnusta ei tarvita, vaan kirjailija voi käyttää suomalaista verotunnustaan tätä lomaketta täyttäessä. (Finland - Tax Treaty Documents, n.d.)

Lomake 1042-S:

Form <b>1042-S</b>		Foreign Person's U.S. Source Income Subject to Withholding			2015		OMB No. 1545-0096	
Department of the Treasury Internal Revenue Service		Information about Form 1042-S and its separate instructions is at <a href="http://www.irs.gov/form1042s">www.irs.gov/form1042s</a> .			PRO-RATA BASIS REPORTING		Copy A for Internal Revenue Service	
		AMENDED						
1 Income code	2 Gross income	3 Chap. 3: <input type="checkbox"/>	4 Chap. 4: <input type="checkbox"/>	5 Withholding allowance		6 Net income		
		3a Exemption code	4a Exemption code			Check if tax not deposited with IRS pursuant to escrow procedure <input type="checkbox"/>		
		3b Tax rate	4b Tax rate	7 Federal tax withheld				
8 Tax withheld by other agents				9 Tax paid by withholding agent				
10 Total withholding credit				11 Amount repaid to recipient				
12a Withholding agent's EIN		12b Ch. 3 status code	12c Ch. 4 status code	14a Primary Withholding Agent's Name (if applicable)				
				14b Primary Withholding Agent's EIN				
12d Withholding agent's name				15a Intermediary or flow-through entity's EIN, if any		15b Ch. 3 status code	15c Ch. 4 status code	
12e Withholding agent's Global Intermediary Identification Number (GIIN)				15d Intermediary or flow-through entity's name				
12f Country code	12g Foreign taxpayer identification number, if any			15e Intermediary or flow-through entity's GIIN				
12h Address (number and street)				15f Country code	15g Foreign tax identification number, if any			
12i City or town, state or province, country, ZIP or foreign postal code				15h Address (number and street)				
13a Recipient's U.S. TIN, if any				15i City or town, state or province, country, ZIP or foreign postal code				
13b Ch. 3 status code		13c Ch. 4 status code			13h Recipient's GIIN		13i Recipient's foreign tax identification number, if any	
13d Recipient's name		13e Recipient's country code			16 Recipient's account number		17 Recipient's date of birth	
13f Address (number and street)				18 Payer's name		19 Payer's TIN	20 Payer's GIIN	
13g City or town, state or province, country, ZIP or foreign postal code				21 State income tax withheld		22 Payer's state tax no.	23 Name of state	

For Privacy Act and Paperwork Reduction Act Notice, see instructions. Cat. No. 11386R Form **1042-S** (2015)

Kuvio 1. Yhdysvaltojen verotunnuslomake 1042-S

Amazonista julkaistu teos saa oman tunnuksensa, mutta olisi hyvä hankkia ISBN, eli International Standard Book Number- tunnus. ISBN-tunnuksesta selviää mistä maasta kirja on, ketä ovat julkaisija ja kustantaja sekä tarkistusmerkki. Ennen kuin kyseistä tunnusta voi hakea Suomen kansalliskirjastolta, täytyy täyttää liittymislomake ISBN- ja ISMN- järjestelmään. Molemmat löytyvät Kansalliskirjaston nettisivuilta. E-kirjalla ja paperikantisella on eri ISBN-numerot, joten lisätessä niitä Amazoniin kannattaa olla tarkkana.

#### 4.4 Yhteenveto

Kaikissa sivustoissa on hyvät ja huonot puolensa. BoD tarjoaa erittäin hyvät puitteet aloittelevalle kirjailijalle. Ohjeet ovat kattavat sekä helppo löytää ja ladata sivustolta. Lisäksi Bod:in sivuilta löytyy ohjeet kirjan hinnoitteluun liittyen. Tämä on erinomainen lisäys ottaen huomioon, että moni aloitteleva kirjoittaja saattaa menettää lukijoita, mikäli on hinnoitellut kirjansa liian kalliiksi. Mikäli kirja maksaa vain muutaman euron, voi kynnys ostamiseen madaltua, mutta silloin tulot jäävät pieniksi. BoD on erinomaisesti verkostoitunut yritys, jonka kautta kirjaa voi levittää erittäin laajalle, esimerkiksi Amazoniin.

Ellibs on kattava yritys, jolla on myös yhteyksiä Euroopassa asti. Sen kautta voi kirjailija saada teoksensa julkaistua Suomen kattavimmassa E-kirjakaupassa: Elisa kirjassa. Ellibs tarjoaa melko niukat ohjeet kirjailijalle kirjan julkaisun jälkitoimiin, eli markkinointiin ja myynnin edistämiseen. Mikäli teos on todella hyvä käyttävät kirjakaupat ja kustantajat markkinointiin varoiaan. Kirjailijan on kuitenkin hyvä valmistautua joka tapauksessa itsekin markkinoimaan teoksiaan.

Amazon antaa kirjan julkaisijalle hyvät melko ohjeet siitä, kuinka toimia Yhdysvaltain ulkopuolelta käsin. Se avustaa myös kirjailijaa antamalla ohjeita markkinointiin sekä apuja esimerkiksi tarvittaviin verotietoihin.

#### 4.5 Julkaisukanavan päättäminen

Valmiin teoksen jälkeen, oli se sitten kirjoitettu kokonaan paperille tai tiedostona tietokoneella on päätettävä, lähdetäänkö teosta julkaisemaan omakustanteisesti vai lähetetäänkö se kustannusyhtiölle. Pitää siis päättää haluaako kirjan julkaista e-kirjana vai painattaa paperisena.

Aloittelevalle kirjailijalle omakustantaminen on usein helpompi vaihtoehto kuin käsikirjoituksen saaminen kustantajalle. Etenkin, jos haluaa kirjan nopeasti markkinoille. Mitä omalta julkaisukanavalta sitten pitää hakea? Itse lähtisin liikkeelle siitä, miten selkeät ohjeet ja miten hyvät jatkumahdollisuudet julkaisukanava tarjoaa. Selkeät ohjeet mitä tehdä ennen julkaisua ja julkaisun jälkeen, auttavat aloittelevaa kirjailijaa huomattavasti paremmin kuin mitä itse kokeilemalla saa selvitettyä.



## 5 Markkinointi

Markkinointi on kirjailijalle tärkeä osa teoksen myyntiä ajatellen. Markkinoinnin tarkoituksena on houkutella uusia lukijoita, ja pitää yllä suhteita vanhoihin lukijoihin. Mitä paremmat markkinointikeinot kirjailijalla on käytössään, sitä laajemmalle teos leviää ja sitä paremmin ihmiset tietävät teoksesta.

### 5.1 Markkinoinnin suunnittelu

Markkinoinnin voi jakaa kahteen osaan: strategiseen ja operatiiviseen suunnitteluun. Strategista suunnittelua käytetään pitkän aikavälin tavoitteissa, eli noin 3–5 vuoden aikana tapahtuvissa asioissa. Sen sijaan operatiivista suunnittelua käytetään lyhyemmällä aikavälillä ja se voi olla joko kuukausi-, kausi- tai vuosisuunnittelua. (Raatikainen 2008, 58–59.)

Strategisen suunnitteluun kuuluu esimerkiksi asiakasryhmien segmentoiminen, markkinointistrategian suunnittelu ja pitkän aikavälin tavoitteiden asettaminen. Operatiiviseen suunnitteluun kuuluu toiminnan suunnittelu, toteutus ja tulosten seuranta. Strategisen ja operatiivisen suunnittelun apuna, voidaan hyödyntää esimerkiksi Philip Kotlerin neljän p:n mallia. Neljä p:tä ovat product (tuote), price (hinta), place (jakelukanavat), promotion (markkinointi). Aloittelevalle kirjailijalle tuote on hänen ensimmäinen kirjansa, jolle täytyy miettiä sopiva hinta, etsiä oikeat jakelukanavat ja päättää miten markkinoinnin suunnittelu toteutetaan.

Markkinoinnin perusajatuksena on houkutella uusia asiakkaita ja ylläpitää ja sitouttaa jo olemassa olevia asiakassuhteita samalla vaikuttanen tuotteen tai palvelun myyntiin. (Kotler & Armstrong 2014, 26.)

Strateginen suunnittelu tarkoittaa visioiden luomista ja niiden mukaan toimimista. Strategisen suunnittelun pohjana on määrittää yrityksen toiminnan painopistealueet ja kehittää niitä kilpailukyvyyn saavuttamiseksi. Strateginen suunnittelu kuuluu yrityksen johdon tehtäviin. Sen tulee selvittää visioimensa toimien kannattavuus sekä huolehtia siitä, että tulee tehneeksi yrityksen toiminnan kannalta oikeita asioita. Hyvät strategit ymmärtävät sekä kokonaisuudet, että erilliset osat ja myös niiden väliset yhteydet. Lisäksi yhteistyö eri tahojen kanssa ja

kumppanuus hyvien toimijoiden kanssa ovat tärkeä osa yrityksen strategista suunnittelua. (Raatikainen 2008, 58–59.)

Kirjailija on monella tapaa kuin yrittäjä. Molemmilla on jokin visio tuotteesta tai palvelusta, jonka haluaa myydä asiakkailleen. Kirjailija on oman yrityksensä johtaja ja tekee päätökset oman, tarkan visionsa näkökulmasta. Kirjailijan täytyy päättää kustantaako kirjan itse vai lähettääkö käsikirjoituksen kustantajalle. Omakustanteisen tien valitessaan tulee kirjailijalle tärkeäksi suunnitella markkinointi hyvin etukäteen. Ensimmäinen markkinointisuunnitelma pitää aina tehdä aloittelevana kirjailijana tarkasti. Vie oman aikansa, että kirjailija oppii tuntemaan mitä lukija haluaa.

Markkinointisuunnitelma on markkinoinnin professori Philip Kotlerin sanoin ”taistelusuunnitelma”, ja sen tarkoituksena on voittaa ”sota”, ennen kuin yhtään taistelua on käyty. Tätä suunnitelmaa tulee päivittää jatkuvasti, mutta sen tekemiseen ei ole yhtä oikeaa tapaa. Tärkeintä on kuitenkin aloittaa keskittymällä omaan liiketoimintaan, strategiaan ja tavoitteeseen. (Puranen, 2018.)

Käytännössä markkinointisuunnitelmassa analysoidaan lähtötilanne, tutkitaan markkinoiden tilannetta, segmentoidaan asiakkaat, asetetaan tavoitteet ja päätetään markkinointistrategia eli miten tavoitteeseen aiotaan päästä. Tämän jälkeen tehdään toimintasuunnitelma ja toteutetaan se. Toteutuksen jälkeen seurataan millaisia tuloksia saatiin ja tulosten pohjalta voidaan alkaa tekemään uutta analyysiä. Kirjailijalla ja yrittäjällä analyysien tekeminen on hiukan erilainen prosessi. Kirjailija voi esimerkiksi tarkastella kuinka ja miten usein kilpailijat markkinoivat sekä mitä markkinointikanavia he käyttävät, mikäli kilpailijat ovat sosiaalisessa mediassa, mistä he puhuvat ja millaista sisältöä he tuottavat. Lisäksi kilpailijoiden kirjallisuutta tarkastellessa saadaan, selville mistä kaikista aiheista heillä on kirjoja. Näin voidaan välttyä esimerkiksi tekijänoikeuksien loukkaamiselta. Tärkeimpänä suunnitelman tehdessä on analysoida ketä ovat kirjan mahdolliset lukijat, ja miten heidät saisi tietoiseksi uudesta teoksesta. (Puranen, 2018.)

