

Media Clever 

Suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuosina 2011 ja 2012

Media Clever Oy / Janne Silvonen (VTM)
Tammikuu 2014

Tilaaaja: FILI ja Suomen Kustannusyhdistys ry

Sisältö

I.	SELVITYKSEN TAUSTA	2
II.	SELVITYKSEN RAJAUKSET.....	2
	TIETO- JA TIEDEKIRJALLISUUS SEKÄ OPPIKIRJAT	2
	VALMIIDEN KIRJOJEN VIENTI	3
	KOTIMAISTEN KIRJAILIJOIDEN ULKOMAISET AGENTIT	3
I.	KIRJALLISUUSVIENNI JA SEN TOIMIJAT SUOMESSA	4
	KIRJALLISUUSVIENNIIN MURROS	4
	KIRJALLISUUSVIENNIIN TOIMIJAT	5
	KUSTANNUSSOPIMUS JA ANSAINALOGIIKKA	6
II.	SUOMALAINEN KIRJALLISUUSVIENNIIN MARKKINA-ARVO VUOSINA 2011 JA 2012	6
	KIRJALLISUUSVIENNI LUKUINA	6
	KIRJALLISUUSVIENNIIN TULEVAISUUDENNÄKYMÄT	7

Suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuosina 2011 ja 2012

I. Selvityksen tausta

Kattavaa analyysia kirjallisuusviennin arvosta ja sen kehittymisestä ei ole aikaisemmin tehty. Ajankohta selvityksen toteuttamiseksi katsottiin olevan nyt erityisen hyvä, etenkin kun Suomi on teemamaa Frankfurtin kirjamessuilla vuonna 2014.

Suomalaisen kaunokirjallisuuden vientinäköymät ovat tällä hetkellä erittäin hyvät ja kansainvälisiä läpimurtojakin on nähty. Kirjallisuusvientiin liittyvä liiketoimintakin elää murrosta, joten tämä on monella tavalla otollinen hetki aloittaa kirjallisuusviennin kehittymisen järjestelmällinen mittaaminen. Lähivuodet tulevat kertomaan miten pyrkimykset nostaa suomalainen kirjallisuusvienti uudelle tasolle tulevat onnistumaan.

Selvityksen tehtäväksi asetettiin kirjallisuusviennin markkina-arvon selvittäminen luotettavasti mitattavalla tavalla sekä lisäksi henkilökohtaisten haastattelujen avulla tuli selvittää keskeisten toimijoiden näkemyksiä kirjallisuusalan murroksesta, vientitoiminnan kehittymisestä sekä sen tulevaisuudennäkymistä.

Hankkeen suunnittelu aloitettiin keväällä 2013 ja tähän vaiheeseen kuului mm. suurimpien kustantajien sekä agentuurien edustajien henkilökohtaiset haastattelut sekä muiden kirjallisuusalan asiantuntijoiden kuuleminen. Haastatteluiden perusteella pystyttiin tarkentamaan, mitä lukuja oli mahdollista sekä mielekästä kerätä ja minkälaisia rajoituksia kerättävien lukujen osalta oli tehtävä. Haastattelut toteutettiin kevään ja kesän 2013 aikana ja niitä tehtiin yhteensä 9 kpl. Henkilökohtaisesti haastatellut olivat kirjallisuusalan vaikuttajia, ulkomaille myyviä kirjailijoita, kustantajia sekä agentuureja Suomessa ja Ruotsissa. Kaikki haastattelut tehtiin nimettöminä.

Henkilökohtaisten haastattelujen sekä pohjatyon perusteella päädyttiin toteuttamismalliin, jossa selvityksen kohteena olleita vientilukuja tultaisiin keräämään myöhemmin syksyllä Internet-lomakkeella suurimpien kustannusyhtiöiden edustajilta sekä agentuureilta Suomessa. Pohjatyon perusteella suunniteltu kysymyslomake lähetettiin marraskuussa kymmenelle kustantajalle tai agentuurille ja heistä kuudelta merkittävimältä saatiin vastaukset.

II. Selvityksen rajaukset

Tieto- ja tiedekirjallisuus sekä oppikirjat

Kirjallisuus jaetaan kaunokirjallisuuteen (fiction) ja tietokirjallisuuteen (non-fiction). Rajan määrittäminen tieto- ja tiedekirjallisuuden välille on hyvin vaikeaa, joten tässä yhteydessä puhutaan yleisesti tietokirjallisuudesta.

