

POHJOINEN DESIGN - DESIGN POHJOISESSA?
Pohjoisen käsityömuotoilun asema alan toimijoiden kokemana

Lapin yliopisto
Taiteiden tiedekunta
Teollinen muotoilu
Kevät 2008
Irma Annanpalo

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO	4
1.1 Tutkimusaihe ja tausta	4
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset	7
2. TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN AINEISTO	9
2.1 Lähestymistapa ja metodiset valinnat	9
2.1.1 Teemahaastattelu	10
2.1.2 Tutkijan positio ja esiymmärrys	12
2.2 Haastattelut	14
2.2.1 Kohderyhmän rajaus ja valinta	14
2.2.2 Haastateltavien esittely	15
2.2.3 Haastattelujen toteutus, purkaminen ja aineiston analyysimenetelmä	25
2.3 Käsityörittäjyyttä koskeva aiempi tutkimus ja keskeiset lähteet	28
3. TUTKIMUSKOHTTEEN KUVAUS JA RAJAUS	30
3.1 Käsityöala ja käsityörittäjyys	30
3.1.1 Erilaisia määrittelyjä	30
3.1.2 Määrittelyn ongelmia	35
3.1.3 Tutkimuksen keskeiset käsitteet	36
3.2 Toimialakuvaus	38
3.2.1 Käsityöalan laajuus henkilöstönä ja liikevaihtona	38
3.2.2 Käsityöala ja käsityörittäjyys Lapissa	39
3.3 Käsityöala ja matkailu Lapissa - lapintavaramarkkinoiden muodostuminen	42
3.4 Käsityömuotoilun ja taidekäsityön julkinen näkyvyys ja asema	45
4. YRITTÄJYYS	51
4.1 Käsityöyritykset osana luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä	51
4.2 Elämäntyyliyrittäjyys	55
4.3 Käsityöyritysten pienuuden ongelma	63
4.4 Kukaan ei jaksa yksin	66

5. "POHJOINEN ULOTTUVUUS"	68
5.1 Pohjoinen yrityksen toimintaympäristönä	68
5.1.1 Alan verkostojen ja myyntikanavien puute	68
5.1.2 Henkinen ilmapiiri	79
5.2 Pohjoinen elinympäristönä	90
5.3 Pohjoinen muotokieli	94
5.3.1 Suhde saamelaiskulttuuriin	94
5.3.2 Suhde matkailuun ja matkamaisiin	106
6. TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	119
7. PÄÄTÄNTÖ	129
LÄHTEET	133
LIITTEET	

Kannen kuvat:

Piritta-laukku. Ságat - Seija Ranttila. (Kuva: Marja Helander.)

JAUR-malliston tuotteita Design House Idolin Helmikodassa. Arctichrome.

(Kuva: Design House Idoli.)

Huopahattu ja lumijäkälähuivi. Taikatunturi. (Kuva: Marja Helander.)

Poro. Lovi Oy. (Kuva Lovi Oy.)

POHJOINEN DESIGN - DESIGN POHJOISESSA?

Pohjoisen käsityömuotoilun asema alan toimijoiden kokemana.

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimusaihe ja tausta

Muotoilu ja sitä koskeva keskustelu ovat viime vuosien aikana merkittävästi lisääntyneet. 2000-luvulla muotoilu on nostettu valtion taholta kulttuuri- ja luovuuskeskustelujen keskiöön ja sillä nähdään olevan merkittävä rooli Suomen kansallisen ja kansainvälisen kilpailukyvyyn ja talousnäkökymien kannalta. Yläkäsitteenä muotoilulla tarkoitetaan teollisen muotoilun, taideteollisen muotoilun, taidekäsityön, muotoilujohtamisen ja sisustusarkkitehtuurin toimialoja. Taideteolliseen muotoiluun sisältyvät mm. keramiikka ja lasitaide sekä tekstiili- ja muotitaide. Käsityötä pidetään osana taideteollisuutta ja näin osana muotoilun kokonaisuutta¹.

Koska muotoilu liitetään osaksi talouskeskustelua, muotoilun kenttään kuuluva taideteollinen muotoilu ja siihen liittyvä taidekäsityö ja käsityömuotoilu ovat jääneet keskustelussa marginaaliin, siitähän huolimatta, että käsityö on nostettu esiin mm. Muotoilu 2005! -ohjelman visiossa suomalaisesta muotoilusta². Huolimatta marginaalisesta asemastaan käsityöala on 1990 -luvulta lähtien ollut nousussa. Vaikka käsityöyritysten määrä, henkilöstö ja liikevaihto ovat kasvaneet Suomessa hitaasti 1990-luvun puolesta välistä lukien³, alan näkyvyys ja alaa koskeva keskustelu tuntuvat selvästi lisääntyneen. Viime vuosina ala on ollut myös lukuisten selvitysten ja kehittämistoimenpiteiden kohteena, ja käsityöalasta pyritäänkin kehittämään entistä elinvoimaisempi.

1 Ks. esim. Veräjänkorva 2006, 6; Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti 2004, 11, 25.

2 Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti 2004. Ohjelman visiossa suomalaisesta muotoilusta tavoitteeksi asetetaan mm. *Omaleimaiselle muotoilulle rakentuva laadukas ja esteettisesti korkeatasoinen ympäristö ja esinemaailma luovat Suomelle vahvan identiteetin muotoilun ja korkeatasoisen käsityön edelläkävijämaana. Muotoilulla luodaan perustaa kansalaisten hyvinvoinnille ja viihtyvyydelle.*

3 Lith 2005, 15-16.

Veräjänkorvan mukaan ala kiinnostaa myös useita nuoria tekijöitä ja viime vuosina on ollut havaittavissa lukuisten pienten yritysten ja myymälöiden ilmaantuminen. Nämä taidekäsityöläiset, taiteilijat ja muotoilijat tuottavat uusia, innovatiivisia teoksia ja tuotteita, jotka rikkovat taiteen, muotoilun ja käsityön rajoja edustaen uudenlaista rajoja ylittävää taideteollista muotoilua. "Humaaneihin arvoihin perustuvalla taidekäsityöllä on tänään suuri yhteiskunnallinen ja kulttuurinen merkitys, voisi sanoa tilaus" Veräjänkorva kirjoittaa.⁴

Lapissa matkailu määrittelee käsityöyrittäjän toimintaympäristöä hyvin voimakkaasti, eikä matkailua voi ohittaa käsityömuotoilusta puhuttaessa. Turismin kasvun myötä matkamuuistojen kysyntä voimistui Lapissa 1960-luvulla. Saamelaisilla käsityöillä oli kysyntää, mutta matkamuuistokaupan myötä tuotteiden toiminnallinen merkitys muuttui. Käytöesineiden sijaan alkoi ilmestyä esineitä, joilla ei ollut käyttöarvoa. Matkamuuistotarkoituksiin valmistetuilla esineillä alkoi olla ainoastaan näyttöarvoa. Lapintavara – saamenkäsityöitä muistuttava tai muuten saamelaisiin tai saamelaisalueeseen viittaavia elementtejä sisältävä matkamuuistotuotanto valtasi markkinat.⁵

Lapissa käsityö-, lahjavara ja matkamuuisto tuotanto on kuitenkin hyvin yksipuolista ja lapintavaran voi sanoa hallitsevan markkinoita⁶. Yleisesti voikin todeta, ettei Lappiin näytä kehittyneen vahvaa designpohjaista käsityömuotoilualaa. Vaihtoehtojen puute on selvästi havaittavissa, vaikka poikkeuksiakin toki on. Lapissa toimivien matkailu- ja vientiyriyten liikelahjatarpeita teollisen muotoilun pro gradu -työssään selvittänyt Minna Niskakangas toteaaakin perinteisten lappilaisten lahjatuotteiden rinnalle tarvittavan uusia ja nykyaikaisia vaihtoehtoja, laadukkaita tuotteita, joista henkii kohteelle ominaiset arvot ja kulttuuri⁷. Myös englantilaisten ja venäläisten matkailijoiden matkamuuisto-ostoksia matkailututkimuksen alan proseminaari-työssään selvittäneen Emmi Mattilan mukaan matkamuuistomyynti Lapissa perustuu yhä pitkälti lapintavaraan⁸.

Saman toteaa myös Lapin liiton käsityöalan kehittämispäällikkö Jaana Moona: - - - *käsityö lappilainen käsityö ei monestikaan herätä suurta ihailun aihetta. Lappilainen käsityö yhdistetään pikemminkin halpaan kliseiseen turistikärsänsään. - - - Perinteisiä matkamuuistojakin tarvitaan, mutta potentiaalia lappilaisista materiaaleista olisi myös*

4 Veräjänkorva 2006, 74.

5 Lüthje 1995, 52; Saamelaiskomitean mietintö 1973, 74-79; ks. myös Aikio & Aikio 1993, 90-92.

6 Ks. esim. Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75; Aikio & Aikio 1993, 92. Myös omat havainnot ennen kaikkea kevään 2007 ajalta tukevat tätä.

7 Niskakangas 2004, 6.

8 Mattila 2007, 24.

*valmistaa laadukkaita käyttötuotteita ilman turismi lähtökohtaa, jotka voivat päätyä ja päätyvätkin myös muistoiksi Lapista. Eihän Aalto maljakkoakaan alun perin matkamuuksiksi suunniteltu, mutta siitä valmistettavat erikoiset versiot ovat hyvin suosittuja tuliaisia Suomesta.*⁹ Yksipuolisuuden ongelma on havaittu, ja se on otettu huomioon mm. Moonan vuosille 2007-2013 laatimassa Lapin käsityörittäjyyden kehittämisstrategiassa¹⁰.

Yksipuolisuudesta huolimatta Lapissa toimii kuitenkin tekijöitä ja yrityksiä, joiden tuotevalikoima ei perustu lapintavaraan tai anonyymien, "olemassa olevien" mallien valmistukseen. Heidän tuotantonsa perustuu useimmiten koulutuksen kautta hankittuun suunnitteluosaamiseen ja omiin mallistoihin ja useimmiten heidän tuotantonsa voi katsoa olevan Moonan mainitsemia "ilman turismi lähtökohtaa" suunniteltuja laadukkaita käyttötuotteita. Nämä tuotteet voivat toki päätyä matkamuuksiksi Lapista, mutta niille soveltuvia myyntikanavia on Lapissa hyvin rajallisesti. Pohjoisen matkamuuksio-orientoituneet myyntikanavat eivät elätä tekijöitä, vaan markkinakanavat on useimmiten etsittävä Etelä-Suomesta tai viennistä.

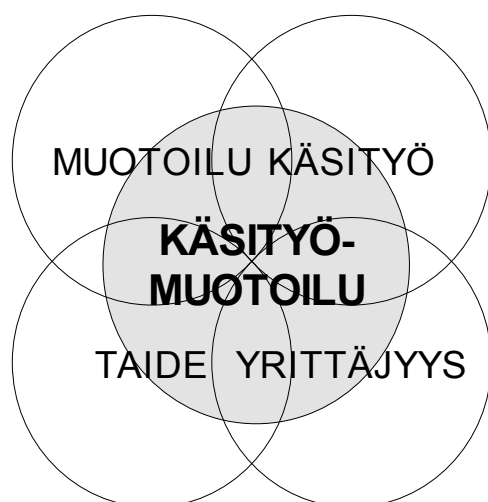
Alan "arkikeskustelun" tasolla törmääkin usein siihen, etteivät tekijät koe löytävänsä toimintamahdollisuuksia toisaalta lapintavaran hallitsemilla markkinoilla ja toisaalta alueella vallitsevassa yritys- ja yrittäjäkulttuurissa¹¹. Usein sekä materiaalien toimittajat, alihankkijat, jälleenmyyjät ja muut yhteistyöverkoston toimijat sekä messut, näyttelyt ja muut alan tapahtumat ovat kaukana – yleensä etelässä. Lisäksi, jos esimerkiksi "henkinen ilmapiiri" koetaan ahdistavaksi, voi asutushistoriallisia termejä käyttäen todeta työntäviä ja vetäviä tekijöitä olevan olemassa. Voikin hyvällä syyllä kysyä, eikö yritystoiminnan kannalta olisi viisaampaa toimia siellä, missä tarvittavat verkostot ja markkinat ovat. Toisaalta voi kysyä, miksi pohjoisessa halutaan toimia, jos toiminnalle kerran nähtäisiin olevan paremmat edellytykset jossain muualla.

9 Moona 2006, 1.

10 Moona 2007.

11 Vrt. Moona 2007, 9-10.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset



Kuva 1: Käsityömuotoilu liikkuu muotoilun, käsityön, taiteen ja yrittäjyyden rajapinnoilla ja yhtymäkohdassa.

Tiina Veräjänkorvan mukaan taidekäsityö liikkuu taiteen, käsityön ja muotoilun rajapinnalla¹². Veräjänkorvaa mukaillen käsityömuotoilu puolestaan liikkuu taiteen, käsityön, muotoilun ja yrittäjyyden rajapinnoilla ja yhtymäkohdassa. (Kuva 1.)

Otsikko *Pohjoinen design – design pohjoisessa. Pohjoisen käsityömuotoilun asema alan toimijoiden kokemana* kertoo tutkimuksen rajauksen: Tarkastelun kohteena on sekä pohjoisessa tuotettu että pohjoisista lähtökohdista tuotettu design – joka pääsääntöisesti rajautuu käsityömuotoilu-käsitteen alle – ja pohjoiset käsityömuotoilijat sekä käsityömuotoiluyritykset.

Tutkimukseni tarkoituksena on selvittää design-pohjaisen käsityömuotoilun asemaa ja nykytilaa Lapissa sekä käsityömuotoilijoiden kokemuksia omasta työstään, yrittäjyydestä, suhteestaan pohjoisuuteen sekä asemastaan pohjoisessa. Miten pohjoisuus ilmenee heidän toiminnassaan ja työskentelyssään? Miten käsityömuotoilua edustavat toimijat kokevat positionsa lapintavaran hallitsemilla markkinoilla? Pyrkimykseni on löytää taustalla olevia konventioita, ajattelumalleja ja näkökulmia, jotka sekä ohjaavat heidän toimintaansa että ovat edellytyksenä sille, ja joilla alan toimijat perustelevat valintojaan.

¹² Veräjänkorva 2006, 13-15.

Tavoitteeseen pyrin tarkastelemalla aineistosta esiin nousevia kokemuksia, näkemyksiä ja selitysmalleja sekä näiden yhtäläisyyksiä ja eroja, joita tarkastelen aiemman tutkimuksen valossa. Haastatteluaineisto käy näin vuoropuhelua tutkimuskirjallisuuden kanssa sekä kytkeytyy laajempaan kontekstiin että vertautuu alan valtakunnalliseen tilanteeseen.

Taideteollisuuteen ja erityisesti käsityöalaan liittyy paljon sitä luonnehtivia ominaispiirteitä, joita on syytä valottaa alan erityisluonteen ymmärtämiseksi. Näitä erityispiirteitä on laajasti pohdittu mm. Sitran ja Käsi- ja taideteollisuusliiton vuonna 2002 julkaisemassa *Käsin tehty tulevaisuus* -tutkimuksessa¹³. Tarkastelen tutkimuksessani myös näitä alalle tyypillisiä, luonteenomaisia ja sitä määrittäviä erityispiirteitä. Niitä ovat esimerkiksi alan kulttuurinen merkitys ja vankka arvopohja, alhainen toimeentulo ja liikevaihto, "pienuuden ongelma" ja alan pääkaupunkikeskeisyys eteenkin taidekäsityöstä puhuttaessa. Käsittelen erityispiirteitä ja niiden ilmentymistä haastateltujen yrittäjien toiminnassa sekä suhteessa luoviin aloihin ja kulttuuriyrittäjyyteen ja esittelemällä elämäntyyliyrittäjyyden käsitettä, jonka näen avaavan mahdollisuuksia yrittäjyyden ja arvomaailman yhdistävälle diskurssille. Lisäksi käsittelen "pienuuden ongelman" esiintymistä käsityömuotoilualalla sekä käsityömuotoilualalle tyypillistä yksinyrittäjyyttä ja näiden kumuloituvaa yhteisvaikutusta.

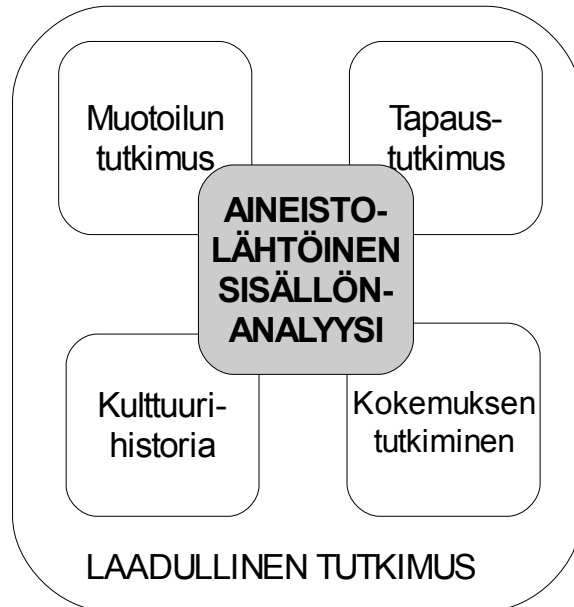
Alan käsitteistö on jokseenkin kirjava ja käsitteet ovat usein hyvin lähellä toisiaan. Uusia käsitteitä tuntuu syntyvän koko ajan, mikä kertoo tietynlaisesta murrosvaiheesta ja alalla meneillään olevasta identiteetin etsinnästä. Käsitteiden kirjavuuden ja osittain uusien käsitteiden vuoksi, esittelen niitä työssäni melko laajasti, osin jopa laajemmin kuin mitä tämän työn kannalta olisi välttämätöntä.

Tavoitteenani on myös selvittää, miten arkikeskustelussa usein esiintyvät "vetävät ja työntävät tekijät" ilmenevät ja mitä ne ovat. Tavoitteena on alan sisäisen itseymmärryksen lisääntyminen sekä se, että vastauksista olisi luettavissa, miten tämän aineiston valossa käsityömuotoilun kehittymistä alueella voitaisiin tukea. Tarkoitus ei kuitenkaan ole esittää konkreettisia kehittämistoimenpiteitä, vaan lisätä aihetta koskevaa tietoa ja ymmärrystä.

13 Luutonen & Äyväri 2002.

2. TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN AINEISTO

2.1 Lähestymistapa ja metodiset valinnat



Kuva 2: Tutkimuksen lähestymistapa ja metodiset valinnat.

Tutkimus on laadullinen tutkimus, joka etenee induktiivisen päättelyn logiikan mukaisesti. Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtäminen, selittäminen, tulkinta ja soveltaminen. Laadullinen tutkimusote etenee käytännön ilmiöstä ja havainnoista yleiselle tasolle eli empiriasta teoriaan.¹⁴

Laadullinen tutkimus on luonteeltaan sekä kokonaisvaltaista tiedon hankintaa että aineistolähtöistä ja kontekstisidonnaista. Se nojaa ensisijaisesti aineistoonsa, joka näkyy jopa tutkimusongelmien määrittelyssä: Tutkimusongelmat ja tutkimussuunnitelma muotoutuvat ja täsmentyvät tutkimuksen kuluessa ja aineiston ohjaamina. Aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa ja käytetään induktiivista analyysia. Myös aineiston hankinnassa käytetään laadullisia metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja "ääni" pääsevät esiin. Tutkimus toteutetaan joustavasti, kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti eikä satunnaisotantaa käyttäen, tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja tulkitaan

¹⁴ Hirsjärvi & Hurme 2000, 25; Anttila 2005, 267; Anttila 1996(b), 135-136.

aineistoa sen mukaisesti.¹⁵

Myös induktiivinen päättely lähtee liikkeelle aineistosta. Aineisto käsitteellistetään ja käsitteiden mukaan määritellään ilmiötä koskeva teoria. Induktiivisessa päättelyssä teorian rooli on tutkijan esiymmärryksen muodostamisessa. Aikaisemmasta tiedosta ja käytännön kokemuksista muodostuvat tutkijan esiymmärrys ja käsitteenmuodostuksen oletetut lähtökohdat. Tutkija on kuitenkin valmis kumoamaan ne, jos aineisto niin osoittaa.¹⁶

Tutkimukseni on tapaus- eli casetutkimus. Tapaustutkimus on empiiristä tutkimusta, jonka tarkoituksena on tutkia intensiivisesti tiettyä kohdetta, esimerkiksi yksilöä tai ryhmää, ja tutkimuksen kohteena voivat olla esimerkiksi niiden taustatekijät, ajankohtainen asema ja tilanne tai ympäristötekijät. Useimmiten on kysymys hyvin monista yhdessä vaikuttavista seikoista, joten niistä pyritään saamaan mahdollisimman kokonaisvaltainen, seikkaperäinen ja tarkka kuvaus. Tapaustutkimuksessa tutkija ja tutkittavat ovat vuorovaikutuksessa keskenään ja tutkijan raportti on hänen tulkintansa tilanteesta.¹⁷

Tutkimuksen analyysimenetelmä on aineistolähtöinen sisällönanalyysi. Lisäksi tutkimuksessani on piirteitä erilaisista lähestymistavoista kuten identiteetti ja ammatti-identiteettitutkimuksesta, elämäkertatutkimuksesta ja Grounded Theorystä. Vaikka tutkimus ei olekaan historian tutkimusta, kulttuurihistoriallinen näkökulma vaikuttaa sekä metodologisiin että osittain myös käsitteellisiin valintoihini. Tutkimukseni on muotoilun ja taiteellisuuden tutkimusta, ja keskeistä siinä on yksilön kokemuksen tutkiminen.

(Kuva 2.)

2.1.1 Teemahaastattelu

Tutkimukseni aineisto muodostuu haastatteluista sekä tutkimuskirjallisuudesta. Olen toteuttanut haastattelut teemahaastatteluina. Haastattelu joustavana menetelmänä on hyvin käyttökelpoinen metodi silloin, kun tutkimuskohteena on ihmisten mielipiteet, käsitykset, kokemukset, asenteet ja havainnot, tai kun haluamme ymmärtää miksi ihmiset toimivat havaitsemallamme tavalla tai miten he arvottavat tapahtumia¹⁸.

Teemahaastattelu pohjautuu kohdennettuun haastatteluun (the focused interview). Koh-

15 Hirsjärvi & al. 2001, 155; Anttila 2005, 184-186.

16 Anttila 1996(b), 131,134; Anttila 2005, 117.

17 Anttila 1996(b), 252-253.

18 Hirsjärvi & Hurme 2000, 11; ks. myös Anttila(b) 1996, 230.

dennetussa haastattelussa lähdetään siitä, että tiedetään haastateltavien kokeneen tietyn tilanteen. Tutkija on alustavasti selvittänyt tutkittavan ilmiön oletettavasti tärkeitä osia, rakenteita, prosesseja ja kokonaisuutta. Tämän sisällön- ja tilanneanalyysin avulla tutkija muodostaa tietyt oletukset, ja analyysinsä perusteella laatii haastattelurungon. Haastattelu suunnataan haastateltavien subjektiivisiin kokemuksiin tilanteista, jotka tutkija on ennalta analysoinut.¹⁹

Toisin kuin kohdennetussa haastattelussa, teemahaastattelu ei edellytä tiettyä kokeellisesti aikaansaattua yhteistä kokemusta, vaan lähtee oletuksesta, että kaikkia yksilön kokemuksia, ajatuksia, uskomuksia ja tunteita voidaan tutkia tällä menetelmällä. Kohdennetun haastattelun tavoin korostetaan haastateltavien elämysmaailmaa ja heidän määritelmiään tilanteesta.²⁰

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Haastattelun aihepiirit - teemat - ovat kaikille samat. Oleellisinta tässä menetelmässä onkin se, että haastattelu etenee yksityiskohtaisten kysymysten sijaan keskeisten teemojen varassa. Kuten Hirsjärvi ja Hurme toteavat "tämä vapauttaa pääosin haastattelun tutkijan näkökulmasta ja tuo tutkittavien äänen kuuluviin" - keskeistä onkin ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamansa merkitykset.²¹

Haastattelu on aina konteksti- ja tilannesidonnaista ja haastattelun tuloksiin sisältyy tulkintaa ja merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa²². Lisäksi se, että laadullinen tutkimus ylipäättään on konteksti ja tilannesidonnaista, tulkitsevaa ja vuorovaikutteista on tärkeä muistaa aineistoa analysoitaessa ja tutkijan tulkintaa arvioitaessa.

Anttila toteaa monimenetelmällisyyden edesauttavan tutkimuksen onnistumista. Valitun menetelmän lisäksi tietoja täydennetään muilla menetelmillä, esimerkiksi haastatteluja täydennetään samanaikaisesti havainnoimalla²³. Monimenetelmällisyyden vuoksi pyrin tekemään haastattelut haastateltavien omassa ympäristössä, työhuoneella, verstaalla, myymälässä tms., jotta samanaikainen visuaalisten havaintojen tekeminen olisi mahdollista.

19 Hirsjärvi & Hurme 2000, 47.

20 Hirsjärvi & Hurme 2000, 48.

21 Hirsjärvi & Hurme 2000, 48.

22 Hirsjärvi & Hurme 2000, 12, 48.

23 Anttila 2005, 277-278; Anttila 1996(b), 137-138.

2.1.3 Tutkijan positio ja esiymmärrys

Ennen nykyisiä maisterintutkintoon tähtääviä opintojani olen suorittanut sekä artesaanin tutkinnon (Lappeenrannan käsi- ja taideteollisuusoppilaitos 1989) että muotoilualan artemin tutkinnon (Kuopion muotoiluakatemia 1994). Olen työskennellyt, ja työskentele edelleen, alalla sekä muotoilijana ja käsityöläisenä että käsityömuotoiluyrittäjänä Rovaniemellä. Näin ollen kuulun siis itse tutkimukseni kohderyhmään, pohjosiin käsityömuotoilualan toimijoihin.

Vastaavasta tilanteesta, itse kohderyhmään kuulumisesta, naispappien asemaa väitöskirjassaan tutkinut pastori Satu Saarinen käyttää nimitystä sisäryhmäläisyys ja toteaa oman sisäryhmäläisyytensä tutkimuksen ensisijaisen lähteen tarjoavien haastateltavien kanssa tuoneen haasteita koko tutkimusprosessiin: *Tutkijana ja pappina olen kahtalaisessa roolissa: toisaalta ulkopuolisena kyselijänä, toisaalta itse oikeastaan osana tutkimusmateriaalia yhtenä Oulun hiippakunnan naispastoreista.*²⁴ Myös dokumenttielokuvan tekijöitä väitöskirjassaan tutkinut dokumenttielokuvantekijä Jouko Aaltonen on kohdannut saman tilanteen: *Minulla oli tilanteessa useampiakin rooleja, olin sekä tutkija että kollega. - - - Tilanne muistuttikin paljon kollegojen välistä keskustelua.*²⁵

Saarinen toteaa varsinaisessa haastattelutilanteessa puheilmaisun samuuden tutkijan ja haastateltavan välillä nousseen esiin. Keskustelu käydään molemmille tutuin käsittein, sellaisin johon molemmat ovat ammatillisesti kasvaneet. Näin tutkija on itse mukana tuottamassa aineistoa ja tulkitsee sitä osin yhteisestä lähtökohdasta. Saarisen mukaan hyvän vuorovaikutuksen syntymiseen vaikutti ennen kaikkea hänen sisäryhmäläisyytensä, koulutuksellinen ja kulttuurinen tausta sekä yhteiset kokemukset.²⁶ Vastaavasti Jouko Aaltonen toteaa omasta taustastansa olleen etu, se mahdollisti keskustelun joustavan eteenpäin viemisen ja myös vastausten suhteuttamisen omiin kokemuksiinsa.²⁷

Lisäksi Saarinen toteaa sisäryhmäläisyys-asetelman auttavan myös purkamaan tutkija-tutkittava-asetelman hierarkkisuutta²⁸. Haastattelu tapahtuu aina vuorovaikutuksessa, haastattelija on kysyjä, kuuntelija ja tulkitsija, täsmentävien kysymysten esittäjä - kans-

24 Saarinen 2005, 39.

25 Aaltonen 2006, 19. Aaltonen oli jopa itse osallistunut joidenkin tutkimuskohteeseen valitsemiensa elokuvien tekoon joko tuottajan tai leikkaajan roolissa.

26 Saarinen 2005, 39-41. Saarinen toteaa kokemushorisonttien samankaltaisuuden olleen ensisijaisesti etu, mutta myöntää sen myös haasteeksi.

27 Aaltonen 2006, 19. Samalla Aaltonen toki tiedostaa sen, että asianosaisena voi olla vaikeuksia pitää tarvittavaa etäisyyttä tutkimusaiheeseensa.

28 Saarinen 2005, 41.

satuottaja. Tai käänteisesti haastateltava on kanssatutkija, tutkijakumppani.

Oma koulutus- ja kokemustaustani sekä työskentely käsityömuotoiluyrittäjänä tekee myös minusta sisäryhmäläisen. Kuten Saarinen ja Aaltonen olen myös kokenut siitä olleen ensisijaisesti etua. Sitä kautta on muodostunut hyvän vuorovaikutuksen syntyminen ja samansisältöisten käsitteiden hallinta sekä huomattava määrä aiheeseen liittyvää ns. hiljaista tietoa. Oman kokemuksen kautta muotoutunut hiljainen tieto mahdollisesti asioiden ymmärtämisen käsityöyrittäjän näkökulmasta, mihin "ulkopuolisella" tutkijalla ei olisi vastaavia edellytyksiä.

Sisäryhmäläisyyteni kautta muodostuu myös kiinnostukseni ja esiyymmärrykseni aiheesta sekä alan ja kontekstin tuntemus. Oman kokemuksen, alalla toimimisen ja lukuisat keskustelut kollegoiden ym. kanssa voi ajatella olevan osallistuvaa havainnointia, jota olen tehnyt jo vuosia ennen aiheen käsittelyä tutkimuksen keinoin²⁹. Samalla tiedostan ja ymmärrän myös sisäryhmäläisyyden sisältämien ennakkokäsitysten vaaran ja myönän sen haasteeksi.

Olen koko prosessin ajan pyrkinyt tiedostamaan oman positioni, yhtä aikaa sekä sisäettä ulkopuolella olemisen problematiikan ja tietoisesti tarkkailemaan omaa rooliani. Pyrin myös tiedostamaan omia ennakkokäsityksiäni, välttämään liiallista tai harhaanjohtavaa haastateltavien näkemysten suhteuttamista omiin kokemuksiini, ja vastausten tulkintaa omien kokemusteni kautta. Toisaalta täytyy muistaa, että kvalitatiivisen aineiston analyysi alkaa ja tapahtuu osittain samanaikaisesti aineiston keruun kanssa³⁰, jolloin tulkintaa tehdään jo haastattelutilanteessa. Esittäessäni esimerkiksi täsmentäviä kysymyksiä niiden taustalla ovat usein omat kokemukseni ja näkemykseni asioista, mutta niiden rooli on lähinnä täsmentää haastateltavan näkökulmaa. Omiin kokemuksiin perustuvat täsmentävät kysymykset antavat haastateltavalle joko mahdollisuuden vahvistaa sama kokemus, tai vahvistaa ja selventää eroa haastattelijan kokemukseen nähden.

29 Ks. Lepistö 1991, 256.

30 Anttila 2005, 278.

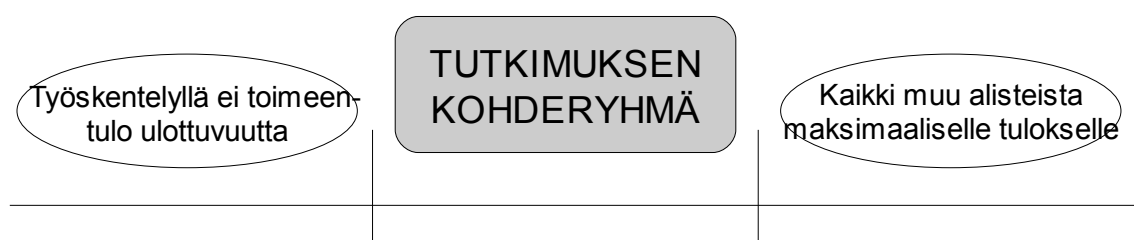
2.2 Haastattelut

Haastattelin yhteensä viittä alan toimijaa, jotka edustivat neljää alan yritystä. Haastatteluvien tavat toimia erosivat toisistaan, samoin heidän tuotteensa erosivat sekä materiaaleiltaan että tuoteryhmiltään. Haastatelluista kahden yrityksen tuotteiden voi sanoa olevan sisustus- ja lahjatavaroita, toinen käyttää materiaalinaan jaloterästä, toinen koivuvanerä. Kahden muun yrityksen tuotteet ovat pääasiassa vaatteita ja asusteita erilaisista tekstiilimateriaaleista.

Haastateltavien valinnan kriteereiksi asetin sen, että he edustaisivat kohdejoukkoa mahdollisimman monipuolisesti sekä materiaalisesti ja muotoilullisesti että toimintatapojensa kautta. Samalla haastateltavien olisi kuuluttava mahdollisimman hyvin tutkimuksen rajauksen määrittelemään joukkoon.

Haastateltavista yrityksistä kaksi toimi Lapissa, yksi Oulun läänin alueella ja yksi Pirkanmaalla. Oulun alueella toimiva yritys on aloittanut toimintansa Lapissa, ja siirtynyt ensin Vantaalle ja sittemmin palannut pohjoiseen. Jälkimmäisen yrityksen tuotteissa pohjoiset lähtökohdat ovat kuitenkin hyvin voimakkaat, ja tuotteet valmistetaan osin Lapissa.

2.2.1 Kohderyhmän rajaus ja valinta



Kuva 3. Tutkimuksen kohderyhmän rajaus.

Kohderyhmän rajauksen voi esittää jananä, jolle kaikki alan toimijat sijoittuvat jollekin kohtaan. Janan toisessa päässä on sellaiset toimijat, joiden työskentelyllä ei ole toimeentulollista ulottuvuutta. Tekijän / yrittäjän toimeentulo on turvattu jollain muulla tavoin kuin kyseisen työn kautta. Kyseessä voi olla palkkatyö, puolison tulot tms. Ääritapauk-

nessa työn ei odoteta kattavan edes siitä aiheutuvia kuluja, vaan myös (yritys)toiminnan menot kustannetaan muulla tulolla tai varallisuudella. (Kuva 3.)

Janan toiseen päähän sijoittuvat sellaiset toimijat, joilla kakki muu on alisteista maksimaalisen tulon saavuttamiseksi. Tällöin unohtuvat niin eettiset kuin moraalisetkin normit - esimerkiksi ajankohtainen yhteiskuntavastuu, joka tietysti koskee pieniäkin yrityksiä - sekä laatuun yms. liitettävät arvot. Ääritapauksissa liikutaan, jos ei lakien, niin ainakin hyvien tapojen noudattamattomuuden rajoilla.

Janojen päät ovat kärjistettyjä esimerkkejä, todellinen elämä liikkuu pääsääntöisesti jossain ääripäitten välillä. Paikan hakeminen janalla, kumpaa päätä lähemmäksi kulloinkin sijoittuu, on jatkuvaa kompromissien hakemista ja tekemistä.

Tämän tutkimuksen kannalta kiinnostavia ovat janan keskivälille sijoittuvat toimijat. Jos jana jaettaisiin kolmeen osaan, tutkimuksen kohderyhmän tulisi sijoittua keskimmaiselle kolmannekselle. Olen valinnut tutkimukseni kohderyhmäksi sellaiset toimijat, joiden toiminnalla on selkeä ansiopäämäärä, ja joiden toimintaa ohjaavat samanaikaisesti korkeat eettiset ja laadulliset tavoitteet.

Tutkimusta suunnitellessani alan toimijoiden sijoittamien janalle perustui subjektiiviseen käsitykseeni, joka muodostuu sekä faktatiedoista että erilaista olettamuksista³¹. Subjektiivisiin käsityksiini perustuva sijoittelu janalla voi toki johtaa virheellisiin tulokintoihin. Sijoittelu janalla ei kuitenkaan ole varsinaisten tutkimustulosten kannalta oleellista. Se auttaa käsitteellisesti rajaamaan tutkimuksen kohderyhmää, ja sitä kautta kohdentamaan haastattelut oikeaan kohderyhmään. Jana on siis kohderyhmän valinnassa käytettävä työkalu ei enää tutkimustulosten analysointivaiheessa vaikuttava tekijä.

Keskeisenä haastattelujen valintaa ohjaavana tekijänä oli luonnollisesti tutkimuksen rajaaminen käsityömuotoiluyrityksiin. Tämä puolestaan melko itsestään selvästi ja luontevasti ohjasi valintaa niin, ettei lapintavaraa tuottavat käsityöyritykset kuulu kohderyhmään. Muita haastateltavien valintaa ohjanneita kriteerejä oli mm. laadullisuus koskien niin tuotteita kuin yritystoimintaakin sekä yritysten keskinäinen erilaisuus niin kokonsa, ikänsä, toimintamalliensa kuin materiaaliensakin suhteen. Sen sijaan käsityön 'puhdasoppisuus' - käsityön ja konetyön keskinäinen suhde - ei ole ollut kriteerinä.

31 Esimerkkinä faktatiedoista voi mainita tiedon, että kyseinen henkilö on oman yrityksen ulkopuolisessa täysiaikaisessa työssä ja saa näin toimeentulonsa, tai ainakin hyvin merkittävän osan siitä palkkatulona. Oletukset puolestaan perustuvat pääosin erilaisiin havaintoihin, esim. havaintoon aktiivisesta ja ammattimaisesta markkinoinnista, joka johtaa olettamukseen työn toimeentulollisesta intentiosta.

2.2.2 Haastateltavien esittely

Kaikkien haastateltujen yritysten voi sanoa toimivan tuottaja-keskeisesti. Harri Ruohomäen mukaan tuottajamaisuus tarkoittaa käsityöläisen osalta sitä, että itse tekemistä tärkeämmäksi kehittyisi se, mitä tehdään. Tässä taas auttaa asettuminen asiakkaan asemaan. Tuottaja edustaakin tietyllä tapaa asiakasta ja pohtii sitä, mitä kannattaa valmistaa. Tuottajalle kuuluu myös tuotannon järkipäinen järjestäminen, tuotekehityksen huomioiminen, laadunvarmennus sekä tuotteen saattaminen markkinoille.³²

Usein tuottajakeskeinen malli tarkoittaa käytännössä ennen kaikkea sitä, että mietitään mitä kannattaa tehdä itse ja mitä kannattaa ulkoistaa. Tämä on keskeistä sekä Arctichromen, Sáगतin ja Lovi Oy:n toiminnassa. Taikatunturin toimintamalli on osittain tuottajakeskeinen, mutta se on samalla haastatelluista eniten myös tekijäkeskeinen ja näin ehkä lähimpänä perinteistä käsityöyritystä.

³² Ruohomäki 2000, 14, 18.

LOVI Oy / Anne Paso



*Kuva 4: Anne Paso.
(Kuva: Lovi Oy.)*



*Kuva 5: Lovi Oy:n
koottava puu.
(Kuva: Lovi Oy.)*

Lovi Oy on muotoilija Anne Pason Kiimingissä toimiva yritys. Yritys on aloittanut toimintansa vuonna 2001 Kemissä nimellä Toiminimi Anne Paso. Toimittuaan Kemissä noin kaksi vuotta, yritys muutti ensin Vantaalle, jonka jälkeen vuonna 2006 takaisin pohjoiseen - Kiiminkiin, joka sijaitsee noin 20 km Oulusta itään. Kiiminki on yrityksen nykyinen toimipaikka, jonne muuton yhteydessä vuonna 2006 yrityksen nimi ja yhtiömuoto muuttuivat Toiminimi Anne Pasosta Lovi osakeyhtiöksi. Haastatteluhetkellä³³ yritys oli toiminut noin viidestä kuuteen vuotta, josta noin vuoden nykyisellä paikkakunnalla ja nykyisessä muodossaan.

Anne Paso ilmoittaa yrityksen toimialaksi taideteollisuuden, ja yrityksen pääasialliset tuotteet ovat koivuvanerista valmistetut koottavat kortit. Lovi Oy myy tuotteensa pääasiassa jälleenmyyjien välityksellä. Suoramyyntiä on hyvin vähän ja se tapahtuu erilaisissa tapahtumissa, kuten esimerkiksi Ornamon joulumyyjäisissä sekä messuilla. Omaa myymälää Lovi Oy:llä ei ole.

Yritys työllistää vakinaisesti yhden henkilön eli Anne Pason itsensä. Lisäksi yritys palk-

³³ Haastattelu toteutettiin 26.3.2007 Lovi Oy:n tiloissa Kiimingissä.

kaa tarpeen mukaan tilapäisiä työntekijöitä esimerkiksi messuille. Myös Anne Pason puoliso Mikko Paso osallistuu yrityksen toimintaan hallituksen puheenjohtajana muttei saa palkkaa yrityksestä. Puolisolla on kokopäivätyö muualla. Yrityksellä on kolmihenkinen hallitus, johon kuuluu Anne Pason lisäksi hänen ekonomi-puolisonsa Mikko Paso sekä kolmantena innovatiivisten yritysten kehittämiseen ja kansainvälistymiseen erikoistunut asiantuntija Tuomo Pentikäinen.

Yrityksen liikevaihto ei tullut esiin haastattelussa, mutta Anne Paso totesi yrityksen taloudellisten tunnuslukujen olleen alan keskivertoa parempien hiljattain tehdyssä Finnveeran yritystutkimuksessa. Lovi Oy:llä on vientiä, jonka osuuden Anne Paso arvelee kulu-neella tilikaudella olevan noin kolmanneksen liikevaihdosta. Yrityksen tärkeimmät vientimaat ovat Japani, Yhdysvallat ja Ruotsi.

Yritys on hakenut ja saanut patentin tuotteidensa rakenteelle. Haastattelun aikaan patentointiprosessi oli kesken. Patentti oli julkistettu Euroopan patenttivirastossa vain 12 päivää ennen haastattelua eikä yritys ollut vielä nimennyt maita missä tuotteet patentoidaan.

Anne Paso on suorittanut Lapin yliopistossa taiteen maisterin tutkinnon teollisen muotoilun koulutusohjelmassa vuonna 2000.

TAIKATUNTURI ky / Nina Hirvonen ja Onneli Halonen



*Kuva 6: Onneli Halonen ja Nina Hirvonen.
(Kuva: Taikatunturi ky.)*



*Kuva 7: Taikatunturin huopahattu ja lumijäkälähuivi.
(Kuva: Marja Helander.)*

Taikatunturi ky on Nina Hirvosen ja Onneli Halosen Inarissa toimiva yritys. Yritys on aloittanut toimintansa vuonna 2006. Tätä ennen molemmilla oli omat toiminimi-muotoiset yritykset, jotka oli perustettu vuonna 2005. Onneli Halosen toiminimi-yritys sijaitsi Inarissa ja Nina Hirvosen Rovaniemen maalaiskunnan Tiaisessa. Taikatunturi ky oli haastatteluhetkellä³⁴ toiminut noin vuoden. Sekä Hirvonen että Halonen olivat toimineet yrittäjinä noin kaksi vuotta. Haastattelun aikaan Nina Hirvonen asui Inarin kirkonkylällä ja Onneli Halonen Sikovuonossa, joka sijaitsee 8 kilometriä Inarin kirkonkylältä pohjoiseen.

Yrityksen toimiala on taideteollinen muotoilu ja suunnittelu sekä taiteilijatoiminta³⁵. Yrityksen pääasialliset tuotteet ovat erilaisia huovutettuja villatuotteita kuten hattuja, huiveja ja muita asusteita. Taikatunturi ky myy tuotteensa pääasiassa omassa myymälässään. Lisäksi suoramyyntiä on erilaisissa tapahtumissa Suomessa ja Pohjois-Norjassa. Tukkumyyntiä jälleenmyyjille Taikatunturilla on vähän.

³⁴ Haastattelu toteutettiin 29.3.2007 Taikatunturi Ky:n tiloissa Inarissa.

³⁵ Tämä määrittely vastaa virallisia toimialamäärittelyjä.

Taikatunturin myymälässä myydään myös useiden muiden, pääasiassa pohjois-suomalaisten yritysten ja tekijöiden tuotteita. Myymälä sijaitsee keskeisellä paikalla Inarin kirkonkylällä. Sen yhteydessä sijaitsevat myös työtilat.

Itse he kuvaavat yritystään kotisivuillaan³⁶ seuraavasti: *Taikatunturi, Craft & Design - Inari, on huovutukseen sekä suomalaiseen käsityöhön erikoistunut käsityöpuoti keskellä Inarin kylää. Tuotevalikoima koostuu useampien käsityöläisten tuotteista sekä tietenkin Taikatunturin omasta jännittävästä tuotevalikoimasta. Taikatunturin monituiset huopahatut ja ihastuttavat tontut, lumijäkälähuivit sekä haltianhöyhenkorvakorut kertovat kaikki omaa taianomaista tarinaansa, jotka johdattelevat peremmälle Taikatunturin sadunhohtoiseen maailmaan.*

Yritys työllistää kaksi henkilöä eli Nina Hirvosen ja Onneli Halosen itsensä. Heidän lisäksi yhtiössä on äänetön yhtiömies, joka ei työskentele yhtiössä.