Kohderyhmän määrittely pitää sisällään asiakkaiden segmentoinnin, arvioinnin ja tavoiteltavan segmentin valinnan. Asiakkaiden segmentoinnissa voi käyttää monia eri kriteereitä: esimerkiksi demografisia tietoja, tarpeita, arvoja ja elämäntyytlejä. Segmentointien arvioinnin tarkoitus on priorisoida tärkeimmät kohderyhmät ja lopulta valita niistä sellaiset, joita lähdetään tavoittelemaan. (Dodson 2016, 339-340; Lee & Kotler 2016, 128-129.)

Lähtökohtien määrittelyn jälkeen valitaan käytettävät kanavat ja luodaan tarkka toimintasuunnitelma. Toimintasuunnitelmassa päätetään, mitä markkinoidaan, milloin markkinoidaan, kuinka paljon, miten ja missä kanavassa viestiä halutaan levittää. Kanavien valinnan perusteella luodaan sisältösuunnitelma. (Dodson 2016, 193; Lee & Kotler 2016, 477.)

Markkinointisuunnitelma ei ole kirjailijalle kokonaisuudessaan pakollinen, mutta sen tekeminen ennen ensimmäisen teoksen julkaisua on suositeltavaa. Näin voidaan miettiä, keitä lukijoihin mahdollisesti kuuluu ja arvioidaan pitkän tähtäimen tavoitteet. Käytännössä tärkeämpää kirjailijalle voi kuitenkin olla panostus markkinointiin ja näkyvyyteen. Markkinoinnin suunnittelu on hyvä tehdä hyvin ennen julkaisua, ja sen tulisi jatkua vielä pitkälle julkaisun jälkeenkin. Eli omakustanteisen kirjailijan tulisi panostaa markkinoinnin operatiiviseen suunnitteluun.

Mikäli kustantaja hyväksyy kirjailijan käsikirjoituksen julkaistavaksi, huolehtii tämä myös kirjaan liittyvästä viestinnästä ja markkinoinnista sekä yhteydenpidosta jälleenmyyntiin. Kustantaja kantaa taloudellisen vastuun kirjasta ja hoitaa hinnoittelun, myynnin sekä jakelun. (Suomen Kustannusyhdistys, 2016.)

## 5.2 Sosiaalisen median hyödyntäminen

Sosiaalisella medialla on kolme eri tyyppiä: ansaittu media, jolla tarkoitetaan kaikkea ilmaista julkisuutta, joka on saavutettu markkinoinnin ja mainonnan kautta. Omistettu media, joka on julkaisijan hallinnoima kanava ja jonka kautta yrittäjä tai yritys voi hallita viestintää kokonaisvaltaisesti. Esimerkiksi yritysten blogit ovat tällaisia kanavia. Maksettu media, joka tarkoittaa maksettua mainontaa ja markkinointia, ja joka tuo kävijöitä yrityksen tai yrittäjän sivuille, tai muuten vain edistävät tuotteiden tai palveluiden myyntiä. Tällaista mediaa on esimerkiksi maksetut Facebook-mainokset. (Dodson 2016, 156.)

Kirja-alan markkinointi on muuttunut sähköisemmäksi ja siirtynyt myös sosiaaliseen mediaan. Mutta perinteiset markkinointitavat, kuten kirjailijaesiintymiset ja messut ovat edelleen hyviä tapoja myydä kirjoja. Markkinointikanavien uudistuminen herättää kysymyksen siitä, kenelle vastuu markkinoinnista kuuluu. (Arkia, 2016.)

Kirjailijalle sosiaalisessa mediassa on melkein pakko olla. Se auttaa laajentamaan lukijakuntaa, kunhan vain kirjailijana toimii aktiivisesti yhteisöissä. Näin pystyy myös luomaan yhteyksiä niin lukijoihin, kuin muihin kirjailijoihinkin. Kirjailijana on hyvä suhtautua muihin kirjailijoihin

enemmin myönteisesti ja myös kehua heidän kirjojansa. Oikeilla verkostoilla voi olla mahdollista saada oma kirjansa näkyville myös muiden kirjailijoiden sivustoille. Verkostojen rakentaminen vie kuitenkin aikaa.

Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa ei kuitenkaan ole suoramarkkinointia, jossa yritys yrittää pakottaa palveluitaan tai tuotteitaan asiakkaalle. Sosiaalinen media perustuu sisältömarkkinointiin, jossa keskustelu on kaksisuuntaista tietojen vaihtoa. Hyvää sosiaalisen median markkinointia ovat esimerkiksi erilaiset tuotevinkit ja suositukset. (Kortesuo 2014, 52.)

Sosiaalisessa mediassa mainostamisen edellytys on tehdä se huolellisesti alusta alkaen. Tehokkaimpia tapoja markkinoida kirjaa on suunnitella kaunis ja huomion kiinnittävä kansi. Kirjan genre ja kohdeyleisö kannattaa ottaa huomioon kantta suunnitellessa. Mikäli kirja sijoittuu esimerkiksi keskiaikaan, voi kirjan kanteen sommitella ritarin, päähenkilön sukuvaakunan tai jonkin kirjan kohtausten. Facebookiin sekä Instagramiin on hyvä perustaa omat sivut, koska nämä kaksi sivustoa toimivat hyvin yhteen ja kuvien jakaminen on nopeaa. Näitä kautta hienoa kansikuvaa voi jakaa nopeasti ja laajasti. Kuvaan kannattaa liittää linkki omalle blogi sivustolle ja verkkokauppaan, josta kirja löytyy. (Sisko, 2017.)

Vaikka ulkoasun merkitys on sähkökirjojen myötä jonkin verran muuttunut, on tärkeää, että ulkoasu ja kirjan esittelytekstit puhuttelevat kohderyhmää. Parhaimmillaan ulkoasu kertoo sisällöstä oivaltavasti ja kiinnostavalla tavalla. (Menestymisen edellytykset, n.d.)

Mainostaminen Facebookissa ja Instagramissa on aloittelijaystävällistä, kun mainonnan voi kohdentaa juuri omalle asiakasryhmälleen. Kanavavalinnassa tulisikin tähdätä tunnettavuuteen, myyntiin ja näkyvyyteen. Informatiivisilla sivuilla saa tunnettavuuden kasvamaan tehokkaasti käyttämällä sivustoa aktiivisesti ja luomalla monipuolista sisältöä. Näin voi kasvattaa myös myyntiä, kunhan uskaltaa markkinoida omaa tuotetaan.

Omille kirjailijasivuille tarvitaan myös selkeät ja helpot linkit, joita seurata verkkokauppaan mistä kirjan saa ostettua. (Sisko, 2017). Näin ostopäätöstä pohtiva asiakas pääsee yhdellä klikkauksella kauppaan tarvittaessa. Tämä lisää varmasti menekkiä verkkokaupassa. Tästä syystä omien kotisivujen luominen on tärkeää ja hyödyksi kirjailijalle. Sosiaalisen median kanavia on myös valtava määrä, joten aluksi keskittyminen ja panostus yhteen tai kahteen kanavaan on suositeltavaa.

Julkaisuajankohta on myös erittäin tärkeä sosiaalisessa mediassa markkinoidessa. Etenkin mikäli haluaa menestyä. Tavoittelemasi kohdeyleisö määrittää suurilta osin julkaisuajankohtasi.

Esimerkiksi kauhukirja myy varmasti paremmin halloweenina, kuin pääsiäisenä tai juhannuksena. Omien julkaisujen kannalta on hyvä selvittää milloin lukijat viettävät aikaa internetissä. Näin saat itsellesi nopeasti näkyvyyttä. Ajoitus on tärkeä. (Sisko, 2017.)

Suositteluvuus on vahva markkinointikeino. Ihmiset luottavat paremmin toistensa mielipiteisiin ja kokemuksiin. Esimerkkinä tästä on sosiaalisen median vaikuttajien käyttäminen tuotteen mainostamisessa heidän omilla kanavillaan. Yritys voi lähettää vaikuttajalle tuotteen ja pyytään maksua vastaan tuote-arvostelun tämän omien käyttökokemusten perusteella. He voivat esimerkiksi kertoa tuotteen ominaisuuksista tai suositella tuotetta tietyille kohderyhmälle. (Korteso 2014, 51.)

Kirjailijan vahvin valtti markkinointiin on valmiista teoksesta saapuvat kirja-arvostelut. Arvosteluita voi esimerkiksi pyytää esimerkiksi bloggaajilta ja muilta vaikuttajilta. Kirjaa voi antaa journalistille arvosteltavaksi, jolloin on mahdollista päästä lehteen tai radioon. Kirja-arvosteluita muilta lukijoilta, niin hyviä kuin huonojakin, on hyvä esitellä aina silloin tällöin. Tyytyväinen lukija suosittelee kirjoja myös ystävilleen ja tuttavilleen.

## 6 Kirjojen myyntitilastot

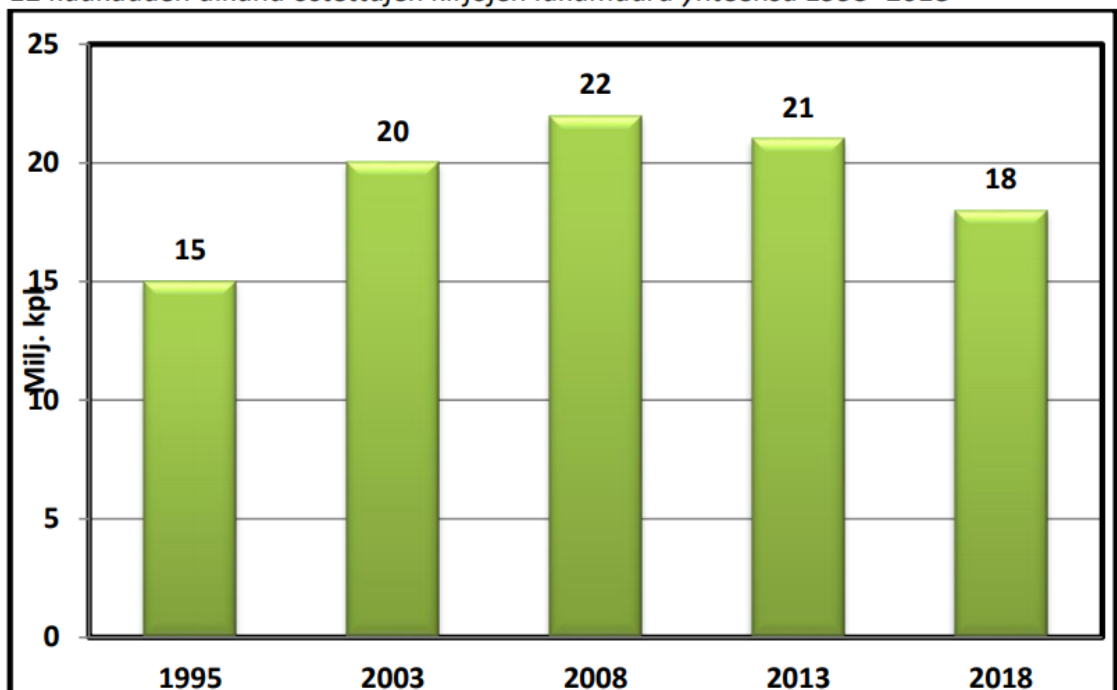
Kirjamarkkinoiden tilastot ovat muuttuneet paljon, viime vuosina mutta suomalaiset ovat edelleen lukevaista kansaa. Eroavatko Suomen tilastot paljolti USA:n tai vaikkapa Ison-Britannian tilastoista ja missä muodossa kirjailijat ovat julkaisseet kirjojaan eniten?