Suomessa kotimaisten tekijöiden julkaistuista teoksista peräti 90 prosenttia on tietokirjallisuutta. Tietokirjallisuus käsittää hyvin laajan kirjon kirjallisuutta ja sen kustannustoiminta on erittäin

pirstoutunutta. Tietokirjallisuus on Suomessa erikoistunutta ja eri alan yritykset kustantavat ja myyvät kirjoja itse. Tietokirjallisuuden piirissä toimii siten lukuisia pieniä kustantajia, jotka harjoittavat myös kirjallisuusvientiä ja lisäksi kirjailijat tekevät itse suoria sopimuksia, eli toimivat omina agenteinaan.

Tietokirjallisuutta pidetään omana kirjallisuusalanana, jota on hankala myydä ulkomaille. Syitä tähän ovat mm. valikoidut ja siten marginaalisen kokoiset kohderyhmät sekä teosten vaikea käännettävyys, jossa kääntäjältä vaaditaan alan erikoisosaamista. Teokset sisältävät usein myös kuvitusta, joka tekee niiden viennistä kalliimpaa, koska kuvien julkaisuoikeudet ulkomaille pitää ostaa erikseen. Tietokirjallisuuden ulkomaanviennillä ei usein pyritäkään voitolliseen toimintaan, vaan lähtökohdat ovat hyvin erilaiset.

Suomen tiedekustantajien liitto ry edustaa Suomessa noin sataa jäsenorganisaatiota, joiden kansainvälinen toiminta saattaa olla erittäin vilkasta. Tämän toiminnan arvoa on kuitenkin hyvin vaikeaa mitata rahassa ja koska monet jäsenorganisaatioista ovat kooltaan verrattain pieniä, niiden halukkuus ilmoittaa yksilöityjä tuloja on häveliäisyysyistä tai liikesalaisuuksien takia vähäistä. Vaikka tieto- ja tiedekirjallisuuden vienti ei ole samalla tavalla mitattavissa kuin kaunokirjallisuuden vienti, se ei kuitenkaan tarkoita, ettei sillä olisi huomattavaakin vaikutusta suomalaisen tiedontuotannon imagoon ja yksittäisen tieteenalan tai tutkijoiden tunnettuuteen. Lisäksi on huomattava, että suuri osa kansainvälisen tiedekirjallisuuden levityksestä tapahtuu avointen tietokantojen kautta. Tämä on eräänlaista vaihtokauppaa, jossa ei liiku rahaa.

Nyt tehdyssä hankkeessa päädyttiin rajaamaan yllä kuvattu tieto- ja tiedekirjallisuus selvityksen ulkopuolelle, koska selvityksessä kirjallisuuden vientiä käsiteltiin puhtaasti taloudellisena toimintana eli saavutettuina julkaisuoikeuksien myyntituloina. Selvityksen lukuihin sisältyy kuitenkin yleinen tietokirjallisuus niiltä osin, kun kustantajana tai agentuurina on toiminut hankkeen kohderyhmään kuulunut huomattava tekijä. Oppikirjat eivät ole mukana selvityksessä.

Valmiiden kirjojen vienti

Lisäksi selvityksen ulkopuolelle jätettiin ns. valmiiden kirjojen vienti. Tämä tarkoittaa sitä, että kirja on Suomessa vieraalla kielellä kustannettu teos eli ts. valmis fyysisesti ulkomaille vietävä tuote.

Kirjallisuusviennistä puhuttaessa tarkoitetaan sen sijaan julkaisuoikeuden myymistä eli immateriaalista tuotetta. Tällöin puhutaan suomalaisten tekijöiden tekemien ja Suomessa julkaistujen kirjojen julkaisuoikeuksien myymistä ulkomaisille kustantamoille. Näin ollen kirjallisuusviennissä kysymys ei ole jonkun valmiin tuotteen viemisestä vaan kysymys on ulkomaisen kustantajan oikeudesta myydä vastaavaa tuotetta ulkomaille eri kielelle käännettynä.