Sekä Nina Hirvonen että Onneli Halonen ovat molemmat opiskelleet saamenkäsitöitä Saamelaisalueen ammatillisessa koulutuskeskuksessa Inarissa, josta Nina on valmistunut artesaaniksi vuonna 2002 ja Onneli vuonna 2004.

36 Taikatunturi. Craft & Design - Inari. s.a.

SÁGAT - SEIJA RANTTILA / Seija Ranttila



*Kuva 8: Seija Ranttila.
(Kuva: Marja Helander.)*



*Kuva 9: Ságat uniikkimalliston Pirita-tyyny.
(Kuva: Marja Helander.)*

Ságat on tekstiilisuunnittelija Seija Ranttilan tuotemerkki ja yrityksen nimi on Tmi Seija Ranttila. Yritys on perustettu vuonna 1998. Seija Ranttila on toiminut vuodesta 1990 lähtien Finlaysonin vakinaisena tekstiilisuunnittelijana. Päätoimisesta työstään Finlaysonilla hän on jäänyt freelanceriksi vuoden 2003 alkupuolella. Hän tekee freelancer-suunnittelua sekä Finlaysonille että Nansolle.

Yritys ja Ságat-tuotemerkki olivat toimineet haastatteluhetkellä³⁷ kolmesta neljään vuotta³⁸. Yrityksen kotipaikka on Tampere, joka on myös Inarin Lemmenjoelta kotoisin olevan Seija Ranttilan nykyinen kotipaikka.

Seija Ranttila ilmoittaa yrityksen toimialaksi tekstiilisuunnittelun. Ságat tuotemerkillä valmistetaan Seija Ranttilan suunnittelema teollisia ja uniikkitekstiilejä. Pohjoiset – eri-

³⁷ Haastattelu toteutettiin 4.4.2007 Seija Ranttilan työhuoneella Tampereella.

³⁸ Yritys on perustettu vuonna 1998, mutta toiminnan voi sanoa "varsinaisesti" alkaneen vuonna 2004 (Ranttila 2008). Vuonna 2006 Seija Ranttila on ollut suurimman osan vuodesta äitiyslomalla.

tyisesti saamelaiset – lähtökohdat ovat hyvin vahvasti esillä Seija Ranttilan tuotannossa. Ranttila itse kuvaa Ságat-mallistoa otsikolla *Neljä vuodenaikaani – Värejä esi-isieni mailta: Ságat-tekstiilit kuvaavat pohjoisen luonnon neljää vuodenaikaa. Saamelaisena suunnittelijana tuon esille oman kulttuurini vahvaa ja rikasta kuvio- ja värimaailmaa moderniksi tekstiiliksi toteutettuna*³⁹.

Seija Ranttila tekee Ságat-tuotemerkin puitteissa yhteistyötä tekstiilialan yritysten kanssa. Yhteistyöyritykset ottavat omiin kokoelmiinsa osia Ságat-kokoelmasta. Tällöin tuotanto, markkinointi ja myynti ovat yhteistyöyrityksen vastuulla ja tuotteiden myyntikanavat muodostuvat yhteistyöyritysten myyntikanavien mukaisesti. Ságat-kokoelman tuotteita kuuluu Finlaysonin kokoelmiin (2003-2007). Teollisissa Ságat-tekstiileissä Lappi tulee esiin lähinnä väreinä, materiaaleina ja modernina muotokielenä.

Ságat-kokoelman uniikkimallisto puolestaan on Seija Ranttilan oman yrityksen vastuulla. Uniikkimallistossa saamelaisuus tulee teollisia tekstiilejä vahvemmin esiin. Tuotteet pohjautuvat saamelaiseen käsityöhön, ja haastatteluajaksi ne tuotettiin alihankinta-ompeleina pääasiassa Lapissa. Seija Ranttilan yritys vastaa uniikkimalliston valmistuttamisesta, markkinoinnista ja myynnistä. Tuotteet myydään jälleenmyyjien välityksellä, joihin kuuluu sisustusliikkeitä, museokauppoja, hotellien myymälöitä ja myös tavarataloja. Omaa myymälää Seija Ranttilalla ei ole.

Seija Ranttila on ainoa yrityksessä työskentelevä henkilö. Haastatteluajaksi yritys teetti tuotteita pohjoisessa yhdellä alihankkijalla, jonka yritys työllisti osa-aikaisesti. Yritys käyttää satunnaisesti muiden ompelijoiden palveluja. Seija Ranttilan kaupallisella alalla työskentelevä puoliso Timo Viik osallistuu yrityksen kehittämiseen, mutta ei saa palkkaa yrityksestä. Puolisolla on kokopäivätyö muualla. Myös Seija Ranttila saa osan toimeentulostaan freelancer-tekstiilisuunnittelusta.

Seija Ranttila on valmistunut Lahden muotoiluinstituutista⁴⁰ teollisen pukusuunnittelun linjalta artemiksi vuonna 1990. Sitä ennen hän on ollut yhden vuoden Limingan taidekoulussa.

39 Ságat. Design by Seija Ranttila. s.a.

40 Seija Ranttilan aloittaessa opintonsa Lahdessa oppilaitoksen nimi oli Lahden taide- ja käsiteollisuusoppilaitos. Vuonna 1989 nimi muuttui Lahden muotoiluinstituutiksi. Vuonna 1995 nimi muuttui jälleen ammattikorkeakoulun vakinaistamisen myötä ja oppilaitoksen nykyinen virallinen nimi on edelleen Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti. (Rantapuska 2008.)



*Kuva 10: Eero Hyrkäs.
(Kuva: Arctichrome.)*



*Kuva 11: JAUR-malliston
vesikannu. (Kuva: Arctichrome.)*

Arctichrome Production Oy on Torniossa toimiva yritys, joka on perustettu vuonna 1994. Haastateltavanani oli yrityksen toimitusjohtaja Veli-Pekka Huhmo. Yrityksen voi kuitenkin sanoa henkilöityvän sen muotoilijaan ja perustajaan Eero Hyrkkääseen.

Haastatteluhetkellä⁴¹ yritys oli toiminut noin 13 vuotta. Yritys on aloittanut "yhdessä miehen yrityksenä". Muutamaa kuukautta ennen haastattelua yrityksessä oli tehty merkittäviä muutoksia sekä omistusrakenteen että henkilöstön roolien suhteen. Vuoden 2007 alusta lähtien sillä on ollut hallitus, yrityksessä on ollut pääomasijoittaja vähemmistöosakkaana ja myös yrityksen henkilöstö on tullut kolmanneksi omistajatahoksi. Yrityksen liikevaihto on noin 300 000 euroa ja yhtiö hakee kasvua.

Huhmo ilmoittaa yrityksen toimialaksi designtuotteiden ja lahjaesineiden valmistuksen. Tuotteiden keskeisin materiaali on teräs, lisäksi tuotteissa käytetään rinnakkais- tai liittäismateriaaleja kuten puuta. Yritys on jakanut toimintansa kahteen eri liiketoiminta-

⁴¹ Haastattelu toteutettiin 12.4.2007 Tornion kaupunginkirjaston tiloissa. Yrityksen omissa tiloissa oli tuotannosta johtuvaa hälyäntä, niin, ettei haastattelun nauhoittaminen olisi onnistunut riittävän tasokkaasti. Ennen haastattelua vierailin myös yrityksen tiloissa.

alueeseen: Perinteisten lahjatavaroiden valmistukseen ja design-tuotteiden suunnitteluun ja valmistukseen. Ensin mainittu jatkaa Arctichrome-tuotemerkillä ja jälkimmäinen JAUR-tuotemerkillä.

Haastattelu aikana yrityksen liikevaihto koostui yritysmyyntiä harjoittavien yritysten myynnistä, kultasepäntuotteiden myynnistä ja omasta suoramyynnistä. Myynnin voi karkeasti sanoa jakaantuvan kolmeen yhtä suureen osaan. Haastattelu aikana Arctichromella ei varsinaisesti ollut omaa myymälää, mutta tuotteita oli esillä yrityksen toimitilojen yhteydessä. Designituotteille yritys oli parhaillaan rakentamassa myyntikanavia.

Yritys työllistää kokoaikaisesti viisi henkilöä ja lisäksi kuudennen osa-aikaisen työntekijän. Vuoden 2007 alusta lähtien Veli-Pekka Huhmo on toiminut yrityksen toimitusjohtajana ja Eero Hyrkäs suunnittelijana. Hyrkäs keskittyy myös tuotteiden valmistuksen kehittämiseen ja ruostumattoman teräksen käsittelyteknologiaan. Tuotannossa on töissä kolme vakinaista ja yksi osa-aikainen henkilö. Lisäksi yritys teettää tuntityönä toimistotöitä.

Arctichromen perustaja ja pääomistaja Hyrkäs on aiemmin toiminut mm. konepajapäällikkönä eri yrityksissä ja ollut useamman yrityksen omistaja-johtaja. Toimitusjohtaja Huhmo on opiskellut arkkitehtuuria, minkä lisäksi hänellä on viestintäpäällikön koulutus. Huhmo on aiemmin toiminut yrittäjänä omassa mainostoimistossaan sekä viestintä- ja markkinointitehtävissä mm. matkailualalla.

2.2.3 Haastattelujen toteutus, purkaminen ja aineiston analyysimenetelmä

Ennen haastattelujen aloittamista laadin käsitekartan asioista, joiden oman esiyymmärrykseni perusteella oletin liittyvän kysymyksenasetteluun. Kirjasin käsitekarttaan melko laajasti aiheeseen liittyviä asioita, joista jo lähtökohtaisesti tiesin osan liittyvän siihen tiiviimmin, osan löyhemmin. Käsitekartan päätarkoitus oli toimia pohjana laatiessani varsinaisen haastattelurungon. Samalla käsitekartta on koko ajan toiminut työkaluna jäsentää ja 'lokeroida' lähdekirjallisuutta.

Haastattelurungossa on teemat, jonka puitteissa haastattelutilanteissa edettiin. Olin luonnollisesti perehtynyt etukäteen kirjallisuuden kautta käsitekartan ja haastattelurungon teemoihin. Kirjallisuuteen perehtymisen ja omien kokemusteni pohjalta muodostuneen esiyymmärryksen kautta ohjasin keskustelua. Välillä teemoista eksyttiin, joka tuotti toisinaan kiinnostavaa keskustelua. Välillä eksyttiin liian kauas, jolloin pyrin palauttamaan keskustelun takaisin aiheeseen. Käsitekartta ja haastattelurunko ovat liitteinä. (Liitteet 1 ja 2.)

Kaikkien kanssa käytiin läpi samat teemat, yksittäisiä aiheita käsiteltiin eri haastateltavien kanssa eri intensiteetillä. Luonnollisesti keskustellessa Seija Ranttilan kanssa saamelaiskulttuuri tuli hyvin voimakkaasti esiin, kun taas "etelän keikan" tehneen Anne Pason kanssa keskusteltiin paljon pohjoisesta toiminta- ja elinympäristönä, pohjoisen ja pääkaupunkiseudun eroista sekä vetävistä ja työntävistä tekijöistä. Nina Hirvosen ja Onneli Halosen kanssa keskustellessa nousi vahvasti esiin elinympäristön merkitys sekä elämäntyyliyrityisyys ja Veli-Pekka Huhmon kanssa keskustellessa yrityksen kehittäminen ja kasvuhakuisuus.

Yksittäisten aiheiden painotuksiin ja erilaisten asioiden nousemisen keskeisimmäksi teemaksi eri haastateltavien kohdalla vaikuttivat muutkin syyt kuin pelkkä aiheen oma-kohtaiseksi kokeminen. Erilaisilla keskustelun painotuksia ohjanneilla rooleilla oli varmastikin oma merkityksensä. Veli-Pekka Huhmo edusti toimitusjohtajan roolissa selkeämmin yritystä, kun taas muiden kohdalla on vaikeampi erottaa "yksityistä minää" ja "yrittäjä-minää". Tämä varmasti vaikutti esimerkiksi siihen, että Huhmoa lukuun ottamatta kaikkien muiden puheessa tuli esiin pohjoisen merkitys elinympäristönä. Kun "yksityinen minä" ja "yrittäjä-minä" eivät erotu selkeästi toisistaan, myöskään työ ja muu elämä eivät kovin selkeästi erotu toisistaan, vaan puheessa kuuluu "elämän kokonaisuus" - työn ja muu elämän kietoutuminen yhteen. Tämän voi ajatella olevan myös sukupuolikysymys. Työn ja perheen yhteensovittaminen on yksi keskeisiä haasteita

naisyrittäjyydessä, ja muutenkin naiset toivat puheessaan myös enemmän esiin henkilökohtaisia asioita ja kokemuksiaan.

Vaikka käsitekartassa ja haastattelurungossa teemoja voi ajatella olleen melko runsaastikin, haastatteluja analysoidessani ne asettuivat kuitenkin luontevasti kahdeksi pääteemaksi: Pohjoisuus ja yrittäjyys. Niiputtaessani haastatteluaineiston näiden kahden pääteeman alle, on selvää, että nämä ovat laajoja ja monisyisiä yläkäsitteitä. Operointi laajoilla teemoilla voi helposti johtaa teemojen ylimalkaiseen käsittelyyn, jonka vuoksi olen jakanut teemat pienempiin alateemoihin. Pienempinä alateemoina koen pystyväni hallitsemaan ja käsittelemään aineistoa syvemmin ja yksityiskohtaisemmin.

Pohjoisuutta käsitellään eri näkökulmista, yrityksen toimintaympäristönä, omana elinympäristönä ja "henkisenä ympäristönä". Pohjoisuuteen liittyy myös suhde saamelaiskulttuuriin sekä matkailuun ja matkamuiistoihin. Yrittäjyyteen liittyvässä keskustelussa taas korostui ennen kaikkea elämäntyyliyrittäjyys. Haastattelujen tulokset rinnastuvat alan tyypillisiin piirteisiin ja valtakunnalliseen tilanteeseen aiemman tutkimuksen valossa. Osin aiheet menevät ristikkäin ja päällekkäin, ja samaa aihepiiriä sivutan useammasa yhteydessä. Toisinaan niiden yksiselitteinen erottelu olisi keinotekoisena kaavaista tai suorastaan mahdotonta.

Käsitekartassa ja haastattelurungossa on myös teemoja, joista keskustelu jäi hyvin vähäiseksi. Näiden teemojen käsittely ei tuntunut relevanteilta aiheilta haastattelun edetessä. Joiltain osin näitä teemoja sivutaan muiden aiheiden yhteydessä. Niiltä osin kun teemat eivät herättäneet minkäänlaista keskustelua haastattelutilanteissa, ne on jätetty kokonaan käsittelyn ulkopuolelle haastattelujen analysoinnissa.

Haastattelutilanteet haasteltavien työtiloissa mahdollistivat haastattelujen täydentämisen havainnoimalla. Haastateltavien esittelyn osalta olen pyytänyt kaikkia haastateltuja tarkastamaan oman osuutensa fakta-tietojen osalta. Muutoin aineistoa ei ole täydennetty, vaikka onkin selvää, että asiat muuttuvat ja kehittyvät koko ajan. Kirjoittamisprosessini aikana yrityksissä on voinut tulla muutoksia monenkin asian suhteen. Kirjoittamani analyysi perustuu kuitenkin siihen aineistoon, jonka olen kerännyt haastattelemalla keväätalven 2007 aikana.

Nauhoitin kaikki haastattelut ja litteroin ne yksityiskohtaisesti. Haastatteluaineiston laajuuden⁴² vuoksi aineiston yksityiskohtainen käsittely ja hallinta olisi ollut hyvin vaikeaa

42 Haastatteluaineistoa on yhteensä noin 8 tuntia.

tai mahdotonta, jos ne olisivat olleet ainoastaan äänitteinä. Litterointi oli myös perusteellinen tapa käydä kaikki haastattelut uudelleen yksityiskohtaisesti läpi, ja jo sen aikana muodostui käsitys aineistosta esiin nousevista pääteemoista.

Teemoittelin aineiston sen litteroinnin ja lähilukemisen perusteella, jonka jälkeen värikoodasin teemat. Värikoodauksen avulla koostin kustakin teemasta kaikkien haastateltavien puheen yhteen ja aloitin analysointi- ja kirjoittamisprosessin. Työn edetessä asioiden kietoutuminen toisiinsa selkiytyi ja teemat hahmottuivat isommiksi kokonaisuuksiksi.

Käytän tekstissä runsaasti suoria sitaatteja haastatteluista. Suorat sitaatit päästävät haastateltavien oman äänen kuuluviin. Samalla suorat sitaatit tekevät tulkinnasta avoimempaa, sillä ne suovat lukijalle mahdollisuus arvioida tekemiäni tulkintoja.

Vaikka tutkimuksen tekeminen elävistä, omailla nimillään esiintyvistä henkilöistä ei ole ongelmattonta, en ole katsonut anonyymiteettiä tarkoituksenmukaiseksi. Tutkimuksessa puhutaan ensisijaisesti työstä eikä keskusteluun sisälly sellaisia arkaluontoisia tai henkilökohtaisista asioita, joiden vuoksi anonyymiteetti olisi tarpeen. Alalla toimiminen perustuu tunnettavuuteen, nimeen ja erottautumiseen, tästäkin näkökulmasta anonyymiteetti tuntuu jokseenkin epäluontevalta. Lisäksi kun alan toimijoiden joukko on pieni, anonyymiteetti ei olisi tarkoituksenmukaista myöskään sen takia, että se tuskin toteutuisi. Käytännössä henkilöt tai yritykset olisivat kuitenkin pääteltävissä. Sen sijaan haastateltavien mainitsemien muiden henkilöiden nimet on jätetty pois haastateltavien puheesta, heidän osaltaan katson anonyymiteetin olevan perusteltua.

2.3 Käsityörittäjyyttä koskeva aikaisempi tutkimus ja tärkeimmät lähteet

Viime vuosina käsityörittäjyydestä on tehty useita eri tutkimuksia ja selvityksiä lähinnä Sitran, Kauppa- ja teollisuusministeriön ja Käsi- ja taideteollisuusliiton sekä erilaisten alan projektien ja hankkeiden toimesta.

Kauppa- ja teollisuusministeriö on julkaissut vuoden 2005 lopulla *Käsityörittäjyys Suomessa 2000-luvulla. Yritykset ja alan keskeiset kehityslinjat* -tutkimuksen, joka on luonteeltaan toimialaselvitys. Se antaa yleiskuvan käsityörittäjyyden ilmenemismuodoista, yritysrakenteesta ja kehitystrendeistä, kasvuyrittäjyydestä, yritysten taloudesta, keskeisistä markkinoista ja yritystoiminnan kehittämistarpeista.

Sitra ja Käsi- ja taideteollisuusliitto ovat vuonna 2002 yhdessä julkaisseet *Käsin tehty tulevaisuus* -tutkimuksen. Tutkimus kokoaa käsityörittäjyyden nykytilaa ja tulevia mahdollisuuksia, antaa lähtökohtia tulevaisuuden rakentamiseen osoittamalla kehittämiskohtia ja -haasteita sekä pohtii käsityörittäjyyden erityislaatuisuutta.

Käsi- ja taideteollisuusliitto on yhdessä kauppa- ja teollisuusministeriön kanssa toteuttanut vuosina 1998 ja 2000 *Käsityöyritysten tila ja kehitys* -barometrit. Lisäksi Käsi- ja taideteollisuusliitto on tuottanut *Taito tuottamaan* -julkaisusarjan, johon kuuluu mm. *Käsintehty brändi* -kirja sekä muutamia lähinnä opaskirjojen tyyppisiä julkaisuja.

Lapin liitossa on vuonna 2007 valmistunut *Käsite Lapin käsityörittäjyyden kehittämissstrategia 2007-2013*. Strategian on laatinut Käsite I ja II -hankkeiden kehittämisspäällikkö Jaana Moona. Strategia sisältää myös Lapin liiton *Käsite I* -hankkeen toteuttaman kesän 2005 aikana Lapin läänin alueella toimiville käsityöyrityksille suunnatun kyselyn tuloksia. Edellinen selvitys on vuosituhannen vaihteesta.

Kauppa- ja teollisuusministeriö on julkaissut loppuvuonna 2006 valtakunnallisen kehittämissstrategian *Käsillä yrittäminen, Käsityöalan yrittäjyyden kehittämissstrategia 2007-2013*. Opetusministeriö puolestaan on julkaissut vuonna 2004 *Muotoilu 2005!* -ohjelman seurantaryhmän raportin, jossa käsityötä ja taidekäsityötä käsitellään osana muotoilualaa. Taiteen keskustoimikunnan alainen Valtion muotoilutoimikunta on teettänyt taidekäsityön nykytilaa selvittävän *Diagnoosi taidekäsityöstä. Tarkastelussa taiteen, muotoilun ja käsityön rajapinta* -raportin, joka on julkaistu loppuvuonna 2006. Raportin on laatinut Tiina Veräjänkorva.

Käsityötiede tieteenalana keskittyy ennen kaikkea käsityön valmistusprosessiin ja käsityötuotteeseen. Käsityötieteen emerita-professori Pirkko Anttila on julkaissut useita teoksia, jotka käsittelevät sekä käsityö- ja muotoilualojen tutkimusmetodologiaa että rakentavat alaa koskevaa teoriaa.

Taideteollisessa korkeakoulussa vuonna 2004 väitelleen Petteri Ikosen väitöskirja *Arjen trilogia. Korutaide taiteen tekemisen ja kokemisen välineenä* on toistaiseksi ainoa taidekäsityön alan väitöskirja Suomessa. Taide- ja kulttuurihistorian tutkimusaloilla on käsitelty jonkin verran käsityötä ja käsityötuotteita esimerkiksi Mirja Kälviäisen väitöskirja *Esteettisiä käyttötuotteita ja henkisiä materiaaliteoksia. Hyvän tuotteen ammatillinen määrittely 1980-luvun Suomessa* (1996) ja Seija Heinäsen väitöskirja *Käsityö - taide - teollisuus* (2006).

Lapin yliopistossa on tehty muutamia taideteollista muotoilua ja käsityöalaa, käsityöyrittäjyyttä tai matkamuistoja käsittelevää opinnäytetyötä, joista mainittakoon Minna Niskakankaan teollisen muotoilun koulutusohjelmaan tekemää pro gradu -tutkielma *Elämyksiä Lapista - Lahjatuotteita Lapin luoposliinista* (2004), Marianne Kankaan matkailun koulutusohjelmaan tekemä Pro gradu -tutkielma *"Mistä on käsityöyrittäjät tehty?" Tutkimus käsityöyrittäjän identiteetin rakentamisesta työuraa koskevissa kertomuksissa* (2001) ja Emmi Mattilan matkailuntutkimuksen koulutusohjelmaan tekemä proseminaari-työ *Englantilaisten ja venäläisten matkailijoiden matkamuisto-ostokset Rovaniemellä* (2007).

Pohjoisia taideteollisen ala taiteilijoista on tutkittu hyvin vähän. Sisko Ylimartimo ja Pirkko Tenkama ovat kirjoittaneet vuonna 1998 julkaistun tekstiilitaiteilija Elsa Montellin elämää, työtä ja teoksia käsittelevän kirjan *Arktinen horisontti Jokivarren värjäri Elsa Montell ja hänen taiteensa*. Vuonna 2006 on julkaistu Marja-Leena Parkkisen kirjoittama *Anu Pentik Saven sytyttämä* -kirja.

Tämän tutkimuksen lähteisiin kuuluu myös saamelaisuutta ja saamenkäsityötä sekä matkailua käsittelevää kirjallisuutta. Saamelaisuutta on tutkittu runsaasti ja siihen liittyvää lähdeaineistosta ei ole pulaa, kun taas muu pohjoisuuden tutkimus on merkittävästi vähäisempää. Viimeaikainen matkailuntutkimus tarjoaa runsaasti relevanttia lähdeaineistoa myös käsityön tutkimukselle siltä osin kun sillä on kytkös matkamuistoihin. Lisäksi tutkimukseni lähteisiin kuuluu mm. yrittäjyyttä ja uutta kulttuuritaloutta koskevaa kirjallisuutta.

3. TUTKIMUSKOHTTEEN KUVAUS JA RAJAUS

3.1 Käsityöala ja käsityöryittäjyys

Käsityöalasta on esitetty runsaasti määritelmiä, ja ala koetaan usein vaikeasti määriteltäväksi. Käsityöryittäjänä Pohjois-Pohjanmaalla ja Lapissa -raportin kirjoittaja Marianne Huhtala⁴³ toteaaakin: *Käsityöryittäjyyden määrittelyssä voidaan käyttää eri näkökulmia ja painotuksia. Koko alasta käytetään yleensä termiä käsi- ja taideteollisuus, jossa yhdistyvät käsityövaltaisesti tapahtuva tuotanto, taiteelliset ansiot ja teolliset valmistusmenetelmät.*

Näkökulmat ja painotukset vaihtelevat ja esitetyt määritelmät ovat usein koskeneet *käsityötä, käsityöläisyyttä, käsityöryitystä ja käsityöryittäjyyttä*. Lisäksi on olemassa joukko sivuavia käsitteitä, joiden määrittäminen selkiyttää käsityöalan käsitteiden ymmärtämistä. Tällaisia käsitteitä ovat mm. *taideteollisuus, taideteollinen muotoilu, käsiteollisuus, taidekäsityö, käsityömuotoilu, materiaalipohjainen taide, nykytaidekäsityö ja taideteollinen taide*.

Yleisesti koko alan sekä sen käsitteistön määrittelyssä kysymykset käsityön suhteesta teollisuuteen, sarjatuotantoon ja taiteeseen ovat peruskysymyksiä, joista on käyty keskustelua teollistumisen ajasta lähtien⁴⁴. Veräjänkorvan mukaan sijoittuminen taiteen, muotoilun ja käsityön välimaastoon heijastaa myös yhteiskunnallisia arvoja, ja muotoilun suhde humanistisiin arvoihin on osa tätä diskurssia⁴⁵.

3.1.1 Erilaisia määrittelyjä

Nyky-suomen sanakirjan mukaan **käsityö** on *käsin tai käsissä pidettävien työkaluin suoritettava työ*⁴⁶.

Menestyvä käsityöryittäjä -tutkimuksen tekijöiden Anne Äyväarin ja Raoul Johnssonin mukaan Suomessa käsite **käsityö** on merkinnyt lähinnä erilaisten esineiden ja tuotteiden

43 Huhtala s.a., 1.

44 Ks. esim. Veräjänkorva 2006, 11; Kälviäinen 1996, 78-100.

45 Veräjänkorva 2006, 11.

46 Nyky-suomen sanakirja, 1992, 705.

suunnittelua ja valmistusta tekijöiden *taiteellisuutta ja luovuutta* painottaen⁴⁷.

Usein käytetyssä määrittelyssä **käsityöryityksiksi** määritellään yritykset, jotka valmistavat muotoiltuja tuotteita käsityönä tai käsin ohjattuja koneita apuna käyttäen⁴⁸. Pekka Lith jatkaa kyseistä määritelmää teoksessaan *Käsityörittäjäyys Suomessa 2000-luvulla – Yritykset ja alan keskeiset kehityslinjat* määrittelyä valmistettavien tuotteiden näkökulmasta: *Pääosa käsityöryitysten valmistamista tuotteista on yksittäiskappaleita tai pienenmuotoista sarjatuotantoa. Käsityöryitysten valmistamat tuotteet ovat usein käyttöesineitä sisustukseen (huonekalut, tekstiilit), kotitaloustarvikkeita, vaatteita tai jalkineita*⁴⁹.

Lapin TE-keskuksen johtaja Pirkko Nieminen on määritellyt **käsityöläisyyden** seuraavasti: *Käsityöläisyys -käsitteen määrittelyssä oleellista on, että tuotteet ovat yksilöllisiä, valmistussarjat varsin pieniä ja prosessin eri vaiheisiin sisältyy edelleen huomattava määrä käsityötä*.⁵⁰

Lapin käsityöryityjäyden toimintaympäristö 2000 -selvityksen tekijät Juha Janger ja Christa Haataja puolestaan ovat esittäneet seuraavan käsityöryityjäyden määritelmän Käsityöryityjäydeillä tässä yhteydessä tarkoitetaan vain sellaista toimintaa, joka pyrkii hyödyntämään käsin tekemisen tietotaitoa yritystaloudellisin periaattein.⁵¹

Jangerin ja Haatajan määritelmää lukuun ottamatta, kaikissa esiintyvät sanat *tuote* tai *tuotanto* - tuotteiden valmistus. Nykysuomen sanakirjan sekä edelleen Jangerin ja Haatajan määritelmiä lukuun ottamatta, kaikkiin määritelmiin sisältyy myös luovuus tavalla tai toisella: Äyväri ja Johansson käyttävät sanoja *taiteellinen ja luova panos*. Anttilan ja useiden muiden käyttämässä määritelmässä esiintyvät sanat *valmistavat muotoiltuja tuotteita*, jonka voi katsoa viittaavan luovaan suunnittelupanokseen. Nieminen puolestaan viittaa luovuuteen sanoilla *tuotteet ovat yksilöllisiä* ja Huhtala puhuu *taiteellisista ansioista*.

47 Johnsson & Äyväri 1998, 59.

48 Ks. esim. Anttila 2002, 32; Käsityöryitysten tila ja kehitys, 2001, 5.

49 Lith 2005, 9.

50 Nieminen 1999, 16.

51 Janger & Haataja 2001, 3. Alleviivaus raportin kirjoittajien. Tekijät jatkavat määrittelyä: *Alalla on myös runsaasti toimintaa, joka nousee taiteellisista lähtökohdista, mutta sen alueen olemme tietoisesti jättäneet tämän selvitystyön ulkopuolelle - vaikka joukossa onkin niitä, jotka pyrkivät hyödyntämään teoksiaan myös kaupallisesti*. Tämä tietysti herättää kysymyksen, miten määritellään "taiteellisista lähtökohdista nouseva toiminta" ja kuka sen määrittelee? Voikin kysyä, onko ylipäättään relevanttia määrittellä alaa sulkemalla pois "taiteellisista lähtökohdista nouseva toiminta", eteenkin kun muissa alaa koskeissa määrittelyissä esiintyy lähes poikkeuksetta käsitteet "taiteellinen" ja/tai "luova" ja niitä voidaan pitää yleisesti hyväksytyinä alaa määrittävinä tekijöinä. Voi myös kysyä, sisältääkö määrittely myös ristiriidan: Ensin määritellään vaadittavan yritystaloudellisia periaatteita, samalla todetaan suljettavaksi pois tietty toiminta, vaikka se tähtäisikin "kaupalliseen hyödyntämiseen".

Muotoilun ja taiteen suhteesta kirjoittanut Susann Vihma toteaa yksiselitteisesti, ettei muotoilu pääse pois taiteen vaikutuspiiristä. Vihma on tarkastellut erityisesti yrityksiä vähentää muotoiluun kohdistuvia taiteellisia vaikutteita. Hän toteaa näiden yritysten sisältävän utopistisia päämääriä ja ristiriitaisia aineksia. Vihma käyttää esimerkkinä saksalaista Ulmin muotoilukorkeakoulua, jolla on ollut laaja vaikutus myöhempään muotoilunopetukseen. Vihma päätyy kysymään miksi muotoilussa halutaan erottautua taiteesta ja jatkaa: *Koskeeko yritys erottautua pikemminkin irtiotta taidemaailmasta tai taiteen sosiaalisesta kentästä ja siinä elävästä romanttisesta taiteilijapersoonasta, eikä niinkään taiteesta?*⁵²

Jangerin ja Haatajan määrittelyssä puolestaan esiintyy piirre, jota muissa ei mainita: *Yritystaloudellisen hyödyntämisen pyrkimys*, jonka oleellisuutta ei voi ohittaa silloin kun puhutaan yrittäjyydestä. Janger myös muistuttaa *Käsityöläisyys - mitä se on?* -artikkelissaan, ettei pelkkä käsien käyttäminen jonkin fyysisen objektin tuottamiseen tee tekijästään ammattimaista käsityöläistä, vaan siihen vaaditaan valtavaa tietomäärää, kokemusta ja ymmärrystä omasta osaamisestaan suhteessa ympäröivään maailmaan⁵³.

Esittelen tämän tutkimuksen kannalta lyhyesti keskeisimmät laajasta joukosta käsitteitä, joiden määrittelemine selkiyttää käsityöalan käsitteiden ymmärtämistä.

Nykysuomen sanakirja määrittelee **taideteollisuuden** *käsityö- ja koneteollisuuslajeiksi, joiden valmisteissa kauneusnäkökohdat ovat tärkeällä sijalla*⁵⁴. Taideteollisuus on määritelty myös taiteellisesti muotoiltujen käyttö- ja koriste-esineiden valmistamiseksi sarjoina osittain tai kokonaan koneellisesti. Taideteollisuuteen kuuluu erityisesti sisustukseen ja elämiseen liittyvä esineistö kuten huonekalut, astiat, erilaiset käyttötekstiilit ja käyttögrafiikka.⁵⁵ Suomen taideteollisuutta laajasti tutkineen Erik Kruskopfin mukaan taideteollisuustuotteet ovat ensi sijassa kodissa olevia käyttö- ja koriste-esineitä, jotka muodostavat jokapäiväisen elinympäristömme⁵⁶.

52 Vihma 1997, 86-92.

53 Janger 1999, 76.

54 Nykysuomen sanakirja 1992, 486. Esimerkkeinä taideteollisuudesta nykysuomen sanakirjassa mainitaan koristetaide ja ornamenttiikka.

55 Veräjänkorva 2006, 16.

56 Kruskopf 1989, 13-14. Poikkeuksina jokapäiväisessä ympäristössämme olevista esineistä Kruskopf mainitsee arkkitehtuurin ja taide-esineet. Kruskopf myös toteaa, ettei taideteollisuudesta ole mitään yleisesti hyväksyttyä yksiselitteistä määritelmää. Kruskopfin mukaan taideteolliset tuotteet voivat nimien jälkiliitteestä huolimatta olla myös käsin tai lähinnä käsityöksi katsottavin menetelmin valmistettuja.

Taideteollinen muotoilu on käsitteenä hyvin lähellä taideteollisuutta⁵⁷. Erona taideteollisuuden käsitteeseen voi pitää lähinnä sitä, että käsitteessä korostetaan muotoilu-sanaa kuten viimeaikaisessa diskurssissa on ollut tapana. Veräjänkorvan mukaan *Suomen 1990-luvun alun lamavuosien jälkeen on muotoilu noussut taideteollisen keskustelun keskiöön. Taideteollinen muotoilu kattaa suomalaisen muotoilun modernismin menestysalueet kuten keramiikka- ja lasitaiteen ja tekstiilitaiteen. 2000-luvulla muotoilu sanan laajassa merkityksessä nähdään merkittävänä yritystoiminnan menestystekijänä*⁵⁸.

Käsiteollisuus on Nykysuomen sanakirjan mukaan *elinkeinona harjoitettu aineenjalostustoiminta, jota suoritetaan pääasiallisesti käsin ja työkaluilla sekä paikallisissa pikukuliikkeissa, välittömästi kuluttajia varten*⁵⁹.

Taidekäsityö on Nykysuomen sanakirjan mukaan *tekijältään taideaistia vaativa käsityö*⁶⁰. Erik Kruskopfin mukaan esiliite *taide* on varsin myöhäistä perua, ja käsityö-sanaan liitettynä se tarkoitti alun perin vapaan taiteen yhdistämistä käyttöesineeseen⁶¹. Petteri Ikonen toteaa korutaidetta käsittelevässä väitöskirjassaan, että *taidekäsityö esinekulttuurissamme lukeutuu siihen teollisten tuotteiden ja käsityön määrittelemättömään välialueeseen, jonka merkitys ihmisen jokapäiväisessä toiminnassa on lisääntynyt*. Taidekäsityön peruselementeiksi Ikonen määrittelee taiteellisen statuksen ja ainutkertaisuuden.⁶² Erityisesti taidekäsityöstä puhuttaessa korostuu sen asema taiteen, muotoilun ja käsityön välimaastossa. Anna-Marja Ihatsu toteaa taidekäsityön sijoittuvan käsityön maailmassa sen absoluuttiseen eliittiin, kun se taas taiteen maailmassa sijoittuu

57 Muotoilualan keskeinen termistö s.a. *Design for Business* on Design Forum Finlandin yhteistyökumppaneineen tuottama muotoilun hakupalvelu yrityksille. Design Forumin yhteistyökumppanit ovat olleet Ornamo, Grafia, Taideteollinen korkeakoulu, Lapin yliopisto, Teknillinen korkeakoulu, Helsingin kauppakorkeakoulu ja Designmuseum. Hakupalvelun sanastossa taideteollinen muotoilu -käsitteestä esitetään seuraavaa: *Taideteollinen muotoilu ja taideteollisuus ovat kiinnostavia käsitteitä, joissa on hieman nostalginen ja traditionaalinen sävy. Hyvä esimerkki suomalaisesta taideteollisesta yrityksestä on Arabia, jolla on yli 125 vuoden historia ja jonka toiminnassa taiteellisuus ja teollisuus yhdistyvät. Arabian taideosasto on ollut talon omien taiteilijoiden studioterros, jossa he ovat voineet hyödyntää luovassa työssään tehtaan resursseja. Useat muotoilutuotteet ovat syntyneet taiteellisen etsinnän ja kokeilujen kautta - samalla on myös kertynyt merkittävä uniikkiteosten ja luovan osaamisen virta, joka on tuottanut Arabian tehtaalla palkintoja taidekeramiikasta ja muotoilusta. Taideteollisuudessa siis yksilöllinen luovuus ja teollinen tuotanto ovat yhdistyneet. Taideteolliselle muotoilulle on ollut tyypillistä, että luovan yksilön rooli on korostunut, usein siitä huolimattakin että taiteilijat ja suunnittelijat itse eivät ole sitä halunneet. Markkinoinnin kannalta on kuitenkin ollut edullista, että yksilöllisyyden leima saadaan teollisiin tuotteisiin ja taiteilijan nimeä on sen vuoksi korostettu. Parhaimmillaan taiteilijan signeeraus tuotteessa on ollut lupaus esteettisestä laadusta.*

58 Veräjänkova 2006, 16.

59 Nykysuomen sanakirja 1992,703. Mielestäni sekä määrittely, mutta ehkä myös itse termi, tuntuvat hieman vanhahtavilta - käsityöläiset tai käsityöyritykset voi enää harvoin katsoa toimivan paikallisesti ja välittömästi kuluttajia palvellen.

60 Nykysuomen sanakirja 1992, 484.

61 Kruskopf 1989, 14.

62 Ikonen 2004, 18, 37.

Ihatsun mukaan usein "paarialuokkaan"⁶³.

Suomalaista ja britannialaista käsitteistöä vertaillut Anna-Maija Ihatsu esittää **käsityömuotoilun** eroavan taidekäsityöstä siinä, että valmistuksen kohteena on käyttöesineet, jotka suunnittelija myös itse valmistaa. Näin ollen käsityömuotoilu on lähempänä perinteistä käsityötä kuin taidekäsityö⁶⁴. Veräjänkorvan mukaan kyseessä on käytäntö suunnitella ja valmistaa yksilöllisiä tuotteita ja prototyyppejä vaihtoehtona teolliselle tuotannolle⁶⁵. *Design for Business* -verkkopalvelun sanastossa käsityömuotoilijoiden määritelmään olevan edelleen materiaalien ja tekniikoiden osajia, jotka vievät eteenpäin käsintekemisen traditiota⁶⁶. Petteri Ikonen ei varsinaisesti määrittele käsityömuotoilua, mutta tekee eroa käsityömuotoilun ja taidekäsityön välille luonnehtimalla käsityömuotoilua asiakaskeskeiseksi ja taidekäsityötä vapaaksi ilmaisuksi⁶⁷. Taidekäsityön ja käsityömuotoilun eroa voi määritellä myös kohteen kautta: Useimmiten käsityömuotoilussa tekemisen kohteena on *tuote*, taidekäsityössä kohteena on *teos*.

Materiaalipohjainen taide on taideteollisen alan taiteista viime vuosina käyttöön nousut termi, kuten myös **taideteollinen taide**. Molempien käsitteiden käytössä korostetaan sitä, mistä kentästä kyseessä oleva taide on noussut viitaten sen syntyperään - taideteollisuuteen, taidekäsityöhön ja niissä perinteisesti olevaan materiaaliinjakoon⁶⁸.

Tämän ajan taidekäsityöstä käytetään usein käsitteitä **uusi taidekäsityö** tai **nykytaidekäsityö**. Materiaalisidonnaisen taidekäsityön rinnalle on tullut lähestymistapa, jossa raja-aitoja materiaalien välillä kaadetaan ja liikutaan vahvasti myös kuvataiteen kentässä. Nykytaidekäsityön kenttä on kaksijakoinen, toisessa päässä on taidekäsityön piensarjatuotanto, toisessa päässä nykykuvataide. Näiden kenttien diskurssit liittyvät sekä kuvataiteeseen, nykytaiteeseen että muotoiluun, käsityöhön ja yrittämiseen.⁶⁹

63 Ihatsu 2003, 14; ks. myös Veräjänkorva 2006, 13-14.

64 Ihatsu 1998,6; ks. myös Veräjänkorva 2006, 12. Taidekäsityö ja käsityömuotoilu ovat hyvin lähellä toisiaan ja niiden välistä rajaa voi olla usein vaikea määritellä. Anna-Maija Ihatsun mukaan Suomessa taidekäsityö on lähellä muotoilua, mutta sellaista muotoa, jota Britanniassa kutsuttaisiin käsityömuotoiluksi.

65 Veräjänkorva 2006, 17. Veräjänkorva myös toteaa sen olevan Suomessa ainakin osittain samaa kuin taidekäsityön kenttään on katsottu kuuluvaksi.

66 Muotoilualan keskeinen termistö s.a. Määrittelyssä todetaan myös: *Käsityömuotoilua on esimerkiksi ammattipuusepän omaan suunnitteluun perustuvat kalusteet tai keraamikon itsensä muotoilemat astiat. Teollisuus etäännyttää usein suunnittelijat tuotteiden valmistuksesta.* Lisäksi todetaan käsityön rooli muiden muotoilualojen mahdollisena innoittajana: *Käsityömuotoilun estetiikka ja materiaalit saattavat olla innovaation lähde tuotesuunnittelijoille.*

67 Ikonen 2004, 19.

68 Veräjänkorva 2006, 18.

69 Veräjänkorva 2006, 19.

3.1.2 Määrittelyn ongelmia

Näkyvien tuotteiden lisäksi käsityöyritykset tuottavat usein myös korjaus- ja koulutuspalveluja. Käsityön ja käsityörittäjyyden ulottaminen palveluhyödykkeisiin on kuitenkin ongelmallista, vaikka palvelut tuotettaisiinkin käsityönä, esimerkkinä mainittakoon parturi-, kampaamo- ja kosmetologityö. Lisäksi rajausta hankaloittaa se, että tilastoissa toimialaan luetaan kuuluvaksi ammattiryhmiä, jotka kuitenkin työllistyvät pääosin muilla toimialoilla. Virallisen toimialaluokituksen mukaan käsityöalaan lukeutuu myös erilaisia rakennusalan ammattilaisia kuten kirvesmiehet, maalarit ja rakennusten viimeistelytyöntekijät. Kuitenkin valtaosa rakennusalan ammattilaisista työllistyy rakennustyömailla, eikä heitä näin ollen lueta käsityötoimialan piiriin.⁷⁰

Myös taideteollisen alan suunnittelijat, taiteilijat ja asiantuntijat työskentelevät Lithin mukaan enimmäkseen muilla toimialoilla, kuten radio- ja televisioitoiminnan, tietojenkäsittelypalvelujen, taiteilijatoiminnan, näyttämö- ja konserttitoiminnan parissa sekä messujen ja tuote-esittelyjen järjestämistehtävissä. Edelleen Lithin mukaan taideteollisen alan suunnittelijoita työskentelee taideteollisen muotoilun ja suunnittelun yrityksissä ja taideteollisen alan asiantuntijoita puolestaan työskentelee kaupan yrityksissä. Toimialaselvityksessä taideteollisen muotoilun ja suunnittelun toimialaa ei ole luettu käsityötoimialaksi, vaan toimiala rinnastetaan teknisen suunnittelualan yrityksiin (insinööri- ja arkkitehtitoimistot)⁷¹.

Jaana Moona toteaa luokitteluongelman viitaten alan epästaattisuuteen sekä siihen, ettei taideteollisen muotoilun ja suunnittelun toimialaa ole Lithin toimialaselvityksessä luettu käsityötoimialaksi⁷². Itse pidän myös ongelmallisena sulkea taideteollisen muotoilun ja suunnittelun ammattilaiset toimialan ulkopuolelle⁷³. Taideteollinen muotoilu on hyvin heterogeenistä, suunnittelu ja valmistus limittyvät ja voivat olla hyvinkin käsityövaltaista toimintaa. Itse näenkin taideteollisen muotoilun olevan usein lähempänä käsityöalaa, kuin insinööri- ja arkkitehtitoimistoihin verrattavaa teknistä suunnittelua kuten Lith sen määrittelee. Voi myös sanoa, että yleisesti ymmärretään *muotoilun* olevan yläkäsite, joka alakäsitteisiin kuuluu mm. *taideteollisuus*, jonka alakäsitteisiin *käsityö* puolestaan kuuluu⁷⁴.