### 6.1 Kirjojen myynti Suomessa

Kaunokirjallisuuden myynti kasvoi viime vuodesta noin viisi prosenttiyksikköä. Kirjojen kokonaisymyynti on kuitenkin laskenut kuusi prosenttia. Myydyimpiä kirjoja ovat olleet Mauri Kunnaksen lasten kirjat, sekä Ilkka Remeksen trillerit. Äänikirjoja sen sijaan kuunnellaan enemmän verrattuna painettuihin kirjoihin. (Yle, 2020)

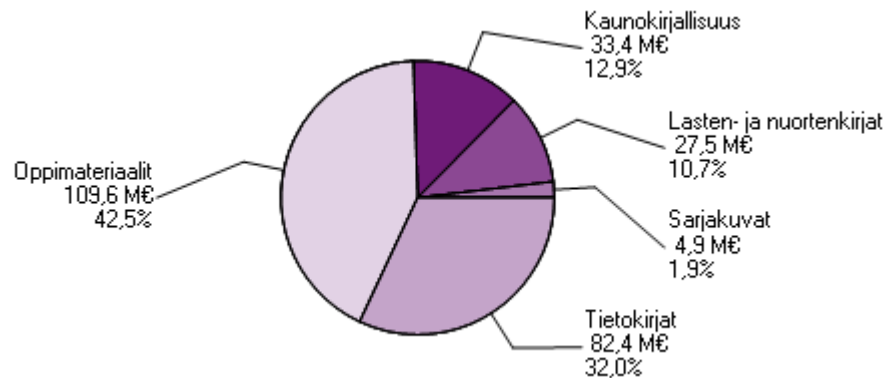
Suomessa kirjojen myynti on laskenut, sitten vuodesta 2013, kuten alla olevasta kuvasta voidaan lukea.

*12 kuukauden aikana ostettujen kirjojen lukumäärä yhteensä 1995–2018*



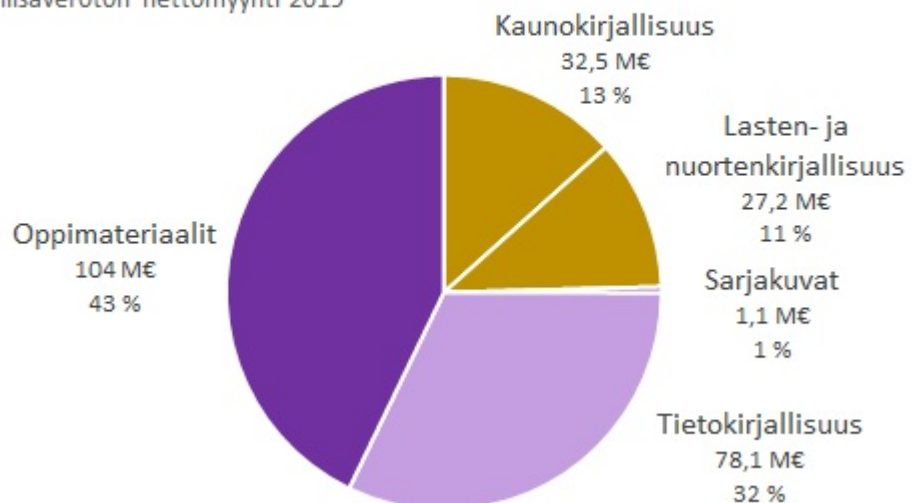
Kuvio 2. Ostettujen kirjojen määrä. Kuvio ei koske oppi- tai ammattikirjoja. (Kirjakauppaliitto, 2019)

Suomen Kustannusyhdistys kerää vuosittain tilastotietoja myytyjen teosten määrästä jäsenkunniltaan. Vuositilastossa esiintyvät myyntiluvut perustuvat kustannuspaikkojen seuraavalle portaalle myytyjen teosten arvonlisäverottomaan hintaan. Kaaviot kertovat vuosien 2018 ja 2019 kustantajien arvonlisäverottoman myynnin. Tilastoon kuuluvat myös omakustannekirjat.



Kuvio 2. Myynti kirjallisuuslajeittain 2018 (Suomen Kustannusyhdistys, 2018)

**Kaunokirjallisuus yhteensä neljännes kokonaismyynnistä**  
Tietokirja- ja oppimateriaalimarkkinat muodostavat valtaosan  
Arvonlisäveroton nettomyynti 2019

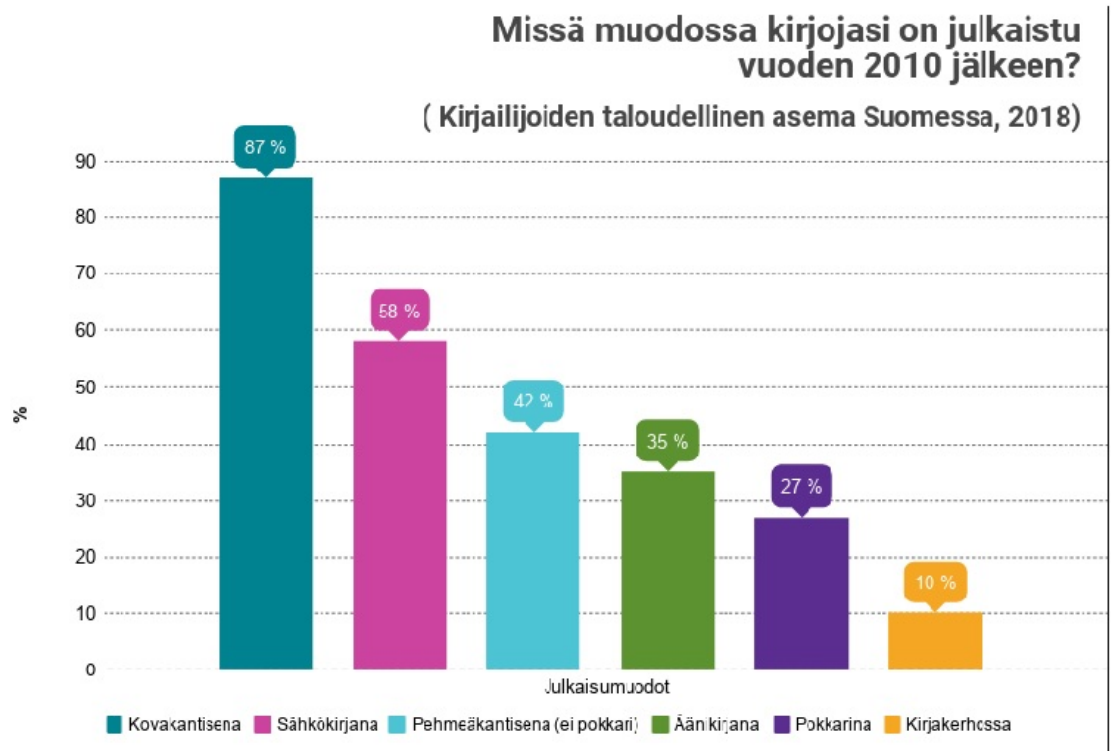


Kuvio 3. Myynti kirjallisuuslajeittain 2019 (Suomen Kustannusyhdistys, 2019)

Vuonna 2017 Suomen Kirjailijaliitto tilasi Turun yliopiston Brahea-keskukselta tulotutkimuksen. Tarkoituksena oli kerätä tietoa kirjailijoiden kaunokirjallisista töistä saamista tuloista, sekä

muista tulonlähteistä. Jokaisella liittoon kuuluvalla jäsenellä oli mahdollisuus osallistua tutkimukseen sähköisesti, tai täyttämällä paperisen kyselylomakkeen. Tuolloin 769 jäsenestä vastasi 225 kappaletta, jota Kirjailijaliitto pitää tavanomaisena ja kohtuullisen hyvänä vastausasteena.

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista julkaisee aktiivisesti uusia kirjoja. Kirjailijauransa aikana vastaajat ovat julkaisseet uuden teoksen suunnilleen tai hiukan yli 1,5 vuoden välein. Jäseniltä kysyttiin myös, missä muodossa heidän kaunokirjallisia töitään on julkaistu vuoden 2010 jälkeen. Hiukan yli puolet, noin 58%, jäsenistä ilmoitti, että heidän teoksiaan on julkaistu sähköisenä eli e-kirjana. Aikaisempaan tutkimukseen, mikä toteutettiin 2010, verrattuna sähköinen julkaisutapa on yleistynyt huomattavasti. Vuonna 2010 teoksia sähköisiä julkaisuja oli vain alle viidennes eli noin 16%.