Kotimaisten kirjailijoiden ulkomaiset agentit

Kolmas rajaus koskee suomalaisia kirjailijoita, joiden ulkomaanoikeuksien myynti on muilla kuin suomalaisilla kustantajilla tai agenteureilla. Tällaisia kirjailijoita ovat mm. Sofi Oksanen, Kjell Westö, Monika Fagerholm sekä Antti Tuomainen. Kyseisten kirjailijoiden ulkomaanoikeuksista vastaa ulkomainen agentuuri ja tästä johtuen ja yrityksistä huolimatta, selvityksen piirissä kysytyjä kirjallisuusviennin tarkkoja lukuja ei ollut saatavilla. Koska selvityksen muut luvut ovat tarkkoja summia, katsottiin luotettavuuden kannalta toimivimmaksi ratkaisuksi jättää arvioihin perustuvat

luvut kokonaan esittämättä, koska tällöin faktoihin perustuneisiin lukuihin olisi jouduttu sisällyttämään huomattava arvio-osuus, joka olisi samalla laskenut oleellisesti kokonaislukujen luotettavuutta.

I. Kirjallisuusvienti ja sen toimijat Suomessa

Kirjallisuusviennin murros

Kirjallisuusviennin ala on vahvassa murroksessa ja tavallaan vasta hiljattain syntynyt. Suomalainen kirjallisuus on ollut pitkään kotimarkkinavetoista ja myynyt hyvin. Kotimaisen kirjallisuuden myynti Suomessa on kasvanut vahvasti aina 2000-luvun alkuun asti, jonka jälkeen kasvu on loppunut ja myynti on pysynyt suunnilleen entisellä tasolla (lähde: Suomen Kustannusyhdistys ry). Tilanne on johtanut osittain siihen, että vasta kotimaisen myynnin kasvun katkettua on alettu ammattimaisemmin katsoa vientimarkkinoille.

Kirjallisuuden myyntimäärien taittuminen on osa suurempaa ilmiötä, jonka vaikutukset ovat todella huomattavat ja näkyvät globaalisti median kulutuksen rakennemuutoksena, jota värittävät ihmisten mediakäyttötottumusten muuttuminen, kilpailevat ajanvietteet sekä mediakentän digitalisoituminen. Tästä seurauksena mm. sanomalehtien levikit tippuvat ja ihmiset lukevat vähemmän kirjallisuutta. Tämä kehitys ja kiristynyt kilpailutilanne on pakottanut myös kirjallisuusalan tehostamaan omaa toimintaansa.

Ennen kirjallisuusviennin ammattimaistumista kirjojen myyntiä ulkomaille saattoi hoitaa kustannusyhtiön toimitusjohtajan sihteeri tai assistentti varsinaisen työn ohella. Tällöin ei voitu varsinaisesti puhua kirjallisuusviennistä vaan ennemminkin ulkomailta tulleiden tilausten vastaanottamisesta. Tämä on johtanut hyvän potentiaalin menettämiseen sekä joissakin tapauksissa kirjailijan sekä kustantajan kannalta huonoihin sopimuksiin, jotka vaikuttavat monissa tapauksissa vielä tänäkin päivänä.

”kirjallisuusvienti Suomessa vasta hakee muotoaan”

- kommentti henkilökohtaisista haastatteluista

Kirjallisuusviennin ammattimaistuminen on alkanut varsin myöhään. Ensimmäiset ja ainoat kirjallisuusagenttuuri-yritykset perustettiin Suomeen vasta vuonna 2009. Uranuurtajina tällöin toimivat Stiltonia edustava Tiina Kristoffersson sekä Elina Ahlbäck Elina Ahlbäck Agencysta. Ensimmäisten kirjallisuusagenttien tuleminen Suomeen on ohjannut kustantajia tarkastelemaan omaa toimintaa kriittisesti ja vaikuttanut siten positiivisella tavalla ja edesauttanut terveen kilpailun syntymistä.

Toiminnan tehostaminen on johtanut mm. siihen, että kotimaiset isot kustantajat (WSOY ja Otava) ovat muuttaneet ulkomaan toimintojansa siten, että on perustettu omat osastot hoitamaan vientiä ja niihin on nimetty ns. Foreign Rights Managerit hoitamaan vientiliiketoimintaa. Tammen kirjallisuusvientiä edustaa Elina Ahlbäck Agency ja Gummeruksen vientiä edustaa Stilton.