70 Lith 2005, 9-11.

71 Lith 2005, 9-11.

72 Moona 2007, 8.

73 Itse koen toimivani sekä käsityöalalla että taideteollisella alalla, enkä koe siinä minkäänlaista ristiriitaa. Virallisen toimialaluokituksen mukaan toimin kuitenkin ainoastaan taideteollisella alalla, en käsityöalalla. Tästä johtuen en kuulu esimerkiksi erilaisten käsityöalan selvitysten ja tutkimusten piiriin.

74 Ks. esim. Veräjänkorva 2006, 6; Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti, 2004, 11, 25.

Monimuotoisuudessaan käsityöala onkin vaikeasti määriteltävä elinkeinonhaara: *Käsityötoimialasta ei ole yhtä, kattavaa määrittelyä ja listausta. Eri tahot käsittävät käsityöläisen hieman eri kriteerein. Käsityöala koostuu useiden toimialojen sisällä olevasta yritysjoukosta. Käsityö liittyy moniin eri toimialoihin: puuala, metalliala, jalometalliala, kiviala, tekstiiliala, vaatetusala, keramiikka, nahka-, kenkä- ja turkisala, koriste-esineet, liikelahja ja posliini. Käsityöala ei ole kuitenkaan staattinen, sillä uusia käsityöammatteja ja palveluja syntyy koko ajan. Näitä ammatteja ei tilastointitavalla välttämättä löydy⁷⁵. Käsityöalan määrittelyt ja luokittelut ovat myös maakohtaisia ja voivat erota toistaan merkittävästikin⁷⁶.*

Yksiselitteistä ei myöskään ole käsityön harrastamisen ja ammattikäsityön määrittely. Sitä voidaan määritellä ensisijaisesti sekä alan koulutuksen että työn toimeentulollisen intention kautta⁷⁷. Esimerkiksi Marianne Huhtala toteaa normaalien yritystoiminnan peruseriaatteiden ohjaavan käsityöyritystä. Samalla hän toteaa käsityön yhdistävän harrastus- ja yritystoimintaa, mutta "harrastus saa maksaa, kun taas yrittäjän olemassaolon ehto on kannattavuus".⁷⁸ Juha Janger määrittelee, että harrastajakäsityöläinen "ehkä tuotoksiaan joskus myymällä voi ansaita lisätuloja, mutta jonka elanto ei ole riippuvainen tästä toiminnastaan"⁷⁹.

3.1.3 Tutkimuksen keskeiset käsitteet

Tämän tutkimuksen keskeisiin käsitteisiin kuuluu käsitteet: *Käsityö, käsityöyrittäjä ja käsityöyritys, käsityömuotoilu, saamenkäsityö, lapintavara, matkamuuisto, elämäntyyli-yrittäjyys sekä pohjoisuus.*

Tässä tutkimuksessa sanalla **käsityö** tarkoitetaan erilaisten esineiden ja tuotteiden suunnittelua ja valmistusta tekijöiden taiteellisuutta ja luovuutta painottaen. Määrittely on lainaa *Menestyvä käsityöyrittäjä* -tutkimuksen tekijöiltä Anne Äyvärieltä ja Raoul Johnsonilta, joiden mukaan käsite on Suomessa yleisesti on ymmärretty näin⁸⁰. Sijoitan käsityön, kuten käsi- ja taideteollisen alan ylipäätään, muotoilun käsitteen alle - kysymys on

75 Moona 2007, 8; Saman toteavat myös Lith 2005, 9-11, Luutonen 2002, Anttila 2002, 32-33. Katso lisää käsityöyrittäjyyden määrittelyn ongelmista esimerkiksi Pirkko Anttilan artikkeli *Mitä käsityöyrittäjyys on?* (2002, 32-36).

76 Lith 2005, 9; Moona 2007, 8.

77 Arkikeskustelussa nämä kuitenkin tuntuvat hämartyvän, ja erilaisia arvioita tunnutaan esittävän lähinnä mielikuvien pohjalta.

78 Huhtala s.a., 1.

79 Janger 1999, 75.

80 Johnsson & Äyväri 1998, 59.

muodonannosta materiaalille niin, että lopputuloksena on tuote⁸¹. Palvelukäsityö ei kuulu tähän tutkimukseen, eikä lähdekirjallisuudenkaan rajauksiin.

Tässä yhteydessä **käsityöyrityksellä** tarkoitetaan yrityksiä, jotka yritystaloudellisin periaattein valmistavat muotoiltuja tuotteita käsityönä tai käsin ohjattavia koneita apuna käyttäen. **Käsityöyrittäjä** työskentelee yrittäjänä tällaisessa yrityksessä, jonka hän useimmiten omistaa joko kokonaan tai suurelta osin. Määrittelyssä on yhdistetty aiemmin esitettyjen määritelmien piirteitä.⁸²

Käsityömuotoilulla tarkoitetaan tässä asiakaslähtoisempää ja lähempänä perinteistä käsityötä olevaa toimintaa kuin taidekäsityö. Valmistuksen kohteena on käyttöesineet, jotka suunnittelija usein ainakin osittain myös itse valmistaa. Käsityömuotoilu on käytäntö suunnitella ja valmistaa sekä uniikkikappaleina että piensarjatuotantona yksilöllisiä tuotteita ja prototyyppejä vaihtoehtona teolliselle tuotannolle. Käsityömuotoilijat ovat edelleen materiaalien ja tekniikoiden osaajia, jotka vievät eteenpäin käsintekemisen traditiota.⁸³

Vaikka käsityömuotoilun käsite ei olekaan Suomessa kovin vakiintunut, toisin kuten esimerkiksi Britanniassa⁸⁴, olen päättänyt käyttämään sitä tässä tutkimuksessa. Se on tämän tutkimuksen näkökulmasta varsin selkeä käsite. Käsite kuvaa yleisesti käytössä olevista käsitteistä parhaiten tämän tutkimuksen kohteena olevaa rajausta lähempänä muotoilua kuin taidetta sijaitsevan luonteensa ja asiakaslähtöisen lähestymistapansa johdosta. Selvien rajojen vetäminen on tässäkin mahdotonta ja jälleen voi todeta liikkuttavan käsityön, muotoilun, taiteen ja yrittäjyyden rajapinnoilla ja yhtymäkohdassa.

Saamenkäsityöt ovat perinteisten saamelaisten käsityömallien mukaan valmistettuja käsitöitä tai perinteen pohjalta luotuja modernimpia tuotteita, jotka saamelaiset itse saamelaisiksi kokevat. Niiden tekijä voi olla joko saamelainen tai ei-saamelainen⁸⁵.

Lapintavara muistuttaa saamenkäsitöitä tai sisältää muuten saamelaisiin tai saamelaisalueeseen viittaavia elementtejä. Ne ovat yleisilmeeltään saamelaisesta perinteestä hahmonsäilyttäviä tuotteita, jotka eivät kuitenkaan ole aitoja saamenkäsitöitä.⁸⁶

81 Ks. Anttila 1996(a), 27; Veräjänkorva 2006, 15.

82 Ks. Anttila 2002, 32; Käsityöyritysten tila ja kehitys 2001, 5; Lith 2005, 9; Janger & Haataja 2001, 3.

83 Kuten aiemmassakin määritelmässä, tässäkin on yhdistetty aiemmin esitettyjen määritelmien piirteitä. Ks. Ihatsu 1998, 6; ks. myös Veräjänkorva 2006, 12; Muotoilualan keskeinen termistö s.a.

84 Ihatsu 1998, 168.

85 Ks. esim. Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75; ks. myös Lüthje 1995, 52. Eryyisesti Saamelaiskomitea painottaa määrittelyn lähtökohtana saamelaisten omaa käsitystä aitoudesta.

86 Ks. esim. Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75; Lüthje 1995, 52; Aikio ja Aikio 1993, 92.

Matkamuistot ovat turistin matkansa aikana hankkimia esineitä, joiden on tarkoitus toimia muistona ja/tai tuliaisena kotiin jääneille.⁸⁷ Matkamuisto on aineellinen symboli ja muisto kokemuksesta, joka erottuu jokapäiväisistä tapahtumista, ja se aineellistaa muistot henkilöistä, paikasta tai tapahtumasta.⁸⁸

Elämäntyyliyrityksillä tarkoitetaan yrittäjätoimintaa, jonka tavoitteet, sisältö ja toimintatavat yhdistyvät yrittäjän omiin elämäntavoitteisiin ja elämäntapaan. Elämäntyyliyrityksellä katsotaan elämäänsä kokonaisuutena, johon kuuluvat niin työ, perhe kuin harrastuksetkin. Elämäntyyliyritykselle yritys ei ole itseisarvo vaan keino rakentaa elämänsä haluamallaan tavalla.⁸⁹

Tässä yhteydessä **pohjoisuuden** käsite rajautuu maantieteellisesti tarkoittamaan Pohjois-Suomea, etenkin Suomen Lappia.

3.2 Toimialakuvaus

3.2.1 Käsityöalan laajuus henkilöstönä ja liikevaihtona

Vuonna 2003 Suomessa toimi 9 400 käsityöyritystä Tilastokeskuksen yritys- ja toimipakkarekisteri YTR:n mukaan⁹⁰. *Käsityöyritysten tila ja kehitys* -nimetyn vuoden 2000 barometrin mukaan käsi- ja taideteollisuustoimialaan kuuluvat yritykset ovat kokoluokaltaan suurimmaksi osaksi alle 10 henkeä työllistäviä yrityksiä, joiden määrä laskentatavasta riippuen on Suomessa noin 13 000 – 18 000 kappaletta.⁹¹

Käsityöyritykset työllistivät vuoden 2000 barometrin mukaan keskimäärin 2,1 kokopäivätoimista henkilöä yritystä kohti yrittäjät mukaan luettuna ja niiden työllistävä vaikutus on tuolloin ollut 27 000 – 38 000 henkilöä⁹². Vuonna 2003 Tilastokeskuksen mukaan käsityöyritykset työllistivät vuonna 13 700 henkeä. Henkilöstön määrän kehitys on ollut heikkoa 2000-luvulla. Useilla käsityötoimialoilla henkilöstön määrä onkin supistunut,

87 Ks. esim. Lüthje 1995, 52.

88 Mattila 2007, 14.

89 Sipilä 2006, 11-12.

90 Lith 2005, 13. YTR-tilastossa on mukana yritykset, joiden toiminta-aika ylitti tarkasteluvuonna puoli vuotta, joiden liikevaihto oli vähintään 9 134 euroa, ja jotka työllistivät yli puoli henkilöä.

91 Käsityöyritysten tila ja kehitys 2001, 11. Käsityöyritysten lukumäärä näyttää siis laskeneen, vaikka Lithin mukaan käsityöyritysten määrä on tosiasiallisesti kasvanut hitaasti 1990-luvun puolivälistä lähtien. Myös Lith toteaa tietojen ristiriitaisuuden ja toteaa erojen selittyvän erilaisilla toimiala- yms. määrityksillä (Lith 2005, 13, 15-16).

92 Käsityöyritysten tila ja kehitys 2001, 11.

toisaalta eräillä toimialoilla on ollut myös kasvua. Keskimäärin käsityöyritykset työllistivät YTR:n mukaan 1,5 henkeä vuonna 2003. Kun lukuun otetaan mukaan välillinen työllisyysvaikutus, Tilastokeskuksen arvion mukaan käsityötoimialojen laskennallinen työllisyysvaikutus oli vuonna 2003 karkeasti arvioiden 21 300 henkeä⁹³.

Käsityöyrittäjä on kuitenkin useimmiten yksinyrittäjä. Vuosina 1996-1999 aloittaneista, ja vuonna 2003 yhä toimivista yrityksistä palkansaajia oli ainoastaan kolmasosalla⁹⁴ ja varsinaisia pientyönantajia, eli vähintään kahden työntekijän yrityksiä oli ainoastaan viidennes käsityöyrityksistä⁹⁵. Yritysten pientä kokoa pidetään niin selkeästi alalle tyypillisenä tekijänä, että se ohjaa myös käsityöalan määrittelyä ja alaa kokevien tutkimusten rajausta⁹⁶.

Viimeisimmät käytettävissä olevat tiedot käsityötoimialojen yhteenlasketusta liikevaihdosta ovat vuodelta 2003. YTR:n mukaan vuonna 2003 alan yhteenlaskettu liikevaihto on 1,4 miljardia euroa⁹⁷.

3.2.2 Käsityöala ja käsityöyrittäjäyys Lapissa

Lapissa käsityöyrityksiä oli Tilastokeskuksen toimipaikkarekisterin mukaan vuonna 2004 yhteensä 294 toimipaikkaa, joiden henkilöstönmäärä oli yhteensä 331 henkeä. Näiden kokonaisliikevaihto oli noin 38,75 miljoonaa euroa.⁹⁸

Uusia käsityöalan yrityksiä näyttää syntyvän Lappiin niukalti. Lapissa käsityöyritysten suhteellinen osuus kaikista aloittaneista yrityksistä vuosina 1996-1999 on maakunnista toiseksi pienin. Lappia vähemmän suhteellisesti katsottuna käsityöyrityksiä on perustettu ainoastaan Uudellamaalla.⁹⁹

93 Lith 2005, 24. Edelleen Lithin selvityksen ja vuoden 2000 barometrin erojen taustalla on erilaiset määrittelyt, eikä se, että alan työllistyvyys olisi merkittävästi supistunut.

94 Osa näistäkin yrityksistä oli joko satunnaisia työnantajia tai yhtiömuotoisia yrityksiä, joiden ainoa palkansaaja on yrittäjä itse (Lith 2005, 26).

95 Lith 2005, 26.

96 Ks. esim. Lith 2005, 13-14.

97 Lith 2005, 26.

98 Moona 2007, 8.

99 Lith 2005, 18-19.

Se, että Uudellamaalla käsityöyrityksiä perustetaan kaikkein vähiten, voi johtua osittain määrittelyn ja tilastoinnin ongelmista. Uudellamaalla on muuta maata enemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita alan ammattilaisia. On mahdollista, että heidän perustamansa yritykset kuuluvat tilastoissa taideteollisen suunnittelun ja muotoilun toimialaan, jonka he kokevat vastaavan identiteettiään paremmin kuin käsityöyritysten.

Kuten jo johdannossa todettiin, Lapissa matkailu määrittelee voimakkaasti käsityöyrittäjän toimintaympäristöä ja matkailun merkitys tulonlähteenä on huomattavasti koko maan keskiarvoa suurempi¹⁰⁰. Lapin käsityöyritysten rakenneselvityksen ja toimintaympäristöselvityksen mukaan yli 50 % lappilaisten valmistajien liikevaihdosta kertyy matkailuelinkeinon parista. Jälkimmäisen selvityksen tekijät olettavat matkailun osuuden liikevaihdosta olevan todellisuudessa vielä suuremman¹⁰¹. Ensin mainitun selvityksen mukaan Lapin käsityöelinkeinolle matkailun kautta kertyvän myynnin oletettiin olevan yli 60 miljoonaa markkaa vuodessa eli noin 10 miljoonaa euroa¹⁰². Selvityksissä todetaan matkailualan olevan ylivoimaisesti tärkein Lapin käsityöyritysten markkinasegmentti.¹⁰³

Lapissa alalle leimallista on myös korkeasti koulutettujen toimijoiden vähäisyys. Alan valtakunnalliseen kattojärjestykseen Teollisuustaitteen liitto Ornamon jäsenet ovat pääasiassa korkeakoulututkinnon suorittaneita alan ammattilaisia. Taidekäsityöläiset TAIKO ry on Ornamon alainen eri materiaaleja käyttävien taidekäsityöläisten ammatillinen ja aatteellinen järjestö, joka jakautuu muotoilu- ja taidejaostoihin. Taikon jäsenistä ainoastaan 1-2 % Lapista, pääkaupunkiseudulta puolestaan on 75 % jäsenistä¹⁰⁴. Koko Ornamon jäsenistä 1,4% on Lapista, ja 3,4 % Lapin ja Oulun lääneistä yhteensä. Lapin 23:sta Ornamon jäsenestä 16 kuuluu muotoilujaostoon ja 7 taidejaostoon.¹⁰⁵

Syksyllä 2005 Lapin liiton Käsité-hankkeen tekemän kyselytutkimuksen mukaan vastaajista 30:llä, eli 66 % kysymykseen vastanneista, oli alan koulutus, joko artesaani, artemi tai muu alan ammattitutkinto. Vaikka Moona pitääkin joko koulutuksen tai kokemuksen kautta hankittua ammattitaitoa kyselyyn vastanneiden keskuudessa korkeana, voi kuitenkin todeta, ettei strategia-luonnoksen mukaan alan korkeakoulututkintoa ollut kukaan vastaajista.¹⁰⁶

100Ks. esim. Moona 2007, 4.

101Janger & Haataja toteavat valmistajien joukossa olevan yrittäjiä, jotka myyvät tuotteensa tukkupuorataan välittäjille, jotka taas myyvät niitä edelleen matkailukeskusten lahjatavaraliikkeissä myytäväksi.

102Tutkimukseen vastanneen joukon yhteenlasketuksi matkailutuloksi on arvioitu yli 30 miljoonaa markkaa, ja luku on kerrottu kahdella sillä 53.2 % on jättänyt vastaamatta kyselyyn. Tuolta ajalta ei ole tietoa arvioidusta alan kokonaisliikevaihdosta. Edellä esitettyyn Lapin käsityöyrittäjyyden kehittämisstrategiaan perustuvaan vuoden 2004 kokonaisliikevaihtoon verrattuna, joko alan kokonaisliikevaihto on ollut huomattavassa nousussa, tai matkailun osuus liikevaihdosta on huomattavasti pienempi kuin esitetty yli 50 %.

103Janger & Sassi 2000, 5-6; Janger & Haataja 2001, 24-25.

104 Veräjänkorva 2006, 26. Ornamon ja Taikon toimintaa voi sanoa pääkaupunkikeskeiseksi, joten pohjoisen pientä prosenttia voi pieneltä osin selittää myös sillä, ettei Ornamoon kuulumista koeta mielekkääksi eivätkä kaikki jäsenkriteerit täyttävät alan ammattilaiset pohjoisessa kuulu siihen.

105 Ornamo 2008; Ervamaa 2008.

106 Moona 2007, 6. Käsité-hanke lähetti kyselyn 140:lle lappilaiselle käsityö- ja 22:lle luonnontuotealan yritykselle. Kyselyyn vastasi 29,6% eli 48 yritystä.

Samaan aikaan kun korkeakoulututkinnon suorittaneiden toimijoiden joukko on Lapissa harvalukuinen, alalla toimii melko laaja ei-koulutettujen tekijöiden joukko. Osittain, pääasiassa saamenkäsityön tekijöiden ja heistäkin ainoastaan vanhemman polven osalta, tämä selittyy sillä, että saamelaiskulttuurissa käsityötaito on opittu kotona¹⁰⁷. Sen voi olettaa selittyvän myös Lapin muuta maata heikommilla työllistymismahdollisuuksilla. Käsityöyrittäjyys ei yleensä vaadi suurta pääomaa, ja jos tarvittava taito on olemassa, itsensä työllistävän yrittäjyyden kynnyks on melko alhainen.

Käsityöala onkin nähty Lapissa potentiaalisena työllistäjänä. Erilaisissa selvityksissä ja muistioissa aina Valtioneuvoston vuonna 1935 asettaman komitean mietinnöstä¹⁰⁸ hiljattain valmistuneeseen Käsien tekemisen vimma - Lapin käsityöyrittäjyyden kehittämissuunnitelmaan¹⁰⁹, käsi- ja taideteollisella alalla¹¹⁰ on katsottu olevan pohjoisessa mahdollisuuksia laajempaan kapasiteettiin kuin mitä sillä kulloisellakin tarkasteluhetkellä on ollut.

Vuonna 1938 kirjoitetussa Komiteamietinnössä kasvumahdollisuuksia nähdään olevan erityisesti nahka- ja turkisteollisuudella, kutoma- ja neulekäsityöalalla sekä puuteollisuudella. Mietinnössä "teoksina, joiden valmistaminen soveltuu Kainuun ja Perä-Pohjolan kotiteollisuudelle" mainitaan erityisesti "n. s. Lapin työt, joihin raaka-aineen antaa poronhoito".¹¹¹ Myös Lapin maakuntaliiton vuonna 1954 julkaisemassa Lapin läänin tulevaisuuden tavoitteita mainitaan otsikon "Muu teollisuus" alla "muisto- ja koriste-esineiden valmistukseen soveltuvat raaka-aineet poronluu ja poronnahka"¹¹².

Samalta ajalta olevassa Saamelaisasian komitean mietinnössä todetaan, että saamelainen kotiteollisuus voisi antaa toimeentulon nykyistä paljon lukuisammille henkilöille, ja koska tällä elinkinonhaaralla on erityinen kulttuurillinen arvo, olisi sen kehittäminen yleisemmältäkin kannalta suotavaa¹¹³. Seuraavassa, vuodelta 1973 olevassa Saamelaiskomitean mietinnössä saamelaisen käsityön tekijöitä todetaan olevan runsaasti kautta saamelaisalueen, muttei oteta kantaa sen tarjoamiin toimeentulomahdollisuuksiin¹¹⁴.

107 Ks. esim. Lehtola 2006, 10; Saamelaiskomitean mietintö 1973, 73.

108 Suunnitelma Kainuun ja Perä-Pohjolan talouselämän kohottamiseksi 1938, 141.

109 Moona 2007, 3, 6, 14-15.

110 Alan nimestä on eri aikoina ja kirjoittajasta riippuen erilaisilla variaatiota kuten käsityöalalla, kotiteollisuus, käsi- ja kotiteollisuus tai käsi- ja taideteollisuus.

111 Suunnitelma Kainuun ja Perä-Pohjolan talouselämän kohottamiseksi 1938, 141. Teksti jatkuu: *Poron sarvista ja luista on tehtävissä lukuisia erilaisia teoksia, alkaen lautasliinarenkaista kynttilänjalkoihin ja kattokruunuihin saakka. Poron taljasta taasen valmistetaan veralla koristeltuja Lapin kenkiä, toiveita, käsineitä, naisten käsilaukkuja y. m. s.*

112 Lapin läänin tulevaisuuden tavoitteita, II Kotimarkkinateollisuus 1954, 12. Selvityksen tavoitteena on ollut mm. päästä "selville siitä, missä perimmäinen syy läänin väestön köyhyyteen piilee".

113 Saamelaisasiain komitean mietintö 1952, 66. Lisäksi todetaan saamelaisen kotiteollisuuden vaalimisen kuuluvan luonnollisesti saamelaisille itselleen, mutta sen tukeminen on valtionkin etujen mukaisena.

114 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 72.

3.3 Käsityöala ja matkailu Lapissa – lapintavaramarkkinoiden muodostuminen

Lapin matkailu-imago perustuu suurelta osin luontoon ja saamelaiskulttuuriin. Niin Saamelaiskomitea kuin Monika Lühjekin toteavat matkaesitteissä kerrottavan "eksoottisesta saamen heimosta" ja sitä mainostettavan erikoisena nähtävyytenä.¹¹⁵ Erkki Pääkkönen kirjoittaa saamelaiskulttuurin olevan vähemmistöasemastaan huolimatta omaleimaisten elinkeinojen, etenkin poronhoidon, kielen sekä käsityö- ja musiikkiperinteen muodostamana kokonaisuutena eksoottinen resurssi kansallisvaltiolle ja valtaväestölle. Matkailuelinkeinon piirissä saamelaisuus on keskeinen aines rakennettaessa mielikuvia Lapista ja pohjoisuudesta.¹¹⁶

Saamelaiskomitea toteaa matkailuun liittyvän tiedonvälityksen levittävän saamelaisista vääriä, valheellista ja romantisoitua tietoa¹¹⁷. Lühje toteaa saman yli kaksi vuosikymmentä myöhemmin: Matkailumainonta korostaa vain niitä piirteitä, jotka katsotaan matkailullisesti houkutteleviksi. Näin annettu kuva ei useinkaan vastaa todellisuutta.¹¹⁸

Lühje on tutkinut matkailuelinkeinon ja matkailijoiden näkemyksiä kulttuurin roolista matkailussa ja toteaa saamelaisuuden olevan yksi Lapin tärkeimpiä vetovoimatekijöitä¹¹⁹. Tämä on luonnollisesti johtanut matkamuistokaupassa kysynnän kohdistumiseen nimenomaan sellaisiin tuotteisiin, jotka voitiin yhdistää saamelaisiin¹²⁰. Markkinat valanneen matkamuistoteollisuuden voi sanoa laajastikin matkineen ja matkivan saamenkäsityötä¹²¹.

115 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 79-81; Lühje 1995, 58.

116 Pääkkönen 1999, 35.

117 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 80-81. Todetessaan matkailuun liittyvän tiedonvälityksen levittävän saamelaisista valheellista, vääriä ja romantisoitua tietoa, komitea toteaa tilanteen olevan Suomessa vaikein Pohjoismaista.

Marjut Aikion mukaan tilanne on sama yhä 2000-luvun kynnyksellä: "Suomen tilanne on ryöstäytynyt kauas asiallisesta, toisin kuin Norjassa ja Ruotsissa, joissa saamelaisten kulttuurin esittely on saamelaisten omissa käsissä." Aikio jatkaa esimerkein: Norjassa yleinen suhtautuminen saamelaisuuteen on kunnioittava. Tästä käytetään paljon esimerkkinä Lillehammerin talviolympialaisia, joiden avajaisissa saamenpuvuissa esiintyneet olivat saamelaisia. Suomessa taas saamelaiskulttuuriin harhaanjohtavasti assosioivia elementtejä käytetään estottomasti kaikkialla ja puhtaasti suomalaisissa yhteyksissä, josta esimerkkinä Aikio mainitsee Napapiirin "toiminnan", Miss Skandinavia kisojen 1996 suomalaisen kandidaatin esiintymisen kansallispuukierroksella saamenpuvussa tai olympiakisojen luistelijaparin "mukaillut mini-lapinmekot". (Aikio 1999, 61)

Ks. myös Lehtola 2006, 41. Myös Lehtola toteaa puvun käyttöön liittyvän ongelman olevan puhtaasti suomalaisien ilmiön, eikä vastaavaa väärinkäyttöä juurikaan esiinny Ruotsissa ja Norjassa.

118 Lühje 1995, 58.

119 Lühje 1997, 10-13.

120 Aikio & Aikio 1993, 90-92.

121 Ks. esim. Lehtola 2006, 10.

Saamelaiskomitean mukaan on mahdollista erottaa aidot saamelaistuotteet, ja tuotteet, jotka eivät ole aitoja. Aidot tuotteet ovat joko perinteisiä, tietyn saamelaisen kulttuuri-alueen malleja, joita määrittää muoto, tekotapa, värien käyttö ja koristelutapa, tai saamelaisen itsensä oman perinteensä pohjalta luoma uudempi tuote, jonka myös muu saamelainen yhteisö kokee, identifioi ja tunnustaa saamelaiseksi. Aitojen saamelaistuotteiden valmistaja voi olla saamelainen tai ei-saamelainen. Lähtökohtana aidon saamenkäsitelmän määrittelylle on siis ollut saamelaisten oma käsitys aitoudesta.¹²²

Puolestaan tuotteet, jotka eivät ole aitoja, ovat lähes poikkeuksetta muiden kuin saamelaisten valmistamia. Niidenkin osalta kysyntää ja myyntiä ylläpitää kuitenkin se, että niiden oletetaan tai väitetään olevan saamelaisia. Lapintavaran myynti aitona saamenkäsitelmänä on mahdollista, koska ostaja ei kykene erottamaan saamelaista käsityötä lapintavarasta.¹²³

Aiemmin saamelaisperheissä käsitöitä tehtiin omavaraisen luontaiselinkeinoisuuden osana. Matkamuuistojen kysynnän ja valmistuksen myötä tuotteiden toiminnallinen merkitys muuttui: *Käyttöesineiden sijaan alkoi ilmestyä esineitä, joille saamelaisten oli vaikea löytää järkevää toiminnallista merkitystä huolimatta niiden suosioista. Näiden näytteillä pidettävien matkamuuistoesineitten kysyntä kasvoi kuitenkin voimakkaasti.*¹²⁴

Monika Lüthje kirjoittaa käyttöesineiden muuttumisesta: *Käyttöesineiden sijaan alkoi ilmestyä esineitä ei ollut käyttöarvoa; ne olivat vain matkamuuistoja (näyttöarvo), ja jatkaa: Suomalainen ja ulkomaalainen saamenkäsitelmän jäljitelmävalmistus (lapintavara) valtasi markkinat, koska saamelaisilla ei ollut edellytyksiä tasavertaiseen kilpailuun matkamuuistoteollisuuden kanssa.*¹²⁵ Saamelaiskomitean selvityksessä todetaan, ettei saamelaisten omalle käsityötuotannolle ei ole tosiasiallisia markkinoita, koska lapintavaran tuotanto on täyttänyt käytettävissä olevat markkinat.¹²⁶

122 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75; ks. myös Aikio & Aikio 1993, 92.

123 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75, 77-78. Ns. intensiivitutkimuksen mukaan monissa lapintavaroissa esiintyi teksti "hand-made", vaikka ne eivät ole käsintehtyjä, tai sana "original", vaikka tuotteet eivät ole alkuperäisiä. Tuolloin nämä tuotteet olivat usein valmistettu "lapintavaran erikoisliikkeissä Torniossa, Kurikassa jne". Väitteisiin aidosta saamelaistuotteesta todetaan myös usein liittyneen epävarmaa ostajaa vakuuttava epiteetti: "aito Utsjoen malli" tai "aito Vuotson malli" jne.

124 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 74. Myös lapinpuvun käyttö ja siihen liittyvät merkitykset ovat sen matkailukäytön myötä muuttuneet. Lapinpuvun matkailu- ym. vastaavasta käytöstä keskustellaan aika ajoin kiivaastikkin, viimeksi keskustelua on herättänyt sen käyttö Tunturirallin yhteydessä tammi-kuussa 2008.

Jorma Lehtolan (2006, 41, 64.) mukaan myös Sámi Duodji -yhdistys on valvonut saamelaiskulttuurin käyttöä mm. matkailussa, ja kärkkäästikkin ottanut useita kertoja kantaa erityisesti saamenpuvun väärinkäyttöön.

125 Lüthje 1995, 52.

126 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75, 78-79; Aikio & Aikio 1993, 92; ks. myös Lehtola 2006, 10.

Aikio ja Aikio esittävät lapintavara käsitteen muodostuneen, sillä *on tuntunut luontevalta ryhtyä kutsumaan näitä yleisilmeeltään saamelaisesta perinteestä hahmonsa ottavia tuotteita lapintavaraksi erotukseksi aidosta saamelaistuotannosta*¹²⁷.

Lüthje toteaa matkamuijtojen ja käsitöiden moninaisuudesta johtuen käsitteiden sisällön olevan venyvän ja epämääräisen ja tekee tutkimuksensa perusteella seuraavan jaon: **Käsityöt** ovat käsittehtyjä ja siksi yksilöllisiä esineitä; eivät standardisoitua liukuhihnatuotantoa (konetyötä). **Saamelaiset käsityöt** ovat saamelaisten tekemiä käsitöitä. **Saamenkäsityöt** ovat perinteisten saamelaisten käsityömallien mukaan valmistettuja käsitöitä. **Matkamuijtot** ovat turistin matkansa aikana hankkimia esineitä, joiden on tarkoitus toimia muistona ja/tai tuliaisena kotiin jääneille. **Lapintavara** muistuttaa saamenkäsitöitä tai sisältää muuten saamelaisiin tai saamelaisalueeseen viittaavia elementtejä.¹²⁸

Lapintavaran oheen pohjoisen matkamuijtomarkkinoille näyttää viime vuosikymmeninä syntyneen myös muunlaisia pohjoiseen alkuperään viittaavia tuotteita. Näiden tuotteiden ehkä yleisin aihe on poro, joka esiintyy erilaisina koristeaiheina niin neulotuissa kuin painetuissakin tekstiileissä, nahkatuotteissa, keramiikassa, koruissa, puutuotteisiin poltettuina kuvina jne. Useat – ehkä parhaimmat – näistä ovat saaneet lukuisia jäljitteliöitä, ja näin tarjonta ei ole yksipuolista ainoastaan aihepiiriltään vaan myös lähes identtisiltä tuotteiltaan.

Lapissa toimii myös käsityöyrittäjiä, joiden tuotanto joko ei perustu pohjoisuuteen, tai viittaukset pohjoisuuteen ovat hienovaraisia, ja perustuvat esimerkiksi pohjoisesta saatavaan materiaaliin. Tämän kaltaisilla, ei-lapintavaraksi lukeutuvilla tuotteilla ei näytä juurikaan olevan sijaa pohjoisen lapintavaran ja matkamuijtojen hallitsemilla markkinoilla, vaan niiden pääasialliset myyntikanavat näyttävät usein löytyvän Etelä-Suomesta, viennistä tai liikelahjasegmentiltä.

127 Aikio ja Aikio 1993, 92. Kirjoittajat jatkavat: *Lapintavarakaupassa taas lapinesineistä näyttävät yhä tänään käyvän tuotteet, joissa materiaalina käytetään punaista, sinistä, keltaista, vihreää, valkoista ja mustaa huopaa. Koristekuviksi kelpuutetaan hammaslaitareuna, poron, kodan tai saamelaisten kuvat. Nauha-, huopa- ja poronahka- sekä karvakoristeitten kirjo vilisee mm. lapinnukkien asuissa, joita kaupataan valtakunnallisena myyntiartikkelina Helsinkiä myöten.*

128 Lüthje 1995, 52.

3.4 Käsityömuotoilun ja taidekäsityön julkinen näkyvyys ja asema

Viime vuosien aikana muotoilua koskeva keskustelu on merkittävästi lisääntynyt, mutta usein kyseessä on lähinnä teollinen muotoilu ja muotoilun kokonaisvaltainen näkyminen yritysten profiileissa, brändeissä ja strategioissa. *Kun muotoilusta puhutaan kokonaisuutena, on varassa tulkinnan yksioikoisuuden kautta unohtaa muotoilun alle sen historian aikana kirjoitetut erityisalueet. Nykyisessä muotoilukeskustelussa painottuu-kin pitkälle ns. kovat arvot, joissa muotoilu on merkittävä osa valtiollista talouskeskustelua. Näin unohdetaan helposti muotoiluun sen korkeimman koulutuksenkin kautta sisään kirjoitetut taideteollinen taide, taideteollinen muotoilu ja taidekäsityö* kirjoittaa Tiina Veräjänkorva raportissaan *Diagnoosi taidekäsiöstä*.¹²⁹

Veräjänkorvan mukaan voidaankin sanoa, että ajankohtaisissa luovuus- ja kulttuurikeskusteluissa taideteollisuuden ja taidekäsityön kenttää vaivaa julkinen vaikeneminen sekä näkymättömyys. Tämän päivän muotoiludiskurssissa nämä alueet ovat pitkälle institutionaalisten käytänteiden taholta marginalisoitu, vaikka kyseisillä alueilla tehdäänkin koko ajan elinvoimaista taidetta ja muotoilua sama on havaittavissa myös kansainvälisessä keskustelussa, jossa taideteollisuuden käsitteen katoaminen on herättänyt alan asiantuntijat pohtimaan alan merkitystä ja ominaispiirteitä nyky-yhteiskunnassa.¹³⁰ Taidekäsityötä ja käsityömuotoilua koskevan diskurssin ja alan näkyvyyden vähäisyydestä sekä alan lehdistössä että päivälehdissä on oltu huolissaan myös Ornamon ja etenkin taidekäsityöläiset TAIKO:n piirissä.¹³¹

Käsityötä, taidekäsityötä ja käsityömuotoilua koskeva diskurssi on pitkään toistanut samoja teemoja koskien käsityön, muotoilun ja taiteen keskinäisiä suhteita. Kysymykset käsityön suhteesta teollisuuteen, sarjatuotantoon ja taiteeseen ovat olleet peruskysymyksiä teollistumisen alkua ajoista lähtien.¹³² Anna-Marja Ihatsun mukaan tämä yli sata vuotta sitten alkanut keskustelu jatkuu edelleen, ja mitä enemmän käsityö on lähestynyt kuva-aidetta, sitä enemmän keskustelu on muuttunut väittelyksi käsityön ja taiteen rajoista. Ihatsu on tutkinut Britanniassa ja Yhdysvalloissa aiheesta käytyä keskustelua ja toteaa terminologia epämääräisyyden siivittäneen sitä¹³³. Terminologian epämääräisyys ei ole

129 Veräjänkorva 2006, 6.

130 Veräjänkorva 2006, 5-6.

131 Ks. Klemettinen & Niemi 2003, 53-56.

132 Veräjänkorva 2006, 11; Ks. myös Kälviäinen 1996, 78-100.

133 Ihatsu 2003, 13.

vierasta Suomessakaan käydylle keskustelulle. Samalla kun keskustelu käsityöstä on muuttunut väittelyksi käsityön ja taiteen rajoista, se on myös siirtynyt etämmälle muusta muotoilua koskevasta diskurssista, joka puolestaan on lähentynyt taloutta koskevaa keskustelua.

Käsityömuotoilun ja taidekäsityön julkisen näkyvyyden lisääntymistä peräänkuulutaan lähes poikkeuksetta viimeaikaisissa alaa koskevissa kirjoituksissa¹³⁴. Julkinen näkyvyys keskittyy lähes poikkeuksetta pääkaupunkiseudulle, missä sijaitsevat alan tärkeät instituutiot, kuten esimerkiksi Design Forum tai Designmuseum. Myös valtaosa julkisen näkyvyyden kannalta merkittävimmistä käsityömuotoilua esittelevistä ja myyvistä liikkeistä sijaitsee Helsingissä.

Design Forum Finlandin tehtävänä on edistää suomalaista taidekäsityötä, taideteollisuutta ja teollista muotoilua. Design Forum Shopit sekä Helsingin keskustassa että Helsinki-Vantaan lentoasemalla esittelevät suomalaista taidekäsityötä ja taideteollisuustuotteita, ja ne ovatkin monille tekijöille merkittävä paikka saattaa töitään näkyville ja luoda niille tunnettavuutta.¹³⁵ Designmuseum puolestaan kerää ja tallentaa muotoilualan kokoelmaa, vastaa osaltaan alan tutkimustoiminnasta, kehityksen dokumentoinnista, muotoilun nykyaikaa ja historiaa esittelevien näyttelyiden toteutuksesta sekä tuottaa näyttelyitä suomalaisesta taideteollisuudesta kansainväliseen kiertoon.¹³⁶ Designmuseumin museokaupassa on monipuolinen valikoima suomalaista ja kansainvälistä designia sekä designin klassikoita että nuorten muotoilijoiden suunnittelempia esineitä.¹³⁷

Veräjänkorva toteaa Helsingissä kehitetyn viime vuosina myös useita uusia toimintamalleja muotoilun näkyvyyden ja tavoitettavuuden lisäämiseksi. Hän mainitsee esimerkkeinä Designkorttelin - Design District Helsingin ja Helsinki Design Weekin. Lisäksi Veräjänkorva toteaa Helsingissä olevan lukuisia taidekäsityöliikkeitä, jotka ovat "alan ikkunoita ja tarpeellisia myyntikanavia".¹³⁸ Helsingissä toimii myös Helsingin käsityö- ja taideteollisuusyhdistys, joka on pääkaupunkiseudulla toimiva käsityöyrittäjien yhdistys. Yhdistys edistää jäsentensä yritystoiminnan edellytyksiä ja se on yksi Suomen Yrittäjät ry:n perustajajäseniä. Yhdistyksen jäsenyyteen sisältyvät Suomen Yrittäjien

134 Ks. esim. Käsillä yrittäminen 2006, 12; Veräjänkorva 2006, 75; Klemettinen & Niemi 2003; 57-58.

135 Veräjänkorva 2006, 41-42. Veräjänkorva toteaa myös, että vaikka Design Forum myy ympäri Suomea olevien muotoilijoiden ja taidekäsityöläisten tuotteita, on sen toiminta silti pääkaupunkikeskeistä.

136 Designmuseum s.a.

137 Designmuseum. Design Museum Shop 2005.

138 Veräjänkorva 2006, 52.

palvelut.¹³⁹ Vastaavaa mahdollisuutta kuuluu yrittäjäjärjestöön oman alakohtaisen järjestön kautta ei käsityöyrittäjille ole muualla Suomessa.

Yleisesti muotoilu- ja käsityöalojen voi monestakin näkökulmasta tarkasteltuna sanoa olevan hyvin pääkaupunki-keskeisiä, mikä koskee kulttuurialoja ylipäätään. Kaikista kulttuurialojen työntekijöistä 45 % työskentelee Uudellamaalla, kun muilla toimialoilla vastaava osuus on n. 30 %. Tietyt toimialat ovat lisäksi korostuneen pääkaupunkikeskeisiä. Esimerkiksi arkkitehti- ja taideteollisen suunnittelun ja muotoilun sekä taiteen työllisistä 50 % työskentelee Uudellamaalla. Etlan mukaan taidekoulutetut, mikä siis tarkoittaa myös muotoilukoulutettuja, hakeutuvat samoille seuduille ja työllistyvät korostuneen pääkaupunkikeskeisesti.¹⁴⁰

Pekka Lithin tutkimuksessa *Käsityöyrittäjyys Suomessa 2000-luvulla* esimerkkivuosina 1996-1999 aloittaneista käsityöyritystä noin viidennes sijaitsee Uudenmaan maakunnassa. Kaikista maamme yrityksistä siellä toimii lähes kolmannes.¹⁴¹ Käsityötoimialan merkitys ei ole keskeinen Uudellamaalla, kun sitä tarkastellaan suhteessa kaikkiin yrityksiin, mutta käänteisesti Uudenmaan merkitys käsityötoimialalla on keskeinen.

Keraamikko Terhi Vähäsalo on tutkinut keramiikka-alan yrityksiä, ja niitä voikin pitää esimerkkinä tyypillisistä käsityöyrityksistä. Vähäsalon mukaan valtaosa Suomen keramiikkayrityksistä sijaitsee Etelä-Suomessa. Eniten yrityksiä on Helsingissä, Tampereella, Fiskarsissa ja Espoossa, muualla yritykset sijoittuvat tasaisemmin. Vähäsalo mainitsee kuitenkin erikseen Lapissa yrityksiä olevan "harvakseltaan".¹⁴²

Teollisuustaitteen liitto Ornamon toimintaa voi luonnehtia hyvin pääkaupunkiseutukeskeiseksi. Usein muualla asuville jäsenille Ornamon merkitys on lähinnä sen kautta saatavassa informaatiossa. Kuten jo luvussa Käsityöala ja käsityöyrittäjyys Lapissa todet-

139 Helsingin käsityö- ja taideteollisuusyhdistys ry s.a. Yhdistyksen jäseneksi hyväksytään pääkaupunki-seudulla toimivat käsityö-, pienteollisuus- ja palveluyritykset.

140 Lindström & al. 2006, 16-18. Etlan tutkimuksen mukaan vuonna 2000 kulttuuriammateissa työskennelleistä 48 % prosenttia työskenteli Uudellamaalla, ja näistä 41 % pääkaupunkiseudulla. Pirkanmaalla kulttuuriammateissa työskentelevistä toimi 8 % ja Varsinais-Suomessa 7 %. Muuhun maahan jakautuu loput 37 %.

141 Lith 2005, 18-19. Määrällisesti käsityöyritysten keskittymiä löytyy Lithin mukaan myös Varsinais-Suomesta ja Pirkanmaalta. Esimerkkivuosina aloittaneiden käsityöyritysten määrä suhteessa aloittaneiden yritysten koko määrään on suhteellisesti korkein Etelä- ja Keski-Pohjanmaan maakunnissa. Käsityöyrityksillä on merkittävä asema muuallakin Länsi-Suomessa: Satakunnassa, Ahvenanmaalla ja Varsinais-Suomessa. Lapissa on esimerkkivuosina aloittanut toiseksi vähiten käsityöyrityksiä.