Kuvio 4. Kirjojen julkaisumuoto 2018. (Kirjailijaliitto, 2018)

Kolmannes, eli 35%, teoksista oli julkaistu myös äänikirjana, mikä on hiukan vähemmän kuin vuoden 2010 vastaava luku oli 39 prosenttia. Julkaiseminen kirjakerhoissa on myös vähentynyt. Vuonna 2010 kerhoissa julkaistiin 23% kirjoista ja vuonna 2018 tutkimuksessa päästiin vain noin 10%. Lisäksi tutkimuksessa kävi ilmi, että joka neljännen vastaajan teosten oikeuksia oli myyty

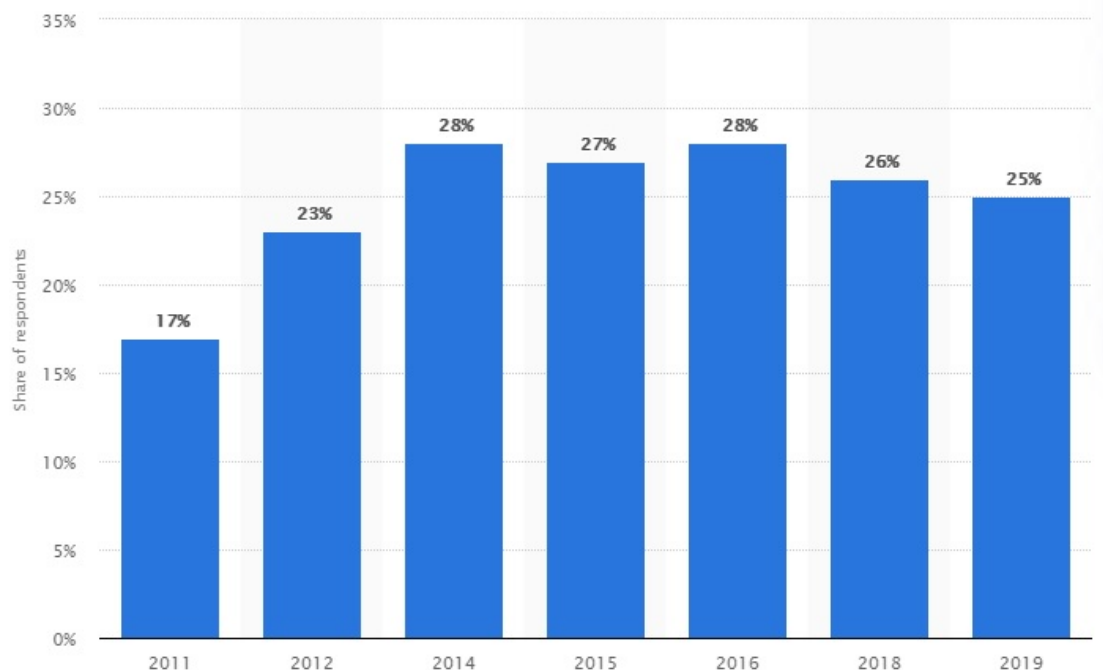


ulkomaille. Noin 28% vastaajista oli saanut siis teoksensa myytyä ulkomaille. Keskiarvoltaan kaksi teosta oli myyty aina kahteen maahan. (Tulotutkimus 2018 - Suomen Kirjailijaliitto, 2018)

## 6.2 Kirjojen myyntitilastot USA:ssa Ja Isossa-Britanniassa

Vuonna 2012 Pew Research Center teki tutkimuksen Yhdysvalloissa, jossa selvitettiin, kuinka moni kansalaisista lukee kirjoja vuodessa, kuinka paljon he lukevat sekä missä muodossa he lukevat kirjoja. Tutkimus toteutettiin internetissä kyselynä ja vastanneet lukivat noin 6 kirjaa vuodessa. E-kirjojen lukijoiden määrä kasvoi 16-vuotiaiden ja vanhempien lukijoiden keskuudessa 16 prosentista 23 prosenttiin. Painettujen kirjojen lukijoiden määrä tippui samanaikaisesti 72 prosentista 67 prosenttiin. Kaiken kaikkiaan kirjoja luki 75%, mikä on hiukan vähemmän kuin vuonna 2011 jolloin kirjoja luki noin 78% ihmisistä. (E-book Reading Jumps; Print Book Reading Declines, 2012).

E-kirjojen suosio on noussut siis hyvinkin merkittävästi Yhdysvalloissa, tämän vuosikymmenen alusta. Tällä hetkellä tilastot näyttävät tältä:

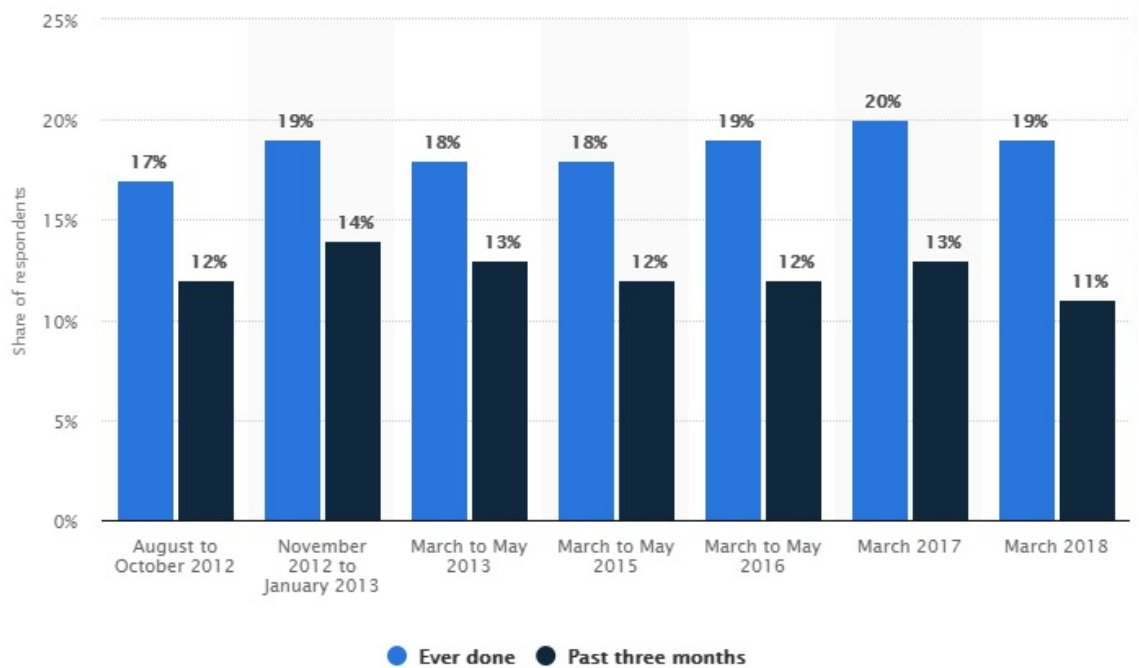


Kuvio 6. E-kirjojen lukijat 2011-2019 (Statista, 2019)

Kuten tilastoista huomaa nopeasti on e-kirjojen suosio noussut vuosina 2014-2016, jonka jälkeen suosio on kääntynyt pieneneseen laskuun. Aiheesta itsestään voisi tehdä opinnäytetyön, jossa pureuduttaisiin selkeästi syihin, miksi kirjojen lukemisen suosio on hiipunut, mutta yksi tekijä on todennäköisesti äänikirjojen suosion kasvu.

Isossa-Britanniassa 2019 tehdyn tutkimuksen mukaan 51% prosenttia aikuisista oli lukenut kirjan edellisvuonna, 34% näistä aikuisista on lukenut 10 kirjaa, tai enemmän vuoden aikana. 40.6% Ison-Britannian aikuisväestöstä oli ostanut kirjan viimeisen vuoden aikana, joista 38 prosenttia oli ostanut painetun kirjan ja 8.5% e-kirjan. (Cooke, 2019)

On oletettavaa, että osa Ison-Britannian kirjan hankkineista on ostanut painetun kirjan lisäksi myös e-kirjan. Statistan 2018 tekemässä tutkimuksessa, johon osallistui 4.5 tuhatta ihmistä, 11% vastasi ostaneessa e-kirjan viimeisen kolmen kuukauden aikana. Ostettujen e-kirjojen määrä onkin, pieniä vaihteluita lukuun ottamatta, pysynyt Isossa-Britanniassa melko tasaisena.



Kuvio 7. E-kirjojen lukijat Isossa-Britanniassa (Statista, 2018).

## 7 Pohdinta

Kirjailijan uran aloittaminen tulee olemaan haaste ja monia virheitäkin varmasti osuu tielle. Omaksi alustaksi teokseni julkaisulle ja kustannukselle olen valinnut BoD:in, joka tarjoaa mielestäni aloittelevalle kirjailijalle kattavimmat yhteistyökumppanit, selkeimmät ohjeet siitä, kuinka kirja kannattaa ladata sivustoille, kuinka sen markkinointi tapahtuu omakustanteisesti sekä sen ladattavien ohjekirjojen takia. Kirjan julkaiseminen e-kirjana karsi useat perinteiset kustantamot pois ja jäljelle jäi e-kirjan omakustantaminen nettikaupassa. Halusin lisäksi selvittää ensin, tarjoavatko julkaisukanavat ohjeita kirjailijoille, ja jos tarjoavat, millaisia nämä ohjeet ovat. Ainoa selkeä tällaisia palveluita tarjoava (suomenkielinen) sivusto oli BoD. Tutkimuksessa tästä oli jonkin verran haittaa, koska muiden kustannussivustojen palvelut jäivät niin kauas taakse, ettei selkeää vertailua tahtonut saada aikaiseksi. Tiedostan kuitenkin, että vertailtavia kohteita olisi voinut olla enemmän ja vertailun olisi voinut tehdä syvällisemmin.

Alustavasti lähdenkin siis markkinoimaan teostani omakustanteisesti e-kirjana, koska se on juuri aloittelevalle kirjailijalle helpoin tapa saada kirja julkaistua. Kirjan julkaisun jälkeen painatan muutaman painoksen, joita pystyn antamaan luettavaksi Kajaanin lukupiireille ja kirjastolle. Perinteinen painettu kirja on kuitenkin keksintönä satoja vuosia vanha ja on käyttökelpoinen edelleen. Julkaisu e-kirja muodossa tulee halvemmaksi niin kirjailijalle kuin kustantajallekin, kustannuskulujen ja riskien jäädessä pieniksi. Esimerkiksi viimeisin e-kirja, jonka ostin Amazonin Kindlestoren kautta maksoi vain 10€, paperiversion maksaessa kirjakaupassa 25€.

Omakustanteisen e-kirjan saaminen nettikauppaan on helpompaa, kuin kirjan saaminen kauppaan kustantajan kautta. Kun kirja on saatu julkaistua ja kirjailija pystyy esittämään myyntilukuja, voi ottaa yhteyttä kustannusyhtiöihin ja myydä kirjaansa heille. Näin voidaan antaa jo kuva, että kirja on sijoitus yhtiölle.

Kirjailijalla on jokin visio teokselleen ja, kun visio on kohdennettu, voidaan alkaa muokkaamaan toiminta-ajatusta. Tämä voi hoitaa eri analyysien kautta, esimerkiksi SWOT tai PESTE-analyysit. Mielestäni kirjailijan on hyvä tehdä näitä analyysejä etenkin aloittaessaan uraansa. Itse tein PESTE-analyysin sekä SWOT-analyysin ja molemmista oli suuri apu, sillä niiden tekeminen herätti kysymyksiä, mutta antoi myös samalla vastauksia.

Oma visio olisi tulla yhdeksi Euroopan menestyksekkäimmistä historiallisen fiktion kirjoittajista seuraavan 20-30 vuoden sisällä. Aloitin määrittelemällä tuotteeni, eli kirjasarjani, jonka jälkeen

mietin mitä uutta annan lukijoille, eli miten eroan massasta. Uusi aikakausi ja aikakauden hahmot vaikuttivat todella lupaavilta tarkastelun jälkeen. En löytänyt juurikaan kyseiseen aikakauteen liittyviä romaaneja tai edes novelleja. Rajasin Euroopasta löytyvien kirjailijoiden joukosta viisi historiallisten fiktioiden kirjoittajaa ja vaikka moni heistä sivusikin samaa aikakautta, ei kukaan lähtökohtaisesti keskittynyt kyseiselle aikakaudelle. Tämä lopputulos yllätti, mutta samalla innosti jatkamaan koska se tarkoittaisi, että kirjani olisi hahmojensa sekä aikakautensa puolesta ainutlaatuinen. Pyrkimyksenäni on myös saada hyvä maine historian tuntemisesta sekä realismista, ensimmäisestä kirjasta lähtien. Tätä varten on tehtävä laaja taustatutkimus.