Kirjallisuusviennin ammattimaistuminen eli kaupallistuminen on näkynyt useina parannuksina entiseen. Kirjailijoiden ammattitaitoisempi edustaminen on merkinnyt mm. juridisesti

laadukkaampia sopimuksia ulkomaanoikeuksista. Markkinatilanne on johtanut kilpailun kiristymiseen, joka on merkinnyt agentuureilta sekä kustantajien ulkomaan viennin osastoilta ammattitaitoisempaa myyntityötä, henkilökunnan osaamisen kasvua ja mm. verkostojen kasvattamista.

Kirjallisuusviennin toimijat

Kirjallisuusviennistä ulkomaille vastaavat kustannusyhtiöt, agentuurit sekä kirjailijat itse. Kirjallisuusalan ja etenkin viennin murroksessa sen toimijat hakevat vielä jossain määrin omaa paikkaansa. Kustantajien Foreign Rights Managerit ja agentit tekevät periaatteessa samaa työtä, mutta rooleissa on erojakin.

Hieman kärjistäen voi sanoa, että Foreign Rights Managerit ovat palvelualalla ja agenttien toiminta on jonkin verran kaupallisempaa eli toisin sanoen kirjailija valitsee kustantajan kun taas agentuuri valitsee kirjailijan. Kustantajien FRM:t edustavat suurempaa määrää kirjailijoita, koska he edustavat kustantamonsa kaikkia kirjailijoita, jotka haluavat yrittää vientiä. Tällöin joukossa voi olla myös sellaisia kirjailijoita tai kirjoja, joiden potentiaali ei ole kovin suuri. On helpompaa ja tehokkaampaa edustaa muutamaa tarkoin valittua tuotetta tai kirjailijaa kuin suurta määrää kirjailijoita.

Myös kirjailijoiden rooli osana vientiponnisteluja, ja kotimarkkinoillakin, on muuttunut melko paljon. Aiemmin kirjailijan tehtävä oli kirjojen kirjoittaminen, mutta nykyään myös kirjailijan pitää itse osallistua hyvin vahvasti tuotteidensa markkinointiin. Kirjailijoista itsestään pyritään tekemään mielenkiintoisia tuotteita ja sitä kautta erottumaan muista, herättämällä mielenkiintoa. Kirjailijoiden tulee tuntea myös sopimustekniset asiat entistä paremmin. Aiemmin oli normaalia, että kirjailijan tehdessä sopimuksen kustantajan kanssa, hän myi kotimaanoikeuksien lisäksi samalla myös julkaisuoikeudet ulkomaille ikään kuin automaattisesti. Nykyään kirjailija voi myydä pelkästään kotimaan oikeudet kustantajalle ja ulkomaan oikeudet erikseen valitsemaalleen agentuurille, joka ei enää välttämättä ole Suomessa. Näin onkin tapahtunut viime aikoina joidenkin lupaavien ja hyvin myyneiden kotimaisten kirjailijoiden kohdalla, jotka ovat tehneet sopimuksen mm. ruotsalaisen Salomonsson Agencyn kanssa.

”Ruotsissa on yhdessä agenttitoimistossa enemmän ihmisiä töissä kuin Suomessa on koko kirjallisuusviennissä.”

- kommentti henkilökohtaisista haastatteluista

Suomessa tällä hetkellä aktiivisesti toimivat kirjallisuusagentuurit eivät ole täysin ilman kustantajakytköstä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että agentuuri ei voi täysin keskittyä valitsemiensa kirjailijoiden edustamiseen, vaan kustantajakytkös tuo mukanaan myös vähemmän potentiaalia omaavia kirjoja tai kirjailijoita. Ruotsissa toimii sen sijaan agentuureja, joilla ei ole minkäänlaisia kytköksiä kustantajiin, jolloin he voivat tehdä sopimuksia pelkästään sellaisten kirjailijoiden kanssa, joiden potentiaaliin he eniten uskovat. Tällaiset agentuurit voivat keskittyä edustamiensa kirjailijoiden kohdalla vahvemmin markkinoinnin laatuun ja he pystyvät tehokkaammin esittelemään muutaman selvän ja tarkasti tuotteistetun vaihtoehdon. Kirjailijan kannalta on erittäin tärkeää, että hänen ulkomaanoikeuksiensa omistaja panostaa asiakkaan markkinointiin, koska muuten vaarana on hukkoa massaan ja sitä kautta menettää potentiaali sekä mahdollinen kansainvälinen menestys.