142 Vähäsalo 2003, 42. Helsingissä on 24 yritystä, Tampereella 10, Fiskarsissa 9 ja Espoossa 7.

tiin, Ornamoon kuuluvan Taidekäsityöläiset TAIKO ry:n jäsenistä 75 % on pääkaupunkiseudulta¹⁴³. Lapista koko Ornamon jäsenistä on ainoastaan 1,4 %.¹⁴⁴

Myös Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry kuuluu alan kehittämisorganisaatioihin. Taito ry yhdessä alueellisten käsi- ja taideteollisuusyhdistysten kanssa muodostaa valtakunnallisen palvelu- ja asiantuntijajärjestön Taito Groupin. Käsi- ja taideteollisuusliitto on perustettu vuonna 1913, ja se hoitaa järjestön yhteisiä asioita sekä toimii käsi- ja taideteollisuusalan asiantuntijaorganisaationa. Taito ry:n toiminnan tavoitteena on käsityön arvostuksen nostaminen, käsityötaidon ylläpitäminen sekä uuden korkeatasoisen ja omaleimaisen käsityön kehittäminen sekä käsityöyrittäjyyden vahvistaminen. Taito ry toimii laajasti käsityön edistämiseksi ja laadun kehittämiseksi. Taito Group puolestaan on monipuolinen käsityön ja käsityöyrittämisen puolestapuhuja sekä kouluttaja.¹⁴⁵

Suomen Taitoverkko¹⁴⁶ on sähköinen Taito Groupin ylläpitämä käsityöläisten verkko ja käsityön myyntikanava. Taitoverkko esittelee käsityötuotteita, palveluja, yrityksiä, myymälöitä ja asiantuntijoita. Käsityötuotteiden markkinoimiseksi Taito Group on luonut ympäri Suomea toimivien Taito Shoppien verkoston, joita on yhteensä 13. Lisäksi alueellisilla yhdistyksillä on omia myymälöitä.¹⁴⁷ Liittoon kuuluvien yhdistysten yritysneuvontaa sekä Taito Shop -myymälöitä pidetään myös merkittävinä myynti- ja verkotumiskanavina sekä käsityöyritysten neuvontapalvelujen tuottajana. Alueellisia yhdistyksiä on eri puolilla maata, mutta pohjoisessa yhdistyksen merkitys käsityöyrittäjyyden näkökulmasta jää vähäiseksi. Lapin käsi- ja taideteollisuusyhdistys näyttää keskittyneen kehittämään käsityötä lähinnä taitona ja harrastuksena, eikä niinkään elinkeinona. Pohjoisin Taito Shop sijaitsee Oulussa¹⁴⁸ ja pohjoisin Taito-yritysneuvoja Kokkolassa¹⁴⁹.

Tarkastellessaan käsityöyritysten alueellista jakautumista Lith toteaa Uudellamaalla olevan paljon liiketoiminnan mahdollisuuksia, sillä väestöpohja on suuri ja ostovoimainen sekä yritystoiminta vilkasta¹⁵⁰. Merkittävimpien näkyvyys- ja myyntikanavien lisäksi pääkaupunkiseudulla on muuta maata huomattavammat ns. arvolahjojen markkinat. Julkisten tahojen sekä suurten, ja miksei pientenkin, yritysten ja yhteisöjen hankkimat lah-

143 Veräjänkorva 2006, 26.

144 Ornamo 2008; Ervamaa 2008.

145 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2008; ks. myös Veräjänkorva 2006, 44.

146 www.suomentaitoverkko.fi

147 Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry 2008; Taito Shop -myymälät s.a.; myös Veräjänkorva 2006, 44.

148 Taito Shop -myymälät s.a.

149 Taito-yritysneuvojat 2008; ks. Taito-yritysneuvojista myös Laakso 2002, 163.

150 Lith 2005, 18.

jat ovat osalle käsityöläisistä merkittävä myyntitulon lähde.¹⁵¹

Vappu Lepistö toteaa tutkimuksessaan kuvataiteellisen toiminnan sosiaalipsykologisista vaikutuksista taiteen varsinaisten arvojen luojien löytyvän välitystyötä tekevien "portinvartijoiden" keskuudesta. "Portinvartijoita" ovat mm. taidemuseoiden virkailijat, kriitikot, kulttuuritoimittajat, taidehistorioitsijat sekä galleristit ja heidän merkityksensä taideyhteisön kokonaistoiminnassa on hyvin olennainen. Välitysportaan edustajat asettavat taiteen tuottajia järjestykseen ja jakavat informaatiota yleisölle. He tulkitsevat, määrittelevät ja ohjaavat yleisöä. Myös ihmissuhteiden tukiverkosto on olennainen tekijä taide maailmaan orientoitumisessa ja sosiaalistumisessa. Lepistö pitää virallisia ja epävirallisia kontakteja ja suhdeverkostoja jopa ensisijaisen tärkeinä taiteilijan urakehityksen kannalta. Tukiverkosto koostuu suhteista muihin taiteilijoihin sekä taidemaailman muodollisiin ja virallisiin edustajiin.¹⁵²

Taidekäsityöläisten, käsityömuotoilijoiden ja alan yritysten kohdalla mekanismi toimii hyvin samalla tavalla, mutta tällöin "portinvartijoita" ovat mm. alan museoiden sekä näyttely- ja promootio-organisaatioiden näyttelykuraattorit ja muu henkilökunta, jälleenmyyjät, sisäänostajat, sisustuslehtien toimittajat, design-managerit, galleristit tai toisinaan myös yrityskehitysorganisaatioissa työskentelevät henkilöt tai konsultit.

Lepistö jakaa kuvataidemaailman keskialueeseen, marginaaliin ja periferiaan. Keski alueen taiteilijoihin kuuluu eri tavoin valtakunnallisesti ja myös kansainvälisesti meritoituneita ja orientoituneita taiteilijoita. Marginaalia edustavat erilaisia taidemaailman kriteerejä täyttävät paikallistason tuntemat ja tunnustamat paikallisiin taiteilijayhdistyksiin kuuluvat taiteilijat. Osittain he ovat nuoria uransa alkuvaiheessa olevia taiteilijoita, jolloin marginaalisuus voi olla välivaihe. Uloimpaan vyöhykkeeseen eli periferiaan kuuluu taiteilijoita, jotka eivät täytä valtakunnallisiin eikä paikallistason järjestöihin kuulumisen kriteerejä. He ovat taidemaailman keskusalueen vaikutuspiirissä ja pyrkivät täyttämään sen edellyttämät ehdot.¹⁵³

Lepistön mukaan taidemaailman arvoja uudistavat ja entisistä poikkeavia asemia luovat

151 Klemettinen & Niemi 2003, 55. Ns. arvolahjoista on hyvä esimerkki Taidekäsityöläiset TAIKO ry:n Suuri TAIKO-keskustelu -artikkelissa, jossa yksitoista taidekäsityöläistä keskustelevat. Heistä kolme, eli lähes 30 %, mainitsevat tasavallan presidentille hankitun heidän tuotteensa tai teoksensa. Neljäs puolestaan mainitsee presidentin käyneen hänen verstaallaan, "mutta ei hän mitään ostanut".

152 Lepistö 1991, 26-27, 85.

153 Lepistö 1991, 27.

taiteilijat tulevat marginaalista. Toisin kuin periferiassa, jonka ero keskialueeseen on liian suuri, marginaalissa keskialueen arvot ovat riittävän lähellä, jotta niitä kyetään lukemaan. Samalla ne ovat riittävän kaukana, jotta ne mahdollistavat kriittisen etäisyyden ja opposition muodostamisen. Taidemaailman ulkopuolinen kuvakulttuuri puolestaan koostuu taidemaailman arvojen hylkimästä populaarikulttuurista ja "harrastaja- ja toritai-teesta".¹⁵⁴

Myös jako keskialueeseen, marginaaliin ja periferiaan näyttää toimivan samalla tavalla taidekäsityöstä ja käsityömuotoilusta puhuttaessa. Eroja toki on sovellettaessa Lepistön jakoa käsityön, muotoilun ja yrittäjyyden alueelle¹⁵⁵. Vaikka Lepistö ei esitäkään keskialuetta, marginaalia ja periferiaa maantieteellisinä määritteinä, ne ovat hyvin usein tulkittavissa myös siten. Mitä marginaalisempi tai perifeerisempi maantieteellinen sijainti on, sitä marginaalisempi ja perifeerisempi on myös sijainti muotoilun tai taiteen kentässä. Sen lisäksi, että keskialueen muotoilijat ja taiteilijat sijaitsevat pääasiassa myös maantieteellisesti keskialueella, siellä sijaitsevat luonnollisesti myös "portinvartijat".

Vastaavalla tavalla voi tarkastella myös käsityömuotoilun asemaa muotoilun kentällä soveltaen siihen keskialue, marginaali ja periferia -mallia. Kuten aiemmin totesin etenkin teollinen muotoilu kuuluu tämän hetken muotoilu-diskurssien keskiöön. Teollisen muotoilun ja sen sisältämän strategisen muotoilun voisi nähdä kuuluvan muotoilun keskialueeseen, taideteollisen ja käsityömuotoilun voisi ajatella kuuluvan marginaaliin ja taidekäsityön sekä taideteollisen taiteen periferiaan. Matkamunistotuotannon taas voisi pääosin ajatella vastaavan taidemaailman ulkopuolelle kuuluvaa "harrastaja- ja toritaidetta". Vaikka taidekäsityö nähdäänkin teollisen suunnittelun ja tuotannon mahdollisena innoittajana, sen välimatka keskialueeseen näyttäisi niin pitkältä, että se tuskin yksittäistapauksia lukuun ottamatta pystyy siirtymään periferiasta keskialueelle. Sen sijaan käsityömuotoilun matka marginaalista keskialueelle on lyhyempi etenkin yrittäjämäisen toimintatavan ansiosta, jolloin käsityömuotoilun voi nähdä mahdollisena marginaalista keskialueelle siirtyjänä.

Jos taas tarkastelee vastaavasti käsityöyrittäjyyttä yrittäjyyden kentällä, se sijainnee pikemminkin periferiassa kuin marginaalissa. Pohjoisen käsityömuotoiluyrittäjän voi siis olettaa kokevan marginaalisuutta tai perifeerisyttä monella tavalla ja tasolla.

154 Lepistö 1991, 27-28.

155 Jakoa ei esimerkiksi voi juurikaan tehdä valtakunnallisiin tai paikallistason yhdistyksiin kuulumisen perusteella, sillä alalla on paikallistason yhdistyksiä vain muutamilla paikkakunnilla.

4. YRITTÄJYYS

4.1 Käsiöyritykset osana luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä

"Olemme siirtymässä talouteen, jonka keskeisenä moottorina on kulttuuriosaaminen ja siitä kumpuava inhimillinen ja organisatorinen luovuus" kulttuuriosaamista tulevaisuuden voimavarana tutkinut Markku Wilenius kirjoittaa. Luovan työn merkityksen kasvu on näkynyt jo pitkään Suomen talouselämässä. 1990-luvun lopulla alettiin käyttää "kulttuuriteollisuus"-termiä taiteen, kulttuurin ja joukkoviestinnän yläkäsitteenä¹⁵⁶. Sitten on alettu yleisesti puhua "luovista aloista".

Muotoilu - ja sitä kautta taideteollisuus ja käsiö - määritellään kuuluvaksi ns. luoviin aloihin. Luovat toimialat -käsite pohjautuu Britannian hallituksen ns. luovien toimialojen työryhmän määritelmään, jonka mukaan luovat toimialat ovat aloja, jonka lähde on yksilöllisessä luovuudessa, taidossa ja lahjakkuudessa, ja joilla on potentiaalia vaurauden ja työpaikkojen lisäämiseen hyödyntämällä ja luomalla aineetonta omaisuutta. Alueeseen kuuluvia toimialoja mainitaan olevan esimerkiksi muotoilu, taide, muoti- ja käsiöala, arkkitehtuuri, ohjelmistotuotanto, musiikki, teatteri, media- ja kustannusala.¹⁵⁷

Luovat alat nähdään yhteiskuntaa uudistavana ja kehittäväenä, uuden tiedon, taidon, osaamisen ja hyvinvoinnin kokonaisuutena¹⁵⁸. Vaikka luovien alojen käsitteen myötä luovuudesta nykyisin puhutaankin hyvin laajasti, ja sen merkitystä myös taloudellisena voimavarana korostetaan, luovuus ja taiteellisuus eivät kuitenkaan ole ongelmattomia käsitteitä. Yritystoiminnassa luovuutta ja taiteellisuutta ei useinkaan uskalleta tuoda esiin niiden mukanaan tuomien imago-ongelmien pelossa kuten Akavan Erityisalojen Vuoden osaja -palkinnon saanut taiteilija-yrittäjä Iris Kiiskinen sanoo: "Luovuus on haastava työväline. Alkuvaiheessa se voi viedä uskottavuuden¹⁵⁹." Suhde taiteellisuuteen ja luovuuteen näyttäisikin usein olevan ristiriitainen, toisaalta se on toiminnan edellytys, toisaalta sitä ei haluta tuoda esille uskottavuuden menettämisen pelossa. Käsiöyrittä-

¹⁵⁶ Wilenius 2004, 11-12.

¹⁵⁷ Lindström, Nyberg & Ylä-Anttila 2006, 13; Veräjänkorva 2006, 53.

¹⁵⁸ Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti 2004, 8. Italiassa muoti- ja designteollisuus muodostavat turismin jälkeen talouden merkittävimmän sektorin, Englannissa puolestaan luovat alat ovat nykyisellään metalliteollisuutta suurempi sektori.

Wilenius puolestaan toteaa Lontoossa panostettavan voimakkaasti luoviin toimialoihin, ja niiden oletetaan 10 vuodessa ohittavan liike-elämän palvelut. Nämä ovat nimenomaisesti pieniä yrityksiä, joista 90 % työllistää alle viisi ihmistä. (Wilenius 2004, 50)

¹⁵⁹ Joutsenniemi 2007, 18-19.

jien identiteetin rakentumista tutkinut Marianne Kangas toteaa käsityöyrittäjien identiteetin konstruoinneissa suhteen taiteellisuuteen esiintyvän ambivalenttina identiteetin elementtinä. Kangas pitää käsityöläisten taiteilijaidentiteettiä "väliin tulevana" identiteettinä, joka riitauttaa käsityöyrittäjäidentiteettiä.¹⁶⁰

Käsitteellä kulttuuriteollisuus tarkoitetaan symbolisiin hyödykkeisiin, joiden arvo perustuu ensisijaisesti niiden kulttuuriseen arvoon, keskittyvää toimintaa. Kulttuuriteollisuuden piiriin kuuluvat erilaiset sisällöntuotannon alat, mutta myös perinteiset alat kuten kuvataide, käsityö, teatteri ja klassinen musiikki.¹⁶¹

Kulttuuriyrittäjyydessä on kyse kulttuurin ja yrittäjyyden yhteen sovittamisesta, mikä ei suinkaan ole mutkatonta. Useimmiten kulttuuri ja talous ymmärretään toisistaan irrallisiksi, jopa vastakkaisiksi asioiksi. Luovien alojen ja kulttuuriyrittäjyyden edellytyksenä on kuitenkin sen oivaltaminen, kuinka luovuus ja liiketoiminta eivät ole ristiriidassa keskenään. Markku Wileniuksen mukaan kysymys on siitä, kuinka luovaa ja kulttuurisesti arvokasta työtä ja suunnitelmallista liiketoimintaa voidaan tehdä yhtä aikaa. Tuotteiden ja palvelujen luominen edellyttää ennen kaikkea luovuutta, kun taas liiketoiminnan suunnittelu taas enemmän selkeitä ja systemaattisia prosesseja. Wilenius käyttää esimerkkinä samanaikaisen korkean taiteellisen tason ja hyvän tuloksen saavuttamisesta Marimekkoa.¹⁶²

Markku Wileniuksen mukaan on tyypillistä, että itse kulttuurisektori ei välttämättä itse hyödy kulttuuritoimintoihin liittyvistä taloudellisista vaikutuksista, vaan hyötyjinä ovat muut alueelliset palvelut kuten esimerkiksi majoitustoiminta, ravintolat ja kahvilat, vähittäiskauppa ja paikallinen liikenne. Wileniuksen mukaan tuloja on hankala laskennallisesti palauttaa ja jyvittää kulttuurisektorille.¹⁶³ Käsityön, taidekäsityön ja käsityömuotoilun voi lukea kuuluvan niihin kulttuurialoihin, joiden taloudelliset merkitykset ohjautuvat osittain oman toimintansa ulkopuolelle ja näin ovat usein merkittävämmät kuin miltä ne suppeasti tarkasteltuna vaikuttavat. Elinvoimainen alueellinen käsityökulttuuri on aina etu esimerkiksi matkailuelinkeinolle.

Käsityöyritykset ovat pieni ryhmä, myös niiden liikevaihto on pientä. Käsityöyrityksistä puhuttaessa on syytä muistaa käsityöalan kulttuurinen merkitys. Erityisesti taideteollisen nykytaiteen ja taidekäsityön näkökulmasta aihetta tarkasteleva Tiina Veräjänkorva muistuttaa, että *vaikka puhutaan määrällisesti pienestä tekijäjoukosta, puhutaan kor-*

160 Kangas 2001, 67.

161 Wilenius 2004, 93.

162 Wilenius 2004, 12.

163 Wilenius 2004, 114.

keasti koulutetusta ryhmästä, jonka panos Suomen näkyvään kulttuuriseen, kansalliseen ja kansainväliseen kuvaan on merkittävä. Puhutaan myös individualistien ryhmästä, joille taide, materiaalin hallinta ja käsin tekemisen taidot ovat oleellisia työn merkityksen muodostajia.¹⁶⁴ Myös Wilenius muistuttaa, että kulttuurin "markkinaistuessa" on syytä korostaa kulttuurin, taiteen ja luovan työn itseisarvoa. "Kulttuurituotannolla on jo sinänsä vahva itseisarvo oman identiteettimme perustana."¹⁶⁵

Myös Luutosen ja Äyvärin mukaan käsityöyrittäjän työn vaikutuksia ei tule arvioida ainoastaan taloudellisin tai ylipäätään määrällisin mittarein, vaan käsityöyrittäjyyden kulttuurisista ja sosiaalisista merkityksistä ja arvoista on tarpeen keskustella syvällisemmin. Luutonen ja Äyväri esittävät käsityöyrittäjyyttä koskevan keskustelun kuuluvan osaksi muita suomalaisessa yhteiskunnassa käytävien keskustelujen teemoja, kuten pienyrittäjyys, naisyrittäjyys, kädentaitoihin perustuvien ammattien arvostus; käsityötaitojen osaaminen, suomalainen kulttuuri; perinteiden säilyttäjä ja uusien luoja, alueen yritysten ja muiden toimijoiden yhteistyö sekä maaseudulla että kaupunkialueilla, suomalaisen yhteiskunnan henkinen hyvinvointi, kestävä kehitys, muotoilun kenttä ja High-tech-Suomi; tietoyhteiskunta.¹⁶⁶

Käsityön kulttuurinen merkitys tulee esiin myös jo aiemmin mainitussa Muotoilu 2005! -ohjelmassa, jossa muotoilu ja käsityö on määritelty kansallista kulttuuria kehittäviksi tekijöiksi. Ohjelman visiossa suomalaisesta muotoilusta mainitaan mm. muotoilulla ja käsityöllä luotavan perustaa kansalaisten hyvinvoinnille ja viihtyvyydelle.¹⁶⁷

Käsityöyrittäjyydestä puhuttaessa nousee taustalla olevat arvot esiin usein korostuneemmin kuin yrittäjyydestä puhuttaessa yleensä. Harri Ruohomäki toteaa *Käsintehty brändi – Käsi- ja taideteollisuusyrittäjän käsikirja* -teoksessa, ettei käsityöläisellä oikein ole luontevaa paikkaa kansantaloutemme arvoketjussa ja kysyy, miksi näissä ammateissa sitten halutaan toimia? Teos jatkaa tukeutuen 1990 julkaistun Antti Ainamon selvitykseen, ja luettelee seuraavat syyt: kutsumus, aatteellinen pohja, ammattilypeys, itsenäinen luonne ja siihen liittyen itsensä elättäminen.¹⁶⁸

Myös Lith toteaa oman ammatillisen osaamisen olevan usein yritystoiminnan motiivina, mutta toteaa yritystoiminnan olevan usein väline tavoitteiden saavuttamiseksi, yrittäjyys sinänsä on vain harvoin tavoite: *Käsityöyrityksen lähtökohtana on usein yrittäjän oma*

164 Veräjänkorva 2006, 6-7.

165 Wilenius 2004, 19. Ks. myös Kälviäinen 1996, 79.

166 Luutonen & Äyväri 2002, 202.

167 Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti 2004, 11.

168 Ruohomäki 2000, 12; Ainamo 1990, 11-14.

*ammattillinen osaaminen ja tuoteidea. Kaikki itsenäiset käsityön ammattilaiset eivät kuitenkaan miellä itseään varsinaisesti yrittäjiksi vaan esimerkiksi taiteilijoiksi. Yrittäjyys tai oman toiminnan yhtiöittäminen on vain väline toteuttaa haluttu tuoteidea ja kannavoidsa toiminnasta aiheutuneet tulot ja menot.*¹⁶⁹

Ruohomäki jatkaa arvoista esittäen, että yritystoiminta olisi sopeutettava arvoihin, eikä yksipuolisesti päinvastoin – arvot yritystoiminnan vaatimuksiin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita estettä yritystoiminnan kehittämislle: *Tekisikin mieli sanoa, että käsityöläisenä toimimisen taustalla olevat arvot liittyvät pikemminkin maailmankatsomuksen toteuttamiseen kuin oman talouden ja ansainnan organisoimiseen. Mutta leipää ja viiniä on käsityöläisenkin saatava. Tässä kohdin on tarkkaan ymmärrettävä, että kun toiminnan taustalla olevat arvot liittyvät ihmisen maailmankatsomukseen, on talousajattelun marssittaminen sisään tehtävä näitä arvoja kunnioittamalla ja muualla päteviä lainalaisuuksia niihin sovittamalla. Miksi sitten ylipäätään pitää lähteä pohtimaan käsityöläisyyden taustalla olevia arvoja ja motiiveja? Siksi, että on tärkeää huomata miten tiettyjä toiminnan muotoja voidaan kehittää kohti yritystoiminnan vaatimuksia ilman että taustalla olevat arvot kärsivät.*¹⁷⁰

Käsityöyritysten erityisluonne ja vankka arvopohja tunnustetaan yleisesti ja sitä korostetaan niin yleisellä tasolla käytävässä keskustelussa kuin käsityöyrittäjyyttä koskevissa tutkimuksissa ja kehittämissuhteissa, mutta samalla ihannemalliksi asetetaan teollisen yrityksen malli. Laakso toteaa idealisoidun yritysmallin piirteisiin kuuluvan kasvuhakuisuuden ja tuotannollisuuden. Tällaisen ihannemallin mukaisia piirteitä käsityöyritysten tavoitteina esitetään yleisesti myös viimeaikaisissa käsityöyrittäjyyttä koskevissa julkaisuissa¹⁷¹.

Wilenius toteaa teollisten muotoilijoiden olevan hyvä esimerkki ammattiryhmästä, jossa kulttuurin ja talouden vuorovaikutuksella on ollut konkreettinen pohja jo kauan, ja jossa nähdään miten välttämättömiä eri osaamisalojen vuorovaikutus ja törmäykset ovat. Wileniuksen mukaan törmäyksiä luonnehditaan "luoviksi rajapinnoiksi, joissa syntyy uusia toimintatapoja ja uusia oivalluksia". Hän toteaaakin teollisen muotoilun piirissä puhuttavan "kahden kulttuurin ongelmasta", jolla tarkoitetaan tilanteita, joissa muotoilijoiden ja heidän osaamistaan hyödyntävän yritysmaailman edustajien asenteet ovat keskenään

169 Lith 2005, 9.

170 Ruohomäki 2000, 12.

171 Ks. Laakso 2002, 167. Laakson mukaan kasvuhakuisuuden ja tuotannollisuuden mukaisen ihannemallin piirteitä esitetään mm. *Käsityöyritysten tila ja kehitys. Vuoden 2000 barometri, Käsityöyritysten tila. Vuoden 1998 barometri ja Käsityöyritysten tila, ongelmat ja toimenpide-ehdotuksia julkaisuissa.*

ristiriitaiset. Ongelmaa pidetään toimintakulttuurisena ja tiedostamattomien asenteiden leimaamana.¹⁷²

4.2 Elämäntyyliyrittäjyys

Keskusteluun arvoista, elämäntavasta ja maailmankatsomuksesta liittyy myös hiljattain noussut keskustelu elämäntyyliyrittäjyydestä. Suomessa aiheesta on kirjoittanut lähinnä KTM Jorma Sipilä. Sipilän teos *Osaajasta elämäntyyliyrittäjäksi* on tämän luvun keskeinen lähde.¹⁷³

Elämäntyyliyrittäjyydellä (*lifestyle business*) tarkoitetaan yrittäjätoimintaa, jonka tavoitteet, sisältö ja toimintatavat yhdistyvät yrittäjän omiin elämäntavoitteisiin ja elämäntapaan. Elämäntyyliyrittäjä katsoo elämäänsä kokonaisuutena, johon kuuluvat niin työ, perhe kuin harrastuksetkin.¹⁷⁴ Elämäntyyliyrittäjyydellä ei tarkoiteta samaa kuin "elämäntapayrittäjyydellä".

Elämäntapayrittäjyys-käsitettä käytetään arkikielessä jokseenkin paljon, mutta se käytötarkoitus ei näytä vakiintuneen. Yrittäjyyttä käsittelevässä kirjallisuudessa ja keskustelussa sillä tarkoitetaan useimmiten "kaikkensa antavia" yrittäjiä, joille yrittäjyys on korostuneen keskeinen elämän sisältö. Käsitteilyä käytetään pikemminkin päivänvastaisessa tarkoituksessa puhuttaessa jos ei harrastaja-yrittäjistä, niin ainakin "alemmalla kehitystasolla" olevista yrittäjistä. Vuoden 1998 barometri jakaa käsityöyritykset elämäntapayrittäjiin, tuotantoperusteisiin vakaisiin yrityksiin ja kasvuhakuisiin yrityksiin. Elämäntapayrityksille määritellään olevan tyypillistä toiminnan pieni volyymi, suoramyynti, vähäinen riskinotto, suuri itsenäisyys sekä alihankkijoiden käytön ja verkostoitumisen vähäisyys.¹⁷⁵ *Menestyvä käsityöyrittäjä* -tutkimuksessa elämäntapakäsityöläisyys määritellään pyrkimyksenä toimia markkinoilla, mutta markkinointi on vierasta. Elämäntapakäsityöläisyudessa painottuvat luomisen ilo, pehmeät arvot ja taiteellisuus. Toimintatapa on luoviva, joustava ja sopeutuva.¹⁷⁶

172 Wilenius 2004, 106.

173 Sipilä 2006. Huuskonen jakaa yrittäjyyttä koskevat kirjoitukset kahteen kategoriaan: Niihin, joissa yrittäjyyttä ihannoidaan ja heillä näyttää usein olevan lähes kaikki länsimaisen yhteiskunnan arvostamat hyveet. Tämän hän katsoo johtuvan osaltaan kulttuurisidonnaisesta sankarimyytistä, joka esiintyy erityisesti amerikkalaisessa yrittäjyyttä koskevassa aineistossa. Toinen ryhmä ovat kirjoitukset, joissa yrittäjä nähdään irrallisena ja sopeutumattomana persoonana, jolla on vaikeuksia sopeutua normaaleihin työyhteisöihin. Tämän seurauksena hän on altis hakeutumaan tilanteisiin, joissa hän voi itse määrätä oman tilanteensa säännöistä. (Huuskonen 1992, 82-83.) Sipilän teoksen *Osaajasta elämäntyyliyrittäjäksi* voi katsoa kuuluvan ensin mainittuihin.

174 Sipilä 2006, 11.

175 Käsityöyritysten tila 1998, 51; ks. myös Käsityöyritysten tila ja kehitys 2001, 13.

176 Johnsson & Äyväri 1996, 62.

Elämäntyyliyrittäjälle yrittäjyys ei ole itseisarvo, vaan se on keino rakentaa elämänsä haluamallaan tavalla. Vaikka myös yrityksen taloudelliset tavoitteet asetetaan oman elämän ja työn tavoitteiden ja sisällön mukaan, elämäntyyliyrittäjyys on kuitenkin ammattimaista liiketoimintaa. Elämäntyyliyrittäjä on useimmiten mikro- tai pk-yritys ja usein perheyrittäjä.¹⁷⁷

Sipilän mukaan elämäntyyliyrittäjälle palkka tulee osin elämänsisältönä ja työn ilona. He suhtautuvat työhönsä sisältökeskeisesti ja kutsumuksenomaisesti yritystoiminnan tarjotessa mahdollisuuden työskenellä oman kiinnostuksenkohteensa parissa tiiviisti ja omaehtoisesti. Parhaimmillaan kiinnostuksen kohde ja liiketoiminta ovat yhteneviä, useimmiten ne limittyvät ja kytkeytyvät toisiinsa. Omaehtoisen työskentelyn ja liiketoiminnan yhdistäminen onkin elämäntyyliyrittäjän keskeinen haaste.¹⁷⁸

Menestyvässä elämäntyyliyrittäjässä yhdistyvätkin ammattilainen, kehittäjä, liikkeenjohtaja ja elämäntaitaja. Elämäntyyliyrittäjyydelle onkin ominaista, että se on useammin henkilökohtaisen kasvuprosessin tulos kuin nopeasti toteutettu ratkaisu. Sipilä toteaa elämäntyyliyrittäjäksi ryhtymisen olevan helpompaa "vapaiden ammattien" aloilla tai aloilla, joilla on perinteisesti paljon freelancereita. Ammatinharjoittaja-, freelancer- ja elämäntyyliyrittäjyyden välillä on kuitenkin se ero, että elämäntyyliyrittäjä tiedostaa ja arvostaa toimintaansa yrittäjänä sekä asettaa yleensä taloudelliset tavoitteensa korkeammalle.¹⁷⁹

Elämäntyyliyrittäjyyteen vetää keskittyminen omiin kiinnostuksenkohteisiin, suuremman vapauden tarve, halu tehdä parempaa laatua ja palvella paremmin asiakkaita, toive paremmista ansioista ja lisäajan tarve perheelle ja harrastuksille. Siihen puolestaan työntävät työssä toisarvoiseen kuluva aika ja suuren organisaation byrokratia, muiden valta omaan ajankäyttöön, työtapojen mielikuvituksettomuus, vaikutusmahdollisuuksien vähäisyys, kypsymättömät esimiehet tai muut vallankäyttäjät ja oman työn tulosten häviäminen sekä tunne, että niitä väärinkäytetään.¹⁸⁰

Elämäntyyliyrittäjä ei tunne oloaan kotoisaksi suuressa organisaatiossa. Heillä on useimmiten tarve hallita itse suurempaa osaa työkokonaisuudestaan, eikä häntä tyydytä vain jonkin osan tekeminen tai muiden johtaminen. Sipilän mukaan elämäntyyliyrittäjän kilpailuvaltteja ovat innovatiivisuus, nopeus, sitoutuneisuus ja joustavuus, eikä hän koe

177 Sipilä 2006, 11-12.

178 Sipilä 2006, 14-15.

179 Sipilä 2006, 15, 20-21.

180 Sipilä 2006, 20-21.

pääsevänsä käyttämään näitä riittävästi suuressa organisaatiossa.¹⁸¹ Suurten organisaatioiden ongelmat voivatkin olla ponttimena yritystoiminnan aloittamiselle ja kehittämiseksi.

Sipilän kirjoittaessa elämäntyyliyrittäjistä hyvin positiivisesti ja jopa ihannoiden Visa Huuskonen toteaa jokseenkin saman asian, mutta paljon karummin. Huuskosen mukaan yrittäjäpersoonien voi olla vaikea sopeutua normaalien organisaatioiden vaatimuksiin, jolloin oman organisaation luominen voi näyttäytyä ainoana vaihtoehtona. Epäluottamus, epäluulo tai voimakas tyytymättömyys aiempaan työpaikkaan voivat johtaa haluun ryhtyä yrittäjäksi, jotta kokisi itsensä riippumattomaksi ja tilanteen olevan omassa hallinnassaan. He ikään kuin räätälöivät itselleen sopivan ympäristön.¹⁸²

Perinteinen kasvuyrittäjyyseen ei elämäntyyliyrittäjää houkuttele, vaan perinteisen yrittäjyyden ongelmat pikemminkin synnyttävät sosiaalisen tilauksen elämäntyyliyrittäjyydelle. Kasvuyrittäjä ja elämäntyyliyrittäjä ovat erilaisia ihmisiä. Siinä missä kasvuyrittäjä nauttii yrityksen luomisesta, muiden johtamisesta ja julkisesta tunnustuksesta, elämäntyyliyrittäjälle tärkeintä ovat työn sisältö ja työssä oppiminen – hänen tavoitteenaan on sisäinen kasvu. Suuruus tai suuri varallisuus sinänsä eivät ole hänelle tärkeitä asioita. Kasvuyritykselle riskirahoitus on yleensä jopa elinehto, elämäntyyliyrittäjä taas näkee suuren velkarahan johtavan kasvun kierteeseen, jossa yrittäjä menettää vapautta.¹⁸³

Vapaus ei tosin ole merkittävää ainoastaan elämäntyyliyrittäjille, vaan yrittäjille ylipäättään. Yrittäjyyttä leimaavana piirteenä pidetään sekä voimakasta elämänhallinnan että riippumattomuuden halua. Yrittäjillä on todettu olevan keskimäärin muuta väestöä vahvempi usko oman elämän hallintaan.¹⁸⁴

Kasvuyrittäjyyttä alhaisemmista taloudellisista tavoitteistaan ja hyvinvoinnin korostamisestaan huolimatta elämäntyyliyrittäjyys on ammattimaista liiketoimintaa. "Se ei ole sitä, että asioita tehdään pyjama päällä keittiön pöydän ääressä" Sipilä toteaa. Elämäntyyliyrittäjä haluaa paljon, mutta ei halua uhrata jotain tärkeänä pitämäänsä asiaa jonkin mielestään vähemmän tärkeän asian vuoksi. Elämäntyyliyrittäjän keinot tavoitteidensa saavuttamiseksi eivät ole jatkuva kompromissien tekeminen, vaan uusien ja luovien ratkaisujen kehittäminen. Menestyvä elämäntyyliyrittäjä yhdistelee innovatiivisesti piirtei-

181 Sipilä 2006, 24-29.

182 Huuskonen 1992, 68, 78.

183 Sipilä 2006, 33, 41, 43.

184 Huuskonen 1992, 63, 69, 71, 78.

tä monista toimintamalleista.¹⁸⁵

Sipilä toteaa elämäntyyliyrittäjän olevan usein säästeliäs, sillä hän pyrkii hyvään kannattavuuteen. Hän ei kuitenkaan ole "mikään reppana tai pihistäjä" vaan hyvä itsetuntoinen ammattilainen, joka mittaa omaa edistymistään eri kriteereillä kuin kollegansa suurissa organisaatioissa. Elämäntyyliyrittäjät tilkitsevät Sipilän mukaan tehokkaasti yritysten jättämiä aukkoja markkinoilla ja pystyvät toimimaan sielläkin missä isojen yritysten raskaat kustannusrakenteet tekevät niiden toiminnan mahdottomaksi. Elämäntyyliyrityksen kannattavuuden takaavat eri asioiden yhteensopivuus ja tarkka optimoitu toteutus. Niihin voivat kuulua esimerkiksi poikkeuksellisen edulliset henkilökustannukset, kevyt hallinto ja yksityis- ja yritysasioiden toimiva yhteensovittaminen. Elämäntyyliyrittäjä toimii usein verkostomaisesti.¹⁸⁶

Edelleen Sipilän mukaan elämäntyyliyrittäjyys on vahvojen ihmisten toimintamalli. Sen ytimessä on ammattilaisen itsetunto ja nöyryys yhdistettynä elämäkatsomuksellisuuteen, viisauteen ja jatkuvaan innovointiin. Elämäntyyliyrittäjyyden ongelmiin ja huonoihin puoliin kuuluvat normaalit pienyrittäjän ongelmat, kuten pienet resurssit ja taloudellinen epävarmuus, asiakkaiden suurten yritysten arvostus ja se, että itse joutuu tekemään myös epämiellyttäviä töitä ja tunne siitä, että luopuu mahdollisuudesta saada aikaan yhteiskunnassa jotain todella suurta sekä siitä, ettei sitä aina pidetä oikeana yrittäjyytenä.¹⁸⁷

Kaikki tässä tutkimuksessa haastatellut yrittäjät täyttävät monelta osin elämäntyyliyrittäjän tuntomerkit. He kaikki korostivat omilla tavoillaan elämän kokonaisuutta - elämänlaadun ja yritystoiminnan yhteensovittamista. Toisaalta kaikki haastatellut suhtautuivat kunnianhimoisesti omaan yrittämiseensä, mikä erottaa heidät tyypillisistä ammatinharjoittajista ja freelancereista, jotka haluavat keskittyä oman työnsä suorittamiseen eivätkä halua käyttää resurssejaan yrityksen kehittämiseen.

Vaikka haastatelluista Lovi Oy ja Arctichrome ovatkin selvästi kasvuhakuisia, varsinaisiksi kasvuyrityksiksi niitäkään tuskin voi sanoa. Lovi Oy on käsityömuotoilualan yritykseksi tehnyt huomattavan immateriaalioikeudellisen investoinnin hakiessaan tuotteilleen patenttia. On selvää, että se tarkoittaa yrityksen hakevan merkittävää kasvua. Myös Arctichrome on voimakkaasti kasvuhakuinen kuten Veli-Pekka Huhmo toteaa:

185 Sipilä 2006, 45-46.

186 Sipilä 2006, 12, 47, 128.

187 Sipilä 2006, 48.

- - - kyllähän me haetaan kasvua, sen näkkee jo tästä meän rakenteesta, meillon kaks miestä toimistossa ja kolme tekemässä tuotteita, niin sehän ei voi olla pysyvä kokoonpano. Me haetaan nyt sitä kasvua tosissaan tälle hommalle, et sitte taas vaihtoehtohan on se minkä monet yritykset on pohjosessa, että samat ihmiset tekee ja myy ja markkinoi, mutta se, siellä tulee sitte kasvun rajat vastaan.

Samalla Huhmon oma suhtautuminen yrittäjyyteen kertoo kuitenkin enemmän elämäntyyliyrittäjyydestä kuin kasvuyrittäjyydestä:

Eerolla on ihan perustellusti, sillä on voimakas yrittäjäidentiteetti, ja taas mulla on hyvin moderni käsitys siitä yrittäjyydestä. Mää oon ympärilläni nähny näitä... Eerohan on tietyllä tavalla menestyny kuitenkin, ja jaksanu ja kestäny kaikki, mutta mää oon nähny niin paljon semmosia sankariyrittäjiä, joitten elämä ei oo ollu kovin laadukasta.

Yrittäjien ansiotasosta suhteessa palkansaajien ansioihin on ristiriitaisia tietoja, mutta siinä tiedot ovat yhtenäisiä, että suhteessa tehtyyn työaikaan yrittäjien ansiotaso jää palkansaajia alhaisemmalle tasolle. Yrittäjien keskimääräinen työaika on 23 % palkansaajia suurempi, he tekevät vuodessa 300–400 tuntia palkansaajia enemmän työtä. Lisäksi yrittäjyyteen kuuluu aina riskinsä.¹⁸⁸ Näiden lisäksi Huhmo pitää yrittäjän elämänlaatua vähentävinä tekijöinä urautumista ja markkinoiden sanelemia ehtoja:

- - - ko aika kuluu, nii ne leipääntyy, pyörii sitä ympyrää, puhaltaa sitä samaa, eikä ne... tulee niinkö rutiini siitä. Siis jos aatellaan, yrittäjälle tää luova pakko ois kuitenkin olemassa, uusiutumisen pakko... Tunnen paljo valokuvaajia, jotka on heittäny kameran nurkkaan, ku tää maailma on semmonen - - - kuitenkin kaupan lait menee yli kaiken ja Suomi on nii äärimmäisen pieni markkina, että, sen hyvän laadun tekijälle, uuden etsijälle ei taho oikein löytää maksajaa.

Myös Anne Pason kohdalla näyttää kasvuhakuisuudesta huolimatta olevan kysymys enemmän elämäntyyliyrittäjyydestä kuin kasvuyrittäjyydestä. Pason puheessa korostuu asioiden arvottaminen perheen kannalta sekä yrittäjyyden ja muun elämän yhteensovittaminen. Valtaa ei anneta yritykselle, vaan ratkaisut tehdään elämän kokonaisuuden näkökulmasta. Kuvaavaa on esimerkiksi se, että perhe ja yritys muuttivat Kiiminkiin, vaikka yrityksen näkökulmasta pääkaupunkiseutu olisikin mitä todennäköisimmin ollut suotuisampi vaihtoehto. Työn ja perheen yhteensovittaminen on alun alkaen ollut myös motiivina yrityksen perustamiselle:

188 Sipilä 2006, 36, 52.

- - - *sillon mää oli Kemissä, olin valmistunu ja mull'oli pieni lapsi, ja mietin että miten tän perhe-elämän ja työt sovittaa yhteen, niin s'on se että on yritys ja suunnittelee muille, ja kattoo, että löytyykö sieltä yrityksiä, jotka tarvis suunnittelua. Ja kyllähän sieltä löyty. - - - Ja mulla ei ollu sillon halua matkustaa sataa kilometriä joko Rovaniemelle tai Ouluun töitten takia.*

Taikatunturin Nina Hirvosen ja Onneli Halosen puheessa toistuu myös elämän kokonaisuuden näkökulma ja yrittäjyyden ja muun elämän yhteensovittaminen. Oman elämäntavan ylläpitäminen, johon kietoutuu tiiviisti omaan elinympäristöön, on asia, josta molemmat sanovat kieltäytyvänsä tinkimästä vaikka se tarkoittaisi ansiotasosta tinkimistä:

Mä oon siis sitä mieltä, et ei se raha ratkase. Mä mielummin teen pienellä palkalla tällast hommaa, ko meen paremmalla palkalla paskatöihin - - - ko aattelee, että on älynny sellasen, ennen ku se on liian myöhästä - - - (OH)

Se henkinen hyvinvointi on aika tärkeetä, ollaan tässä monet kerrat just mietittytki sitä, et minkälaista entisillä kavereilla on siellä betonilähiössä [naurahdus]. (NH)

Elämän kokonaisuuden näkökulmasta katsominen kuuluu Seija Ranttilankin puheessa. Ranttilan elämän kokonaisuuteen kuuluu paitsi työn ja perheen yhteensovittaminen myös työn ja oman kulttuurin, ja sitä kautta oman minuuden ja yritystoiminnan yhteensovittaminen. Hänen yrittäjäksi ryhtymisensä taustalla on myös aiemmassa palkkatyössä yrittäjyyteen työntäviä tekijöitä:

...kato piti vaan olla tarpeeseen jollekki asiakkaalle ja sille mahdollisimman sopiva, ja sitte äkkiä pisti niille vaihtoehtoja, se muuttu se suunnittelu kokonaisuudessaan ja ei sillon aina ollu se, että tekeekö oman näköstä - - - Vientiinhän me tehtiin oman näkösiä juttuja. - - - Sitte tuli vielä tää tekstiin lama, että oli aika huonot ajat muutenki. - - - oikeestaan sitte tossa viimesen kuuen-seitsemän vuojen aikana se pikkuhiljaa alko kääntymään siihen, että sen omanki pään sai käännettyä siihen, että ei se määrä vaan se laatu. Ja tietysti sitä ku on elämässään tehny tehtaille, niin kyl se täytyy tietysti tehä miten siellä toimitaan - - - se on aika kova vauhti, se jokavuotinen mallisto ja että täytyy olla hyvää tavaraa, ja sitte se vaan menee ja sitte alotetaan seuraava, ja se menee. Nyt tän Sagatin kanssa - - - tavalansa on ottanu ittellensä sen ajan, että mie mietin oikeesti mitä mie haluan tehä, eikä niinkään kuuntele, että mitä joku haluaa minun tekevän. - - - Sitte tietysti ko on kattellu tätä, että aika paljon jossain vaiheessa alko tulemaan tätä mejän kotimaista suunnittelua ja yksityisyrittäjäksi ryhtymistä nuoremmissa polvessa ja tavallaan se ajatus ylipäättään tuli, et näinkin voi toimia. Ei tarvi niinkö isoille tehtaille välttämättä.

Elämäntyyliyrittäjiä pidetään sisältöorientoituneina ihmisinä, joille on tyypillistä se, etteivät he halua tyytyä keskinkertaisuuteen, joka näkyy esimerkiksi heidän pyrkimyksessään tehdä määrän sijasta laatua, kuten Seija Ranttilakin toteaa. Sipilän mukaan sisältöorientoitunut henkilö tekee mieluummin viisi asiaa huippuhyvin kuin viisikymmentä keskikertaisesti¹⁸⁹.

Sipilä toteaa elämäntyyliyritysten jakautuvan käytännössä neljään perustyyppiin sen ydinpiirteen mukaan, minkä varaan ne on perustettu. Nämä neljä tyyppiä ovat osaamisperusteiset, paikkasidonnaiset, harrastussidonnaiset ja arvosidonnaiset elämäntyyliyritykset. Suurin osa elämäntyyliyrityksistä perustuvat yrittäjän erikoistuneen osaamisen varaan. Osaaminen on luonnollisesti kaiken toiminnan perusta, mutta paikka- tai arvosidonnaisuudesta voi tulla lisälähtökohta tai reunaehto toiminnan kehittämiseksi.¹⁹⁰

Haastatelluista kaikkien yritysten voi todeta olevan osaamisperusteisia elämäntyyliyrityksiä. Taikatunturi on lisäksi selkeästi paikkasidonnainen. Seija Ranttilan yritystä puolestaan voi sanoa yrityksen toiminnassa mukana olevien kulttuuriarvojen perusteella arvosidonnaiseksi elämäntyyliyritykseksi. Lisäksi, jos hänen suunnitelmansa osa-aikaisesta pohjoiseen paluustaan toteutuvat, se saa myös paikkasidonnaisen yrityksen piirteitä.