Ensimmäinen kirja sijoittuu 1000-luvun alkupuolen Norjaan ja Venäjälle ja se sisältää paljon viittauksia historiallisista henkilöistä. Asiakkaita miettiessäni koin, että lupaavin ryhmä olisi historiasta kiinnostuneet ja seikkailutarinoista pitävät ihmiset. Tämä oli markkinointia silmällä pitäen tärkeää miettiä etukäteen. Aluksi tuotetta testataan kotimarkkinoilla, jonka jälkeen voidaan muokata ja kartoittaa kirjan tietä kansainvälisille markkinoille.

Kirjailijalle on tärkeä tiedostaa, että esillä on oltava, jos haluaa teoksensa menestyvän. Mikäli media kiinnostuu kirjasta on kirjailijan oltava valmiina haastatteluihin. Menestyvä omakustanne voi saada suuremman kustannusyhtiön kiinnostumaan teoksesta. Tämä tuo kirjailijalle apua markkinointiin sekä luo taloudellista turvaa, jolloin kirjailija voi syventyä vain uusien kirjojen kirjoittamiseen.

Kirjamessuille osallistuminen on etenkin aloittelevalle kirjailijalle oivallinen tilaisuus verkostoitua, markkinoida ja myydä omaa kirjaansa. Tällaista markkinointia tehostamaan on hyvä tilata muutama kappale kirjoja omakustanteisesti ja joita voi jakaa kiinnostuneille kirjamessuilla luettavaksi tai toimittajalle arvosteltavaksi. Messuilla kannatta käydä vaikka omia kirjoja ei vielä olisikaan. Jotta messuista saa kaiken irti, kannattaa suunnitella käynti hyvin etukäteen, sillä esimerkiksi Helsingissä järjestettävillä kirjamessuilla on jopa neljä päivää aikaa.

Kirjailijana voi aloittaa oman blogin tai kirjailijasivuston, johon voi koota omia ajatuksiaan yleisesti kirjoittamisesta, kirjan aikakaudesta tai vaikka laittaa blogiin ilmaisia kappaleita sivustolla kävijöiden iloksi. Ilmaisia kappaleita voi lukea esimerkiksi Game of Thronesin luoja, George R.R. Martinin kotisivuilta sekä Bernard Cornwellin Viimeinen kuningaskunta, (The Last Kingdom) kirjasarjan prologi on löydettävissä Cornwellin kotisivuilta.

Kannattaa myös miettiä, voisiko julkaisun sitoa jonkin tapahtuman yhteyteen: ota oman kirjan aikakautesi ja etsi tapahtuma kyseiseltä aikakaudelta. Mikäli kirjasi aikakausi liittyy esimerkiksi

viikinkiaikaan, voi olla hyvä idea käydä verkostoitumassa, vaikka Etelä-Suomessa Rosalan viikinkikeskuksella historiallisten markkinoiden aikaan.

Paikallisia lukupiirejä voi käyttää myös hyödyksi. Esimerkiksi toimittamalla kirja sinne luettavaksi. Lukupiiriltä voi jälkeen päin kysyä mitä he pitivät teoksestasi ja oliko siinä epäyhteneväisyyksiä.

Kirjoituskilpailuita järjestetään ympärivuoden ja niihin osallistuessa saa tarvittavaa kokemusta sekä, pientä maksua vastaan, erinomaista ja neutraalia palautetta. Osallistuminen kirjoituskilpailuihin on myös markkinoinnin näkökulmasta hyödyllistä. Itse osallistuin J.H Erkon kirjoituskilpailuun 31.3.2020, jonka tulokset eivät olleet vielä tulleet opinnäytetyötä kirjoittaessa. Kymmenen parasta pääsevät hiomaan teoksiaan ammattilaisten kanssa Turkuun. Kirjoituskilpailuun osallistunut tuotos löytyy tämän opinnäytetyön liitteistä.

E-kirjojen julkaisuprosessista, markkinointisuunnitelmasta tai levityksestä ei ole löydettävissä kovinkaan paljoa artikkeleita tai tutkimuksia. Tämä on ollut haasteena koko opinnäytetyöprosessin ajan. Tässä työssä esitetyt ajatukset pohjautuvat monissa kohdissa paljolti omiin havaintoihini, sillä aineisto on toistaiseksi vielä hyvin rajoitettua. Puutteellisista tiedosta johtuen virheellisiä havaintoja on voinut päästä opinnäytetyön sivuille. E-kirjan julkaisuprosessiin, markkinointisuunnitelmaan tai kirjan levitykseen liittyvä opinnäytetyö voisikin olla kiinnostuneelle tutkijalle hyvä aihe.

Ongelmiksi, joita lähdin tutkimaan olivat; mikä julkaisusivustoista olisi kaikkein kattavin ja tarjoaisi parhaat neuvot kirjan julkaisuun sekä miten teoksen markkinointi tapahtuu, jos kirjan julkaisee omakustanteisesti. Haasteeksi, ongelmien tutkimiselle, muodostui jo aiemmin mainitun tiedon puute. E-kirjojen julkaisukanavia ei ole aikaisemmin vertailtu mikä kanava antaa parhaan avun e-kirjan julkaisulle. Prosessin aikana kävi kuitenkin selväksi, että aloittelevalle kirjailijalle e-kirjan julkaisu on helpompi ja nopeampi ratkaisu painettuun kirjaan verrattuna. Paperinen kirja on myös hyvä painattaa, muttei aivan heti.

Tutkimusongelma saatiin mielestäni ratkaistua tutkimuksen aikana, haasteista huolimatta. Prosessin aikana opin paljon uutta ja sain lisää motivaatiota oman kirjani kirjoittamiselle ja julkaisulle.

## Lähteet

Amazon. (n.d.). Getting Started. Viitattu 3.3.2020. Saatavilla:

[https://kdp.amazon.com/en\\_US/help/topic/G200635650](https://kdp.amazon.com/en_US/help/topic/G200635650)

Ammattinetti - Ammattialat - Kustannusala. Viitattu 25.04.2020, saatavilla [http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/3/82\\_ammattiala](http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/3/82_ammattiala)

Arkia, N. (2016). Kuka markkinoi kirjaasi? - Suomen tietokirjailijat ry. Suomentietokirjailijat.fi.

Viitattu 3.3.2020. Saatavilla: <https://www.suomentietokirjailijat.fi/kirjailijalle/oikeudellinen-neuvonta/kova-laki/kuka-markkinoi-kirjaasi.html>

BoD - Books on Demand GmbH. (2020). Viitattu 5.3.2020, Saatavilla

<https://www.bod.fi/lisatietoja-bod.html>

Cooke, K. (2019). Kantar - 51% of UK adults read a book in the last year. Viitattu 16.04.2020,

Saatavilla <https://uk.kantar.com/consumer/leisure/2019/51-of-uk-adults-read-a-book-in-the-last-year/>

Dodson, I. 2016. The art of digital marketing. Hoboken: Wiley.

Ekholm, K. & Repo, Y. 2010. Kirja tienhaarassa vuonna 2020. Helsinki: Gaudeamus.

Ellibs kirjastoille, Ellibs E-kirjakauppa. (n.d). Viitattu 16.04.2020. Saatavilla

<https://www.ellibs.com/fi/kirjastoille>

Finland - Tax Treaty Documents. Viitattu 11.05.2020. Saatavilla

<https://www.irs.gov/businesses/international-businesses/finland-tax-treaty-documents>

Ford, G. (2018). Advantage NI:n johtaja. Haastattelu. 25.1.2018

Kortesuo, K. (2014.) Sano se someksi 1. 1. painos. Helsingin seudun kauppakamari. Viro: Meedia

Zone. Viitattu 28.04.2020. Saatavilla [kamk.finna.fi](http://kamk.finna.fi), KauppakamariTieto.

Kotler, P. Armstrong, G. 2014. Principles of Marketing. 15. painos. Boston: Pearson

Kustannussopimus ja muut sopimukset - Suomen Kirjailijaliitto. (2020). Viitattu 28.3.2020. Saa-

tavilla: <https://kirjailijaliitto.fi/kirjailijalle/kustannussopimus-ja-muut-sopimukset/>

Kustantaminen. (n.d.) Menestymisen edellytykset. Viitattu 20.4.2020.

Saatavilla: <http://kustantaminen.fi/pages/10/menestymisen-edellytykset/>

Kustantamo Kvaliti - etusivu. (2020). Viitattu. 16.3.2020. Saatavilla <http://www.kvaliti.com/>

Kustantamot: BoD - Books on Demand GmbH. (2020). Viitattu 5.3.2020. Saatavilla:

<https://www.bod.fi/kustantamot.html>

Lee, N. R. & Kotler, P. 2016. Social Marketing: Changing Behaviors for Good. 5. painos. Thousand Oaks: Sage.

Makkonen, T. (2004). Kustannustoimittajan kirja. Helsinki: Suomen Kustannusyhdistys.

Mattila, P. E-kirjan ABC: Kaikki mitä sinun pitää tietää e-kirjoista ja niiden kirjoittamisesta.

Viitattu 10.04.2020. Saatavilla: <https://www.digivallankumous.fi/e-kirja/>

Mikä on e-kirja. n.d. Sähköinenkirja.fi. Viitattu 30.4.2020. Saatavilla:

<http://www.sahkoinenkirja.fi/>

Sisko, K. (2017). Kuinka markkinoida omakustannetta?

Kirjoittamisenkepeasietamattomyys.blogspot.com. Saatavilla:

<http://kirjoittamisenkepeasietamattomyys.blogspot.com/2017/07/kuinka-markkinoida-omakustannetta.html> Viitattu 24.03. 2020

Ohjeita julkaisijoille, Ellibs E-kirjakauppa. (n.d). Viitattu 14.04.2020. Saatavilla

<https://www.ellibs.com/fi/node/146265>

Paavonheimo, J (2006). *Digitaalisen ja painetun rajalla: kirjan olomuotojen tarkastelua. pro gradu -tutkielmat*. Helsingin yliopisto, Valtiotieteellinen tiedekunta, Viestinnän laitos. Viitattu

29.4.2020. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20061060>

Puranen, T. (2018) Markkinointisuunnitelma- strateginen suunnittelu. Viitattu 20.04.2020.

Saatavilla: <https://www.ammattijohtaja.fi/markkinointisuunnitelma-strateginen-suunnittelu/>

Raatikainen, L. (2008). Tavoitteellinen markkinointi. Markkinoinnin tutkimus ja suunnittelu. 3. uudistettu painos. Helsinki: Edita. Viitattu 19.04.2020.

Ruonala, A. (2015). Mikä ihmeen kustantaja. Tiedekirnu.blogspot.com. Viitattu 5.4.2020.

Saatavilla <http://tiedekirnu.blogspot.com/2015/11/mika-ihmeen-kustantaja.html>

Savola H. (2014). Omakustantajan perusopas. Lukutoukan kirjakauppa: Karkkila.