FILI – Finnish Literature Exchange on kotimainen kirjallisuuden asiantuntija- ja vientiorganisaatio, joka tukee kääntämistä, painattamista sekä julkaisemista ja edistää suomalaisen kirjallisuuden tunnettuutta maailmalla. Ammattitaitoisten kääntäjien merkitys kirjallisuusviennille on ratkaisevaa. Käännössopimuksia voidaan edistää myös käännösnäytteillä.

Kustannussopimus ja ansaintalogiikka

Ulkomainen kustantaja tekee kustannussopimuksen kirjan ulkomaisista oikeuksista joko suomalaisen kustantajan tai kirjailijaa edustavan agentin kanssa. Sopimuksen teko suoraan kirjailijan kanssa on teoriassa myös mahdollista, mutta erittäin harvinaista.

Kustannussopimuksessa sovitaan mm. rojaltiprosenteista, joiden mukaan ulkomainen kustantaja maksaa Suomeen kirjan myyntituotot. Tätä sopimusta voi kutsua myös sopimukseksi kirjan julkaisemisesta ko. kielialueella, joten erillistä sopimusta julkaisuoikeuksista ja toista kustannusoikeuksista, ei tehdä.

Vain pieni osa ulkomailla myydystä suomalaisen kirjailijan kirjoittaman kirjan tuottamasta myyntitulosta palautuu Suomeen. Suomeen palautuva osuus perustuu tekijänoikeuskorvauksiin eli rojalteihin, joista kirjailijan osuus, sopimuksesta riippuen, on karkeasti noin 75 % ja noin 25 % päättyy kirjailijaa edustavalle kustantajalle tai agentuurille, joka on vastannut ulkomaanmyynnissä käytetystä markkinointimateriaalista sekä myyntityöstä, eli saanut aikaan sopimuksen ulkomaisen kustantajan kanssa.

Ulkomainen kustantaja maksaa tekijänoikeuksista usein ennakkoa, joka vähennetään myöhemmin suoritettavista rojalteista. Ennakoita ei tarvitse kuitenkaan palauttaa, jos kirja ei sattuisi myymään. Ennakon suuruus riippuu paljon kielialueesta, jossa kirjaa myydään, kirjan myyntihintojen tasosta ko. alueella, kustantamon koosta, kirjan genrestä sekä kirjailijan aiemmasta menestyksestä. Lisäksi ennakon suuruuteen voi vaikuttaa myyjän neuvottelutaidot.

Rojaltien osuudet vaihtelevat eri kirjatyyppien sekä tehdyn sopimuksen sisällön mukaan. Painettujen kirjojen rojalit lasketaan yleensä kirjan kirjakaupan myyntihinnan mukaan (published retail price), E- ja äänikirjojen rojalit kustantajan saamasta nettotuotosta (publisher's net receipt). Nettotuotoista lasketut rojalit ovat aina korkeampia prosentteja.

II. Suomalainen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuosina 2011 ja 2012

Kirjallisuusvienti lukuina

Vuoden 2013 loppupuolella toteutetussa Internet-kyselyssä selvitettiin suomalaisen kirjallisuusviennin markkina-arvo vuosina 2011 ja 2012. Jatkoselvitykset tulevat kattamaan vuodet 2013–2015. Luvut on kerätty suomalaisilta kustantajilta ja agenteilta nimettöminä ja sisältävät toteutuneet julkaisuoikeuksien myynnit. Ulkomaisten suomalaisia kirjailijoita edustavien agentuurien myymät oikeudet eivät ole luvuissa mukana.

Kysymyslomakkeessa pyydettiin ilmoittamaan kuinka suuret olivat vastaajan edustaman yrityksen tai organisaation bruttotulot kirjallisuusviennistä (ulkomaille myytyjen oikeuksien tuottamat tulot) vuosina 2011 ja 2012.

Kysymystä on tarkennettu siten, että lukuihin sisällytetään kaikki tulot kultakin vuodelta, riippumatta siitä milloin oikeudet on alun perin myyty. Oikeuksien myyntiin sisältyy julkaisuoikeus sekä painettuna että E-kirjana. Lukuihin ei tule sisältää valmiiden kirjojen vientiä ja vastaajan tulee raportoida vain ne luvut, jotka sen edustama organisaatio on neuvotellut.