Osaamisperusteinen pieni elämäntyyliyritys kilpailee eri alueilla ja keinoilla kuin suuri yritys. Se keskittyy niihin asiakkaisiin ja tuotteisiin, jotka eivät kiinnosta suuria yrityksiä. Monet elämäntyyliyritykset keskittyvät suuri mittakaavaisen tuotannon sijaan henkisen osaamisen tarjoamiseen.¹⁹¹ Käsiyöyritysten voi sanoa olevan tyypillisiä osaamisperusteisia elämäntyyliyrityksiä.

Paikkasidonnaiset elämäntyyliyritykset puolestaan perustuvat yrittäjän haluun asua ja työskennellä jollain paikkakunnalla tai hyödyntää, ylläpitää ja kehittää arvokkaana pitämiensä maa-alueita tai kiinteistöjä. Paikkasidonnainen elämäntyyliyrittäjä kehittää liiketoimintoja ja osaamista, joilla on markkinoita kyseisellä alueella. Paikkasidonnainen yrittäjä voi myös keskittyä toimintaan, jota voi tehdä etätyönä tai sesonkiluontoisesti. Sipilä toteaa elämäntyyliyrittäjyyden voivan olla monelle Suomen kunnalle ratkaiseva keino asukkaiden pitämiseksi alueella.¹⁹²

189 Sipilä 2006, 27.

190 Sipilä 2006, 87.

191 Sipilä 2006, 89.

192 Sipilä 2006, 96-97.

Arvosidonnaiset elämäntyyliyritykset perustuvat halulle edistää jotain omasta mielestä tärkeää arvoa. Sipilä toteaa yritystoiminnan kautta haettavan rahoitusta "aatteen" eteenpäin viennille. Yritystoiminta tukee joko suoraan arvojen edistämistä tai tavoitetta edistetään siten, että liiketoiminnan tulot käytetään kyseisen arvon hyväksi.¹⁹³ Seija Ranttilan yritystä voi kutsua arvoperustaiseksi elämäntyyliyritykseksi, vaikkei se tyypillinen sellainen olekaan. Kulttuuriarvojen ollessa yritystoiminnan taustalla, kyse ei varsinaisesti ole arvojen tai aatteiden edistämisestä. Kyse on kulttuurin esiin tuomisesta ja edistämisestä osana omaa yritystoimintaa, ja näin ollen se on selkeästi arvopohjaista yritystoimintaa.

Elämäntyyliyrityksillä ja käsityöyrityksillä on paljon yhteisiä piirteitä. Sekä elämäntyyliyrityksien että käsityöyrityksien voi esimerkiksi sanoa suhtautuvan ainakin jossain määrin kutsumuksenomaisesti työhönsä. Pekka Laakso toteaa käsityöyrityksyyden erityispiirteiden viittaavan työhön ammattina, kutsumuksena ja elämäntehtävänä. Laakso toteaa myös kutsumustyön jääneen palkkatyön jalkoihin. Nykyisin kutsumuksesta tuskin kehdataan puhua.¹⁹⁴ Sipilä puolestaan toteaa elämäntyyliyrityksiä suhtautuu työhönsä sisältökeskeisesti ja kutsumuksenomaisesti, jolloin yritystoiminta tarjoaa hänelle mahdollisuuden työskennellä oman kiinnostuksenkohteensa parissa omaehtoisesti¹⁹⁵.

Suomessa korkeakoulutetuista eniten yrityksiä perustavat taide- ja kulttuurialan loppuututkinnon suorittaneet, kun taas kauppa- ja korkeakoulusta valmistuneet perustavat niitä vähiten¹⁹⁶. Tämän voi olettaa kertovan paitsi taide- ja kulttuurialojen monia muita aloja heikommista mahdollisuuksista työllistyä toisen palveluksessa myös siitä, että taide- ja kulttuurialoille suuntautunee enemmän elämäntyyliyrityksyyttä individualisteja.

193 Sipilä 2006, 111.

194 Laakso 2002, 153-154. Sen, että kutsumuksesta "tuskin kehdataan puhua" voi muotoilualoilla olettaa johtuvan ainakin osaksi irti otosta taidemaailmaan ja stereotyyppiseen taiteilijakuvaan. Taideammatti koetaan usein "pyhänä" kutsumusammattina, jolloin itsetoteutus asetetaan taloudellisen ja aineellisen menestymisen edelle (Lepistö 1991, 87.).

195 Sipilä 2006, 14.

196 Wilenius 2004, 51.

4.3 Käsityöyritysten pienuuden ongelma

Käsityöyritysten liikevaihdon voi sanoa olevan pientä. Vuoden 2000 tietojen mukaan 12 prosenttia yrittäjistä kertoo liikevaihtonsa olleen alle 8 400 euroa, 26 prosenttia 8 400-16 800 euroa, 39 prosenttia 16 800-84 000 euroa ja ainoastaan 13 %:lla liikevaihto ylittää 84 000 euroa vuodessa¹⁹⁷.

Teollisuustaitteen liitto Ornamoon kuuluva Taidekäsityöläiset TAIKO ry teki jäsenistöleen palkkakyselyn vuonna 2003. TAIKO:n jäsenistä merkittävä osa on käsityöyrittäjiä. Palkkakyselyssä tutkittiin jäsenten tuloja, joihin kuuluu yritystulon lisäksi muita tuloja. Usein kokonaistulo muodostuu useista eri tulonlähteistä kuten esimerkiksi yrittäjätulosta, apurahoista ja palkkatulosta opetus- tai muusta työstä. Toimeentuloonsa tyytymättömiä oli 92 % vastaajista ja lisätuloja muualta kuin omalta alaltaan hankki 39 % vastaajista.¹⁹⁸ Myös vuonna 2003 tehdyssä tutkimuksessa eri taiteenalojen tulojen vertailussa taidekäsityöläiset olivat pienituloisin taiteilija-ammattiryhmä. 35 %:lla taidekäsityöläisistä tulot olivat alle 10 000 € vuodessa, ja mediaani oli 10 870 €.¹⁹⁹

Käsityöyritysten pieni liikevaihto tarkoittaa paitsi alhaista toimeentuloa myös yritystukiin soveltumattomuutta käsityöalalle. Yritystoiminnan syntymisen ja kehittymisen elinehto on yrittäjyydelle myönteinen toimintaympäristö, johon olennaisena osana kuuluvat yrittämisen kehittämistä tukevat palvelut.

Pekka Laakso on tutkinut valtion elinkeinopolitiikkaa harjoittavien organisaatioiden eli lähinnä TE-keskusten, Finnveran ja Tekesin tuki-, koulutus- ja tuotekehityspalvelujen soveltuvuutta käsityöalalle ja toteaa rahoitusinstrumenttien olevan järeitä, kun niitä arvioi käsityöyrittäjän toiminnan ja yrityksen koon näkökulmasta. TE-keskusten myöntämien investointi- ja kehittämistukien keskimääräiset avustussummat ovat suorastaan mahdottomia käsityöyrityksen tarpeisiin. Tukien keskimääräinen koko kertoo Laakson mukaan epäsuorasti myös siitä, millaisia hankkeita varten tukimuodot ovat. Kasvuhaikuisuus ja tuotannollisuus kuuluvat tukia myöntävien organisaatioiden luomaan yrityksen ihannemalliin ja tuet soveltuvatkin parhaiten keskisuuren teollisuuden merkittäviin rakennus- ja konehankintoihin.²⁰⁰

197 Laakso 2002, 158.

198 Hovila 2004, 14.

199 Veräjänkorva 2006, 64.

200 Laakso 2002, 161, 167.

Vuonna 2001 koko maahan jaetun kauppaja- ja teollisuusministeriön investointituen keskimääräinen summa oli 516 000 euroa. Keskimääräinen kehittämistuki puolestaan oli 276 000 euroa. Luvut ovat moninkertaisia verrattuna käsityöyritysten liikevaihtoon, ja kuten Laakso toteaa, mammuttimaisia käsityöyrityksen investointitarpeita ajatellen. Noudatettavan käytännön mukaan TE-keskusten myöntämän tukiosuuden tulee olla vähintään 840 euroa, jolloin pienelle yritykselle tuen saamisen esteeksi nousee tuettavien investointien minimikoko. Pienen käsityöyrityksen investoinnit harvoin yltyvät tukeen oikeuttavalle minimitasolle.²⁰¹

Euromääriä merkittävämmän esteen erilaisten yhteiskunnallisten tukien käytölle Laakso toteaa voivan löytyä myös asenteista, arvoista ja valtarakenteista, ja jatkaa: "Rahoittajat suhtautuvat pienikokoisiin pienen rahoituksen hakijoihin yhtä varauksellisesti kuin pienen rahamäärän hakijat suhtautuvat rahoittajiinkin." Epätasa-arvoinen neuvottelutilanne voi johtua pelkästään siitä, että rahahakemusta käsittelevä virkamies ansaitsee usein paljon enemmän kuin käsityöyrittäjä, on koulutetumpi ja käyttää virkakoneiston salakieltä. Neuvottelutilanteeseen kietoutuu sanaton valtarakenne, jossa virkamies on kansalaisen yläpuolella. Laakson mukaan rahoituksen hakijan olisi tavalla tai toisella tunnettava itsensä tasavertaiseksi rahoituksen käsittelijän kanssa, kuitenkin näin ei välttämättä ole.²⁰²

Tasavertaisuuteen liittyy myös yhteisen kielen käyttäminen, molemmille tutut käsitteet ja käsityöyrittäjyyden toimintatapojen tuntemus. Kultaseppä Timo Mustajärvi toteaa yrityksen asettaa kaikki yritykset saman kaava alle mahdottomaksi ja että, ulkopuolisen on usein vaikea käsittää kuinka pienillä kuluilla käsityöyrittäjä pyörittää yritystään ja saa siitä elannon. Mustajärven mukaan käsityöyrittäjä tekee monesti luovempia ratkaisuja ja pärjää pienemmällä.²⁰³ Mustajärvi korostaa käsityöyrittäjän luovempia ja siten kustannustehokkaampia ratkaisuja aivan samaan tapaan kuin Jorma Sipilä puhuessaan elämäntyyliyrittäjistä.

201 Laakso 2002, 157-158, 169. Yrityksen kehittämisavustus on pienyritysten kohdalla investointien osalta 15-35 % ja muiden kehittämistoimenpiteiden osalta maksimissaan 50 %. (Yrityksen kehittämisavustus 2007.) Lapin TE-keskuksen alueella on kolmen viimeisen vuoden aikana myönnetty yksi tätä pienempi investointituki suuruudeltaan 750 €. Muutoin alaraja näyttää olevan n. 1500 €. (Rahoitustilastot 2008.)

202 Laakso 2002, 169.

203 Mustajärvi 2002, 178-179. Mustajärvi kirjoittaa saaneensa yhdessä yritysneuvojansa kanssa laatimaansa ja heidän molempien realistisena pitämänsä starttiraha-anomukseen vastauksen: "Aloittavaksi aiotulla yrityksellä ei katsota olevan kannattavan toiminnan edellytyksiä." Mustajärvi haki starttirahaa uudelleen muutoin samalla hakemuksella, mutta hän kertoi yrityksen liikevaihdon kahdella ja sai starttirahan saman virkailijan myöntämänä.

Pienuus voi olla myös välillisesti kustannuksia nostava tekijä. Jos pienen yrityksen on vaikea löytää yhteistyökumppania, se joutuu toimimaan pitkälti tarjolla olevin kumppanien ehdoilla ja hyväksymään korkeankin hinnan. Pienellä yrityksellä ei juurikaan ole mahdollisuutta kilpailuttamiseen, kuten Arctichromen Veli-Pekka Huhmo toteaa:

Tietenki siinä on rajoitteena, että se on nii pientä, että eihän me voija kilpailuttaa - - seinän takana vielä voijaan, että sillä on joku merkitys, mutta ei me valtakunnalliseen kilpailuttamiseen, niin eihän me tämmösinä aikoina, ei sillä ole mittään pohjaa.

Jossain määrin pienuuden ongelma kulminoituu myös hallinnollisiin rasitteisiin, mikä on tyypillistä mikroyrityksille ja itsenäisille elinkeinonharjoittajille. Ne koetaan yritystoimintaa hidastavina ja estävinä tekijöinä. Yrittäjän aika ja osaaminen eivät tunnu riittävän sekä tuotannon että hallinnollisten asioiden hoitamiseen.²⁰⁴

Käsityöyritysten pienuuden ongelma näkyy myös erilaisina tuotannollisina ongelmina ja erityisesti tuotannon verkottumisen ongelmina. Tuottaja-malliseen toimintatapaan pyrkivät käsityöyritykset pyrkivät järjestämään tuotantonsa verkostomaisesti yhteistyökumppaniensa ja alihankkijoidensa resursseja hyödyntäen. Käsittelen aihetta luvussa *Pohjoinen toimintaympäristönä*, jonka vuoksi sitä ei ole tarkoituksenmukaista käsitellä tässä yksityiskohtaisemmin.

Verkottumisen esteeksi nousee usein pienuudesta johtuva noidankehä: Käsityömuotoilu-yritykset eivät ole tuotannollisille yrityksille riittävän kiinnostavia yhteistyökumppaneita, sillä niiden tilaukset eivät ole riittävän suuria. Alihankkijaksi alkamista ei joko nähdä lainkaan kiinnostavana, tai alihankkijaksi saatetaan alkaa, mutta siihen ei kuitenkaan sitouduta riittävän vahvasti. Suurempien yritysten suuremmat tilaukset ohittavat tuotantoyrityksessä käsityömuotoiluyrityksen toimeksiannot, jolloin toimitusvarmuus, tuotteiden laatu tai molemmat kärsivät. Kun käsityömuotoiluyritys ei saa järjestettyä tuotantoaan, ei se pysty myöskään kasvamaan. Tilauskannan kasvaminen olisi kuitenkin välttämätöntä, jotta tuotantoyritykset näkisivät käsityömuotoiluyrityksen kiinnostavana yhteistyökumppaneina. Käsityömuotoiluyritys ei siis löydä yhteistyökumppaneja, koska sen volyyymi on pientä. Sen volyyymi puolestaan on pientä, koska se ei löydä yhteistyökumppaneja.

204 Kovalainen 2002, 21.

4.5 Kukaan ei jaksa yksin

Käsityöalan yritykset ovat pääsääntöisesti työvaltaisia mikroyrityksiä sekä henkilöstön että liikevaihdon määrillä mitattuina. Mikroyrityksiksi määritellään yritykset, jotka työllistävät alle 10 henkilöä ja joiden vuosiliikevaihto tai taseen loppusumma on enintään 2 miljoonaa euroa. Pienyrityksiksi taas määritellään alle 50 henkilöä työllistävät yritykset.²⁰⁵

Valtaosa käsityöyrittäjistä on yksinyrittäjiä. Lithin mukaan vain noin kolmasosalla on palkattuja työntekijöitä²⁰⁶. Suomen koko yrityskannasta noin 40 % on yksinyrittäjiä, mikä tarkoittaa yrityksen työllistävän vain yrittäjän itsensä, eikä palkattua henkilökuntaa ole lainkaan²⁰⁷. Käsityöyritysten työllistävää vaikutusta pidetään siitä huolimatta merkittävänä, alaa tärkeänä itsensä työllistävyyden muotona ja käsityöyrittäjyyttä pidetään erityisen tärkeänä sekä alueellisesti että valtakunnallisesti.²⁰⁸

Useat lähteet toteavat enemmistön käsityöyrittäjistä olevan naisia²⁰⁹ ja käsityötoimialoja pidetäänkin vahvasti naisten toimialoina. On myös tutkimuksia, joiden mukaan enemmistö käsityöyrittäjistä on miehiä.²¹⁰ Tietojen ristiriitaisuudesta huolimatta voidaan todeta käsityöalojen yrittäjistä huomattava osan olevan joka tapauksessa naisyrittäjiä.

Yksinyrittäjyyttä pidetään kaikkein haavoittuvaisimpana yrittäjyyden muotona, sillä yritys on hyvin riippuvainen yrittäjästä, usein jopa täysin riippuvainen hänestä - yhdestä ihmisestä. Kun yksinyrittäjä on lisäksi naisyrittäjä haavoittuvaisuus usein lisääntyy entisestään, sillä esimerkiksi perhevapaiden "rasitteet" kohdistuvat pääsääntöisesti naisvaltaisiin työpaikkoihin.

Kun yksinyrittäjä on poissa työstä, yrityksen toimintoja ei useinkaan hoida kukaan. Kun yrityksen koko osaaminen on yhden ihmisen varassa, se voi olla jopa niin sidoksissa kyseiseen henkilöön, ettei osaamisen ja asiantuntemuksen siirtäminen toiselle ole käytännössä edes mahdollista. Tämä nousee esiin viimeistään yrittäjän hakeutuessa pois työelämästä, mutta tilanne voi tulla eteen jo aiemminkin, jos yrittäjä sairastuu. Myös äitiyslomat ja muut perhevapaat tarkoittavat useimmiten yhden hengen yrityksissä toiminnan

205 Käsillä yrittäminen 2006, 11; Kovalainen 2002, 12-13.

206 Lith 2005, 13, 26.

207 Kovalainen 2002, 13.

208 Käsityöyritysten tila ja kehitys 2001, 19; Kovalainen 2002, 29.

209 Ks. esim Kovalainen 2002, 14.

210 Ks. Lith 2005, 21.

hiipumista äärimmäiselle minimitasolle.

Haastateltujen osalta tämä tuli esiin Seija Ranttilan kohdalla. Haastatteluaikaan hän oli ollut äitiyslomalla ja hoitovapaalla, ja oli "pikkuhiljaa" aloittamassa työt uudelleen. Hänen äitiyslomansa asettuu yritystoiminnan alkuvaiheeseen, mikä voi vähentää siitä aiheutuvia haittoja. Katkosten jälkeen yrityksen uudelleen aloittaminen voi usein olla vaikeampaa kuin sen aloittaminen alun alkaen. Esimerkiksi katkoksen aikana menetettyjen kontaktien uudelleen luominen voi vaatia enemmän työtä kuin niiden luominen alun perin on vaatinut.

Arctichrome on haastatelluista ainoa useita henkilöitä työllistävä yritys. Yritys työllistää kokoaikaisesti viisi henkilöä, kuudennen osa-aikaisen työntekijän. Yrityksellä on toimitusjohtaja, Veli-Pekka Huhmo, ja Eero Hyrkäs, joka on aloittanut yrityksen yksinyrittäjänä, voi keskittyä muotoiluun ja ruostumattoman teräksen käsittelytekнологiaan.

Taikatunturi on kahden tasa-arvoisen henkilön yritys. Ennen yhteisen yrityksen perustamista sekä Nina Hirvosella että Onneli Halosella on molemmilla ollut omat yhden hengen yritykset. Pian heille kuitenkin tuli selväksi, että yhdessä lähtökohdat ovat monipuolisemmat ja yhdessä uskaltaa sitoutua isompiin asioihin, kuten esimerkiksi oman myymälän ylläpitämiseen.

- - - aika pian huomattiin se, et jos on kaks tyyppiä, nii sit on vaan silleen monipuolisemmat lähtökohdat ja et, käsityöläiset, ku ne on silleen yks tyyppi tekee kaiken, et ehkä siinä jotain säästää aikaa ja jotenki on silleen vähän isompi juttu, jos esmes kaks tyyppiä tekee yhdessä jotain. (NH)

Yhdistymisen etuihin he laskevat kuuluvan myös sen, että he kokevat yrityksestä tulleen "oikean työpaikan". Oikeaa työpaikkaa tekee sitoutuminen, joka on vahvempaa heti kun on joku jolle on "tilivelvollinen". Luova toiminta ja toiminen yksinyrittäjänä ei ole ulkoapäin valvottua, siten että yrittäjä - tai taiteilija - olisi työrytmistään tilivelvollinen kenellekään muulle kuin itselleen. Tällöin työrytmin ylläpitäminen edellyttää voimakasta itsekuria. Taiteilijalla näyttelytoiminta on useimmiten työskentelyä ulkoisesti rytmittävä tekijä.²¹¹ Käsityöläisellä se voi olla myös näyttely, mutta se voi olla myös merkittävä tilaus tai toimeksianto. Hirvoselle ja Haloselle tärkeä työskentelyä rytmittävä tekijä on sitoutuminen myymälän kehittämiseen ja ennen kaikkea sen aukioloaikoihin. He kokevat sen myös muutoin rakentavan työnsä vakavasti otettavuutta omissa silmissään, jota se epäilemättä tekee myös ulkopuolisten silmissä.

211 Ks. "tilivelvollisuudesta" ja itsekurista esim. Lepistö 1991, 180, 240.

Nina Hirvonen ja Onneli Halonen korostavat myös individualistisuuttaan yhdessä työskentelyn ohessa. He molemmat pitävät itsenäistä luonnettaan ylipäätään yrittäjäksi ryhtymisensä perussyynä ja -edellytyksenä. Halonen pitää Hirvosta itsenäisimpänä ihmisenä, jonka hän tuntee. Halonen ei ole niinkään varma itsestään, etteikö hän pystyisi työskentelemään muutenkin kuin yrittäjänä, mutta toteaa, ettei Hirvonen ainakaan sopeutuisi työskentelemään "toisen palkollisena". Hirvonen myöntää olevansa jokseenkin samaa mieltä, muttei ilmaise asiaa yhtä ehdottomasti.

Anne Paso ja Seija Ranttila puolestaan ovat molemmat yksinyrittäjiä. Molempien puoliset kuitenkin osallistuvat yritysten toimintaan, eivätkä hekään näin ollen ole ihan "todellisia" yksinyrittäjiä. Kummankaan puoliso ei varsinaisesti työskentele yrityksessä, vaan molempien puoliset työskentelevät täysaikaisesti muualla. Heidän työpanoksensa yrityksissä on ehkä ajallisesti rajallinen, mutta muuten hyvin merkittävä. Molempia yhdistää myös se, että puoliset toimivat kaupallisella alalla. Anne Pason puoliso Mikko Paso on kaupan alalla työskentelevä ekonomi ja Seija Ranttilan puoliso Timo Viik on toiminut pitkään myyntitehtävissä. Sekä Paso että Ranttila korostavat puolisoidensa kaupallisen alan tuntemisen merkittävyyttä ja toteavat sen olevan alueen, jossa he itse ovat heikoilla, mikä on sinänsä hyvin tyypillistä käsityöyrittäjille.

Myös Anne Paso puheessa tulee esiin itsenäinen luonne ja epäilykset omasta toisen palveluksessa toimimiseen sopeutumisestaan:

- - - mä olin ekaluokalla, ja millo oli näitä sanallisia todistuksia - - - ryhmätyöskentely 'tarvii lisää harjoitusta' [naurua]. Se kertoo jotain... Nii, Kemissä tehtiin semmonen analyysi, en tiää kuin tieteellinen se sit oli, niinku [yrittäjä-]luonnetyypistä, siitä tuli yllättäen tosi hyvät pisteet, ainut oli miinus, ettei oo rahanahne [naurua]. - - - Mut se itsenäinen työskentely, et saa itte päättää, nii onhan sillä iso merkitys, että se voi olla, että sitä turhautuis toisen palveluksessa.

Seija Ranttila painottaa puolisonsa merkitystä myös kulttuurisesta näkökulmasta. Puoliso katsoo asioita valtaväestön eli tavallaan asiakkaan tai kuluttajan näkökulmasta - ulkopuolelta:

- - - tässä yritysjutussa on ollu ihan hyvä, että on ollu tavallaan suomalainen katsomiskanta rinnalla, koska se monesti osaa nähdä asioita vähän toisin, kun itte liian tunnepohjalta siihen omaansa suhtautuu, niin suhtautuu vähän välillä vaikeasti [naurahdus] asioihin.

5. "POHJOINEN ULOTTUVUUS"

5.1 Pohjoinen yrityksen toimintaympäristönä

Pohjoisuuteen liittyviä teemoja käsitellessä tuli erityisen selvästi esiin asioiden kietoutuminen toisiinsa ja se, ettei niitä voi yksiselitteisesti erotella. Esimerkiksi verkostojen puute liittyy sekä toimintaympäristöön että henkiseen ympäristöön. Yrityksen toimintaympäristössä verkostojen puute näkyy käytännön toiminnan tasolla, henkisessä ilmapiirissä se ilmenee vertaistuen tarpeena, syrjäytymisen tunteen estäjänä ja yrittäjien henkilökohtaisen jaksamisen tasolla. Verkostojen puuttuessa alaan orientoituminen ja sosiaalistuminen ei näytä olevan helppoa tai mahdollista. Luonnollisesti verkostojen puute liittyy myös alan pääkaupunkikeskeisyyteen.

5.1.1 Alan verkostojen ja myyntikanavien puute

Verkostoituminen on viime vuosina nähty erityisesti pienyrityksissä keinoksi yritysten kasvuun ja kannattavuuden paranemiseen. Myös käsityöalalla, jossa sekä inhimilliset että taloudelliset resurssit ovat niukkoja, se on nähty merkittävänä menestystekijänä, jopa elinehtona. Verkostoitumisen perusajatuksena on, että yritykset hyödyntävät muiden yritysten ja organisaatioiden resursseja luomalla vastavuoroisuuteen ja luottamukseen perustuvia vaihdantasuhteita, jolloin mikroyrittäjä välttyy palkkaamasta lisähenkilöstöä tai tekemästä raskaita investointeja liikevaihdon kasvaessa verkoston voimavarojen avulla²¹².

Äyväri toteaa verkottuneen pienyrityksen liiketoimintakonseptin perustuvan ajatukseen muiden yritysten ja toimijoiden voimavarojen yhdistämisestä omiin resursseihin. Verkottunut pienyritys hyödyntää monipuolisia, vastavuoroisuuteen perustuvia suhteita jälleenmyyjiin, muihin asiakkaisiin, tavarantoimittajiin, tuotantokumppaneihin, yritysten neuvontaorganisaatioihin, saman alan yrityksiin ja muihin yhteistyökumppaneihin, jotka voivat olla yksityishenkilöitä, yrityksiä, yhteisöjä, järjestöjä sekä tutkimus- ja oppilaitoksia.²¹³

Verkostoja voi siis olla hyvin monentyyppisiä, mutta kaikki suhteet eri osapuoliin eivät

212 Äyväri 2002, 110; ks. myös Ruohomäki 2000, 76.

213 Äyväri 2002, 111. Äyväri toteaa myös verkosto-käsitettä käytettävän nykyään yhä useampien ilmiöiden kuvaamiseen, minkä vuoksi sanan sisältö alkaa muuttua niin laajaksi, että se kadottaa alkuperäisen merkityksensä.

kuitenkaan ole verkostosuhteita. Verkostosuhteen tunnusmerkkejä ovat osapuolten yhteinen orientaatio, niiden todellinen tai oletettu riippuvuus toisistaan, erilaiset ja erivahvuiset siteet osapuolten välillä ja investoinnit, joita kumpikin osapuoli tekee suhteeseen.²¹⁴ Verkostoitumisosaamisen ytimessä ovat ihmisten johtaminen ja luottamuksen rakentamisen kyvyt²¹⁵.

Vähäiset verkostoitumismahdollisuudet pohjoisessa tulivat esiin kaikissa haastatteluisissa. Ennen kaikkea tuotantoon liittyvien yhteistyöverkostojen puuttuminen pohjoisesta nousee esiin kaikissa haastatteluissa. Lisäksi puuttuvina verkostoina mainitaan mm. muut saman alan yritykset tai samanhenkiset yrittäjät, joiden kanssa olisi mahdollista rakentaa esim. myynnin- ja markkinoinnin yhteistyötä.

Myyntikanavien ohella kaikkein keskeisimmin esiin nouseva puute on tuotannollisten, alihankinta-yhteistyöyritysten puuttuminen pohjoisesta. Sekä Lovi Oy:n, Arctichromen että Ságatin merkittäviä yhteistyökumppaneita ovat tuotantoon osallistuvat alihankkijat. Yleisesti voikin todeta, että verkostojen puuttuminen korostui etenkin selkeästi tuottaja-mallisesti toimivien yritysten kohdalla, Lovi Oy:n, Arctichromen ja Ságatin kohdalla. Taikatunturissa yrittäjät vastaavat itse tuotannosta ja heillä on oma myymälä, jolloin verkostot eivät näytä olevan yhtä merkittävässä roolissa. Heidän toimintansa ei ole samalla tavoin riippuvaista yhteistyökumppaneista kuin muiden. Heidän voi sanoa olevan hyvinkin itsenäisiä, mikä tarkoittaa samalla rajallisia kasvun mahdollisuuksia.

Lovi Oy:n Anne Paso pitää periaatteena, että valmistuksen alihankkijoiden on oltava Suomesta. Sellaista vaatimusta, että tuotanto ja muut tärkeimmät yhteistyökumppanit olisivat pohjoisessa, hän ei katso voivansa asettaa pohjoisen toimijoiden vähäisyyden vuoksi. Paso toteaa, että olisi tietysti hienoa ja ekologista, jos tuotanto olisi lähellä, mutta toteaa samalla, ettei yhteistyökumppaneita kerta kaikkiaan ole pohjoisessa.

Lovi Oy sijaitsi Vantaalla yrityksen tuoteidean ja tuotannon alkuvaiheessa²¹⁶. Paso pitää merkittävänä sitä, että tuotannon kehittämistä aloittaessaan yritys on toiminut alueella, jossa yhteistyökumppaneita on ollut helposti tavoitettavissa. Pason mielestä mahdollisuus olla itse paikalla tuotannollisessa yhteistyöyrityksessä on ehdottoman tärkeä. Hän kertoo viettäneensä kokonaisia päiviä vesileikkausyrityksessä kehittäen tuotantoa yhdessä alihankkijansa kanssa. Vesileikkausyritys on Lovi Oy:n tärkein tuotannollinen yh-

214 Äyväri 2002, 112.

215 Wilenius 2004, 28.

216 Vaikka yritys toimi aluksi Kemissä, sen toiminta ei perustunut nykyisiin tuotteisiin, vaan se myi pääasiassa suunnittelupalvelua.

teistyökumppani. Paso korostaa henkilökohtaisen kontaktin tärkeyttä myös yhteistyön jatkuessa:

- - - se on aina hyvä noitten alihankkijoittenki kans, et ko pääsee naamakkain näkemään, niin voi kertoo mitä haluaa. Ja sitte ku on kasvollinen ihminen, niin sille halutaan tehdä parempaa tavaraa, ku jollekki jota ei oo koskaan ees nähny. Sillon ihan selvä merkitys, sen mää oon huomannu.

Enää alkuvaiheen jälkeen Anne Paso ei pidä yhteistyöyrityksen sijaintia yhtä tärkeänä. Hän kuitenkin toteaa, että laadunvalvominen olisi toki helpompaa, jos tuotanto olisi lähellä. Nyt hän on ratkaissut laadunvalvonnan siten, että yrityksellä on aina "puskuria varastossa", ettei yllätyksiä pääsisi tulemaan, vaikka laadussa esiintyisikin ongelmia.

Suuri osa Lovi Oy:n verkostoista ja kumppanuuksista on muodostunut yrityksen toimiessa Vantaalla. Paso uskoo kuitenkin, että toiminnan aloittaminen esimerkiksi yrityksen nykyisessä toimipaikassa Kiimigissä olisi ollut myös mahdollista. Paso toteaa, että se olisi ollut hitaampaa ja kalliimpaa, muttei mahdotonta. Etenkin matkustuskuluja olisi tullut huomattavasti enemmän. Voi olettaa myös muiden esimerkiksi rahtikulujen kasvua. Myöskään tuotannollisen yrityksen kanssa yhteiseen kehittämiseen ei olisi ollut vastaavaa mahdollisuutta ja laadunvalvonta olisi ollut vaikeampaa. Selvänä voi pitää sitä, että hitaampi ja kalliimpi aloittaminen vaatii yrittäjältä vahvempaa uskoa omaan ideaansa ja itseluottamusta, sekä mahdollisesti tai jopa todennäköisesti, parempaa kykyä kestää vastoinkäymisiä²¹⁷.

Seija Ranttila pyrkii valmistuttamaan Ságat-uniikkikokoelman tuotteet Lapissa. Haastatteluhetkellä yksi Enontekiöllä asuva ja työskentelevä ompelija valmisti alihankintana Ságat-uniikkimalliston tuotteita. Ranttila työllistää alihankkija-ompelijan osa-aikaisesti. Hänellä oli varattuna osasto tulevan syksyn Habitare-messuilta. Osin sen vuoksi hänen oli lähiaikoina tarkoitus tarkentaa ompelijan kanssa, kuinka paljon tämä on valmis tekemään ja arvioida, tarvitaanko useampaa alihankkijaa tai ainakin varalle toinen.

Ranttila pohtii paljon Lapissa valmistuttamisen realistisuutta. Mahdollisina ja osin todennäköisinäkin ongelmina hän näkee välimatkat, laadun niin työn jäljen kuin toimitusvarmuuden suhteen, asenteet sarjatyön suorittamista kohtaan ja ylipäättään toiminnan ammattimaisuuden, tehokkuuden ja täsmällisyyden eteenkin, jos ja kun tuotantokapasiteetti tulee kasvamaan.

217 En keskustellut Anne Pason kanssa omaan ideaansa uskomisen merkityksestä tässä yhteydessä, mutta muissa yhteyksissä siitä keskusteltiin paljonkin. Aihetta käsitellään kappaleessa "Henkinen ilmapiiri".

- - - mun täytyy ihan kattoo tässä, että kuinka se tulee onnistumaan tän Lapin ompelijoitten kanssa sitte, että miten se käytännössä menee ku homma alkaa rullamaan enemmän. Että toivotaan, että se onnistuu, et sit ei siinä ne välimatkat haittaa, ja sitte ehkä työtahti tai joku tämmöne oo sitte esteenä - - - Nii, koska ei sieltä hirveen helppoo oo löytää tommosia ammattimaisesti toimivia... Ammattiompelijat on jossain ihan, monesti vähän muualla, että kyllä toss'on kuullu sitä, että hän vois ruveta ompelee... Joku on sanonu, että hän vois ruveta ompelemaan, mutta noi mitotukset ja noi, ettei hän varmaan niitä saa siististi. - - - kun on tottunu tekemään itseki aika jämäkästi töitä noitten yritysten kanssa, nii tietyllä tapaa sitte haluais, että tietysti omien yhteistyökumppanien kans, ettei voi niinku aikataulut venyä ja jälki täytyis olla tasasen tappavan hyvää, et siinä ku tuotteet on kallita nii se ei voi notkia...

Kysyin kokeeko Seija Ranttila, että työskentelyn ammattimaisuuteen ja laatuun ym. liittyvät ongelmat korostuvat pohjoisen yhteistyökumppanien kohdalla, ja mistä hän näkee niiden johtuvan. Hän toteaa ongelmia ilmenevän pohjoisessa selvästi enemmän kuin esimerkiksi Tampereella ja arvelee syiksi mm. sitä, että pohjoisen ihminen kokee niin sanotun liukuhihnamaisen työskentelyn stressaavaksi. Vaikka uniikkimalliston tuotteet valmistetaan pieninä sarjoina, työskentely koetaan liukuhihnamaiseksi. Esimerkiksi eräs Ranttilan taitavana pitämä ompelija sanoi tekevänsä mieluummin lapinpukuja, jotka valmistetaan yksittäiskappaleina. Lapinpukuihin on totuttu mieltämään laatu ja sitä osataan myös arvioida. Ranttila arvelee, ettei hänen tuotteidensa kaltaisiin uudempiin, ja siten vieraampiin tuotteisiin, ole totuttu mieltämään vastaavalla tavalla laatukriteereitä. Kun laatukriteereitä ei osta nähdä, laatua ei myöskään osata tehdä, vaikka taidolliset edellytykset olisivatkin olemassa. Lisäksi hän arvelee syissä olevan myös "asennejään-teitä": Matkamunistotuotannon kautta on opittu ajattelemaan minkä tahansa kelpaavan ja menemään "siitä mistä aita on matalin", mitä Ranttila pitää myös matkailijan aliarvioimisena.

Vaikka alihankkijoiden löytäminen pohjoisesta on vaikeaa, ja se näyttäisi toisaalta olevan helppoa ainakin Tampereella, Ranttila ei kuitenkaan haluaisi luopua periaatteestaan valmistuttaa tuotteensa Lapissa. Ranttila ajattelee pohjoisessa tapahtuvalla valmistuksella olevan niin merkittävän lisäarvon, että on valmis näkemään vaivaa ja investoimaan siihen.

- - - täällä [Tampereella] ois ihan hirveen helppo löytää ihan sika-hyviä ompelijoita. Että mie nuo näytetakit teetätin tossa yhdellä tamperelaisella ompelijalla, niin se jälki oli järkyttävän hienoa, että oikein niinku - - - tavallaan itelle hyvä nähä, että miten hyvin nää oikeesti voi saaha tehtyä. - - - Että se tässä nyt on, ku on ittellensä luvannu, että jatkan tota projektia, että ne tehtäis Lapissa, koska siinä ois tavallaan sellasta tiettyä arvoa sen tuotteen mukaan. Se ois iso juttu - - -

Seija Ranttila onkin pohtinut keinoja ratkaista alihankintaan liittyviä ongelmia mm. investoimalla yhteistyöhön, mikä on yksi todellisen verkostomaisen työskentelytavan tunnuspiirre²¹⁸.

Että nyt täytyy sitte kattoo, tossa meinaan ostaa esimerkiks teollisuuskoneen, jonka mie pohjosen ompeljalle vuokraisin - - - Et yks vaihtoehto on se, että mie yhdessä heidän kans nostan sitä tasoa välineillä ja välineitten hankkimisella ja selasella, et nyt täytyy vaan miettiä sitte... Mut se, että taso pitäis saaha tietyllä tapaa paikkasen paremmaksi vielä. Se on niinku aika työlästä...

Ranttilan vaikeus löytää riittävän tasokkaita yhteistyökumppaneita ei ole mitenkään harvinainen. Anne Äyväriin mukaan verkonkutojaryityksen kuuluu usein valittavan sitä, että laadukkaan työn tekijöitä on vaikea löytää. Yrittäjän on koulutettava omat tuotantokumppaninsa tuottamaan sellaista ammattilaislaatu, joka osaltaan rakentaa lopputuotteen kilpailuetua. Lopputuotteen laadun kehittämistyö voidaan nähdä kilpailuetua luovana yhteistoiminnallisena oppimisprosessina, eikä vain välttämättömänä velvollisuutena tai ikävänä palautteena.²¹⁹

Arctichromen Veli-Pekka Huhmo toteaa verkottumisen olevan hyvin keskeisessä asemassa koko yrityksen kehittämisessä:

- - - valmistuksen verkottuminen, se on oikeestaan sen koko kannattavuuden perusta. Me omassa tuotannossa rajataan nyten, siis jos ne meän toivomat volyymit toteutuu, niin me rajataan niin, et me tehään vaan se käsintehtävä alue, joka on meän ydinosaamista, joka vaatii sitä, sitä huippu... huippukäsityötä, ja silloin m'ei investoia mihinkään laserleikkuriin, me ostetaan ne ostopalveluna.

Tuotannon verkottumisessa laserleikkaus on Arctichromelle kaikkein keskeisintä, ja laserleikkausyritys onkin samassa kiinteistössä heti seinän takana. Tornioon on keskittynyt teräksen käsittelyn osaamista ja investointeja, mikä tietysti on merkittävä etu Arctichromelle:

Joo, mut sitte myös kaverit, jotka on töissä tuolla, nii nehän on teräsmiehiä henkeen ja vereen, niinku torniolaiset kaikki miehet on teräsmiehiä. Kyllä sillä on suuri merkitys.

218 Ks. Äyväri 2002, 112.

219 Äyväri 2002, 127. Äyväri käyttää termiä "verkonkutojaryitys", eikä hierarkkista käsitettä "verkostoveturi" tai "veturiyitys" kuten suomalaisessa kirjallisuudessa usein käytetään.



Kuva 12: Arctichromen tuotteet valmistetaan käsityönä Torniossa. Kuvassa muotoilija Eero Hyrkäs ja työnjohtaja Harri Jaako. (Kuva: Talentum.)

Huhmo sanoo pohjoisuudesta olevan etua yhteistyökumppaneita etsittäessä, muttei se kuitenkaan ole välttämätöntä. Hän toteaa sillä olevan ennen kaikkea logistisen merkityksen. Toisaalta hän toteaa, että "johan tavara kulkee, kustannuksia tietenkin tulee", mutta samalla hän toteaa Tornion olevan logistisesti vaikea paikka viimeaikaisista suurista kaupanalan investoinneista huolimatta. Aiemmin Arctichrome on teettänyt laserleikkaukset Riihimäellä, eikä etäisyydestä Huhmon mukaan ole kustannuksia lukuun ottamatta varsinaisesti ollut haittaa.

Arctichromen osalta yhteistyöyrityksen sijainnilla ei ole merkitystä laadunvalvomisen kannalta. Ala vaatii kohtuullisen suuria investointeja, mikä tietysti vaikuttaa sekä yritysten kokoon, liikevaihtoon ja toiminnan ammattimaisuuteen. Arctichromen teettämä alihankintatyö on myös luonteeltaan sellaista, että yhteistyökumppanuudet ovat pitkiä tai pitkäköjiä. Volyymi sekä tilaajayrityksen että toimittajayrityksen puolelta helpottaa ja vakauttaa tilannetta. Huhmo kuvaa laadunvalvontaa:

- - - se on tietyllä tavalla semmonen standardijuttu. Ja se laadunvalvonta syntyy jo siinä vaiheessa, kun Eero niitä teknisiä yhteistyökumppaneita hakee. Nii kyllä se aika nopeesti tippuu pois semmonen, joka ei siihen laatuun pysty. Siis ne on aika isoja tekijöitä kuitenkin, et toimitusvarmuus ja muut asiat on niillä rutiinia.

Vaikka pohjoisuutta ei yhteistyökumppaneilta edellytetäkään, se on vahvasti edustettuna Arctichromen verkostoissa ja yhteistyökumppaneissa. Kun jälleenmyyjä lukuun ottamatta lasketaan yhteen kaikki Arctichromen ulkoistamat toiminnot - myös muut kuin tuotannon - Huhmo arvoi noin 70 % yrityksen verkostoista ja yhteistyökumppaneista olevan Pohjois-Suomesta Oulu mukaan luettuna. Jos Oulu jää laskuista pois, pohjoisten toimijoiden osuus on noin 50 %.



*Kuva 13. Sisäkuva Taikatunturin myymälästä.
(Kuva: Taikatunturi ky.)*

Kuten todettu Taikatunturissa verkostot eivät näytä olevan yhtä merkittävässä roolissa kuin muilla, sillä yrittäjät vastaavat itse tuotannosta ja heillä on oma myymälä. Yhteistyökumppaneita ovat erityisesti erilaisia painotuotteita tekevät yritykset. Lisäksi verkostoihin kuuluvat myös normaalit yritystoiminnan yhteistyötahot kuten tilitoimisto yms. Vaikka Taikatunturi ei varsinaisesti teetä tuotteitaan ulkopuolella, postikortteja lukuun ottamatta, ulkoistaminen kuuluu heidänkin periaatteisiinsa:

S'on mejän motto, et jos me tiedetään, että joku toinen ihminen tekee näppärämmin ja kätevämmiin ko me, nii me ulkoistetaan kyllä se siltä sekunnilta ja käytetään siihen rahaa, koska aika on meille rahaa. (OH)

Nina Hirvonen ja Onneli Halonen hankkivat ja teettävät paljon asioita internetin kautta. Inarista he eivät pysty hankkimaan montakaan tarvitsemaansa asiaa. Heidän teettämänsä työt eivät ole varsinaisia verkostosuhteita "myyntitililäisiä" lukuun ottamatta, vaan ne

ovat lähinnä kertaluontoisia toimeksiantoja. He etsivät tapauskohtaisesti internetistä sopivat toteuttajat ja pyytävät tarjoukset. He kokevat internetin mahdollistavan heidän työskentelynsä niin, että voisi sanoa, ettei työskentely ilman sitä olisi mahdollista:

Nii, siis netti on kyllä nii loistava keksintö, ja se ehkä on se suuri syy, mikä mahdollistaa jossain syrjässä työskentelyn. (NH)

Halonen kuitenkin toteaa, että eteenkin painotuotteiden kohdalla helpottaisi suunnattomasti, jos olisi mahdollisuus valvoa laatua paikan päällä. Muuten he toisaalta pitävät pelkästään internetin välityksellä toimimista "näppäränä", mutta toisaalta toteavat monen asian toimivan huonosti ja arvelevat syynä voivan olla juuri sen, etteivät ihmiset kohtaa "oikeasti":

- - - mulle oli silloin ko mä alotin... Se oli järkytys, miten huonosti aina kaikki tilaukset just meni. Mull'oli ehkä joku yks tilaus yhestä paino... näist tuotelapuista silloin oli hyvin, se suju, ko joku mikä vaan tosi hyvä homma. Et mä oon ollu niis fiilareissa, et kymmenestä kokemuksesta yks on ollut niinkö täydellinen, ja must s'on tosi vähän, pieni prosentti. Mä, et onko Suomi samanlainen maa ko joku Espania, et mikään ei toimi. Nyt on vähän niinkö jatkunu, nyt on jo tottunu siihen, ja nyt vast ton kassakoneen kans meni kaikki nii hyvin, siit oli tosi ilonen - - -

Se, miten asioita saa hoidettua, on kiinni myös siitä, miten osaa vaatia niiden hoituvan. Onneli Halonen jatkaa värikkääseen tyylinsä:

No ainakin se, se missä mä kortit oon painattanu, nii se mies ihan - se oli viel mies, varmaan semmonen salkkumies, ihan erilaine ihminen ku mä. Se kyl nii lässytti mulle... Tosi jotenki alentavasti käyttäytyy mua kohtaan, tietenki katto noit kuviiki, et mitä lapsellisia, tällasia poroja täällä kuun päällä... Tuon täytyy olla aivan höpö, myydään tuolle, eihän se ymmärrä yhtään mitään, lähetetään sille paskoja kortteja, yrittää reklamoida ja kaikkee. Tuli harjoteltua neki viralliset reklamaation tekemiset ja kaikki. Sittekki, kyl mä osaan vaatii, tai no, kohtuullisesti. Ja silleen, et vaatii sellast hyvää kohteluu - - -

Alihankkijoiden puuttumisen lisäksi kaikki haastateltavat totesivat, ettei heidän tuotteilleen soveltuvia myyntipaikkoja löydy pohjoisesta. Toisaalta haastatteluissa todettiin pohjoisen matkailukohteista tulleen kyselyjä ostaa tuotteita tai saada tuotteita myyntiin, mutta haastatellut ovat usein kokeneet kyseisten myyntipaikkojen aiheuttaman imagohaitan olevan omalle yritykselleen hyötyä suuremman. Kuten design- ja käsityömuotoiluyritykset yleensäkin, haastatellut pitivät myyntipaikkojen imagoa tärkeänä osana omien tuotteidensa imagoa. Käsittelen aihetta tarkemmin kappaleessa *Suhde matkailuun ja matkamuuistoihin*.