Suomen Kustannusyhdistys 2016. Kustantaminen. Viitattu 12.4.2020. Saatavilla kustantaminen.fi.

Sähkökirjat tutuiksi. (2016). Sähkökirja.fi. Viitattu 30.4.2020. Saatavilla: <http://sahkokirja.fi/>

Tax Forms. (n.d.). Saatavilla [https://kdp.amazon.com/en\\_US/help/topic/G201990460](https://kdp.amazon.com/en_US/help/topic/G201990460) (Viitattu 16.3.2020)

Tulotutkimus 2018 - Suomen Kirjailijaliitto. (2018). Viitattu 30.3.2020. Saatavilla: <https://kirjailijaliitto.fi/medialle/tulotutkimus-2018/> ).

Tuotteet ja hinnat kirjillesi: yleiskatsaus palveluista: BoD - Books on Demand GmbH. (2020). Viitattu 11.3.2020. Saatavilla: <https://www.bod.fi/kirjailijat/kirjan-julkaisu/tuotteet-ja-hinnat.html>

Yle (2020). Loiri-elämäkerta ja Remes vetivät kirjamyyniä – Katso lista eniten myydyistä teoksista. Viitattu 3.3.2020. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-111>



Liite

## Metsällä

Aloimme kyllästyä odotteluun Haraldin kanssa. Talvikuukausia oli tylsä viettää Kiovan muurien sisällä, ilman mitään tekemistä harjoittelun ja varusteiden huollon lisäksi. Kuljeskelimme aikamme kuluksi lähinnä päämäärättömästi suurprinssin palatsissa ja kuuntelimme tuulen hiljaista ulvontaa ikkunoista. Mikäli meillä olisi ollut riittävästi kultaa tai hopeaa, olisimme voineet istua majataloissa nauttia niiden oluista ja tytöistä sekä kuunnella matkalaisten tarinoita kaukomailta.

Köyhiä emme olleetkaan muuten kuin rahallisesti. Molemmilla kun oli aseet, panssaripaidat ja kiiltävät kypärät.

”Alan tylsistyä toden teolla”, Harald murisi tuppoisena kasvavaan, punertavaan partaansa.

”Voisimme ottaa vielä erän shakkia tai hnefataflia?” Ehdotin samalla, kun yritin opetella papin antamien ohjeiden mukaan slaavien kieltä. Hnefatafl oli norjalainen lautapeli, jossa tavoitteena oli saada kuningas pelilaudan reunaan turvaan saarron keskeltä. Shakki taas oli uusi peli, jonka ruhtinas Yaroslav oli ostanut arabi kauppiaalta.

”En jaksa voittaa sinua enää.”

”Ehkä et voittaisi tällä kertaa.”

”Sanoit noin edellisillä kahdella kerralla”, Harald tuhahti huvittuneena.

”Ei sitä koskaan tiedä, jos vaikka olisinkin oppinut jotain uutta?” naurahdin takaisin.

Harald käveli ikkunan luo ja avasi sen puisen luukun.

Tuskastuin jonkin ajan päästä lukemiseen, ja nousin ylös tulisijan edestä. Kävelin Haraldin viereen ja vilkaisin ulos. Aurinko paistoi kirkkaalta taivaalta ja valkoisesta lumesta heijastuessaan se sokaisi minut hetkeksi.

”Mennään metsälle”, Harald huitaisi kättään horisontissa näkyvän metsän suuntaan.

”Metsästäämään mitä ja miten? Oletko huomannut, paljonko lunta on tullut? Muurin yli voisi melkein kiivetä ilman tikkaita,” sanoin hölmistyneenä.

”Käydään kyselemässä mitä turkiksia kauppiaat haluavat ja Yaroslavilta löytyy myös varmasti suksia tai lumikenkiä mitä voimme lainata!” Harald keksi vastauksen nopeasti. Näin hänen silmistään miten tohkeissaan ideasta hän oli. Ulkona samoilu olisi ainakin mukavampaa kuin sisällä oleskelu, joten myönnyin ehdotukseen.

Heitin villaisen sinisenharmaan tunikani päälle paksun tummansinisen viittani, ja ripustin miekka ja puukon vyölle. Harald kiinnitti harteilleen punaisen viittansa, jonka reunat oli kirjailtu hopealla ja harteita komisti valkoinen lampaan talja. Hän näytti jo jaarlilta. Vastasimme palvelijoiden tervehdyksiin kävellessämme suurprinssin palatsin käytävää pitkin ulko-ovelle.

Vartija avasi meille sivuoven, ja astuimme viileään ulkoilmaan. Ohitimme nopeasti varuskunnan ja paikallisten lordien, bajaranien, asuintilat. Kaikki oleskelivat samalla alueella suurprinssinsä kanssa, jotta voisivat tarpeen tullen suojella tätä uhkilta. Kiovan korkeat muurit pitivät uhkat tosin erinomaisesti loitolla jo muutenkin. Lisäksi suurprinssin palatsin luo vei vain yksi tie, ja tielle päästäkseen hyökkääjän pitäisi ensin valloittaa kaupungin läntinen osa, jonka jälkeen heidän pitäisi päästä läpi puolustajien kilpimuurista. Samaan aikaan heidän niskaansa sataisi nuolia ja kiviä kahdesta kulkureittiä vartioivasta tornista. Linnoitus sijaitsi ylängöllä ja sen muurit myötäilivät rinteiden reunoja.

Tie vietti hiukan alaspäin ennen kuin se tasaantui kymmenyksen kirkon kohdalla. Suurin kirkko mitä olin ikinä nähnyt, ja se oli rakennettu kokonaan kivistä kreikkalaisten muurarien osaamista käyttäen. Nimensä kirkko oli saanut suurprinssin vuosituottojen kymmenyksestä, jonka tämä lahjoitti kirkolle.

Vei vain hetken päästä läntiselle kauppatorille. Kauppatorilla olikin lähinnä varakkaampia kauppiaita, jotka olivat maksaneet pääsystä läntisen kaupunginosan keskusta. Kyselimme heiltä, tarvitsivatko he lisäystä varastoihinsa. Nuoremmat kauppiaat hätistivät meidät pois sanoen, että häiritsimme heidän kaupantekoaan. Olimme jo kiroamassa heitä ja onneamme norjaksi, kun vanhempi kauppias viitto meitä luokseen. Kävelimme turhautuneisuuttamme peitellen hänen luokseen. Kauppias myi komeita kulta- ja hopea koristeltuja vöitä, nahkaisia liivejä sekä erilaisia turkiksia. Hän esitteli itsensä Borikseksi.

”Kuulin teidän nuorten herrojen etsivän tekemistä. Nuorina ja väkevinä miehinä pystyisitte varmasti tuomaan minulle muutaman taljan viikon sisällä, mikäli maksan teille?” Boris kysyi murteisella norjalla, jokseenkin ovelalla äänensävyllä.

Nyökkäsimme molemmat hiukan epävarmasti. Jokin asiassa haiskahti.

”Hienoa. Kuten näette lampaantaljoja minulla riittää, mutta tarvitsen jotain hienompaa varastoihin ennen kuin jatkan matkaani Konstantinopoliin. Muutaman mailin päässä, metsän reunassa on metsästäjien rakentama maja. Voitte asua siellä muutaman päivän ja metsästellä rauhassa. Älkää kuitenkaan tuoko taljoja minulle, vaan käyttäkää ne ensin nahkurin kautta”, Boris sanoi ja alkoi kaivaa nahkaisesta pussistaan hopeaa. Ennen kuin ehdimme edes miettiä asiaa sen tarkemmin, oli käsissämme kaksikymmentä hopea kolikkoa.

”Tämän pitäisi riittää, löydätte nahkurin *Podolin* puolelta.”

Pääsääntöisenä kauppapaikkana tätä *Podoliksi*, kutsuttua tulvatasankoa oli käytetty kuulemamme mukaan jo satoja vuosia. Näin talvisin se ei ollut tupaten täynnä kauppiaita, mutta suurin osa kaupungin käsityöläisistä myi nytkin töitään siellä.

”Tuomme taljat muutaman päivän päästä.” Harald vakuutti Borikselle, ja sujautti oman osuutensa hopeasta pussiinsa.

Jatkoimme matkaamme, ja kävelimme luoteis- portista ulos. Päästyämme rinteeseen alas, markkinoiden äänet alkoivat kuulua selkeästi edestäpäin. Etsiskelimme nahkuria jonkin aikaa itseksemme, kunnes kysyimme neuvoa sepältä. Tämä viittasi meitä seuraamaan rinnettä kohti jokea.

Löysimmekin nahkurin joen partaalta.

”Paljonko pyydät hopeaa yhdestä nahan tai taljan käsittelystä?” Harald avasi suunsa minua nopeammin.

Nahkuri vilkaisi Haraldia ja tämän komeaa viittaa, sekä miekkaa tämän vyöllä, ennen kuin kumarsi tälle kevyesti. Samoin hän kumarsi minulle.

”Nuorille herroille pienestä taljasta yksi pala hopeaa ja isosta taljasta kolme palaa”, Nahkuri sanoi kunnioittavasti.

”Otatko hopeaa vastaan myös etukäteen?” kysyin.

”En, herra.”

”Tulemme parin päivän päästä uudestaan metsästäjien majalta ja tuomme kasan taljoja mukanaamme”, Harald sanoi itsevarmasti.

Nahkuri näytti säikähtävän metsästäjien majan mainintaa.

”Herra, kyseiselle majalle on lähtenyt viimeisten viikkojen aika jo viisi metsästäjää, eikä heistä ole kuulunut sen jälkeen. Kehotan teitä: välttäkää sitä paholaisen kehtoa.”

”Tulemme parin päin päästä uudestaan.” Harald sanoi silmät liekehtien. Hän ei kuunnellut vastaväitteitä.

Nahkuri kumarsi meille vastentahtoisesti, ja suuntasimme ripein askelin takaisin palatsia kohden.

”Etsitään sukset käsiimme ja lähdetään aamulla hiihtämään majalle”, Haraldin sanoi määrätietoisesti.

”Entä se puhe kadonneista metsästäjistä? Kuulostaa arveluttavalta”, puuskahdin protestiksi, mutta yksi kylmä katse Haraldilta vaiensi loput vastaväitteeni. Haraldin kirkkaissa, jään sinisissä silmissä oli jotain voimakasta auktoriteettia, jolla hän tuntui saavan tahtonsa aina läpi.

Toria ohittaessamme nyökkäsimme Borikselle ja jatkoimme matkaa palatsille. Muutama ihminen selvästi ihmetteli ripeitä askeliamme, muttei kiinnittänyt meihin liikaa huomiota.

Palatsiin päästyämme Harald etsi yhden palvelijoista käsiinsä ja alkoi listata mitä halusi mukaan. Itse kiipesin portaat ylös ja aloin tutkiskelemaan varusteitani, mitkä olin koonnut sängystä löytyvän luukun alle.