Kirjallisuusviennin arvo, eli suomalaisen kirjallisuuden julkaisuoikeuksien myynnin tulot, vuonna 2011 oli 1,26 miljoonaa euroa, kun se 2012 oli noussut jo 1,98 miljoonaan euroon, eli noussut vuodessa melkein 60 prosenttia. Vastaajien arvioiden mukaan julkaisuoikeuksien myyntituloista n. 50 % tulee kaunokirjallisuudesta (proosa), noin kolmannes lasten kuvakirjoista ja romaaneista ja kymmenisen prosenttia tietokirjallisuudesta. Näissä osuuksissa ei ollut tapahtunut huomattavaa muutosta vuosien 2011 ja 2012 välillä.

Kustannusoikeussopimuksia tehtiin ulkomaisten kustantajien kanssa vuonna 2011 hieman yli 300 kpl, kun seuraavana vuonna niiden määrä oli jo yli 600 kpl. Kirjailijoita, joiden teoksia myytiin vähintään kymmeneen eri maahan, oli 2011 yhteensä 8 ja seuraavana vuonna tällaisia kirjailijoita oli 11. Eniten kirjallisuusvientiä on ollut Saksaan, joka edustaa noin kolmannesta vuoden 2012 markkinoista. Kiinnostavimpina maina tulevaisuuden potentiaalin kannalta pidettiin Saksan lisäksi myös Yhdysvaltoja, Aasian maita sekä Latinalaista Amerikkaa.

Kirjallisuusviennin tulevaisuudennäkymät

Vaikka myyntimäärät ulkomailla ovat kasvussa ja usko kasvun jatkumiseen on vahvaa, niin uhkatekijöitä ja haasteitakin löytyy. Ihmiset käyttävät yhä vähemmän aikaa kirjojen lukemiseen, joten kokonaismarkkinat eivät ole kasvussa, mikä merkitsee markkinaosuuksista kilpailua. Kansainvälinen kilpailu on kovaa ja vain harvat onnistuvat todelliseen läpimurtoon. Suomessa kustantajat ja agentuurit tekevät todella vaativaa työtä melko pienillä resursseilla.

Ulkomaiset agentit ovat jo tehneet sopimuksia suomalaisten kirjailijoiden kanssa ja jatkavat aktiivisesti uusien kykyjen etsimistä, joten lupaavimmista kirjailijoista joudutaan käymään kotimaassakin kovaa kilpailua. Suomalaisten kirjailijoiden kansainvälinen menestyminen sekä kirjailijoiden tietämyksen kasvu on saanut aikaan myös sitä, että he miettivät aiempaa tarkemmin kenelle ulkomaan oikeutensa myyvät.

Tulevaisuuden näkymiin vaikuttaa myös digitalisoituminen, joka on tuonut uusia jakelukanavia sekä toimintamalleja. Nykyään kirjailijoiden on mahdollista tehdä esimerkiksi sopimuksia erilaisista jakelukanavista suoraan kuluttajille myymällä E-kirjan oikeudet esimerkiksi Amazonille tai Googlelle. Tällainen toiminta on kuitenkin ainakin toistaiseksi hyvin marginaalista, mutta selkeä osoitus alan murroksesta.

Suomen roolin Frankfurtin kirjamesujen teemamaana vuonna 2014 katsottiin jo nyt vaikuttaneen positiivisesti kysyntään varsinkin Saksassa. Yleisesti vastaajat näkevät suomalaisen kirjallisuusviennin näkymät erittäin lupaavina. Jo nyt on nähty kansainvälisiä läpimurtoja, jotka ovat edesauttaneet suomalaisen kirjallisuuden esiinnousussa maailmalla. Vientitoiminnan

ammattimaistuminen on vasta toden teolla alkanut ja tämä alkaa nyt näkyä myös käytännössä kasvaneena kiinnostuksena ja kohonneina myyntimäärinä. Vahva usko on myös tuotteeseen, jota ulkomaille viedään, eli suomalaiseen kirjallisuuteen. Suomessa on vahvoja kirjailijahahmoja sekä hyviä kirjallisia brändejä.