Tuotannollisen yhteistyön lisäksi yrityksillä on lukuisa joukko muitakin verkostokumppaneita tai kanavia, joita he jatkuvasti tarvitsevat yrityksensä toiminnassa ja sen kehittämisessä. Kontakti on syntynyt yrityksen ollessa Vantaalla, ja yhteistyö on jatkunut Lovi Oy:n muutosta huolimatta. Myös Seija Ranttila toteaa tarvitsevansa "etelästä" myös muita verkostoja, ja toteaa niiden olevan sellaisia, että niitä on vaikea tai lähes mahdoton korvata. Hän luettelee tärkeinä verkostokumppaneina "isot yritykset" tarkoittaen lähinnä Finalysonia ja Nansoa, joille hän tekee freelancer-työtä.

Verkottumista on usein pidetty kutakuinkin samana asiana kuin alihankintaa, vaikka verkottuminen on toki paljon muutakin. Usein käsityöyritykset pyrkivät järjestämään ainakin myynnin ja markkinoinnin jonkinlaista verkottumisen muotoa hyväksikäyttäen. Joissain tapauksissa käsityöyritysten muotoiluosaaminen voi myös olla järjestetty verkostomaisesti.²²⁰

Alihankintaa puolestaan on pidetty jokseenkin vaikeaksi koettuna asiana suomalaisessa yrityskulttuurissa. Yleisesti nähdään, että alihankkijoita voi käyttää, kunhan laadusta ollaan varmoja, mutta, kuten Ruohomäki toteaa toimiminen alihankkijana toiselle pienrittäjälle on jo asenteiden kannalta vaikeampaa. Ongelmaa auttaa alihankintasuhteiden ymmärtäminen tasavertaisten toimijoiden verkostona.²²¹ Asennevaikeuksista huolimatta sekä alihankkijana toimiminen ja alihankinnan käyttö ovat molemmat kasvaneet käsityöyritysten parissa²²².

Anne Paso kertookin aiemmista kokemuksistaan, jossa asenteet alihankkijan roolissa toimimiseen ovat nousseet ongelmaksi. Myös Seija Ranttilan kohdalla voi pohtia, ovatko ongelmien taustalla osittain asenteet. Ranttila sanoo liukuihinmaisesta työn koettavan ahdistavana. Voi pohtia, onko kyse vain liukuihinmaisuuudesta vai myös siitä, että alihankkijan roolissa koetaan menetettävän työn itsenäisyys, joka sisältyy esimerkiksi yksittäiskappaleina tehtävien tilaustöiden tekemiseen.

Ranttilan kokemat ongelmat löytää tuotteidensa tuotantoon sitoutuneita valmistajia pohjoisesta voivat osittain johtua käsityön tekemisestä osa-aikaisesti tai sivuelinkeinona. Osa-aikaisuus ja sivuelinkeinomaisuus on yleinen piirre alalla valtakunnallisesti, mutta erityisesti pohjoisessa se näyttäisi olevan melko yleistä. Osin tämä liittyy heikkoon ansiotasoon sekä pieniin markkinoihin ja/tai puutteelliseen markkinointiosaamiseen, jol-

220 Ruohomäki 2000, 75-78.

221 Ruohomäki 2000, 75-76.

222 Käsityöyritysten tila ja kehitys. Vuoden 2000 barometri. 2001, s. 5.

loin työtä tehdään osa-aikaisesti muun työn ohessa. Osin se liittyy naisyritykseen sekä työn ja perheen vaatimusten yhteensovittamiseen²²³. Usein toinenkaan työ, jonka ohessa käsityötä tehdään, ei yksin tarjoa riittävää toimeentuloa. Lapissa käsityötä tehdään toisen tai jopa useamman työn rinnalla. Lapin liiton käsityöalan kehittämisspäällikkö Jaana Moonan mukaan Lapissa monialayrittäjyys on monelle elinehto ja käsityö on usein yksi tulonlähde matkailun, poronhoidon, maatalouden ja luonnontuotteiden keruun rinnalla²²⁴.

Keskeinen syy verkostojen rakentamisen vaikeuteen on luonnollisesti myös alan pääkaupunkikeskeisyys. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen muotoilualaa koskevassa tutkimuksessa todettiin taide- ja kulttuurialojen toimijoiden hakeutuvan samoille seuduille²²⁵. Kun itsensä työllistämisen aste on alalla korkea, voi kysymyksen katsoa olevan nimenomaisesti hakeutumisesta eikä siitä, että tarjolla olevat työpaikat ohjaisivat sijoittumista. Kyse näyttäisi olevan enemmänkin tarjolla olevista toimintaedellytyksistä. Toimintaedellytyksillä on myös taipumus lisääntyä alueilla, missä on saman alan toimijoita. Vaikka toisaalta kilpailu lisääntyy, myös mahdollisuudet näyttävät lisääntyvän.

Myös pienuuden ongelma kytkeytyy tähän: Alihankkijoita on vaikea saada sitoutumaan, sillä usein käsityöyrityksen toimeksiannot ovat niin pieniä, että niiden tuottama toimeentulo on yhteistyöyritykselle niin marginaalista, että suuremmat toimeksiannot "ajavat ohi". Verkostosuhteen "hyötysuhde" ei tällöin ole joko tasa-arvoinen tai riittävä, eikä siihen näin ollen löydy riittävää molemmiin puolista motivaatiota.

Toimivien verkostojen perustana pitäisi kuitenkin olla tasa-arvoisuuden, sitoutumisen ja vastavuoroisuuden. Jos nämä eivät toteudu, verkostosuhteesta tuskin muodostuu pitkällä tähtäimellä toimivaa. Esimerkiksi korkeatasoiset ja halutut jälleenmyyjät eivät ole riippuvaisia tekijöistä, mutta tekijät ovat riippuvaisia heistä. Tällöin jälleenmyyjästä riippuvainen valmistaja on hyvin turvattomassa asemassa, eikä asemaa ei voi pitää millään tavoin tasa-arvoisena.

Oman toiminnan vakiinnuttaminen ja vahvistaminen näyttävätkin olevan avainasemassa verkostojen jatkuvuuden varmistamisen kannalta. Kun sen saa vakiinnuttua ja tuotteiden tunnettavuus ja haluttavuus kasvavat riittävästi, myös verkostosuhteiden tasa-arvoisuus,

223 Ks. esim. Luutonen & Äyväri 2002, 202.

224 Moona 2007, 15; ks. myös Lehtola 2006, 10; Miettinen 1999, 43-44. Projektikoordinaattori Satu Miettinen kuvaa pohjoista käsityöläistä otsikolla "Pohjoisen käsityöläisen profiili": *Tyypillinen pohjoisen käsityöläinen on nainen, joka käsityön ohella hoitaa perheen ja kotityöt. Käsityöt eivät usein ole perheen pääansio vaan marginaalista lisätuloa ja maataloudesta saatava tulo tai sitten miehen ansiotyö on perheen pääelinkeino.*

225 Lindström, Nyberg & Ylä-Anttila 2006, 18.

sitoutuneisuus ja vastavuoroisuus kasvavat. Esimerkiksi Ranttila pohtii kysymystä pohjoisessa toimimisen mahdollisuudesta ja näkee mahdollisuuksien laajenevan oman toiminnan vakiintumisen myötä.

Voikin kysyä, tarvitseeko yhteistyötahojen olla toistensa lähettyvillä, tai onko sillä nykyään merkitystä missä itse on. Eikö nykyään ole olemassa edellytykset toimia "etänä"? Juha Janger kirjoittaa *Käsityöläisen kirja* -teoksessa, että "on vaikea keksiä mitään yritystaloudellisesti kestäväää seikkaa, mikä erityisesti puoltaisi Lapissa toimimista; mutta ei siitä juuri haittaakaan ole, jos asiakaskunta on muuten tavoitettavissa"²²⁶.

Haastateltujen osalta asian voisi esittää, onko Lapissa tai pohjoisessa toimimisesta etua tai haittaa, jos pystyy muutoin tavoittamaan tarvitsemansa yhteistyökumppanit. Lovi Oy:n Anne Paso ja Arctichromen Veli-Pekka Huhmo eivät näe sillä olevan merkittävää haittaa, jos ei hyötyäkään. Taikatunturissa Nina Hirvonen ja Onneli Halonen korostivat internetin merkitystä ja välttämättömyyttä syrjässä toimimisensa edellytyksenä. Seija Ranttila, joka nykyinen sijainti ja näkökulma ovat toisenlaiset kuin muiden, olettaa, että vaikka fyysisen sijainnin merkitys vähenee, se ei kuitenkaan vähene riittävästi. Hän ei näe todellisia mahdollisuuksia kokoaikaiselle pohjoisessa toimimiselle todennäköisinä.

5.1.2 Henkinen ilmapiiri

Ns. henkisen ilmapiirin merkitys painottui eri haastatteluissa eri tavoin. Lovi Oy:n Anne Pason kanssa tämä korostui, kun taas eteenkin Arctichromen Veli-Pekka Huhmon kanssa keskustellessa tämä jäi ainoastaan tulkinnanvaraisiksi viitteiksi "rivien väleissä".

Kuten yritysten esittelyssä totesin, Lovi Oy on aloittanut toimintansa Kemissä, josta yritys muutti ensin Vantaalle, ja vuonna 2006 takaisin pohjoiseen, Kiiminkiin. Molempien muuttojen taustalla on elämäntilannetekijät. Kemistä Vantaalle muuton ensisijainen syy oli Anne Pason puolison työn siirtyminen pääkaupunkiseudulle, tosin hänellä olisi ollut mahdollisuus jatkaa työtään Kemissä. Kysymys ei siis ollut pakosta vaan valinnasta, jonka taustalla oli halu muuttaa pois Kemistä. Vantaalta Kiiminkiin muuton takana oli jälleen elämäntilannetekijät: Anne ja Mikko Paso näkivät Kiimingissä paremmat mahdollisuudet elää haluamallaan tavalla ja he alkoivat järjestää elämäntilannettaan sellaiseksi, että voisivat muuttaa.

226 Janger 1999, 80.

Anne Pason kohdalla pohjoisen "henkinen ilmapiiri" näyttää yhtäältä kulminoituvan negatiivisiin piirteisiin: näköalattomuuteen, osakseen saatuun vähättelyyn, itseluottamuksen ja vertaistuen puutteeseen sekä kaikkien näiden kumuloituneeseen yhteisvaikutukseen. Toisaalta se kulminoituu positiivisiin piirteisiin - "henkiseen tilaan ja vapauteen". Samalla kun jako on jyrkkä sekä positiivisiin että negatiivisiin puoliin, sen voi jakaa myös aikaan ennen ja jälkeen Vantaalla vietettyjä vuosia.

Aloittaessaan yritystoimintansa Paso oli valmistunut hiljattain Lapin yliopistosta. Voi sanoa, ettei hänellä ollut kovin paljoa kokemusta alalta. On luonnollista, että vastavalmistuminen ja vähäinen kokemus ruokkivat aloittavan yrittäjän epävarmuutta. Lisäksi pohjoinen sijainti näyttäytyi merkittävänä itseluottamuksen puutteen vahvistajana. Sekä Kemi toimipaikkana että Lapin yliopisto opiskelupaikkana tuntuivat syövän uskottavuutta:

- - - kun oli etelään yhteyksissä ja yritti niitä omia tuotteita, että 'mikä se semmonen Lapin yliopisto on', esimerkiksi se, että kysyttiin, että mistä on valmistunu, ja Kemistä ku soitti niin se vastaanotto oli vähän niinku nihkeetä ja suoraan sanottuna välillä vähän törkeetäki.

Pohjoisessa toimiessaan Paso koki joutuvansa ikään kuin puolustamaan sitä mistä tulee tai mistä on valmistunut. Muutettuaan pääkaupunkiseudulle molempien merkitys tuntui hävinneen. Paso toteaa, ettei kukaan enää kysynyt mistä on itse, missä yritys toimii tai mistä on valmistunut. Samalla kun se muuttui merkityksettömäksi, itse tuntui muuttuvan olemassa olevaksi:

S'oli merkityksetöntä, oli olemassa sitte ko kukaan ei kysyny, että mistä sie oot valmistunu. Mä en oo sitä tieten... salannu, et mä tiän että sitäki tapahtuu, että ne jotka Lapin yliopistosta valmistuu, nii ne ei mielellään sitä kerro. Muutamat ihmiset, oon huomannu, että se on semmone asia, josta halutaan vaieta, sitte kerrotaan se, jos on oltu ulkomailla vaihossa jossaki, nii pannaan se sitte sinne pape-reihin. Minusta sillä ei oo sinänsä väliä, et missä on opiskellu, et lopputuloshan ratkasee.

Toisaalta Paso myöntää vastavalmistuneena ehkä itsekkin tuoneensa nykyistä enemmän esiin omaa taustaansa, ja sen missä on opiskellut. Opiskelun ja valmistumisen merkitys itselle on hävinnyt taka-alalle, nyt voi sanoa olevansa "muotoilija", ei "jostain valmistunut muotoilija". Lisäksi Paso toteaa, että suhtautumiseen on voinut vaikuttaa myös itseluottamuksen puuttumisen kuuluminen hänen yhteydenotoissaan. Syntyy noidankehä:

heikko ammatillinen itsetunto johtaa tilanteisiin, jotka heikentävät sitä entisestään:

Tietenki, jos kuulostaa epävarmalta puhelimesta, kai vastapuoli kuulee sen, ja se että on just valmistunu, ja on täällä pohjosessa ja mää en oikeen tiiä, että ko täällä kukkaan ei haluais myyä näitä mun tuotteita, nää on liian kalliita - - - mää tiesin, että täällä ei kukaan näitä osta, ja tääl'ei kukaan näihin tuotteisiin usko - - - Nii, ku ei niitä kukaan siellä osta, nii eihän se nyt oo mikään tuote.

Pohjoisessa Paso koki saaneensa osakseen vähättelyä myös erilaisten yritystoiminnan kehittämisorganisaatioiden tahoilta. Hän kertoo hakeneensa Finnveran naisyrittäjälainaa Kemissä toimiessaan ja esitelleensä suunnitelmiaan ja portfolioaan Finnveran yritystutkijalle. Yritystutkija teki selväksi, ettei pitänyt yritystä eikä sen tuotteita kehityskelpoisina vaikka myönsikin lainan:

- - - se sano, että kyllähän me annetaan tämä laina, koska heillä on määrärahoja, eihän nämä ole kyllä menestyneet tämmöset yritykset - - -

Toisen esimerkin hän kertoo vastaavan tyyppisestä tilanteesta esitellessään tuotteitaan yrityskehitysorganisaatiossa johtavassa asemassa olleelle virkamiehelle - "nuoremmalle it-kaverille". Anne Paso myöntää vähättelyllä olevan tietysti negatiivisia vaikutuksia, mutta sen voi kääntää positiiviseksi voimavaraksi, jos sen pystyy ottamaan provosointina, joka pistää kehittämään asioita.

- - - se sano, että tää on semmonen parin vuoden heh-heh-juttu, että olipa hauskaa. Mää vähän niinkö suutuin, että kyllä tälle on mahdollista saaha samanlainen brändi-arvo ku vaikka jollekki Legolle, ei se nyt oo pakko tappaa heti sitä - - - Pikkusen semmonen näköalattomuus kyllä ärsytti, ja toisaalta se oli ihan hyvä, sitte tuli niinku sisua, että pitää näyttää... [nauria] Niin, kaikki vähättely sehän aina vie sitte... [nauria]

Vähättely ja näköalattomuus veivät kuitenkin ensin pois Kemistä, ja sitten ne näyttävät vieneen asioita eteenpäin. Paso pitääkin pääkaupunkiseudulla työskentelyään ehdottoman tärkeänä itseluottamuksen sekä omiin tuotteisiinsa ja omaan yritykseensä uskominen kannalta. Oma asema ja oma osaaminen tuntuivat asettuvan oikeisiin mittapuihin.

- - - tää teki tosi hyvää tää etelän keikka. Ties että mitä sielä on, n'ei oo sen kummempia ko mekään [nauria] - - - Tavallaan se, että ollaan vähän erillään on hyvä, mut siinä tulee se itsetunto-ongelma, ollaan niin pieniä, ei me uskalleta, ei me osata, ja sitä on ollu itelläki. Mut sitte ko menee tonne, ja kattoo mitä ne muut tekee, niin ei se oo sen kummempaa. Että tavallaan se rima saattaa olla jopa korkeammalla...



Kuva 14. Lovi Oy:n possukortti. (Kuva Lovi Oy.)

Myös sattumalla oli osuutensa. Pian Pason Vantaalle muuton jälkeen Design Forum Finland järjesti Young Design -näyttelyn ja -kilpailun. Vaikka näyttely ei ollutkaan merkittävä tuotteiden tai tekijän tunnettavuuden kannalta, siitä tuli Pasolle hyvin merkittävä itsetunnon kohentaja ja kanavien avaaja - kuten hän itse sanoo "maamerkki":

- - - sitte ko meni tonne etelään - - - Young Design – Nuori Suunnittelu, Design Forum järjesti semmosen... - - - näyttelyn, ja kilpailu samalla, että katottiin näitä uusia tuotteita. Marimekon tämä Louekarín Maija, se ensimmäinen työ siellä palkittiin... Suhosen Paola ja Koskisen Harri valitsi sinne tuotteet, tää pääsi sinne tää mun pallo, silloin ei muuta ollukkaan. - - - Ku mä vein tän sinne, mull'oli tosi epävarma olo, et tämmösiä koristeita, et nehän nauraa pihalle... Siellä oli näitä nuoria myyjiä, että 'hei, että tää on tosi makee juttu'. Ja tällain se sitte niinkö pikkuhiljaa, että no niin, että mun on pakko varmaan itekki uskoa tähän [naurua], että se on tämmösellä taholla kuitenkin, että siellä ne niitä myy - - - Se oli siellä kaikkien muitten puutuotteitten seassa, ja sillai... Siellä ne tietyt, tunnetuimmat nimet nostettiin niinku sillai... Mutta ei silloa väliä sen suhteen, tää oli aika raakile vielä silloin, pakkauskaan ei ollu ihan täydellinen vielä... Mut se oli kuitenkin se, että ties, että sitä ollaan oikeella tiellä ja... Niitä pitää aina hakea tommosia maamerkkejä, sitä on varmaan... sen verran taiteilija ja herkkähipiäinen ja muuta...[naurua]

"Maamerkin" kohotettua itsetuntoa, luotua tekijälle uskon omaan asiaansa ja kumottua aiemman vähättelyn Paso pääsi määrätietoisesti kehittämään yritystä ja tuotteita. Hän laajensi mallistoa, loi jälleenmyyjäverkostoa ja alkoi aktiivisesti osallistua alan messulle ja muihin tapahtumiin. Yritys ja perhe muuttivat Kiiminkiin. Yritys kasvoi, kehittyi ja haki patenttia ja sai sen, joten Paso haki lisää Finnveran naisryttäjälainaa. Lainapäätös-

tä tehdessään Finnvera tekee aina yritystutkimuksen.

- - - tää mun yritystutkimus oli ihan positiivinen. Sama Finnveran kaveri... nii mää soitin sille viime vuonna ja pyysin vähän lisää lainaa, niin se suhtautu hyvin positiivisesti, se oli varmaan sillekki ihan hyvä - - - Että siis se näki, että tämmöselläki alalla voi niinku elättää... - - - Mää luulen, että tunnisti [yrityksen samaksi, jonka kanssa oli aiemmin ollut tekemisissä], että s'oli suoraan sanottuna, se oli hämmästyne. Koska meidän alalla ne tunnusluvut on yleensä aika huonoja, että heti ko on vähän parempaa näyttää, nii se oli kyllä ihan merkittävä juttu.



Kuva 15. Lovi Oy:n kortteja ennen niiden kokoamista. (Kuva: Lovi Oy.)

Anne Pason puheessa tulee toistuvasti esiin näköalattomuus, jonka hän koki Kemissä rasitteeksi ja esteeksi oman työnsä kehittämiseksi. Osittain tämä kytkeytyy pienuuden ongelmaan ja siihen liittyvään epätasa-arvoiseen asemaan, ns. asiantuntijavaltaan. Osittain se kytkeytyy myös vertaistuen ja verkostojen puutteeseen Kemissä.

Kyllä me suht hyvin viihdyttiin [Kemissä], mut mun työn puolesta niin, niinku s'oli jotenki näköalattonta, näki vaan et mikä se kaupunki oli, ja sieltä kuolee firmoja toisensa perään. Nythän siellä menee vissiin pikkusen paremmin... - - - Siellä oli muita yrittäjiä, mä olin siellä hautomossa, mutta ne on nii erityyppisiä yrittäjiä, ne oli nimenomaan niinkö profiloitunu siihen, että ne toimii siellä paikallisesti.

Myös verkosto-ongelma näyttää ratkenneen pääkaupunkiseudulle muuton yhteydessä.

Ornamon jäsenyys ja aktiivinen osallistuminen alan tapahtumiin on luonut yhteydet kollegoihin, mahdollisuuden tutustua ihmisiin, jotka työskentelevät saman tyyppisesti ja ratkovat samanlaisia ongelmia. Ornamon merkitys näyttääkin ensisijaisesti kulminoituvan vertaistukeen. Vertaistuen merkitys näyttää kuitenkin vähentyvän yrityksen vakiintuessa ja yrittäjän kokemuksen kasvaessa. Vaikka Paso toteaa, ettei hänellä nytkään ole vertaistukea, hän olettaa vertaistuki-verkostoa kuitenkin ajan kanssa löytyvän Oulun seudulta paremmin kuin Kemistä.

Että mikä hyöty mulle siitä Ornamosta, tietenkä se, että tapaa semmosia ihmisiä, jotka on niinkö samassa tilanteessa ja... - - - Vertaistukea sieltä saa - - - Ei ollu semmosta... Ei ollu [Kemissä ollenkaan kollegoja], ja sitä...eihän mulla nytkään sitä ole, muuta sillai, että ko mää oon messuilla ja jossaki tapahtumissa, nii siellä tapaan semmosia ihmisiä, mutta se sopii mulle ihan pelkästään... itsenäinen yrittäjäluonne, niinkö moni muuki varmasti.

Jo aiemmin käsitellyn verkostojen ja yhteistyökumppanien puuttumisen lisäksi Seija Ranttila näkee esteeksi pohjoisessa toimimiselle ennen kaikkea ammatillisen syrjäytymisen vaaran. Kyse on sen, mitä ja missä alalla tapahtuu, ulkopuolelle jäämisestä, mutta myös kontaktien puuttumisesta. Tällöin kysymys ei ole varsinaista yhteistyöverkostoista, joiden voi olettaa vakiinnuttuaan toimivan ilman tiivistä fyysistä läsnäoloa, vaan enemmänkin vertaistuesta - kollegoiden tapaamisesta, keskusteluista ja muista aktiviteeteista:

- - - se tavallaan, et on mukana noissa tapahtumisissa ja tapaa ihmisiä ja juttelee niitten kanssa siitä... Että se on hirveen tärkeä, mie oon nyt huomannu sen, että miehän oon tässä linnottautunu tohon Harppitielle [viittaa äitiysloman aikaiseen kotonaoloon], siellä ihan omissa oloissa - - - et mie en oo seurannu, mie en oo katonu muotilehtiä, mie en viitti lukee sisustuslehtiä, mull'ei kiinnosta, mitä joku tekee, ko on niin selkee se mitä ite tekee. Mut sitte on tärkeetä kuitenkin, että on mukana jossain tuolla tapahtumissa, tapaa ihmisiä, kuulee kommenteja, menee Habitare-messuille, niiku eilenki Helsingissä [Ornamon tilaisuus], nii ne on hirveen tärkeitä. - - - että kuulee, että mistä vois olla hyötyä... että sun kannattais lähteä mukaan sun yritykses kanssa, koska siellä on joku ryhmä - - - että on tällänen suunnitelma, että annetaan jotain niinku markkinointiopastusta ja varoja. - - - et täältä menee jonneki Lemmenjoelle niin - - - sie putoot ihan kärryiltä.

Ranttila pohtii mahdollisuutta toimia pohjoisessa. Suunnitelmissa, tosin hyvin alustavissa, on ollut ajatus viettää osa vuodesta pohjoisessa, osa Tampereella. Ranttila näkee kuitenkin mahdollisena kokoaikaisen pohjoisessa elämisen, niin kauan kun on työelämässä mukana. Hän visioi mahdollisuutta jakaa työtään niin, että pohjoisessa voisi tehdä asioita, joita siellä on perusteltua tehdä, etelässä sitä mikä siellä on perustellumpaa.

- - - *senki mie voin vielä joskus tehdä [palata pohjoiseen], mutta en ihan vielä. Ainaki osittain, että onhan meillä sellaisia suunnitelmia, mutta katotaan nyt sitte miten pystys osan vuoden olemaan siellä pohjosesa. - - - Niin, no se on varmaan sellanen, että eläkepäivillä voi palata kokonaan, mutta niin kauan ku näitä hommia tekee ja varsinki just ton Sagatin kanssa, niin, kyllä se edelleenki tulee olemaan pakko olla täällä osaks... - - - jos aatellaan, että pystys asumaan tai yrittäs sieltä hoitaa niitä asioita, mitä sitte täällä - - - miks mennä tuhannen kilometrin päähän hoitamaan niitä asioita, jotka on hyvä hoitaa tässä.*

Kysyn millaisten asioiden Ranttila näkisi mahdollistavan pohjoisessa työskentelyn. Itsestään selvänä voi pitää rahaa, emme keskustele siitä laajemmin, vaan pohdimme muita tekijöitä. Minkä pitäisi muuttua, että pohjoisessa toiminen olisi mahdollista?

No, varmaan se Lapin, tavallaan se paikka mihin me sitä mietitään niin, että sieltä löytys sellasta yhteistyöhenkeä ja tavallaan sitä, että sen sais toimimaan sen ajatuksen useamman yrittäjän, useampien yrittäjien kanssa tavallaan yhdessä ja... Se on varmaan se sellanen ihan käytännön juttu - - -

Seija Ranttila siis peräänkuuluttaa yhteistyöhenkeä. Yhteistyöhengen ja samanhenkisten yrittäjien puuttumisen mainitsee myös Arctichromen Veli-Pekka Huhmo. Molempien kohdalla voi ajatella, että kysymys on ensisijaisesti siitä, löytyykö ylipäätään toimijoita, joiden kanssa yhteistyötä olisi mahdollista tehdä. Yhteistyötä ja yhteistyöhenkeä päästään kehittämään vain, jos on yhteistyötahoja. Onko kysymys enemmänkin jo aiemmin käsitellystä verkostojen ja yhteistyötahojen puutteesta, kuin yhteistyöhengen puutteesta?

Anne Paso kokee pohjoisessa elämisen ja työskentelyn positiivisena puolena sen tarjoaman "henkisen tilan" - sen, että syrjässä voi olla enemmän välittämättä ja seuraamatta sitä, mitä muut tekee ja keskittyä omaan tekemiseensä. Myös aikaa Paso olettaa löytävänsä pohjoisessa enemmän - "ehkä jossain vaiheessa". Ranttilalle se puolestaan merkitsee syrjäytymisen ja oman toimintavireyden laskemisen pelkoa.

Kyllähän sitä rauhaa tarvii siihen tekemiseen, että se on ihan totta, mutta - - - Ja must tuntuu, että ei se ehkä silleenkään oo hyvä, koska sit semmonen tietty vireys laskee varmaan, mä luulen, että se oma semmonen toimintavireys nii vähän laantuu liian rauhan keskellä - - - Tää on tämmönen etelä, etelässä vielä enemmän silleen, että tällä kaikki toimii aika tehokkaasti.

On muistettava, ettei kokemusten eroavaisuuden taustalla ole ainoastaan subjektiiviset kokemukset, vaan myös olosuhteet eroavat merkittävästi. Pohjoinen on laaja käsite ja

erot ovat hyvinkin suuria. Seija Ranttilalle "pohjoinen" yksilöityy Inariin ja Lemmenjokeen, kun taas Anne Pasolle se tarkoittaa Oulun kupeessa sijaitsevaa Kiiminkiä, josta on "kaksyt kilometriä Ouluun ja Oulusta on tunti Helsinkiin ja Tukholmaan". Tietysti myös muualla kuin pohjoisessa kaupungilla ja maaseudulla on eronsa, mutta muualla kasvukeskus on yleensä kohtuullisen lähellä, kun taas Lapissa voi olla satoja kilometrejä lähimpään kaupunkiin. Vaikka kasvukeskuksen kupeessa eletään ja työskennellään maalla, ollaan kuitenkin samalla kiinnittyneitä keskukseen ja sen verkostoihin.



Kuva 16: Joukko Taikatunturin tonttuja. (Kuva Marja Helander.)

Taikatunturin Nina Hirvosen ja Onneli Halosen kokemukset siitä, kuinka heidät ja heidän yrityksensä on otettu vastaan ovat olleet pääasiassa positiivisia. He ovat saaneet omien sanojensa mukaan "hämmäntävän paljon huomiota". Huomioon he arvelevat olevan useita syitä sekä heistä itsestään riippuvia että riippumattomia.

- - - et miks me ollaan saatu jotenki ehkä meistäki hämmäntävän paljon huomiota, nii vaan johtuu siitä, että me ollaan perustettu Inariin paikka, käsityöyrittäjä. Ja ehkä siin'on vaan jotain nii hulluu ja absurdiä, et se vaan kiinnostaa niinkö juttuna. Ja Inarilla on jotenki sellanen mielenkiintonen maine ja leima ehkä muutenki - - - (NH)

Sekä Hirvonen että Halonen näkevät merkittäväksi syyksi median kiinnostukseen sen, että he ovat tulleet Inariin Etelä-Suomesta. Halonen on kotoisin Vantaalta ja Hirvonen Porvoosta, josta hän on Lontoon, Pyhätunturin ja Rovaniemen Tiais-kylän kautta päätenyt Inariin. Kun muuttoliike yleensä suuntautuu syrjäseuduilta keskusta, toisin päin

keskustasta periferiaan muuttaneet tunnutaan näkevän jollain tavalla mielenkiintoisina "ilmiönä". Tällöin elämänmuutoksen katsotaan liittyvän muuttoon vahvemmin ja tietoisemmin kuin toisin päin muutettaessa. Puhutaanko vaikka maakunnasta pääkaupunkiin muuttavan kohdalla suuresta elämänmuutoksesta, jonkinlaisesta oman elämänsä sankariudesta? "Ilmiön" herättämä kiinnostus näkyy selkeästi myös Inarin Ukonjärvellä sijaitsevassa Design House Idolissa. Sekä Nina Hirvonen, Onneli Halonen että Design House Idolin Pekka Sillfors toteavat elämänmuutoksesta ja "periferiaan" muuttamisesta kysytävän lähes poikkeuksetta jokaisessa haastattelussa.²²⁷ Asiaa ei kuitenkaan voi yksipuolistaa ajattelemalla sen olevan ainoa tai edes pääasiallinen syy kiinnostukseen. Halosen mukaan "saattaa ne kyl kiinnostua jostaki muustaki syystä joskus". Hän kertoo, että asia tulee usein esille vasta haastattelun aikana. Myös Design House Idolin osalta voi todeta, ettei se varmastikaan ole perimmäinen syy yritystä ja yrittäjiä kohtaan tunnettuun kiinnostukseen.

Myös Veli-Pekka Huhmo kertoo Arctichromen saaneen paljon positiivista julkisuutta. Arctichrome kiinnittyy käyttämänsä materiaalin kautta vahvasti paikkakunnan erityisosaamiseen, teräksen käsittelyyn, ja Arctichromen esilläolo torniolaisena yrityksenä on varmastikin tuonut etua myös paikkakunnalle, kuten Huhmo toteaa:

Mää ei-torniolaisena nään sen ehkä selvemmin. Että uskon, että siit'on molemmipuolin hyötyä, tai siis pitäis verrata tälleen koko... yrityksen kokoon nähden se on suhteettoman suuri jopa - - -

Nina Hirvonen ja Onneli Halonen kokevat saamansa vastaanoton pääosin positiivisena myös sekä kyläläisten taholta, kuten Halonen sanoo "monet jotenki sympatiseeraa tätä mejän touhuu", että virkamiesten ja paikkakunnan muiden yrittäjien yms. taholta. Hirvosen ja Halosen positio paikkakunnalla näyttäytyy myös suhteessa saamelaiskulttuuriin. Kysymys on kaksitahoinen, miten kyläläiset, erityisesti paikallinen saamelaisyhteisö näkee heidät, ja toisaalta miten turistit heidät mieltävät. Vaikka media näkeekin kiinnostavana sen, että he ovat kotoisin etelästä, itse he kokevat sen olevan turistien eli asiakkaiden silmissä negatiivinen asia:

Ulkomaalaiset kysyy aina, että 'are you sami, are you sami?' Sit s'on noloa, et 'I come from actually Helsinki-city' tai 'almost there' tai jotain, sit on just semmonen olo, ett, että se on huono asia, ne haluais tavata vaan paikallisia. (OH)

227 Sillfors 2007.

Tärkeämpi näyttäisi kuitenkin olevan kysymys, miten paikalliset heidät näkevät, ja siihen liittyvät poikkeukset heidän saamassaan positiivisessa vastaanotossa:

Ja mulla itellä tuli ehkä enemmän just se, että tuleeks sitte jollain sellanen olo, että kaikki ne vaan muualta tulee tänne ja vie tavallaan paikallisilta - - - vähän jännittävää nähdä, et miten just paikalliset suhtautuu meihin ja otetaan vastaan ja... (NH)

Nii koska se, tääll'on just jotain saamelaisia, jotka tuolla ajelee just silleen, tulee tänne kaupalle... No, mä ymmärrän saamea ja ne ei tiedä sitä, nii, ykski semmonen [- -] on tullu tänne mutisee silleen 'kyllä se on, edes saamelaisia ei nähdä kylillä, ko lantalaiset tulee ja kauppapaikatki vievät' silleen, että 'hyhm, että niit'on joka paikassa', tai silleen, että 'ei oo meille enää tilaakaan'. Et tollaset on arveluttanu, et tietää et on sellaisia ajattelijoita, niin ei ne sit tykkää ko me tullaan tälleen. (OH)

He toteavat, ettei negatiivinen suhtautuminen välttämättä kantaudu heidän korviinsa, eivätkä he tiedä kuinka paljon sillä lailla ajattelevia ihmisiä on. Se kuitenkin johtaa tietynlaiseen lievään mutta jatkuvaan varuillaan oloon. Toisaalta heille ei näytä olevan kovin paljoa merkitystä ympäristöllä, tai sillä miten ympäristö heihin suhtautuu. He kokevat vahvasti elävänsä vähän eristyksissä "omassa maailmassaan":

Inarissa on just vähän silleen ihme oma maailma meininki, ja sitte meil on vielä tää meän oma maailma, että hyvä, että me ehitään lukeen lehtiä ja kuunnella uutisia, tai mitään, että ollaan silleen aika omissa meinigeissä täällä. (NH)

Meill'on kyl oikeesti niin oma maailma, jota vois sanoo Taikatunturiks, en mä en kyl osaa ees ajatella ko kaikki kysyy jotain kilpailijoita, toisia käsityöyrittäjiä, Inarin muita, et kuinka ne on niinkö... Mä en osaa ajatella, mä oon kyllä nii omassa ilmapallossa tässä, että... (OH)

Hirvoselle ja Haloselle "eristäytyneisyys" näyttäisi olevan pikemminkin voimavara. Heille se ei suinkaan edusta syrjäytymistä tai vireystason laskua kuten Seija Ranttilalle vaan enemmänkin mahdollisuutta keskittyä omaan työhönsä. He eivät myöskään itse näytä kokevan olevansa eristäytyneitä tai syrjässä:

- - - meill'on mahollisuus asua, vitsi, Inarissa, ja tehä siitä työstä, rakentaa sellanen vaihteleva, että voijaan lähtee vaikka ajeleen Norjan puolelle, jos siell'on jotku kivat myyjäiset, tai jonnekki muualle messuille ja näin, että pääsee sitten käymään kaupungissaki ja siis silleen, että siitä työstä voi tehä monipuolista. (NH)

Heidän katseensa ei näytä suuntautuvan yksinomaan etelään, vaan myös Pohjois-Norjaan, josta näkökulmastahan Inarin voi nähdä keskeisenä paikkana. Sen sijaan Ranttilan katse kohdistuu etelään: Tampereelle ja Helsinkiin, jossa ovat hänen tärkeät kontaktinsa, kuten Design Forum ja Ornamo, tai Keski-Eurooppaan, jossa hän näkee tuotteidensa markkinoiden tulevaisuudessa olevan.

Taikatunturia lukuun ottamatta kaikkien haastateltujen puheessa tuli esiin Design Forumin tärkeys, joka korostuu vahvasti myös Valtion muotoilutoimikunnan teettämässä Diagnoosi taidekäsityöstä -raportissa. Ornamon merkitys valtakunnallisena alan keskusjärjestönä korostui sekä Anne Pason että Seija Ranttilan puheessa.

Asioiden kietoutuminen toisiinsa tulee jälleen esiin. Verkostoitumiseen liittyy vertaistuki, ja siten se on oleellinen henkistä ilmapiiriä muokkaava tekijä. On jokseenkin selvää, että verkostojen ja vertaistuen ollessa pohjoisessa vähäistä ja lisäksi sitä edistävien toimijoiden ollessa vähissä pohjoisen henkistä ilmapiiriä ei koeta erityisen innostavana. Jos tekijät kokevat, ettei muita toimijoita juurikaan ole, eikä alalla ole yleistä näkyvyyttä, ala ei näytä olevan olemassa, mikä osaltaan näivettää entisestään henkistä ilmapiiriä.

Toimintaedellytyksillä on taipumus lisääntyä siellä, missä on saman alan toimijoita. Vaikka kilpailu lisääntyy, myös mahdollisuudet näyttävät lisääntyvän. Samalla muodostuu kokemus jonkin sisäpuolella tai ulkopuolella olemisesta. Pelkkä "mukanaolo" on merkittävää, vaikka konkreettiset mahdollisuudet eivät lisääntyisikään. Tai päinvastoin, kuten Seija Ranttila näkee toimimisen alueella, missä muita toimijoita on vähän: "- - sitte jää vähän niinku ulkopuolelle kaikesta informaatiosta ja mukanaolosta."

Anne Pason Kemissä kokema näköalattomuus liittyy paljolti tähän: Kun alueella ei ole ollenkaan kollegoja, koko alaa ei tunnu olevan olemassakaan, eikä minkäänlaista vertaistukea tai edes hyväksyntää tunnu löytyvän. Myöskään tärkeää alaan sosiaalistumista ei pääse tapahtumaan²²⁸. Osittain kokemuksen voi ajatella olevan kytköksissä yksinyrittämiseen. Tilanteessa, jossa Paso toimi, yksinyrittäjä näyttää jäävän todella yksin.

228 Ks. esim. Lepistö 1991, 81.

5.2 Pohjoinen elinympäristönä



Kuva 17. Näkymä Inarista Taikatunturin myymälän edustalta Inarijärveltä. (Kuva: Taikatunturi ky.)

Pohjoisuuden merkitys haastateltavien elinympäristössä ei varsinaisesti kuulunut haastattelujen teemoihin. En siis varsinaisesti esittänyt siihen liittyviä kysymyksiä, mutta se tuli esiin melko voimakkaasti Arctichromea lukuun ottamatta kaikissa haastatteluissa. Pohjoinen elinympäristönä nousi esiin, kun haasteltavat pohtivat toimimistaan pohjoisessa. Taikatunturin Nina Hirvonen ja Onneli Halonen pohtivat pohjoiseen jäämistään, Lovi Oy:n Anne Paso pohjoiseen paluutansa ja Seija Ranttila mahdollista paluutansa pohjoiseen.

Pohjoista elinympäristönä tarkasteltaessa toistuivat selkeästi kaksi teemaa: vapaus ja siihen liittyvä henkinen ja fyysinen tila sekä luonto, sen läheisyys ja kokeminen.

Kaikki korostivat luonnon läheisyyden tärkeyttä oman hyvinvoinnin kannalta. Nina Hirvonen ja Onneli Halonen sanovat pelkän luonnon läsnäolon olevan heille tärkeää. Heille luonto merkitsee sen kokoaikaisesta läsnäoloa, mikä vaikuttaa heidän henkiseen hyvinvointiinsa.

Anne Paso kokee luonnon läsnäolon henkisen hyvinvoinnin tärkeänä tekijänä - luonto rauhoittaa. Pason kohdalla luonnon merkitys konkretisoituu verratessa nykyistä elämäntilannettaan aikaisempaan ja toteaa perheen halunneen asettua maaseututaajamaan eikä esimerkiksi Ouluun:

Me asuttiin Vantaalla Pakkalassa, joka on rakentunu tosi nopeesti kehä kolmosen varteen, ja se ilman laatu ei oo aina paras mahdollinen. Kesällä ko on lämmin päivä, nii siellä semmonen oranssi sumu leijuu. Se on tietenki, et meillon puuta ympärillä [Kiimingissä], me ei oo talon ympäriltä ees kaajettu puuta, me halutaan et siin'on puuta. Se vaan jotenki tuntuu hyvältä, että on puuta ympärillä. Ei oo niin semmonen... tietenki tää maailmanaika on se, että ekokatastrofi uhkaa ja happi loppuu ja ko on puitten välissä, niin, pikkusen tulee semmonen rauhallisempi olo, että on täällä vielä kohtia, jossa voi elää ihan... se on jotaki tommosta henkistä juttua...

Seija Ranttila korostaa luonnon merkitystä, luonto tasapainottaa. Ranttilan luontokokemus on suoraan kytköksissä hänen lapsuuteensa Lemmenjoella:

Se luonto on niin iso osa siinä ollu - - - On ollu ja on edelleenki tärkeä, mutta nyt-ku poika on, niin on vähän jääny tuo luontoretkeily, mut kyllähän me niinku ollaan, mun on ollu aina pakko päästä sinne keskelle ja tavallaan päästä siihen tilaan taas, että on yhtä sen ympäristön kanssa, että ikäänkun tavallaan balanssoia kaikki itsessänsä. Meki Lemmenjoella asuttiin, siellä ei oikeestaan ollu mitään muuta tekemistä ku sen luonnon kanssa... Siell'oli varmaan jotain semmonen 4-5 taloa lähellä ja... No, neljä taloa siinä ihan lähellä ja sitte kauempana muutamien kilometrien päässä oli sitten useampia taloja, varmaan joku kymmenisen, mie veikkaisin kymmenisen. - - - No, oli siellä kilometrin päässä yks kaveri, mutta kyl-lähän se tavallaan niin oli suurin osa aikaa, että mull'oli isovehi, hänen kans leikkittiin, mutta kyllä mulla parhaat kaverit oli melkein niinku mettän puut²²⁹. Ja sitte jou'uttiin muuttaan, nii mie itkin sitä ja kävin hyvästelemässä kaikki puut ja purot, ja sillälaila täytyy sanoa, että oon ollu kyllä niin jotenki kiintyny siihen ympäristöön. - - - Me muutettiin sieltä pois [Inarin kirkonkylälle] ja sillon kyllä jäi ittellä semmonen kauhee kaipuu sinne, kun se tietysti oli turvallinen ja rakas se luonto siinä ympärillä. Nää on tämmösiä metsien, [naurahdus] metsien lasten tarinoita. - - - Me oltiin ihan kylällä, että siellä tuli enemmän kavereita ja muuta, kyllähän sielläki se luonto oli, mutta en mie koskaan siihen Inariin niin kauheesti kiintyny.