Nostin nahkasta tehdyn selkäreppuni ulos, yhdessä paksumman, irtonaisen ja harmahtavan villahuppuni kanssa. Nahkaisessa repussa oli edelleen tulukset ja pieni kasa kuivia risuja ja koivun tuohta, jotka oli kääritty yhteen lampaan rasvalla kyllästettyyn kankaan palaseen. Niillä saisi sytytettyä nuotion kovassakin tuulessa ja sateessa.

Lisäksi siellä oli tyhjä vesileili ja paksumpi villainen tunika, jota käytettiin myös panssaripaidan alla pehmentämässä iskuja.

Harald käveli huoneeseen. Hänen kasvoiltaan paistoi tyytyväisyys.

”Saamme käyttöömme sukset, sauvat, metsästyskeihäät, jouset ja vielä villalla vuoratut nahkaiset liivitkin!” hän huudahti innoissaan.

”Loistavaa! Minua silti arveluttaa se metsästysma...” Harald keskeytti minut.

”Siellä suunnalla on paimenilta saatujen tietojen mukaan nähty susilauma. Ei mitään sen kummempaa”, hän sanoi ja alkoi pakkaamaan omia tavaroitaan.

*Hienoa. Vain susia. Susia, jotka syövät ilmeisesti metsästäjiä. Todella loistavaa.* Pyörittelin epäuskoisena päätäni, Harald kuulosti entistä innokkaammalta.

”Harald olet itsepäisin paskiainen, jonka olen tavannut.”

”No sinä et tunnekaan montaa itsepäistä paskiaista”, hän heitti takaisin ennen kuin ehdin miettiä lausettani loppuun. Siinä hän kylläkin oli oikeassa.

”Saat jäädä tänne itsekseksi, jos haluat, mutta minä menen sinne majalle, olet sitten mukana tai et,” hän jatkoi painokkaasti.

Ei häntä yksinkään voinut matkaan päästää.

”Noh, sinun näkemisesi suden suussa voisi olla näky, josta voi kertoa lapsenlapsille”, virnistelin ja iskin hänelle silmää. Harald nauroi.

”Tapan sinut itse, jos annat susien syödä itsesi”, hän iski takaisin virnistellen.

”Todennäköisemmin nauraisit kurjuudelleni siinä kohdassa.”

”Totta.”

Nauroimme molemmat. Jokin outo hulluus oli saanut meistä otteen.

Ristimme kätemme ja iskimme päämme yhteen. Harald oli minulle kuin veli, ja välillä ihmiset erehtyivät luulemaankin niin. Olin kuitenkin häntä hiukan lyhyempi, ja hiukseni olivat vaalean ruskeat. Hän oli myös vuoden minua vanhempi.

”Saammeko kunnolla ruokaa mukaan?” kysyin.

”Kyllä. Ja lähdemme ennen auringon nousua.”

”Loistavaa.”

Pakkasimme loput tavaramme heti illallisen jälkeen. Aamulla, ennen auringon nousua, olimme jo mailin päässä kaupungista. Suksien kevyen suhinan saattelemana, kiisimme

lumen halki laajan aron yli. Monihaaraisia lehtipuita näkyi siellä täällä, mutta pimeydessä oli hankala erottaa, olivatko ne koivuja, leppiä vai haapoja. Tuuheita kuusia näkyi tummina läikkinä aina välillä valkoista taustaa vasten. Nautin täysin siemauksin maisemista hiihtäessäni Haraldin perässä. Oli mukava olla pois kaupungin muurien sisältä.

Oikeassa kädessäni oli sauvan tilalla pitkä keihäs ja selkäni ja reppuni väliin olin tunkenut metsästysjousenvarren. Jousen jänteen olin kiertänyt ranteeni ympärille turvaan mahdollisen lumisateen varalta. Kastuessaan jänne voisi venyä liikaa ja olisi lopulta käyttökelvoton. Nuolia olin ottanut mukaan parikymmentä ja ne olivat leveä kärkisiä ja painavia.

Viittani olin kiinnittänyt reppuni alle kahdella köyden pätkällä, ja päälläni oli villasta tehty pitkä, harmaansininen tunika ja lampaan nahasta tehty liivi.

Hiljalleen puusto tiheni, ja lopulta saavuimme hoidetun metsän kohdalle.

Puusto tiheni mitä pidemmälle hiihimme, ja lehtipuiden sekaan alkoi sekoittua enemmän ja enemmän kuusia ja mäntyjä.

Aurinko alkoi nousta taivaanrannasta. Sen säteet valaisivat reittiämme, selvitettyään tiensä tiheään oksiston läpi. Närhi huusi jossain metsän siimeksessä yhtyen tikan naputuksen kaikuun.

Harald pysähtyi äkillisesti ja törmäsin häneen.

”Miksi pysähdyit?” ihmettelin.

Harald ei vastannut, vaan osoitti lunta edessään. Lumeen oli piirtynyt suuri pyöreähkö jälki. Lumikengä, jonka jäljet eivät olleet tuoreita, mutta seurattavia.

Joku edeltävien päivien metsästäjistä oli kävellyt tästä. Päätimme seurata jälkiä ja katsoa minne ne veivät. Olimme edenneet ehkä puolimailia, kun huomasin jo osittain lumenpeittoon jääneiden, pienempien jälkien alkavan seurata lumikengän jälkiä. Katselin hetken ympärilleni, ja huomasin jälkiä olevan aina parinkymmenen jalan välein. Ehdin laskea seitsemät jäljet, kun kylmät väreet kulkivat selkäni pitkin. Jäljet olivat selkeytyneet ja tunnistettavissa.

Susia.

Yhdet jäljistä olivat paljon suuremmat kuin muut. Miltei luonnottoman suuret.

Harald näki ne myös ja ensimmäistä kertaa näin häivähdyksen epäröinnistä hänen kasvoillaan.

Hän pälyili ympärilleen hetken.

”Minusta tuntuu, että meitä seurataan”, hän murahti, kun jatkoimme matkaa.

Vilkaisin taakseni vaistomaisesti, ja olin näkevinäni harmaan hännän vilahtavan puiden lomassa, jonkin matkan päässä.

Hiihdin suurimpien jälkien vierellä ja tutkiskelin minne ne vievät. Jonkin ajan päästä välimatka alkoi kasvaa etu- ja takatassujen välillä. Susi oli alkanut juoksemaan kävelyn sijasta. Se oli ottanut valtavia loikkia rynnätessään saaliinsa perään.

Ei mennyt pitkään, kun löysimme metsästäjän ruumiin tuuheiden kuusien keskeltä. Vaatteet olivat tallella, ja pitelivät ruhoa kasassa, mutta ruumiin pehmeimmät osat oli kaluttu tyhjiksi.

Laskimme kahdentoista eri suden jäljen tulevan saaliinsa luokse kuusien seasta.

Kamppailu ei ollut kestänyt pitkään, mutta metsästäjä oli onnistunut keihästämään yhden susista ennen loppuaan. Suden raato oli harmaan valkoinen, ja miltei lumen peitossa, joten meinasimme hiihtää sen ohi.

”Ensimmäinen saaliimme”, Harald sanoi viileästi, ja alkoi nylkemään raatoa.

Vedin jousenkaaren selästäni, ja kiinnitin jänteen paikalleen. Laitoin myös nuoliviinen nuolineen vyölleni kiinni.

Haraldin puukko riipi jäätynyttä raadon nahkaa äänekkäästi. Hiihdin kuusien toiselle puolelle. Pysähdyin ja kiinnitin nopeasti nuolen jänTEELE. *Liikahtiko tuo kumpu äsken?*

Tunsin, kuinka sydämeni alkoi sykkimään nopeammin ja käteni alkoivat hiota. Kuulin repeämisen äänen takaani.

”Lähtihän tämä pentele”, Haraldin ääni sanoi ärtyneenä. Kohta hän ilmestyikin viereeni.

”Tuolla näkyi liikettä”, osoitin kumpua.

”Oletko varma, ettet nähnyt omiasi?”

Pyöritin päätäni irrottamatta katsettani lumisesta kummusta. Asetin nuolen jousen jännteelle, ja laukaisin sen sinne päin. Susi pomppasi kummun takaa säikähtäneenä ylös, paljastaen meille hampaansa. Harald otti oman jousensa ja laittoi sen nopeasti valmiiksi.

Suden matala murina kuului korviimme selvästi, hiljaisessa metsässä. Äkkiä se päästi ilmoille ulvaisun, johon vastattiin, takaamme sekä suunnasta, josta olimme tulleet.

Tutkiskelin maastoa, ja yritin hädissäni etsiä jotain korkeampaa maaston kohtaa, jolle voisimme perääntyä. Lumi ympärillämme oli täysin koskematonta ja tasaista ja puusto jatkui vielä pitkään. Kuitenkin metsän siimeksessä, laskevan auringon valossa, näkyi kuitenkin jotain mielenkiintoista. Metsästysmaja.

Harald huomasi sen myös.

Vilkaisimme toisiamme. Molemmilla oli sama ajatus. Tässä aukealla puiden lomassa olimme haavoittuvia, majalla olisimme jokseenkin turvassa. Aloimme hiihtämään majaa kohti epätoivon vimmallalla. Metsästä alkoi taas kuulua ulvontaa. Ensimmäinen ulvaisu oli epämiellyttävän lähellä, mutta siihen vastattiin hiukan kauempaa.

”Lauman osat keskustelevat keskenään”, Harald totesi viileästi.

Vilkaisin taakseni. Kaksi sutta tuli jälkiämme pitkin hitaasti jolkotellen. Käännyin ympäri ja laukaisin nuolen etummaista kohti. Susi ulvahti kimakasti ja kaatui paikoilleen nuolen lävistämänä. Toinen susista luikki puiden lomaan.

Huomasin silmäkulmastani liikettä oikealla. Neljä sutta lisää.

”Harald! Oikealla!” karjaisin, juuri kun sudet lähtivät juoksemaan meitä päin.

Harald toimi nopeasti. Hän kääntyi ympäri, jousi viritettynä, ja laukaisi nuolen ensimmäistä sutta kohti. Nuoli lensi ohi, mutta sai yhden pedoista pysähtymään.

Laukaisin nuolen hätäisesti, huonosta asennosta, susia kohti. Nuoli jäi vajaaksi. Sudet pysähtyivät vähän matkan päähän minusta muristen ja hampaansa paljastaen. Jouseni oli valmiina vireessä, mutta laukaistessani kaksi asiaa tulisi käymään. Yksi susista kaatuisi kuolleena, mutta kaksi muuta hyökkäisi kimppuuni ja raatelisi minut. En millään ehtisi napata keihästä käteeni.

Harald pelasti minut onneksi kiipeleistä. Hän melkein juoksi sukset jalassa lumen halki, karjuen ja ampuen kaksi nuolta, vaarattomasti, mutta nopeassa tahdissa susia kohti.



Sudet hämmentyivät tarpeeksi, että ehdin kaataa yhden niistä nuolella ja napata keihään käteeni. Löin sillä lähinnä olevaa petoa terällä päähän. Pisto olisi lopettanut eläimen siihen paikkaan, mutta toimin hätäisesti ja onnistuin vain pelottamaan pedon kauemmas.