Ranttilan kaipuu Lemmenjoelle ja ajatukset paluusta pohjoiseen liittyvät luonnollisesti hän juuriinsa pohjoisessa. Hänelle pohjoisuus merkitsee luontoa ja saamelaisuutta -

229 Seija Ranttila on viisi lapsisen perheen nuorin lapsi. Vanhemmat sisarukset asuivat viikot koulun asuntolassa, jonka vuoksi Seijan isosisko kuvataiteilija Merja Aletta Ranttila arvelee Seijan olleen lapsena yksinäinen. Seija Ranttila on käynyt koulun kotona asuen. "Muistan Seijan lapsena lähinnä valokuvien perusteella, sillä jouduin seitsemänvuotiaasta asti asumaan perheestä erillään koulun asuntolassa, aluksi vain 14 kilometrin päässä kotoa. Asuntolaelämä jätti minuun syvät jäljet, ja siksi olen iloinen Seijan puolesta, että hän sai kyydin kouluun joka päivä." Merja Aletta Ranttila kertoo. (Puhto 2005)

omaa kulttuuria ja juuria. Myös Paso korostaa juurien ja sosiaalisten verkostojen merkitystä. Puheessa painottuu asioiden katsominen koko perheen hyvinvoinnin kannalta asumisesta ja taloudellisista tekijöistä lapsen ystäviin ja kouluun menoon.

Juuret, miehen koti on täällä, ja suku on ollu 1600-luvulta asti - - - tässä on mummula vieressä, ja sosiaaliset verkostot tietenkki - - - ja lapselleni kyläkoulu vieressä, joka kasvaa ja ei oo lopetusuhan alla vielä, ei semmosta oo joka paikassa. - - - Että onko taloudellisesti pakko asua... me oltiin monta vuotta katottu löytyykö sopivaa taloa, asuntoa... [pääkaupunkiseudulta] - - - se ei ois liian syrjässä, eikä ois liian keskustassa, että löytyy lapselle kavereita. Meillä oli paljon tuttuja, ystäviä muuttanu etelään, ja sieltä saatu uusia, ja tavallaan oli sen suhteen fifty-fifty, että asuuko täällä jossain Oulun seudulla ja sitte tuolla etelässä, et se... muuten sill'ei ollu merkitystä. Mut se, et mitä oikeesti täältä saa samalla rahalla - - -²³⁰

Anne Pasolle pohjoisuus näyttää paljolti merkitsevän vapautta. Vapaus puolestaan merkitsee sekä henkistä tilaa, mutta myös konkreettista fyysistä tilaa. Paso kertoo perheen ostaneen ison tontin, mihin heillä ei pääkaupunkiseudulla olisi ollut mahdollisuutta. Fyysinen tila on elintilan lisäksi työtilaa. Lovi Oy:llä on Kiimingissä mahdollisuus riittävän hyvät ja riittävän kokoiset toimitilat. Vantaalla sellaisiin ei taloudellisesti ollut mahdollisuutta, vaan Paso työskenteli kotona:

Minusta on tosi iso askel eteenpäin, että on työtilat, koska Vantaalla meill' oli kuuskymmentä neliötä, kolmio, ja muksu nukku meiän kanssa samassa makuuhuoneessa, meiän piti ryövätä työtilat... leikkihuone, ja saunassa välillä kuivattiin tavaroita ja jossaki pöyän nurkalla syötiin, ku oli jokapaikka täynnä korttia [naurahdus]²³¹. Tää on ihan hirveen iso edistysaskel siihen, pitää aina muistaa, et mist'on lähetty.

Puolestaan Nina Hirvosen ja Onneli Halosen pohjoiseen on alun perin tuonut osin sattu-ma. Molemmat ovat tulleet opiskelemaan Inariin Saamelaisalueen koulutuskeskukseen. Ennen Inariin muuttoaan Hirvonen oli ollut jonkin aikaa Pyhänturilla ja "sit mä oon sille tielle jääny, et pohjonen tärähti".²³²

230 Samalla Anne Paso kuitenkin korostaa, ettei "tää ei oo mikään mahoton paikka asua", mikä johtuu ennen kaikkea hyvistä lento- ja muista yhteyksistä ja siitä, että erilaisia palveluja on saatavilla.

231 Anne Paso ilmoittaa volyyymiksi noin 20 000 korttia vuodessa.

232 Kummallakaan ei alunperin ollut aikomusta tulla, saati jäädä Inariin, tai ylipäättään opiskella saamenkäsítőitä. Onneli kertoo: *Mä olin kiinnostunut kansatieteest, kulttuuriantropologiasta, mä tulin lukeen saamea, mä arvelin, et mä haen yliopistoon lukeen jotain suomalais-ugrilaista kansatiedettä.* Ja Nina kertoo: *Mäki oon ollu suomalais-ugrilaisten kansatieteen pääsykokeissa Helsinkiin, mutta en päässyt, nyt mä oon ollu silleen 'yes, onneks mä en päässyt Helsinkiin'.* Nina on viettänyt lapsuutensa Ruotsissa, käynyt lukion loppuun Porvoossa ja ollut sen jälkeen au-pair:ina Lontoossa, josta palattuuan hän hakeutui osin sattumanvaraisesti Pyhänturille Tunturin taidepajaan.

He molemmat ovat taustaltaan tyypillisiä nykyisiä saamenkäsítőiden opiskelijoita. 1990-luvun alulla havahduttiin toteamaan, että SAAK:in saamenkäsítőyön linjalle hakeutui opiskelijoita lähinnä muualta kuin saamelaisalueelta (Lehtola 2006, 48).

Valmistuttuaan Haloselle oli luonteva valinta jäädä Inariin, sillä hänellä oli siellä poikaystävä. Nina puolestaan muutti Inarista ensin Rovaniemelle ja sieltä silloisessa Rovaniemen maalaiskunnassa sijainneeseen Tiaisen kylään. Oltuaan neljä vuotta poissa Inarista, hän palasi takaisin perustaakseen yhteisen yrityksen Halosen kanssa. Molemmat korostavat Inariin päätymisensä ja jäämisensä takana olevan ennen kaikkea sattumaa²³³, mutta samalla molemmat korostavat viihtyvänsä Inarissa, eivätkä koe mitään tarvetta lähteä sieltä pois. Molemmat ajattelevat, että Taikatunturi voi olla vain Inarissa. Jos he olisivat jossain muualla, he joko tekisivät jotain muuta, tai ainakin yritys olisi toisenlainen - ja toisenniminen. Molemmat toteavat, etteivät voisi kuvitella asuvansa pohjoisessa missään muualla kuin Inarissa: "Tää kylä on jotenki sillee aika aito.(OH)"

Inarin positiiviksi puoliksi Hirvonen ja Halonen nimeävät nimenomaan aitouden eli sen, että paikka nähdään ja sitä markkinoidaan "Lapinkylänä" - vanhana saamelaiden keskuksena. Lisäksi he pitävät positiivisina puolina sitä, että paikkakunnalla on muita käsi-työläisiä ja jonkin verran nuoria, se on aika kansainvälinen ja "täll'on jotenki nii hauskoja ihmisiä ja toi järvi on ihana (OH)". Molempien puheissa kuuluu vapaus samalla tavoin kuin Pasonkin puheessa. Nina Hirvoselle ja Onneli Haloselle vapaus on jonkinlaisia henkistä ja fyysistä tilaa ja omana itsenään olemista:

Ja jotenki tääl Inarissa niinkö eilenki puhuttiin, vitsi, ihanista huopakumppareista ja resuista takeista, et täällä voi kyllä silleen, niinkö aika vapaasti kulkee ja olla niin oma itsensä, mutta sitten lähteä jonnekki kaupunkiin, nii on ihan silleen, että voi ei, jotain parempaa päälle. Ja silleen et apua, et minkälainen yrityskuva me nyt annetaan. (NH)

233 Onneli Halonen kuvaa sattuman merkitystä: - - - oisin mä täällä viihtynyt, mut sillon kun mä valmistuin, jos mull'ei ois ollu poikakaveria, mull'ois ollu taas elämä auki, mä olisin ehkä ajatellu, et no meenpä nyt ainaki kesäks kaupunkii, ko ei mull'oo mittää äkkihätää, ko asuntolast piti muuttaa pois. Ja just se, et jos mä olisin löytäny sillon jotain, vitsi namibialaisen miehen, nii ehkä mä oisin siel, tai sitten mä olisin vaan Helsingissä, ja sit siell'ois tullu joku työ tai harrastus, joka ois sitte... Se on kyl niin sattumaa. Et kyl mä täällä viihdyn hyvin, että en mä usko, että se poikakaveri on se syy, minkä takia mä täällä oon.

5.3 Pohjoinen muotokieli

5.3.1 Suhde saamelaiskulttuuriin

Saamelaiset ovat neljän valtion alueella asuva vähemmistö, jolla on oma kieli ja kulttuuri. He ovat myös Euroopan Unionin alueella ainoa alkuperäiskansaksi luokiteltu etninen ryhmä. Saamelaisia on eri laskutapojen mukaan 60 000–100 000 henkeä,²³⁴ joista Suomessa asuu runsaat 9 000. Saamelaisväestön määrä Suomessa on viime vuosina kasvanut ja kasvu on tapahtunut saamelaisalueen ulkopuolella muualla Suomessa.²³⁵

Suomessa, kuten Norjassa ja Ruotsissakin, saamelaiseksi on perinteisesti katsottu henkilö, joka itse pitää itseään saamelaisena ja jolle saame on joko äidinkieli tai vähintään yhden hänen vanhempansa tai isovanhempansa äidinkieli. Tärkeää saamelaisuuden määrittelyssä on sukutausta, suhde saamen kieleen ja sitä kautta kulttuuriin sekä tunne saamelaisuudesta. Veli-Pekka Lehtola toteaa nimityksen *saamelainen (sápmelaš)* olevan etninen määrite, joka viittaa saamelaisten näkemykseen itsestään valtakulttuurista poikkeavan saamelaiskulttuurin jäsenenä.²³⁶

Seija Ranttila on saamelainen ja hänen suhteensa saamelaiskulttuuriin sekä omaan saamelaisuuteensa nousi hänen haastattelussaan keskeisimmäksi teemaksi. Kappale käsittelee aihetta ennen kaikkea Ranttilan näkökulmasta. Kysymys on kuitenkin olennainen, joskin merkittävästi toisenlainen Inarissa toimivan Taikatunturin osalta. Lovi Oy:tä ja Arcichromea aihepiiri ei kosketa.

Aiemmin Finlaysonilla päätoimisena tekstiilisuunnittelijana pitkään toimineelle Ranttilalle ryhtyminen yrittäjäksi ja freelancer-suunnittelijaksi liittyy olennaisesti oman saamelaisen identiteetin vahvistumiseen, jota voi ehkä sanoa uudelleen löytämiseksi. Koko *Ságat - Seija Ranttila* -malliston suunnittelun lähtökohtana on saamelaisuuden ja pohjoisuuden esiin tuominen sekä teollisissa että uniikkitekstiileissä.

- - - se tuotemerkki ois se, joka ois tae siitä, että siin'on saamelaista taustaa ja pohjoista luontoa ja mitä mä oon siinä ajatellu, niinku Sagatin takana, neljä vuodenaikaa - - -

234 Lehtola 1997, 7-8.

235 Pieski 2008, 2. Artikkelissa todetaan saamelaisväestön vanhenevan saamelaisalueella ja nuortuvan "etelässä". Tiedot perustuvat saamelaiskäräjien tekemiin vuoden 2007 tilastoihin.

236 Lehtola 1997, 8.



*Kuva 18: Sagat-uniikkimalliston Inga-pussukka.
(Kuva: Marja Helander)*

Ranttila on asunut yli puolet elämästään saamelaisalueen ulkopuolella, kuten suuri osa hänen ikäpolvensa saamelaisväestöstä. Saamelaisalueen ulkopuolella asuvien saamelaisien identiteetin säilyminen on luonnollisesti haasteellista ja usein kaupungeissa asuvat saamelaiset suomalaistuvat jo yhden sukupolven aikana, mikäli heiltä puuttuvat kontaktit muihin saamelaisiin ja yhteydet kotiseudulle.²³⁷

Ranttilan yhteydet kotiseudulle - perheeseen ja sukuun - eivät ole katkenneet, mutta arkipäiväiset kontaktit muihin saamelaisiin hänen omassa elinympäristössään Tampereella ovat mitä ilmeisimmin jääneet vähäisiksi. Työ suuressa suomalaisessa tekstiiliteollisuusyrityksessä tekemässä "suomalaista suunnittelua - finnish designia" näyttäisi edistäneen oman taustansa unohtamista ja siitä irtautumista:

*Se sillälaila kyti tossa koko ajan, ku jotenki mie olin mukana sellasessa, tai kattel-
lin sellasta Suomi-buumia ja tätä suomalaista suunnittelua, ja mie vaan koko ajan
niinku, jossain vaiheessa mie mietin sitä, et mihin... Tuli ihan tällanen lause mie-
leen, että 'mie en oikeesti voi koskaan tehdä uskottavasti suomalaista suunnittelua'.
Mie en oikeesti oo suomalainen, et mie oon vaan tavallaan suomalaisille yrityksil-
le vaan ihan omilla taidoillani vääntäny sitä hommaa. Jotenki tuli niin voimak-
kaasti se, että mulla käänty se, että hei, mie en oookkaan suomalainen, että miksi
mie teen tätä juttua, että tän vois tehdä niinku saamelainen. - - - siitä lähti sitte, et-
tä hei, et mä rupeenki tekeen ihan omaa maailmaa, et mull'on oma maailma oi-*

237 Pieski 2008.

keesti, ihan erilainen maailma ku suomalaisilla. - - - Tuli vaan mieleen, että saamelainen kotihan on eri ku suomalainen koti, saamelaiset tekstiilit - - - et koko maailma on toinen. Tietysti se oma unelma jälleen palautu, että ai niin, että täähän oli se just, mitä varten mä oon lähteny liikkeelle, mutta se oli unohtunu tuossa matkanvarrella kaikkeen hässäkkään. Se tavallaan tuli takasin, että se oli se mun missio kuitenkin.

Seija Ranttilan sisar kuvataiteilija Merja Aletta Ranttila sanoo Seijan joutuneen suunnittelijan työssään rajoittamaan omaa ilmaisuaan: "Paine tehdä kukkakuoseja ei ole tehnyt hyvää Seijan luovuudelle"²³⁸. Seija tunnistaa myös itse ongelman. Suunnittelija joutuu näyttelijän tavoin asettumaan toisen maailmaan ja työntämään omansa taka-alalle:

Valitettavasti se vaikuttaa hirveen paljon, mie itte olen todennu sen, siis mie oon ajatellu, että mun on viisaampi tehdä tätä omaa juttua, koska se vaikuttaa mun [naurahdus] persoonallisuutten. Miten mie sen selittäisin, ei mut se vaikuttaa, se on aivan maailma itnessään, jos sä niinku jotenki muokkaat sen jonki näköseksi. Niin muuta ei voi sanoa, ku että vähän tulee sellanen, että muokkaa ittensäkki jonkin näköseks, mull'on ollu tämmösiä identiteetti-ongelmia, jos nyt ongelmista saa puhua [naurahdus]. Se on niin selkeä juttu, että mua pelottaa se, tai mie haluaisin olla tekemättä liian voimakkaita, voimakkaasti jotain muita juttuja, ko tätä omaa juttua nytten... Että se on jotenki hajottavaa, koska sie oot ikäänku näyttelijä, et sull'on joku rooli, johon sä aina niinku joudut menemään... Valtavasti vie aikaa ja energiaa, niin se pikkasen jää sinne toi psyyke. - - - Se ikäänku muokkaa vähän sitä väärällä tapaa, jää vähän päälle se maailma.²³⁹

Ranttila oli kadottanut tai unohtanut saamelaisen identiteettinsä melko suurelta osin viimeisten kymmenen – viidentoista vuoden aikana. Osittain hän toteaa taustalla olleen sukupolvelta toiselle siirtyneen häpeäntunteen, mutta pääsyy lienee kuitenkin ollut elinympäristöstä johtuva valtaväestöön sulautuminen - assimilaatio. Lähestyessään neljänkymmenen vuoden ikää hän löysi saamelaisen identiteettinsä uudelleen. Löydyttyään se näyttää olevan hyvin voimakas ja merkittävä osa hänen elämässään. Hän on hiljattain tullut äidiksi, mikä varmasti osaltaan vaikuttaa omien juurien ja oman lähipiirin tärkeyden korostumiseen. Myös lapinpukua, jolla on tärkeä symbolinen merkitys, hän kertoo alkaneensa käyttää noin neljä vuotta sitten - "Kato ku ehti kaikelta hässäköltä."

- - - Mie oon kyllä jotenki silleen, mie aattelin, että kauheeta, miten mie olin piilottanu sen jonnekki niin tärkeän osan itseäni. Ja tavallaan se vapautti sitte elämäänki enemmän.

238 Puhto 2005.

239 Vaikka Ranttila onkin kokenut hajottavaksi ja raskaaksikin työskentelyn Finlaysonilla - "se on maksanut oman hintansa", hän myös korostaa saaneensa siitä paljon. Työssään Finlaysonilla hän on matkustanut paljon, lisäksi Finlayson on tukenut taloudellisesti hänen yksityisiä matkojaan, esimerkiksi hänen Beninissä taiteilijaresidenssissä oloaikaansa.

Ranttila toteaa identiteetin löytymisen vaikuttaneen myös hänen työhönsä eli "tekemiseen". Myös Neljä vuodenaikaa -malliston ja siihen liittyvän kuvaston tekeminen Finlaysonille ja sen jälkeen Ságat-uniikkimalliston tekeminen vapauttivat:

- - - sain jotenki sanottua sen, että miten paljon mä rakastan tätä luontoa ja sitte sai ton saamelaisuuden tuotua esille, et sitäkään ei tarvi jotenki... Se oli mulle sel-lanen asia, se oli vähän semmonen itsensä paljastamisjuttu, toi Sagat uniikki jutu. Et minä niinku paljastin itteni julkisesti, että oon saamelainen ja... Ne periytyy sieltä häpeästä, joka aikoinaan, ei ne ihan minunkaan sukupolvelta vielä unohtu-neita asioita oo. Se tunne, et ei varsinaisesti oo saanu sitä kohtelua missään, mut-ta se sukupolvien äidiltä tyttärelle ja isältä pojalle, niin kyllä ne periytyy ne sellaset, että ois hienompaa olla joku muu ko saamelainen. Ja se oli vähän semmonen henkinen kasvun paikka toi, että alko tekemään noita ja tunnusti siten, että mie oon saamelainen.

Seija Ranttilan töiden taustalla on vahvasti saamelainen perinne, mutta hänen työnsä eivät ole perinteistä saamenkäsityötä tai perinteisiä saamelaisia asuja tai vaatteita. Ranttila käsittelee saamelaisuutta ja saamelaiskulttuuria modernilla tavalla, jossa hänellä on ollut vahvoina esikuva mm. afrikkalaiset kulttuuriin perustuvat tuotteet, ns. etnodesign. Ranttila ei kuitenkaan koe uudistavansa tuotteita, hän ei koe tekevänsä esimerkiksi lapinta-kista modernia versiota. Hän ajattelee tekevänsä niistä omia versioita, joihin hän poimii elementtejä saamelaisesta kulttuurista.

Se mikä mull'on hirveen vahvana esimerkkinä on se, että miten muualla tehdään kulttuureista, varmaan kerroinkin silloin²⁴⁰ siitä afrikkalaisesta, senegalilaisesta tekstiilitaitelijanaisesta, joka oli aika isosti toteuttanu sitä omaa kulttuuriansa. Mutta nää on sellasia esimerkkejä, et me ei olla totuttu, että jotain asiaa tehtäs tällä tavalla. Niinku vietäs pitemmälle, ja esimerkiks intialaiset, ja mitä mä oon tuolla Maison & Object -messuilla Pariisissa kattellu, niin siell'on ihan mielettö-miä versioita eri kulttuureista. Et miten se voidaan kääntää ihan tavallaan taide-tekstiiliksi, ja sitä mie oon ite lähteny hakemaan, ja katselemaan sitä omaa saa-melaista kulttuuriani samalla tavalla, ku he on varmaan katsonu sitä omaa kult-tuuriaan. Eliikkä tää, että tekee sen hyvin arvostavasti ja laadukkaasti ja visuaali-sesti kauniita tuotteita, on ne nyt vaatteita tai sisustustavaroita tai mitä tahansa.

Veli-Pekka Lehtola kirjoittaa vanhakantaisuuden liitetyn perinteisesti "lappalaisen" ole-mukseen ja sen vastakohtana pidetyn modernia ja nykyaikaista. Kuvaa on vahvistettu korostamalla kulttuurin vanhakantaisia, arkaaisia piirteitä ja kytkemällä nykyaika koko-naan saamelaisuuden ulkopuolelle. Saamelaiset ovat kuitenkin rikkoneet stereotyyppioita

240 Haastateltava viittaa Lapin yliopistossa 12.3.2007 pitämäänsä luento "Tuntureilta tehtäisiin ja takaisin".

ja myyttejä, tosin usein tiedostamattaan. Lehtola toteaa, että käsitys "aidosta lappalaisuudesta" olisi johtanut saamelaiskulttuurin näivettymiseen. Sen sijaan tietoisuus oman kulttuurin elinvoimasta on mahdollistanut uusien vaikutteiden ennakkoluulottoman suhautumisen ja sitä kautta kulttuurin nousun.²⁴¹



*Kuva 19: Sagat-uniikkimalliston Piritta-takit.
(Kuva: Timo Viik)*

Kun perinne ja moderni kohtaavat ja ovat yhtä aikaa läsnä, nousee esiin kuitenkin kysymys rajojen asettamisesta ja siitä, onko niitä tarpeen asettaa.

Se millä tavalla sen itte ajattelee, itellä on kauheen semmonen rakkaus ja kunnioittava suhtautuminen tohon omaan kulttuuriin, niin en mie voi muuhun nojata. En mä voi ikinä tietää, että missä ne rajat kulkee, tai mistä joku sitte saattaa sanoa, että tää on mennyt liian pitkälle. Mut jos nyt aattelee tommosta, että takki tehty niistä koristenauhoista, niin... Koristenauhojahan on olemassa, että siinä tietysti tulee se miellelyhtymä, mut ei se välttämättä ole edes, ei sitä tarvi niin kauheesti sitoo siihen lapinpukuun, niinkö en mie lähtenykkään sitomaan, vaan on vaan ne elementit poimittu. Mä oon tehny oman version koristenauha-raidasta, josta sitten ommellaan takki - - - se on hyvin kaukana, jos sen ajattelee, et se on hyvin kaukana, mut, jos haluaa sen, et s'on jotenki semmonen lapintakki-versio,

241 Lehtola 1999, 15-16.

mitä mie en oo kuitenkaan ajatellu siinä - - - et se ois niinku lähteny tavallaan muuttamaan - - - Niin, uudistamaan lapinpukua - - -

Vaikka Ranttila toteaakin, ettei hän voi tietää, missä rajat kulkevat, eikä hän ole asettamassa ja määrittelemässä rajoja, hän kuitenkin jollain tasolla näkee rajojen olevan olemassa. Toisaalta hän toteaa ajan ehkä olevan kypsän niistä luopumiselle:

Pahempihan toi just mun mielestä on, jos - - - ihan lapinpukumalleja, mut sitäki tehdään. Karasjoella on kuulemma just nyt esillä näyttely, jossa on ihan moderneja uudistuneita lapinpukumalleja - - - norjalainen Karasjoella - - - ne on kyllä aika erikoisia, niinku kaukana lapinpuvusta, sellaisia lapinpukuja, että, se on tavallaan vaatesuunnittelua, mut saamelaisilla elementeillä. Mun mielestä se, sen on ehkä niin kaukana jo se... Tai tavallaan, että nyt on aika kypsä sille, et sitäkin voi tehdä. Et s'ei oo enää mitenkään paheksuttavaa, koska ihan originaali lapinpuvunhan ei koskaan menetä omaa arvoaan, se on ihan eri asia ku laittaa oikean lapinpuvun, nii tulee ihan eri tunnelma. Sillon mie nään ihan selkeesti sen, et on saamelainen ja on oma kulttuuri ja se tavallaan henkii ihan eri asiaa se.

Ranttila kokee vaatimukset "aitoudesta" ja rajojen asettamisesta ahdistavina kehityksen pysäyttäjinä:

- - - onhan niinkö hopeakorukki, on perinteiset saamelaisiset, sitte on tullu rinnalle kaikkia modernimpia versioita. Ja myöskin ulkopuolisia hopeaseppiä, jotka tekee saamelaisia, että tää on niin kauheen - - - nii sit mie en oo ittekkään ajatellu, että mie en ahdistaa itteäni johonki, että mie en voi tehdä tai mie saa tehdä, koska tää ei ole oikein, sittehän tää maailma ei menis eteenpäin - - -

Veli-Pekka Lehtola toteaa "aitouden" edellyttävän kaiken vieraan kitkemistä, tai ainakin ulkopuolelle rajaamista²⁴². Marjut Aikio kirjoittaa suomalaisten, erityisesti matkailuelinkeinon määrittelevän aitoutta ja Aikion mukaan muut kuin saamelaiset ovat alkaneetkin vartioida kulttuurin autenttisuutta ja määrätä siitä.²⁴³

Veli-Pekka Lehtola siteeraa Nils-Aslak Valkeapäättä, joka kirjoitti elävän kulttuurin museoinnista jo vuonna 1971 teoksessaan *Terveisiä Lapista* kulttuurin säilyttämisestä puhumisen kohottavan mieleen kuvan kansatieteilijästä ja silloin hän ymmärtää toiminnan vain kirjaamiseksi, kuolleen kulttuurin kortistoinniseksi, ja jatkaa: *Saamelaisilta helposti edellytetään tämänkaltaista pysähtynyttä tilaa, jossa jokainen uusi asia luetaan synniksi ja väärentämiseksi. Monet saamelaisistakin suhtautuvat asiaan juuri niin. / - - /*

242 Lehtola 1999, 18.

243 Aikio 1999, 61.

*Kun siis kyystään kannattaako jotakin kulttuuria säilyttää, on vastaus yksinkertaisesti kyllä, mikäli kulttuuri on jo kuollut. Mutta älkää tappako elävää kulttuuria. Sitä voisi nimittää henkiseksi murhaksi.*²⁴⁴

Rauni Magga Lukkari ja Marjut Aikio kirjoittavat elävän kulttuurin vaateparsia saatavan muokata ja muuttaa maun ja kukkaron mukaisesti: "Näin on aina tehty ja näin tullaan tekemään." Heidän mukaansa vallalla on ollut suomalaisten käsitys, ettei saamenpukua saa muutella, koska niin ei saa tehdä kansallispuvullekaan. Magga Lukkari ja Aikio korostavat "taiteilijan vapautta" saamenpuvun muokkaamisessa.²⁴⁵ Vaikka saamenpukua verrataan usein suomalaisten kansallispuvuun, se ei ole sitä, vaan se on kansanpuku.

Seija Ranttila sanoo katselevansa asioita vähän kauempaa, jolloin voi olla helpompi nähdä asioita uudella ja modernimmalla tavalla. Hän kuitenkin tiedostaa perinteen modernisoimisen arkaluontoisuuden, eikä hän pyri radikaaliin tai provosoivaan modernisointiin. Hän kokee itselleen tärkeäksi sen, että saamelaisväestö kokee ja hyväksyy hänen tuotteensa saamenkäsityöksi:

Sinällään se on ihan vaan minulle saamelaisena tärkeä juttu, ulkopuolisen silminhän sillä ei oo mitään merkitystä, mutta mulle itelleni se oli tärkeä, koska nää kulttuuriasiat on vähän sellasia, että ne on jollain tavalla arkaluontosia ollu aina. Ja sitten kun menee... laittaa niinku moderniksi sen perinteen, niin se on vähän sellanen, että ihan kiva juttu, et s'ei herätä kauheesti mitään negatiivisia.

Vuoden 1973 Saamelaiskomitean mietinnössä on perusteellisesti pohdittu aidon saamenkäsityön määrittelyä. Lähtökohtana on pidetty saamelaisten omaa käsitystä aitoudesta, ja määrittely perustuu saamelaiskomitean tuolloin suorittamaan laajaan intensiivitutkimukseen. Sen mukaan "aito saamelaistuote" voidaan määrittää kahdella tavalla: "Se on joko perinteinen jonkin tietyn saamelaisalueen (Länsi-Lapin, Utsjoen, Inarin, Vuotson tai Näätämön) malli, mikä voidaan määrittää tarkoin muodon, tekotavan, värien käytön ja koristelutavan mukaan tai saamelaisen itsensä oman perinteensä pohjalta luoma uudempi tuote, jonka myös muut saamelaiset saamelaiseksi kokevat."²⁴⁶ Pääsääntöisesti myös myöhempi aihetta koskeva tutkimus määrittelee aidon saamenkäsityön tällä tavoin²⁴⁷.

244 Sit. Lehtola 1999, 16.

245 Magga Lukkari & Aikio 1993, 79. Saamenpukua verrataan usein kansallispuvuun, mikä on varmasti ollut omiaan ruokkimaan käsityksiä, että sitä on kohdeltava kuin kansallispuukua.

246 Saamelaiskomitean mietintö 1973, 75.

247 Ks. esim Lüthje 1995; Aikio & Aikio 1993.

Ranttilan tuotteet kuuluvat selkeästi jälkimmäisiin, ne ovat saamelaisen itsensä perinteen pohjalta luomia uudempia tuotteita. Mutta miten tiedämme, kokevatko muut saamelaiset ne saamelaisiksi, kuten määritelmä kuuluu. Sitä, että yhteisö kokee, identifioi ja tunnustaa ne saamelaisiksi, voi pitää hyvin abstraktina asiana. Kysynkin, miten Ranttila tietää, että näin on. Mikä sen kertoo hänelle? Ranttila määrittelee kaksi asiaa, jotka sen kertovat: Ensinnäkin sen, että Sámi Duodji -yhdistys on ottanut hänen tuotteitaan myymäläänsä²⁴⁸, ja toisekseen sen, että myös paikalliset ihmiset ovat ostaneet hänen tuotteitaan sieltä. Sámi Duodji -yhdistyksen hyväksyntää voi pitää institutionaalisenä tapana tunnustaa tuotteet yhteisön omiksi, kun taas tuotteiden ostaminen on yksilöllinen, henkilökohtainen tunnustus. Siihen, että Ságat-tuotteet ovat saaneet positiivisen vastaanoton ja hyväksynnän saamelaisyhteisön sisällä, Ranttila pitää merkittävänä syynä sitä, että hän itse tulee yhteisön sisäpuolelta²⁴⁹.

Kysymykseen siitä, kuka saa tehdä ja myydä aitoa saamenkäsityötä, kietoutuu myös kysymys kuka sitä voi ostaa - käyttää ja näyttää.

Se, että siellä on paikalliset, ihan saamelaiset itte ostanu ja se on mun mielestä hirveen kiva. Se olis tavallaan se sellanen, et jos saamelainen itte, jos se menee niin hyvin, että he ottaa niitä käytettäväkseen, nii sillon se on onnistunu. Että mull' oli ajatuksenaki se, että s'ei ois mikään ihan... No, äsken puhuin siitä, että matkailijoille, mut tavallaan tehä semmosta universaalimpaa tuotteistoa siitä, et sen voi käyttää myös saamelaiset, mut sitte voi käyttää ihan kuka tahansa, jostain muusta kulttuurista oleva ihminen myöskin, et s'ei oo sellanen tuote, joka vahvasti leimautuu saamelaisten käytettäväksi niinku perinteiset - - -

Vaikka Ranttila pyrkiikin tekemään "universaalimpaa tuotteistoa", jota voisivat käyttää muutkin kuin saamelaiset, hän kuitenkin tiedostaa tiettyjen rajojen olevan olemassa. Rajat eivät kuitenkaan ole selvät tai yksiselitteisesti määriteltävissä. Rajoitteita on sekä "ulkopuolisten" käyttäjien että saamelaisyhteisön puolelta, kyse ei siis ole ainoastaan

248 Sámi Duodjin myymälään otettavien tuotteiden tulee täyttää Sámi Duodji merkin asettamat vaatimukset. Sámi Duodji on yhteispohjoismainen saamenkäsityön tuotemerkki, joka todistaa käsityön saamelaisen alkuperän. (Lehtola 2006, 42.) Ságat-tuotteisiin ei enää erikseen kiinnitetä Sámi Duodji -merkkiä, koska niissä on jo Ságat-tuotemerkki. Niiden hyväksymistä myymälään voi kuitenkin pitää vastaavana kuin, jos ne olisi hyväksytty Sámi Duodji -merkin alle.

249 Seija Ranttila kertoo keskustelustaan Aune Mustan kanssa (Sámi Duodji -yhdistyksen pitkäaikainen työntekijä): *Kyllä Mustan Aune mulle sanoki sillon ku hänen kans ekoja kertoja juttelin, nii sano sitä, että 'ihan kiva, että sinä teit sen'. Se olis ihan hyvin voinu mennä kohta, et joku suomalainenki ois tehny, tai ihan minkä maalainen tahansa, mutta, se ois varmaan herättäny kyllä vähän enemmän, koska siinä tulee äkkiseltään se, että taas Lapilla hyödytään ulkopuolelta. Mutta tässähän ei tuu sitä, tässä hyödynnetään, yritetään hyödyntää vielä lappilaisiaki - - -*

siitä, kokeeko saamelaisväestö "ulkopuolisten" käytön hyväksyttävänä, vaan myös siitä kokevatko "ulkopuoliset" käytön hyväksyttävänä ja miellyttävänä - kokevatko he olevansa oikeutettuja käyttämään tuotteita²⁵⁰.

Yhtenä keinona "loiventaa" rajoja ja lisätä kulttuurista hyväksyttävyyttä on sisustustuotteet. On eri asia käyttää saamelaisista sisustustuotetta, kuten esimerkiksi sohva-tyynyä, kuin pukea päälleen vastaavan tyyppisesti koristelun tuotteen. Vaikka Sáगत-uniikkimalliston takit eivät olekaan "oikeita" lapintakkeja, päälle pukemisen kohdalla ollaan lähempänä häilyvää rajaa²⁵¹. Seija Ranttila toteaa tuotteiden käytön vaativan rohkeutta. Rohkean käytön taas voi ajatella tunnustuksena:

- - - jos sen esimerkiksi joku vaikka suomalainen tai ranskalainen ostaa ja käyttää, niin siinä tulee tietyllä tapaa niin selkeesti se, että arvostaa sitä ja kunnioittaa sitä, ja se haluaa käyttää sitä sen takia, että se on niin kaunis. - - - Siinä tulee se arvostus, elikkä, noitten kans ei olla missään sirkusrallissa, jossain neljäntuulen hattu päässä - - - Jos joku laittaa... ostaa tollasen takin ja laittaa sen päälleen, niin se ainaki tunnustaa, että sen mielestä se on ihan mieletön kulttuuri.

Seija Ranttila toteaakin asiakkaidensa olevan kulttuuriorientoituneita ihmisiä, usein henkilökohtaisista syistä:

Mie aika hyvin tunnistin tossa Helsingissä ne omat asiakkaani, tiien että minkä tyyppisiä, ne on hyvin kulttuuriystävällisiä ihmisiä, joko sitä kautta että heillä itsellään on joku tämmönen kulttuuritausta tai sitte on muuten vaan.

Jokseenkin selvää on, että Seija Ranttila suhtautuu liberaalisti siihen, kuka saamelais- tuotteita voi käyttää, hänhän jo lähtökohtaisesti suuntaa tuotteensa osin saamelaisyhteisön ulkopuolisille. Samalla hän korostaa tyyliä, ja ymmärtää tarpeen ja halun asettaa

250 Hyvänä esimerkkinä molemminpuolisesta hyväksyttävyyden rajoista on saamenpuvun käyttö matkailukäytössä. Saamenpuvun käyttö matkailussa on hyvin yleistä ja puvun loukkaavasta käytöstä löytyy lukemattomia esimerkkejä. Samalla on kuitenkin muistettava, etteivät suinkaan kaikki esimerkiksi matkailualalla haluaisi käyttää sitä työasunaan. Luostolla Elli Maaret Helander on suunnitellut alueen matkailuyrittäjille puvun, jossa on "saamelaisia värejä ja vähän Lapin puvun elementtiä". Sekä paikalliset yrittäjät ovat olleet asuun tyytyväisiä että heidän työntekijänsä. Työntekijät ovat kokeneet helpotuksena sen, ettei heidän tarvitse esiintyä saamelaisina. (Porsanger 2007, 10.) Myös Anja Sirkka on suunnitellut lappilaisia elementtejä sisältävän saamenpuvun korvaavan asun matkailukäyttöön harjoitustyönä Lapin yliopiston tekstiili- ja vaateusuunnittelun koulutusohjelmassa. (Sirkka 2000, 24-27.)

251 Myös se loiventaa rajaa, ettei Sáगत-takeista, kuten ei moderneista vaatteista yleensä, ole luettavissa henkilökohtaisia asioita, kuten esimerkiksi tiettyyn sukuun kuuluminen. Perinteisistä lapintakeista nämä on luettavissa. Niillä ei siis anneta väärää informaatiota, kuten usein tapahtuu esimerkiksi saamenpuvun matkailukäytön yhteydessä.

tiettyjä rajoja, ja toteaa itsekin suhtautuneensa aiemmin toisin. Vertaaminen afrikkalaisiin kulttuureihin on muuttanut ja avartanut hänen ajatteluaan. Hän pyrkii tarjoamaan muillekin mahdollisuuden nauttia saamelaiskulttuurista ja tunnustaa sen ihanuus:

Sitä on ikäänku miettiny sitä, että tästä saamelaisesta kulttuurista vois muukki ihmiset nauttia ja iloita, vähän sillälaila niinku me saamelaiset itteki - - - Mie oon itte ollu aikasemmin kans kauheen kriittinen siihen, että suomalaiset tekee sitä ja tätä just noissa näkyvissä paikoissa, mutta nyt mie oon vähän tasottunu siinä sen takia, että siitähän se tulee, että on ees tarjolla sitä juttua. Että ei kannattais niin kauheesti olla mustasukkanen siitä, jos joku käyttää, mutta tietysti tyylitaju täytyis säilyttää... - - - Kyllähän minun mielestä se kulttuuri saa näkyä muittenki päällä, ko se kulttuurista ammentaminen, just tässä tullaan siihen designiin ja suunnitteluun, että miks'ei sais näkyä. Mä oon miettiny sitä, että miksi mä en vois sitä tehdä ko musta tuntuu, että räjähtää siitä ihanuudesta välillä, että kun on niin paljo mistä ammentaa, että miks ei me tehä sitä ja anneta sitä muille.

Samalla itselle tarjoutuu tilaisuus jakaa muille omaansa, ja muille tilaisuus tunnustaa kulttuuri, mutta rajat ovat kuitenkin olemassa, vaikka asenne onkin sinänsä liberaali:

Ko sehän on sellasta henkistäki kasvamista siihen, että jaat sen oman asias, että jaat sen siinä muodossa, että se on luontevaa toisille antaa, käyttää se. Mä oon... itte niin ihanaa ollu ko on saanu jotain sellasta. Yhteen aikaan mull'oli se Afrikka-buumi - - se on tavallaan yks tapa kokea sitä kulttuuria, että hankkii itsellensä kankaita ja tekee... on hankkinu niitä vaatteita tai huiveja, ihania afrikkalaisia huiveja tai jotain. Ja sehän on niinku osa sitä, et mie käytän niitä, nii mie itse ainaki tunnustan sen julkisesti, et minusta tää Afrikka on ihana asia. Mä ajan just tätä samaa tossa, et ihmiset voi tunnustaa sen, että 'minä olen fani', että 'minä tykkään tästä maailmasta' ja näistä jutuista, ja se näkyy päälle. Mut se ei oo se, jolla mennään jääkiekko-matseihin ja hullutellaan kannissa, sitä mie inhoan, mie inhoan just sitä neljäntuulen hattu -juttua, että se on aina humalaisten suomalaisten päässä.

"Universaalien" - muillekin käyvien tuotteiden lisäksi Ranttila pitää tavoitteenaan tarjota saamelaisille modernimpaa saamelaisuutta:

Myöskin se, että uudenpolven modernimmatki ihmiset haluaa vähän nykyaikaisemmin saamelaisuutta, itsensä ylle ja mukaan, että mitä mie oon jutellu tämmösen nuorison kanssa, mie olen tunnustellu, nii ihan mielellään, ettei aina tarvis olla niin kauheen perinteisiä, että niitä vois tuoda tähän päivään - - -

Suhde saamelaiskulttuuriin on oleellinen myös Taikatunturin Nina Hirvosen ja Onneli Halosen osalta, sillä he asuvat ja työskentelevät Inarissa, jota voi pitää Suomen saamelaisien keskuspaikkana.

He ovat molemmat opiskelleet saamenkäsityötä Saamelaisalueen ammatillisessa koulutuskeskuksessa, jossa heillä molemmilla on suoritettuna alan artesaanitutkinto. Siitä huolimatta, että heitä näin voisi pitää "ammattilaisina" tekemään saamenkäsityötä, heille molemmille näyttää olevan täysin selvää, etteivät he halua tehdä sitä. Taikatunturin tuotteita voi sanoa tyyppilliseksi suomalaiseksi käsityömuotoiluksi. He kokevatkin saaneensa koulusta ennen kaikkea sellaista oppia, joka on hyödyksi kaikessa käsityörittäjyydessä:

Mulle tost käsityökoulusta oli ehkä isoin oppi, koska pehmeitä saamenkäsitöitä opiskelin, ja niitä mä en nyt tee kuitenkaan, niin, ehkä isoin oppi on ollu just se, että miten tehdään hyvää työtä. Ja miten ollaan kärsivällisiä, ja se laatu. (OH)

Siellä oltiin kyl tosiaanki äärimmäisen tarkkoja siitä, että oli siistiä - - - Ko teki napin, nii opettaja ottaa sellaset - vitsi- luupit ja ihme tuplalasit, ja tarkistaa, ettei siellä oo ainuttakaan viilan tai hiontapaperin jälkeä, muuten sen sai hioa uuestaan. Että siellä oltiin kyllä niin tarkkoi noissa asioissa. - - - siellä on kuitenkin tolasii mestariopettajia - - - (NH)

Hirvonen ja Halonen molemmat kokevat, etteivät voisi tehdä saamenkäsityötä. Se tulee korostuneesti esiin. Siihen näyttäisi olevan useita syitä. Ensinnäkin he kokevat, ettei "vieraalla kulttuurilla voi käydä kauppaa". Sen voi ajatella olevan osin "sisäänrakennettua" eli se perustuu henkilökohtaiseen arvomaailmaan sekä eettisiin ja moraalisiin näemyksiin, mutta osin se perustuu koulutukseen. He molemmat myöntävät koulutuksen kautta tulevan tiettyä "tiukkapipoisuutta" sen suhteen, mitä voi tehdä ja mitä ei. Heidän kohdallaan se koskee ennen kaikkea heidän suhtautumistaan saamelaiskulttuuriin ja saamenkäsityöhön, mutta se on toki yleisempi ilmiö. Myös muut haastatellut tunnistavat itessään saman asenteen. Koulutuksessa ei ole opittu ainoastaan tekemään saamenkäsitöitä, vaan on opittu tuntemaan kulttuuri. Kulttuurin tuntemisesta puolestaan nousee kulttuurin arvostus.²⁵²

- - - jos mä en ois tullu Inariin opiskelemaan saamelaiskäsitöitä, nii en mä ois koskaan perehtyny ja tutustunu saamelaiskulttuuriin sillä tavalla mitä täällä siit on oppinu. Ja vaikka on ite opiskellu saamelaiskäsitöitä, nii tietää niinku päiväkään niillä kyllä ite tulis silleen rahaa tehtyä, tai silleen että, ei, ei voi - - - (NH)

Toisekseen he eivät suomalaisina koe olevansa oikeita henkilöitä tekemään saamenkäsitöitä. Heidän osaamisensa on ainoastaan koulutuksen kautta hankittua, ja he katsovat,

252 Mm. Sámi Dudji -yhdistyksessä on oltu huolissaan siitä, että duodjia opetetaan muille kuin saamelaisille. (Lehtola 2006, 39, 48). Ei tietenkään ole hyvä asia, etteivät saamelaiset itse ole täyttämässä kyseisiä opiskelupaikkoja. Huoli on kuitenkin siinä mielessä turha, että oppi herättää kulttuurin kunnioituksen ja koulutetut saamenkäsityöläiset harjoittanevat harvoin etnografista riistoa.

että suomalaisina heiltä puuttuu tietty "sisäsyntyinen" näkemys - näkemisen taito. Voisi ajatella näkemisen taidon ylittävän tekemisen taidon:

Ne, jotka oikeasti osaa ommella lapintakkeja, ne on aina sen... Vaikka, jos joku haluaa Utsjoen lapintakin, nii se tilaa joltain, joka kantaa samanlaista lapintakkeja, se niinkö näkee sen, silloin jotenki ihan oma tyyli, et miten tehään ja aina vähän kaikilla suvuilla ja näillä on niinkö ne omat... - - - Mull'ei oo sitä jotain silmää siihen asiaan, ja että, mä tekisin sen niinkö monesti joku sano silleen, et 'ahaa, sä oot käyttäny mustaa verkaa tohon tinalankakirjailuun, et näkee heti, et on suomalainen tehny, että saamelainen ei ikinä tekis sillä lailla', että on jotain sellasia rajoja näitten valtakulttuurin ja vähemmistökulttuurin välillä, siinä väri-maailmassa ja kaikessa muotokielessä, jota ei kolmessa vuodessa tosiaankaan silleen opi, ja sisäistä. Ja, en tiää, mut jokku opettajat on sit taas silleen et 'ahaa, sull'on ihan selkeesti tullu just vaikka tää tällanen Inarinjokivartinen vaikutus kaikkiin töihin ja näin, että en tiää.... Ja kyllähän aina jotain vaikutteita saa - - - (NH)

Näkemisen taito tulee esiin mm. Rauni Magga Lukkari ja Marjut Aikion kirjoituksessa, jossa he toteavat taidekasvatuksen alkavan jo kehossa. "Saamelaislapsen käsityöläiseksi kasvattaminen alkoi heti kun lapsi kykeni pitelemään saksia ja puukkoa kädessään." Käden ja silmän saumatonta yhteistyötä korostettiin ja ohjaus tapahtui samalla kun ohjaajalla itsellään oli työrupeama meneillään. Magga Lukkari ja Aikio kirjoittavat äitien kasvattaneen tyttäriään oman sukunsa jatkajiksi. Tytöt oppivat äitinsä suvun vaatteiden erikoispiirteet, kuten hallitsevat värit, nauhojen leveyden, lakin muodon, kauluksen koristelun, helman kaarevuuden jne.²⁵³

Vaikka Nina Hirvonen ja Onneli Halonen eivät halua tehdä saamenkäsityötä, he kuitenkin näkevät asian moniulotteisena ja tilannesidonnaisena. Kysymystä ei voi yksinkertaistaa niin, etteivät he voi tehdä saamenkäsityötä, koska he eivät ole saamelaisia²⁵⁴. Mitään selviä ja ehdottomia rajoja tässäkin asiassa ei voi vetää. Jos kyse on perinteen, taidon ja osaamisen säilymisestä, on parempi, että se säilyy "lantalaisen" tekemänä, kuin katoaa kokonaan.