Harald tarttui kiinni reppuni yläosasta.

”Erik! Majalle, NYT! hän karjaisi korvaani, samalla kun huitoi keihäällänsä susia päin.

Käännyin ympäri ja suuntasin majaa kohden. Kuulin murahtelua ja haukahtelua takanani. Haraldin kiroilu kuului myös selvästi, ja sitä säesti yhden suden kuolinulvaisu. Iskin keihääni hankeen kiinni ja vedin jouseni vireeseen. Käännyin nopeasti ja laukaisin nuolen toista sutta päin. Osuin, mutta en tappavasti. Susi uikutti hiljaa, ja sen toveri alkoi empimään.

Sitten kuulin ulvaisun, jollaista en ollut ikinä kuullut. Sen ääni kaikui koko metsässä, täyttäen sen kylmyydellä, joka salpasi hengitykseni. Kuulosti siltä kuin se tulisi vain muutaman sadan jaardin päästä, aivan kuin lähentyen. Tunsin kaikkien karvojeni nousevan pystyyn kauhusta. Viimeinen susi luikki metsään ulvonnin kuultuaan. Harald keihästi kituvan pedon ja kiirehdimme mökille hengästyneinä.

Irrotimme sukset ja nostimme ne majan seinää vasten, ennen kuin kävelimme sisään.

”Kuulitko tuon?” kysyin kauhuissani Haraldilta. Tämä nyökkäsi varovasti.

”Se oli laumanjohtaja. Iso paskiainen”, Harald puuskutti.

Kuului uusi ulvaisu. Siihen vastattiin eri puolilta metsää. Harald hörppäsi huikan leilistään, ennen kuin asetti yhden nuolen jousensa jänteelle, ja käveli vaaraa halveksien ulos.

Ehdin laskea reppuni majan nurkkaan, kun kuulin Haraldin vapisevan äänen.

”E-Erik, tule käymään ulkona.”

Otin oman jouseni asettaen yhden nuolista varmuuden vuoksi jänteelle, ennen kuin kävelin ulos.

Harald seiso i muutaman askeleen päässä, jousi tiukasti kädessään, nuoli jänteellä valmiina, katse metsään suunnattuna. Astelin varovasti hänen viereensä, jolloin hän osoitti parinsadan jaardin päähän. Näin, kuinka jotain tummaa liikahti puiden lomassa.

”Tuossa oikealla, kuusien lomassa, on kolme lisää”, Harald sanoi vilkaisemattakaan suuntaani.

Käännyin katsomaan. Todellakin, kuusien välistä erottui kolme harmaata suden päätä. Yksi kolmesta päästi lyhyen ulvaisun, johon vastattiin majan toiselta puolelta, melko läheltä.

Kuulin Haraldin hengityksen jännittyvän yhtäkkiä, mutta ennen kuin ehdin kysyä mitä tämä huomasi, kuulin kuiskauksen.

”Erik, tuo susi on valtava.”

Käänsin päätäni ja etsin suden katseellani. Koivujen ja leppien keskellä, alle sadan jaardin päässä seisoivat kaksi kertaa normaalia suurempi, pikimusta susi. Se tuijotti meitä siniharmailla silmillään, joiden liikkeen erotimme selkeästi tämän matkankin takaa. Jokin outo tunne valtasi minut otuksen tuijottaessa minua. Koin pelonsekaista kunnioitusta tuota petoa kohden.

Sitten se päästi sisästään ulvaisun, joka oli matalampi ja veret seisauttavampi kuin aikaisemmat. Muut sudet yhtyivät sen ulvontaan. Kauhun kylmyys valtasi sisukseni heti.

Harald jännitti jousensa petoa päin.

”Palaa takaisin mistä tulitkin! Fenririn irvikuva!” tämä henkäisi ja lähetti yhden nuolen matkaan. Nuoli upposi hankeen pedon takana. Se murisi ja haukahti vihaisesti.

Näin silmäkulmastani liikettä. Arvasin jo mitä tapahtui. Jännitin jouseni ja otin ensimmäisen suden kohteekseni. Nuoleni lennähti ilman halki pysäyttäen yhden kohti tulevista pedoista. Ehdin pysäyttää vielä toisen, ennen kuin kolmas ehti luoksemme.

Olin liian hidas ottaakseni puukkoni vyöltä. Harald huomasi onnekseni tilanteen ja kääntyi jännittäen jousensa. Nuoli lävisti suden ja tämä kaatui jalkoihini potkien.

”Erik! Sisälle!” Harald karjaisi tarttuen niskastani kiinni ja repien minut mukanaan.

Susia juoksi lisää metsän siimeksestä muristen ja haukahdellen. Suursusi tyytyi katselemaan meitä paikaltaan koivujen keskeltä.

Kompastuin juuri sisälle juostessani, ja kun yritin ottaa tukea jousella, se katkesi, napsahtaen äänekkäästi. Kaaduin rähmälleni kovalle lattialle. Harald veti oven paukahtaen perässään kiinni, ja salpasi sen sisäpuolelta parrun pätkällä.

”Niitä on kymmenkunta tuossa oven ulkopuolella”, hän sanoi synkästi.

”Keihääni on ulkopuolella,”, vastasin näyttäen katkennutta joustani.

Harald mietti hetken.

”Syödään nyt, ja odotetaan aamuun, jospa ne menevät pois siihen mennessä.”

Nyökkäsin. Ilta alkoikin jo hämärtyä nopeasti, eikä Harald olisi nähnyt ampua enää pitkään. Yöllä sudet pitivät meille seuraa ulvomalla koko ajan. Harald sai siitä tarpeekseen ja juoksi jousensa kanssa karjuen ulos, lennättäen nuolia, joka suuntaan mistä ulvontaa kuului. Se tepsii hetkeksi.

Tuijotin mökin ovea yöllä. Sen harvojen lautojen välistä näin, kuin suuri tumma varjo käveli majan ohi. Kuulin suursuden matalan murinan, ja kuinka se haisteli jälkiämme. Harald huomasi sen myös ja tarttui keihääseensä. Emme nukkuneet sinä yönä juurikaan.

Aamulla odotimme, että aurinko olisi hiukan valaisemassa tietämme, mutta päivä oli pilvinen.

”Siellä ne ovat edelleen”, huokaisin väsyneenä, kun kurkistin ovesta ulos.

Harald mutusteli kuivattua lihapalaa.

”Ainoa mahdollisuutemme voi olla lauman johtajan surmaaminen. Kääri viittasi vasemman kätesi ympärille suojaamaan puremilta. Kun menemme ulos, nappaat keihääsi ja yritämme raivata tiemme sen paskiaisen luo”, hän saneli suunnitelmansa irrottamatta, katsettaan lattiasta.

Tein kuten hän käski. Vedin pitkän puukkoni pois tupesta, ja nyökkäsin Haraldille merkiksi valmiudestani. Tämä viritti jousensa, kun minä aukaisin mökin oven. Ryntäsin ulos ja ehdin juuri ja juuri kääntyä pois oven suusta, kun ensimmäinen nuoli viuhahti ohitseni kohti susia. Suden älähdys kertoi Haraldin osuneen.

Kaappasin keihään käteeni ja valmistauduin taistelemaan henkeni edestä. Sudet ryntäsivät meitä kohti, laumanjohtaja niiden mukana. Valtavan suden lähestyminen vauhdilla, sai käteni hikoamaan ja luulin sydämeni lentävän rinnastani ulos.

Harald kaatoi taas yhden susista.

Sudet juoksivat jo aukean yli ja lähenivät nopeasti.

Harald kaatoi vielä kaksi niistä aukolle, jäljellä olevilla nuolillaan ja tarttui omaan keihääseensä. Laumanjohtaja kävi suoraan hänen kimppuunsa muristen. En ehtinyt auttaa Haraldia, sillä loput susista olivat minun kimpussani.

Kolme sutta oli jäljellä lopusta laumasta, ja vähensin lujalla pistolla niistä yhden. Kaksi muuta kävi kimppuuni, toisen iskiessä hampaansa viitalla suojattuun käteeni ja toinen keihääseeni. Suden vahvat leuat katkaisivat keihääni. Löin käteeni tarttunutta sutta päähän jäljellä olevalla pätkällä, ennen kuin pistin sitä puukollani. Toinen susista kävi kimppuuni, mutta puukkoni ei armahtanut sitäkään.

Kuulin ärhäkkää murinaa ja Haraldin tuskaista kiroilua. Vilkaisin mitä oikein tapahtui, aavistellen pahinta. Olin onnekseni väärässä. Osittain.

Suursusi oli upottanut hampaansa vain Haraldin jalkaterään. Hän ei saanut taitettua maasta käsin keihästään kunnolla pistääkseen sutta, vaan onnistui selviämään vain sen takajalkaa.

Tarkistin nopeasti, ettei ympärilläni ollut muita susia, ennen kuin nappasin katkenneen keihään kärjen maasta ja heitin sillä tuota hirviötä. Terä kolahti äänekkäästi suden päähän, tämä uikahti, irrotti Haraldin jalan leukojensa otteesta ja käänsi samoin tein itsensä uutta uhkaa kohden. Se ei ehtinyt kuin yhden askeleen eteenpäin, kun kuulin sen ulvaisevan uudestaan kivusta.

Harald oli nähnyt tilaisuutensa, ja selviytyi keihäänsä suden kylkeen. Susi yritti taittaa itsensä kohti Haraldia, mutta tämä nykäisi keihäänsä irti ja pisti sillä uudestaan. Hurja peto päästi ilmoille viimeisen selkäpiitä karmivan ulvaisun, ennen kuolemaansa.

Olimme selvinneet, vaikka Haraldin jalkaterä olikin raadeltu. Sytytin nuotin, poltin haavat umpeen, ja sidoin ne niin hyvin kuin pystyin. Aloimme nylkemään susia, nuotion lämmössä hetken hengähdettyämme. Emme puhuneet mitään toisillemme. Katselin

Haraldia työnlomassa. Tämän tuimassa katseessa oli jotain tuttua. Hän huomasi tuijotukseni, jolloin keksin mikä se oli.

Hirviömäisellä sudella, oli ollut samanväriset silmät. Silmät, jotka olivat yhtä aikaa kylmät, kovat ja tunteettomat. Aina valppaina ja vaanimassa saalistaan.

Selkäpiitäni kylmäsi.

Seuraavana aamuna lähdimme saaliinemme takaisin kaupunkiin. Annoimme taljat nahkurille, joka alkoi välittömästi käsittelemään niitä. Hän ihmetteli suurta saalistamme.

Myimme Borikselle kaikki muut susien turkit, mutta mustan turkiksen Harald otti itselleen, Boriksen tinkimisestä huolimatta. Saimme niistä erinomaisen hinnan, vaikka Haraldin jalkaan jäikin arpi muistoksi. Yritimme myydä susien lihojakin, mutta kukaan ei niitä huolinut.

Keväällä suurprinssi Yaroslav saapui joukkoineen takaisin Kiovaan, ja meidät kutsuttiin uuteen seikkailuun.