- - - ehkä se on silleen veteen piirretty viiva tai en mä tiää, must tuntuu, että siihen vaikuttaa muukin tekijä silleen, et jos vaikka suomalainen tulee ja ensin opiskelee ja sitte löytää jonku paikallisen saamelaisen puolison ja näin, sitte se on sillä tavalla aika luonnollista, että sitte vois tehdä miehellensä karvakenkiä - - - karvakenkien tekijöitä on erittäin vähän, et se ois silleen, s'ois hyvä juttu - - - (NH)

253 Magga Lukkari & Aikio 1993, 71-73.

254 Vrt. Saamelaiskomitean määritelmä, jonka mukaan aidon saamenkäsityön tekijä voi olla myös ei-saamelainen.

5.3.2 Suhde matkailuun ja matkamuistoihin

Lapin matkailu-imagot perustuu suurelta osin luontoon ja saamelaiskulttuuriin²⁵⁵. *Matkailutoimiala rakentaa - tietoisesti ja tiedostamatta - mielikuvia ja alueen identiteettejä meille vieraista paikoista ja ihmisistä ja siten myös meistä itsestämme ja arkiympäristöstämme. Matkailun hyödyntämät ja tuottamat alueelliset mielikuvat ovat usein "harmittomia", mutta kulttuuristen ja etnisten vähemmistöjen kohdalla ne saattavat sisältää eettisesti ongelmallisia ja paikalliskulttuurisesti kestäättömiä elementtejä*, Jarkko Saarinen kirjoittaa²⁵⁶.

Saarinen jatkaa, että Lapin matkailulla on toki ollut myönteisiäkin vaikutuksia mm. paikallisiin identiteetteihin, saamelaisuuden arvostukseen ja kulttuuriseen elpymiseen sekä erityisesti aluetalouteen ja työllisyyteen. Usein kuitenkin matkailun ongelmalliset puolet jäävät näiden hyötynäkökulmien varjoon²⁵⁷. Piia Varanka toteaa matkailun kulttuuristen ja sosiaalisten vaikutusten tutkimisen jääneen sen taloudellisten ja ympäristöllisten vaikutusten selvittämisen taka-alalle²⁵⁸.

Matkailua sinänsä ei pidä nähdä perinteen tai paikalliskulttuurin vihollisena. Matkailu tarvitsee perinteitä ja kulttuuria, ja se voi sitä kautta elävöittää niitä ja tuoda uusia käyttömuotoja esimerkiksi katoamassa oleville tavaroille. Matkailu voi tiettyjen ehtojen valitessa olla henkilön persoonalle ja itsetunnolle sekä myös etniselle kulttuurille positiivinen ja rakentava tekijä. Matkailun voi todeta vahvistaneen paikallistason matkailualan yrittäjien tietoisuutta juuristaan ja menneisyydestään ja siten myös vahvistaneen heidän paikkaan kuulumisen tunnettaan.²⁵⁹

Wileniuksen mukaan kulttuuria kaupallistettaessa kulttuurin sisältö ja paikan luonne väistämättä muuttuvat ja kohde muuttuu turistiseksi tilaksi. Samalla tuotteistaminen voi jopa auttaa yksilöitä suojautumaan. Tuotteistetusta kulttuurista ja sen tarjonnasta tulee eräänlainen puskurivyöhyke, neutraali näyttämö tai kohtaamispaikka, joka suojelee paikallisten asukkaiden ominta yksityistä arkielämää ja kulttuuria turismin vaikutuksilta.²⁶⁰

255 Ks. esim. Saamelaiskomitean mietintö 1973, 79-81; Lüthje 1995, 58; Pääkkönen 1999, 35.

256 Saarinen 1999, 81.

257 Saarinen 1999, 82. Saarinen toteaa myös ongelmallisten elementtien sivuuttamisen saattavan heijastua haitallisesti myös Lapin matkailun myönteisiin vaikutuksiin ja johtaa niiden uudelleenarviointiin.

258 Varanka 2001, 6.

259 Porsanger 2007, 5.

260 Wilenius 2004, 112.

si riistoksi. Se tarkoittaa kulttuurielementtien tarkoituksellista hyötykäyttöä ilman, että kulttuuriyhteisön jäsenet itse voivat siihen vaikuttaa tai hyötyä siitä taloudellisesti²⁶⁴. Et-nografisen riiston lisäksi toinen matkailun piiriin kytkeytyviin esineisiin, on ne sitten matkamuiistoja tai matkailun kulissien rekvisiittaa, liittyvä piirre on se, että matkailun yhteydessä esineiden luonne muuttuu - käyttötavara muuttuu näyttötavaraksi²⁶⁵. Porsangerin mukaan voisikin sanoa, että käyttötavarassa korostuu käytön estetiikka, kun taas matkailun yhteydessä näytön estetiikka.²⁶⁶

Käsityömuotoilun näkökulmasta suhde matkailuun kytkeytyy ennen kaikkea lapintavara-tuotantoon ja sen vaikutuksesta koko alueen käsityö- ja muotoilutuotannon ja -tarjonnan imagoon. Kaikki tässä tutkimuksessa haastatellut käsityömuotoilualan yrittäjät pitävät selkeästi koko kysymysasetelman ulkopuolella, mikä on osittain itsestään selvyyttä, kun muistetaan tutkimuksen kohderyhmän rajaus. Kohderyhmään ei tietoisesti ole valittu lapintavaran tekijöitä eikä perinteisten matkamuiistojen tekijöitä, vaan tutkimus on toteutettu käsityömuotoiluyritysten näkökulmasta. Haastateltujen käsityömuotoilualan yrittäjien pysyminen kysymysasetelman ulkopuolella, sulkee heidän toimintansa lähes kategorisesti pohjoisen matkailun hallitsemien markkinoiden ulkopuolelle.

Toisaalta siinä, että matkailun ja matkamuiistojen hallitsemat markkinat sulkevat muotoiluorientoituneen tuotannon ulkopuolelleen, koetaan menetettävän jotain. Toisaalta taas haastateltujen suhtautumisesta matkailuun on melko selvästi luettavissa se, että sitä ei nähdä erityisen kiinnostavana tai vartenotettavana markkinasegmenttinä käsityömuotoilun näkökulmasta. Matkailussa nähdään olevan tiettyä potentiaalia, mutta käytännössä ei tunnuta löytävän alalle ja omalle yritykselle soveltuvia kanavia toimia matkailumarkkinoilla. Matkailun potentiaali nähdään siinä, että tulevaisuudessa uskotaan laadun ja aitouden korostuvan. Veli-Pekka Huhmo odottaa "Idolin kaltaisten paikkojen" lisääntyvän:

Varmasti ajanoloon entistä enemmän syntyy semmosia kohteita, jossa käy tietyllä tavalla hyvin tiedostavia ihmisiä tai sitte ihan... jos suoraan sanoo, niin varakkaita ihmisiä, jotka etsii jotaki semmosta ainutlaatusta ja aitoa, ja kyllä meidän tuotteille siellä varmasti löytyy sitte kysyntää.

Keskeinen syy siihen, ettei matkailua omalta kohdalta nähdä kovin kiinnostavana eikä vartenotettavana markkinasegmenttinä näyttäisi olevan matkailun tuottamat yksipuoli-

264 Aikio 1999, 61; Aikio & Aikio 1993, 95.

265 Ks. esim. Lüthje 1995, 52-53; Porsanger 2007, 3; Saamelaiskomitean mietintö 1973, 74.

266 Porsanger 2007, 3.

set mielikuvat, jotka eivät ole ainoastaan johtaneet yksipuoliseen lapintavaran tarjontaan vaan myös kysyntään. Arctichromen Veli-Pekka Huhmo kuvaa hieman sarkastisesti yksipuolista kysyntää:

Jos me tehtäs nyt semmonen vaikka joku teräksinen tarjoiluvati, johon me iskettäis noitarummun kuvioita, niin se vois olla tulevan joulun hitti. Kyllä.

Seija Ranttila puhuu nykyaikaisesta, modernimmasta saamelaiskulttuurista ja siitä, minäkalaisen mielikuvan itsestään saamelaiset haluavat antaa. Itsestään annettavaan kuvaan voi sanoa myös muiden haastateltujen suhteen matkailuun kulminoituvan. Matkailun luomat ja omat mielikuvat eivät näytä sopivan yhteen. Sen sijaan Jaana Moonan Lapin käsityöyrittäjyyden kehittämisstrategiassa esittämä vision luomat mielikuvat tuntuisivat joko vastaavan tai olevan ainakin lähempänä haastateltujen näkemyksiä. Visiossa todetaan, että "Lappi on kuuluisa laadukkaista tuotteista, jotka ovat omaleimaisia ja ajanhenkisiä. Ne on valmistettu taitavasti uutta teknologiaa, perinnettä ja muotoiluosaamista hyödyntäen".²⁶⁷

Kaikki haastateltavat totesivat, ettei heidän tuotteilleen soveltuvia myyntipaikkoja juuriakaan löydy pohjoisesta. Haastatteluissa toisaalta todettiin pohjoisen matkailukohteista tulleen yhteydenottoja, mutta haastatellut ovat usein kokeneet kyseisten myyntipaikkojen aiheuttaman imagohaitan olevan omalle yritykselleen hyötyä suuremman. Kuten design- ja käsityömuotoiluyritykset yleensäkin, haastatellut pitivät myyntipaikkojen imagoa tärkeänä osana omien tuotteidensa imagoa.

Jaana Moonan laatimassa Lapin käsityöyrittäjyyden kehittämisstrategiassa todetaan, ettei matkailun tarpeisiin valmistettavat tuotteet kiinnosta osaa alan nuorista yrittäjistä ja opiskelijoista. He näkevät ylipäättään alalla toimimisen vaikeaksi matkailun leimatessa koko yritys ympäristön Lapissa. Osa puolestaan on kiinnostunut matkailijoista haluten tarjota heille uudenlaisia ja erilaisia tuotteita, mutta myyntikanavien löytäminen näille on koettu vaikeaksi. Lappilaisia jälleenmyyjiä haastateltaessa Moona toteaa toistuvan lappilaisten tuotteiden vaikean löytämisen. He myisivät mielellään enemmän paikallisia tuotteita, mutta tekijöitä ei joko löydy tai toimitusvarmuutta pidetään heikkona.²⁶⁸ Myös tässä näyttäisi siis olevan jonkinasteinen noidankehä: Jälleenmyyjät eivät koe löytävänsä lappilaisia tuotteita ja lappilaiset tekijät eivät koe löytävänsä kiinnostavia lappilaisia jälleenmyyjiä. Kun nämä eivät kohtaa, myöskään molemmin puoliseen kehittymiseen johtavaa muutosta ei pääse tapahtumaan.

²⁶⁷ Moona 2007, 3.

²⁶⁸ Moona 2007, 9-10.



Kuva 20. Arctichromen JAUR-malliston teräksisen kotelon sisään rakennettu takkavälinsarja. (Kuva: Tulikivi Oyj.)

Arctichromen tuotteita on näyttelyssä ja myynnissä Design House Idolissa Inarin Ukonselvällä. Veli-Pekka Huhmon mukaan Idoli on heille tärkeä yhteistyökumppani sekä jälleenmyyjänä mutta ennen kaikkea design-brändin kehittämisen yhteistyökumppanina. Muuten heillä ei juurikaan ole pohjoisessa myyntikanavia kahdesta syystä. Ensimmäkin he tuntevat suomalaisen kohderyhmänsä käyttäytymisen ja pyrkivät suuntaamaan myyntikanaviaan sen mukaisesti:

- - - mie tiiän et Suomessa se näitä ostava ja arvostava porukka nii, se on noin kolme prosenttia suomalaisista, ja niistä 75 % asuu pääkaupunkiseudulla. Ja tiedetään ne liikkeet, missä ne ihmiset asioi, nii meän täytyy päästä sinne.

ja toisekseen matkailun tuoman imagohaitan vuoksi:

- - - ja vaikka nyt ei niinkään matkailun yhteydessä meän tavaroita myyäkään, vaikka vois mennä monellekkin, mutta siitä niinkö hakeudutaan tietosesti pois. Kyllä matka... mie en kertonu toimialaksi matkamuištoja, koska se on maineensa pilannu. - - - Tai mä, mä korjaan: Niinkö, maineensa pilannu niitten ihmisten silmissä, jotka on mejän kohderyhmä.²⁶⁹

Vaikka pohjoisen myyntipaikkoja osin tietoisesti jopa vältetään, silti Huhmo toivoo, että ala näkyisi myös pohjoisessa:

*Mutta musta on jotenki surullista, että täältä täytyy mennä... Että ihmiset ei koh-
taa täällä sitä pohjosta designia, että meän pitää neuvoa ne Design Forumiin kat-
toon, jossa sitä on ripoteltu sinne sun tänne, pala siellä ja pala täällä.*

Lovi Oy:n Anne Paso toteaa saaneensa pohjoisen matkamuištopainotteisista myymälöis-
tä yhteydenottoja, jotka eivät kuitenkaan ole johtaneet tuotteiden jälleenmyyntiin. Hän
olettaa tuotteiden hinnan olleen esteenä eikä pidä sitä ongelmana vaan pikemminkin
päinvastoin. Myös hän kokee tuotteiden myynnin puhtaasti matkamuišto myymälöissä
imago-ongelmaksi, mutta näkee tuotteensa potentiaalisiksi innoittajiksi jälleenmyyjille:

*Kyllä se varmasti siihen imagoon vaikuttaa. Mä yritän pitää sitä suht korkealla,
tosin en oo valkannu niitä, ketkä saa ostaa, ketkä ei. Ja mä oon sitä mieltä, että
tuo hinta valikoi aika tarkasti... On erilaisia jälleenmyyjä, ja se on tietenki ihan
positiivista, jos tuo kohottaa koko kaupan imagoa ja jos ne rohkastuu ostaan paljo
muutaki suomalaista, ja semmosta oikeesti suunniteltua ja hyvin tehtyä tavaraa.*

Vaikka Lovi Oy:n tuotteet yleisesti ottaen tuntuvatkin olevan kalliita pohjoisen matka-
muišto myymälöihin, yrityksellä on jonkin verran jälleenmyyntiä myös pohjoisessa. Saa-
melaimuseo Siida pyysi Pasoa suunnittelemaan poro-aiheisen kortin Siidan museo-
kauppaan.

*Ne kysy, että voitko tehdä poroa, joo. Ja mä suunnittelin sitte puol' vuotta po-
roa²⁷⁰. Mä aattelin, että se on sen verran klisee ja sen verran korni juttu, että se
on pakko suunnitella. [naurua] Mut tää oli viime vuonna mun myydyin tuote sitte.
Ja kun mä siitä matkamuištofirmassa työskentelemisestä muistan sen, että se joh-
taja, tai pomo tää [- -], sano aina, että se on poro mikä myy, ja kyllähän mun oli
pako sitä uskoa, sill'oli monen vuoden kokemus. Musta oli hienoo suunnitella tää
niille [Siidalle].*

269 Veli-Pekka Huhmo on itsekin toiminut aiemmin matkailualalla.

270 Anne Paso tarkentaa 'puolen vuoden suunnittelun' ja siihen liittyvän itsekritiikin merkitystä: - - - mä
koen kuitenkin kaiken itsekritiikin ja muun, että sillä on merkityksensä, että se on niinku kannattavuus-
denkin kannalta... Mä kerta kaikkiaan suunnittelin tota poroa puoli vuotta, ennen kun rohkesin myy-
ä sitä, missä firmassa ois oikeesti varaa tommoseen, että voi jotain yhtä korttia vääntää niin kauon...
Että sen voi ottaa positiivisena, tai sitte sen voi ottaa negatiivisena asiana.

Poron myötä Lovi Oy:lle on muodostunut jonkin verran jälleenmyyjäkontakteja pohjoiseen. Paso toteaa poro-korttia myytävän myös etelässä, esimerkiksi Design Forumissa, joka on Lovi Oy:n tärkein jälleenmyyjä. Sen, että samaa tuotetta myydään sekä Design Forumissa että pohjoisen matkamuistopainotteisissa myymälöissä, voikin nähdä merkkinä siitä, että tuote täyttää hyvän muotoilun edellytykset siten kuin Paso itse sen määrittelee:

Minusta hyvän muotoilun yks lähtökohta on se, että se viehättää hyvin erilaisia ihmisiä.

Valmistumisensa jälkeen ennen oman yrityksen perustamista Anne Paso työskenteli freelancer-tyyppisesti lapintavaraan painottuneessa matkamuistoalan yrityksessä suunnittelijana. Vaikka yritys oli selkeästi lapintavaraa tuottava perinteinen matkamuistoyritys, Anne Paso toteaa omasta työstään: "Mää suunnittelin kyllä lähinnä kaikkee muuta ku semmosta." Kulttuurisen hyödyntämisen periaatteet eivät ole suuremmin pohdituttaneet Pasoa, vaan sen ulkopuolella pitäytyminen näyttää olleen jossain määrin itsestään selvä ja luontevalta tuntunut valinta. Sen sijaan hän pohtii tuotteiden muotoilun ja valmistuksen heikkoa tasoa ja sitä, miksi hyvää muotoilua ei voisi tuoda myös matkamuis-totuotantoon.

Tuota [lapintavaraan liittyvää kulttuurista hyödyntämistä] mä en kyllä ihan rehellisesti sanottuna miettiny kovin paljoo, vaikka minusta tuntu kaikki noitarumpujut... siis tää kyseinen kaveri, jolla mä olin töissä, se keksi ruveta myymään näitä noitarumpuja, ja mulla vähän ärsytti se, että miten ne tehtiin, kuinka huonosti, ja toisekseen niin ko ne ei oo missään tapauksessa aitoja. Ja ne ei oo tehty niin, niinku ne alkuperäiset noitarummut on tehty, ja sen jälkeen niitä tekijöitä on piisannu, niit'on tehty permanent-tussilla piirretty niitä merkkejä johonkin nahkaan ja... Ihan hirveetä. Kyllä mä ymmärrän, että voi nyt jotain materiaaleja käyttää, mut se, että mä yritin siinä firmassa, että etittäis semmonen vähän niinku modernimpi ote siihen pohjosuuteen ja niihin materiaaleihin, et lähetään siitä materiaalista käsin, ja tehhään niistä semmosta... ikkäänku muotoiltuja tuotteita, ei mennä sinne perinnepuolelle, vaan mietitään uusiksi, voijaan käyttää poronkarkavaa, voijaan käyttää luuta, voijaan käyttää nahkaa ja puuta. Mutta, mutta miten me tehhään se? Tottakai mä mietin aina, että miten se tehhään... Uusia näkökulmia, se siinä pitäs olla. Sehän ois aivan ideaali, jos Lapista ois tämmöstä... että ne tuotteet muotoiltais ja sitte ois tää perinnepuoli ihan erikseen, silloin sillä olis ihan oma arvonsa.

Seija Ranttila on kokenut pohjoisen matkamuistotarjonnan yksipuolisena ja sen rikastuttaminen on osittain ollut hänen lähtökohtansa Ságat-uniikkimalliston kehittämisessä.

Koska se on ollut Ranttilan alkuperäinen tarkoitus, hänen tavoitteenaan on ollut myös löytää myyntikanavia pohjoisesta.

- - - alunperinhän se lähti siitä, että mä ajattelin, että jos siitä Lapin matkakohteisiin saisi niinku paremman tasoista tavaraa myyntiin, että siel'ei oo mitään miten mie koen saamelaisuuden, että se on arvokas, se on kaunis, sehän on ihan lumova asia, että ko se mitä tarjotaan - - - se on just sitä sirkusta, sitä halpaa sirkusta - - -

Melko nopeasti Ranttilalle näyttää kuitenkin tulleen selväksi, ettei paikkoja, joissa tasokkaampia ja hinnakkaampia tuotteita olisi mahdollista myydä, tunnukaan löytyvän. Ranttila kokee samantyyppisesti imago-ongelman kuin edellisetkin:

- - - että missä vaiheessa me päästään siihen pisteeseen, et siell'ois enemmän niitä myyntipaikkoja, jossa ois sitä arvokkaampaa enemmän, ettei ne oo niinku... Mä mielessäni nään, et ne pitäis olla vähän erityyppisiä kokonaan ne paikat, että ne vois myydä tän tyyppisiä, niinku Sagat tavarat - - - mä oon miettiny sitä, et ne pitäis olla semmosessa ympäristössä, ettei ne tuu halvan näköiseksi ja, eikä ne voi pyöriä jossain ihan sillä lailla, jossain sellasten hirveitten tavaramäärien keskellä - - -

Ranttila ei kuitenkaan pidä sitä kovin suurena ongelmana, sillä hän näkee tuotteillaan olevan mahdollisuuksia muualla ja tulee todennäköisesti suuntaamaan niitä muille markkinoille. Lapin hän näkee turvallisena koekenttänä, jossa voi alkuun testata tuotteiden vastaanottoa, mutta se ei tunnu olevan se, minkä varaan voisi rakentaa yrityksen tulevaisuutta. Pohjoisessa hän sanoo tunnustelewansa ja kehrittelewänsä asioita, kokeilewansa ja etenevänsä pikkuhiljaa. Hän korostaa asioiden kehittymisen vaativan aikaa, mutta kun asiat tuntuu valmiilta, hän olettaa niille löytyvän markkinat muualta.

Mie en mitenkään siitä olis kauheen huolissani, ko mie jotenki uskon, että ne paikat löytyy jopa Etelä-Suomestaki sitte, Helsingistä ja muualta²⁷¹ - - - mut mie luulen - - - et jossain vaiheessa kyllä mie uskon, että noi sisustustekstiilit ja varmaan noi vaatteetki, ne ois ihan sellasta vientikamaa tonne Euroopan myymälöihin. Että kyllä niinku Pariisissaki kattelee niitä, mie oon siellä kiertäny niitä liikkeitä, joissa on just jotain afrikkalaista kulttuuria ja muuta, niin kyllä siellä sijaa on, ku vaan löytyy oikee paikka ja on tarpeeksi monipuolinen tuotteisto. - - - Se voi olla, että kyllä oikeesti se lopullinen sija löytyy sieltä, että oikeesti tonne kunnan kohteisiin, myymälöihin myyntiin - - - se ois nii paljo tavoitettavampana - - - Täytyy mennä askel kerrallan, että ei piä tavotella kuuta taivaalta, tai aurinkoako se sanotaan, että lähtee vähän pienemmillä, ja kans antaa ittellensä aikaa vähän kas-

271 Ranttila kertoo tuotteidensa saaneen toistaiseksi osakseen kiinnostusta ja kehuja Etelä-Suomessa, mutta toteaa kuitenkin liikkeiden olevan arkoja ottamaan tuotteita myyntiin, koska ne ovat niin poikkeavia. Tällöin hän huomaa "ajautuvansa" takaisin ajattelemaan, että pitäisikö niiden kuitenkin olla siellä, missä on "muutenkin matkamuistoja".

vaa ja kehitellä tätä juttua rauhassa eteenpäin, että ei siinä kohtaa sitten mokaa, että homma ei toimikkaan, koska se on suurin virhe, mitä voi tehdä.

Seija Ranttilan mukaan Finlayson myy Ságat-kokoelman julkisten tilojen tekstiileitä Lapin matkailukohteisiin. Uniikkimallistolle imago-näkökulmasta kestävinä myyntipaikkoina hän pitää lähinnä museokauppoja. Haastatteluaikana tuotteita on myynnissä Saamelaismuseo Siidassa Inarissa, Arktikumimuseokaupassa Rovaniemellä, Aineen taidemuseolla Torniossa, Kemin lumilinnassa, Design Forumissa Helsingissä, Sámi Duodjin myymälässä Inarissa ja ajoittain, sopivien näyttelyiden yhteydessä Suomen käsityön museossa Jyväskylässä. Ranttila kertoo tehneensä kouluikäisenä itsekin lapintavaraa - "karvapeikkoja", mille voi nyt jälkeinpäin nauraa:

- - - seki aika ku itte jotain peikkoja teki, että pääsi Englantiin kielikurssille, ni mä liimasin niitä karvatupsuja ja liimasin niihin ne... Siis ihan oikeasti mie tienasin sillon 17-vuotiaana sen Englannin matkan niillä karvapeikoilla. Tää on tosi huvittavaa, mutta se oli ainoa millä sai rahaa. Elikkä siihen itteki meni, mikä nyt tuntuu silleen, että voi kauhistus sentään, mutt'ei, lapsihan tekee mitä keksii, mutta ihan hyvä, et oli oma-alotteinen [naurua]. - - - Tein itte kotona kuule pannuhuoneessa meill'oli... [naurua] Meijän Merja tienas saman Englannin kielikurssimatkan sillä lailla - - - Et siinä tavallaan on just se, että miten on helppo sillai saamelaisuudella ja saamelaisella kulttuurilla ylipäätään, tehdä rahaa, mutta... [naurua]

Kysyn mikä hänessä aikuistumisen lisäksi on muuttunut niin, ettei "helppoa rahaa" enää voi tehdä:

Nii, se tulee kyllä aika paljon aikuistumisesta, ja sitte tosi paljon siitä, ett'on kierrelly maailmalla ja nähny - - - tai ylipäätään hahmottanu nämä kulttuuriasiat ja kaikki - - - että mitä se on ja mitä ne eroavuudet on, ja miten itte - - - tavallaan alko vasta näkemään, että kuka olen. Piti vähän kaukaa käyä kattelemassa, että kuka sitä itte oikein on, ja mikä se on se mejän juttu. - - - Ja noi työpaikat tehtaissa ja noi mitä oon tehny joka puolelle, niin kyllähän ne on sitä ajatusmaailmaa silleen kasvattanu ja sitte tietysti ajat on muuttunu, ja muotoilu, eihän sillon meillä päin mistään muotoilusta puhuttu, että kyl se sitte tuli vasta koulussa - - - En mie osaa tätä selittää, mut se oli tavallaan aika naivi maailma mistä on lähteny - - - mie oon ainaki kokenu sen, että on joutunut tekemään pitkän työn, ja ihan hyvä, etten ruvennu tätä kulttuuria sotkeen noihin suunnitteluhommiin sen enempää sillon aikasemmin liian nuorena, koska sillon ei välttämättä ois osannu tehdä sitä ihan niin fiksusti.

Taikatunturin myynti on suurelta osin suoramyyntiä, eikä se aktiivisesti pyri löytämään jälleenmyyjiä. Imago-ongelmien kokeminen toistuu kuitenkin myös heidän haastattelusaan. Nina Hirvonen ja Onneli Halonen kertovat kyselyjä matkamustoliikkeistä tulevan

paljon, mutta he kieltäytyvät myymästä tuotteitaan vääränlaisiksi kokemilleen jälleenmyyjille ensinnäkin siksi, että he haluavat panostaa omaan myymäläänsä, ja toisekseen he molemmat kokevat myyntipaikan vaikuttavan negatiivisesti tuotteen arvoon ja imagoon, kuten Halonen asian ilmaisee:

- - - ei me olla nii epätoivosia, et me haluttais alentaa tuotteidemme arvoa, sillä et niit näkyy siellä.

Hirvonen ja Halonen kuitenkin myöntävät harkinneensa joskus, tosin lähinnä vitsinä, että he voisivat suunnitella matkamuistomyymälöitä varten omia "souvenirs-tuotteita", joita he eivät itse myisi, eikä mahdollisesti edes tuottaisi omalla tuotemerkillään. Ajatus nähdään kuitenkin lähinnä "inhorealisticena":

Ei me oo sitä tosissamme mietitty, koska ei meän aika riittäis siihen, sitte ku me tullaan epätoivosiks, jos me ei saada tällä elantoa nii... [naurua] Sitte me ehkä voidaan alkaa miettii... sääliittävä. Koska siis, onhan seki kivempaa kun mennä vaikka Rantsuun [Ravintola Ranta-Mari] töihin, tai mitä tääl Inarissa on työpaikoi... (OH)

Heidän suhdettaan matkailuun kuvaa myös se, että molemmat pitävät ajatusta Saariselällä työskentelemisestä mahdottomana, vaikka he myöntävätkin, että siellä olisi ainakin määrällisesti enemmän asiakkaita:

- - - en mä osaa ajatella silleen, et mä muuttaisin tästä, mull'on et mä viihdyn, ja saa sen yrityksen jotenki pyöriin, nii en mä kyllä olis valmis. En, en mä lähtis Saariselälle asumaan ja olemaan vaan sen takia, et yritys pyöris hyvin, mä varmaan heittäisin yrittämästä ja alkaisin työttömäks [naurua] ja tekisin sitte vaan jotain ihan omii juttuja. (OH)

- - - mull'on niin tuoreessa muistissa se Napapiirin meininki, että mä sain vuodesa siitä niin yliannostuksen ja sellasesta keskittymästä, nii mielellään siirryin tälaseen paikkaan. (NH)

Taikatunturin osalta kysymys Saariselälle sijoittumisesta on jokseenkin saman tyyppinen kuin Sámi Duodjinkin. Jorma Lehtolan mukaan Sámi Duodjia on "kosiskeltu muuttamaan Inarista 'tunturin kupeeseen', Saariselän rahamarkkinoille." Sámi Duodji on vastannut "kosintaan" kieltävästi. *Matkailukeskuksen laitaan parkkeeraaminen olisi merkinnyt sitoutumista korkeaan vuokraan ja niin vilkasta kaupallista tuottoa, ettei se enää olisi ollut tarkoituksenmukaista. Saamenkäsityö etsii asiakkaita, jotka näkevät duodjin*

enemmän yksilöllisenä käsityönä kuin kalliina matkamuihostona Lehtola kirjoittaa.²⁷² Epäilemättä tilanne olisi Taikatunturin kohdalla hyvin samanlainen. Myös Taikatunturin asiakkaiden voi olettaa olevan enemmänkin yksilöllisten käsityötuotteiden kuin kalliiden matkamuihostojen etsijöitä.

Usein alan arkikeskustelussa omaa asemaa tai identiteettiä suhteessa matkamuihostotarjontaan rakennetaan negatioiden kautta. Oma tekemistä tuodaan esille suhteuttamalla sitä muiden toimijoiden tai matkamuihostotuotannon eroihin ja ristiriitoihin. "Toisia" toimijoita koskevat käsitykset perustuvat usein stereotyyppisiin mielikuviin. Haastateltujen puheessa nämä eronteot tulivat esiin, mutta niitä ei voimakkaasti korostettu. Voikin olettaa, ettei haastatelluilla ole erityistä tarvetta korostaa eroa matkamuihostoalaan, sillä he eivät koe toimivansa matkamuihostoalalla. Ero tunnutaan nähtävän niin itsestään selvänä, ettei sen alleviivaaminen tunnu tarpeelliselta.

Jarkko Saarinen kirjoittaa Lapissa myytävän runsaasti saamelaiskulttuuriin viittaavia matkamuihostoja, jotka eivät kytkeydy sisäisesti tai toiminnallisesti nykyiseen saamelaiskulttuuriin. Jäljittelemällä matkakohteeseen historiallisesti tai kulttuurisesti kytkeytyviä tuotteita ne kuitenkin pyrkivät antamaan viitteen - tai tiettyssä mielessä lupauksen kuten Saarinen sanoo - aitoudesta. Myöskään niiden myynnillä ei ole myönteisiä taloudellisia vaikutuksia esimerkiksi saamenkäsityöntekijöille. Matkamuihostojen myynnillä saattaa olla alkuperästä ja myyjästä riippumatta saamelaiskulttuurin arvostusta symbolisesti nostava vaikutus, mutta kestävän matkailun yhteydessä se ei Saarisen mukaan riitä.²⁷³

Saarinen toteaa koko ajatuksen matkamuihostosta - olipa kyse rihkamasta tai arvokkaammasta esineestä - olevan saamelaiskulttuurille vieras. Matkamuihosto on pikemminkin ilmaus länsimaisesta kulttuurista eikä alkuperäiskulttuurista, mutta, jos "hyväksymme" kulttuurien vuorovaikutuksen ja paikalliskulttuurin oikeuden muuttua, ja toisaalta ymmärrämme matkamuihostot ja niiden valmistuksen osaksi paikallisuutta ja ja matkailun kohdealueisiin kytkeytyvää modernia matkailukulttuuria, niin kestävän matkailun näkökulmasta meidän tulisi hyväksyä myös paikallisten ryhmien oikeus hyötyä kulttuurinsa kuvaamisesta taloudellisestikin. Samalla kysyntää ja tarjontaa tulisi matkailutoimialan piirissä ohjata tätä oikeutta tukien.²⁷⁴

Siinä missä matkamuihosto on vieras alkuperäiskulttuurille ja ilmaus toisenlaisesta kult-

272 Lehtola 2006, 64. "Kosintaan" on vastattu kieltävästi osin myös sen vuoksi, että he tuovat maahan ja myyvät myös saamen kielistä kirjallisuutta, jolloin asiakkaat ovat ensisijaisesti kouluja, kirjastoja ja muita laitoksia, lisäksi he myyvät myös materiaaleja.

273 Saarinen 1999, 87-88.

274 Saarinen 1999, 88.

tuurista kuin mitä Lapin matkamuistot useimmiten representoivat, matkamuisto näyttää olevan vieras myös muotoilijoille. Kokevatko ammattimaisesti toimivat muotoilijat ja käsityömuotoilijat matkamuiston olevan ilmaus toisenlaisesta kulttuurista kuin mitä muotoilun piiriin on totuttu ajatella kuuluvan?

Haastateltujen kohdalla muotoiluosaamisen ja omaehtoisen suunnittelun, joiden vastakohtaksi voidaan tässä yhteydessä ajatella kulttuurista koodistoa toistavan lapintavara-tuotannon, sekä omaleimaisen ja ajanhenkisen muotokielen lisäksi selvän eron tyypilliseen matkamuistotuotantoon tekee se, että haastateltujen tuotteiden kohdalla tavaran luonteen muuttumista ei tapahdu vastaavalla tavalla kuin matkamuistotuotannossa. Käyttötavara ei ole muuttunut näyttötavaraksi. Käyttötavara on ensisijaisesti käyttötavaraa, vaikka kaikkien haastateltujen tuotteisiin voi sanoa kuuluvan myös "näyttöön" liittyvän piirteitä.

Esimerkiksi Taikatunturin hattuja ei valita ainoastaan niiden funktionaalisuuden, hinnan tms. perusteella, vaan ennen kaikkea niiden muotoilun perusteella. Toki Taikatunturin hatuilla on näyttöarvoa, mutta niitä kuitenkin voi sanoa "näyttötavaraksi", eikä niiden toiminnallinen merkitys ole muuttunut kuten lapintavaroissa usein on tapana.

Myös Seija Ranttilan tuotteissa näyttöarvo on merkittävä osa tuotteita. Kulttuurin esiintuominen - näyttäminen - tuotteissa on jo näyttöä sinänsä. Jos tuotteen käyttäjä, esimerkiksi takin kantaja, kokee tuotteen "tunnustuksena", sillä on lähtökohtaisesti voimakas näyttöarvo. Näyttöarvon voi myös ajatella liittyvän tuotteen muuhun statukseen: Säгат-uniikkituotteita voi sanoa hinnaltaan arvokkaiksi, joka osaltaan luo näyttöarvoa. Myöskään tässä tapauksessa tuotteiden toiminnallinen luonne ei kuitenkaan ole muuttunut ja muuttanut sitä "näyttötavaraksi".

Käsityötuotanto on pohjoisessa matkailun hallitsemilla markkinoilla keskeinen kulttuurin tuotteistamisen muoto. Jotta kulttuurin tuotteistamisen voisi nähdä kestäväenä, sen tulisi ottaa huomioon paikalliset ihmiset, jotta voidaan puhua kulttuuriselta ja sosiaaliselta kannalta vastuullisesta liiketoiminnasta. Perinteen, ja perinteen tuotteistamisen, pitäisi olla sen kulttuurin edustajien omistuksessa, mitä tuotteistetaan. Paikallisuuden ja aitouden muokkaaminen matkailussa täytyy Porsangerin mukaan vain hyväksyä, mutta kysymys on siitä kenen ehdoilla ja millä ehdoilla se tapahtuu.²⁷⁵ Myös Saarinen kysyy, kuka ja kenen ehdoilla paikallisuutta ja saamelaisuutta Lapin matkailun yhteydessä tuottaa ja markkinoi ja kenellä on valta määrittää, mikä on eettisesti hyväksyttävää ja kestävää paikallisuuden tuottamista, ja miten tasaisesti matkailusta koituvat hyödyt ja haitat lo-

275 Porsanger 2007, 6.

pulta jakautuvat.²⁷⁶

Kulttuurisesti kestävä tuoteistamisen periaatteisiin kuuluu ensinnäkin se, että alueesta tai ihmisryhmästä luodun kokonaiskuvan eli imagon tulee olla yhtenäinen ja sopusoinnussa todellisen elämän kanssa. Toisekseen yksityisyyttä tulee kunnioittaa niin yksilöllisellä kuin yhteisölliselläkin tasolla ja kolmanneksi taloudellisen hyödyn tulee ohjautua sille tai niille, joiden henkistä ja aineellista pääomaa hyödynnetään.²⁷⁷

Taloudellisen hyödyn ohjautumisesta niille, joiden henkistä tai aineellista pääomaa hyödynnetään, on olemassa Unescon suositus vuodelta 1989²⁷⁸. Maailman henkisen omaisuuden järjestön WIPO:n osana toimii komitea, joka toimii erityisesti tekijänoikeuksien, perinteisen tiedon ja kansanperinteen alalla.²⁷⁹ Merkittävin kansainvälinen alkuperäisväestöä koskeva asiakirja on Kansainvälisen työjärjestön ILO:n alkuperäis- ja heimokansoja koskeva sopimus²⁸⁰. Sopimuksessa kehoitetaan mm. tunnustamaan käsityöammatit tärkeäksi tekijäksi alkuperäiskansojen kulttuurin ylläpitämisessä ja niiden taloudellisessa riippumattomuudessa ja kehityksessä.²⁸¹

WIPO:n komitean mukaan perinteisten kulttuuristen ilmausten ja kansanperinteen suojelun tulisi tähdätä mm. seuraaviin asioihin: *On estettävä perinteisten kulttuuristen ilmausten ja kansanperinteen väärinkäyttö. Alkuperäiskansoille ja muille kulttuuriryhmille on taattava lailliset ja käytännön keinot estää väärinkäytökset. On valtaistettava nämä ryhmät tavalla, joka on tasapainoinen, oikeudenmukainen ja tehokas ja valtuuttaa heidät itse käyttämään oikeuksiaan ja toimivaltaansa omaan kulttuuriperintöönsä nähden. On edistettävä yhteisöjen kehitystä ja laillisia kaupankäynnin keinoja. Perinteisiä kulttuurisia ilmauksia ja kansanperinnettä voidaan käyttää voimavarana markkinointimahdollisuuksien kehittyessä ja laajentuessa perinteeseen pohjautuville tuotteille ja innovaatioille. On suljettava pois sellaisten tekijänoikeuksien myöntäminen, harjoittaminen ja toimeenpano, joissa luvatta käytetään perinteisiä kulttuurisia ilmauksia tai niiden johdannaisia.*²⁸²

Kansanperinteen kaupallistaminen eli kulttuurin tuotteistaminen tapahtuu usein ottamatta huomioon sen synnyttämän yhteisön taloudellisia ja sosiaalisia näkökohtia, jolloin

276 Saarinen 1999, 89; ks. myös Wilenius 2004, 112-114.

277 Porsanger 2007, 6.

278 Ks. esim. Aikio 1999, 61; Aikio & Aikio 1993, 99-100.

279 Koivunen & Marsio 2006, 58.

280 Pääkkönen 1999, 34; ks. myös Aikio 1999, 61.

281 Lehtola 2006, 55.

282 Koivunen & Marsio 2006, 58. Ks. myös kulttuurisia oikeuksia koskevat keskeiset sopimukset s. 35-36.

kyse on väärinkäytöstä tai vääristämisestä. Kansanperinteen suojaamisesta on säädetty lakeja 1960-luvulta lähtien yli kolmessakymmenessä maassa, mutta nykyiset tekijänoikeuden yleissopimukset eivät sisällä velvoitetta kansanperinteen ilmausten suojeluun. Ongelmana on tekijänoikeuden keskittyminen tekijään - länsimaaisessa tekijänoikeuslaissa lähtökohtana on *teko, tekijä ja teos*. Vaikka esimerkiksi WIPO esittääkin, että on suljettava pois sellaisten tekijänoikeuksien myöntäminen, harjoittaminen ja toimeenpano, joissa luvatta käytetään perinteisiä kulttuurisia ilmauksia tai niiden johdannaisia, konkreettisten kansojen tarkastelu tekijänoikeuksien haltijoina ei ole ongelmattonta. Kansanperinne on pitkän ajan kuluessa syntyneen työn tulos, joten yksittäistä tekijää ei ole enää mahdollista identifioida.²⁸³ Tarja Porsangerin mukaan ajatus alkuperäiskansojen perinteen suojelemisesta on saanut huomiota, mutta käytännön toteutukseen on vielä matkaa.²⁸⁴

6. TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Viimeisten vuosien aikana noussut keskustelu luovista aloista ja kulttuuriyrittäjyydestä on luonut pohjaa myös käsityömuotoiluyrittäjyyttä koskevalle keskustelulle. Keskustelu luovista aloista on nostanut kulttuuriosaamisen ja yksilölliseen luovuuteen, taitoon ja lahjakkuuteen pohjautuvat alat osaksi sellaista talouskeskustelua, jossa kulttuurin ja yrittäjyyden yhteensovittamista ei enää nähdä toisistaan irrallisina tai jopa vastakkaisina asioina.

Käsityöyrittäjyyttä koskevassa diskurssissa käsityö liitetään usein taidon ja perinteen ylläpitämiseen ja säilyttämiseen, maaseudun asuttuna pitämiseen sen sisältämien sivuelinkeinomahdollisuuksien vuoksi tai käsityön sosiokulttuurisiin merkityksiin. Näiden yhteys käsityöyrittäjyyteen on toki kiistaton, mutta tämän tyyppinen diskurssi yksipuolistaa käsityöyrittäjyydestä syntyviä mielikuvia ja ohjaa niitä siihen suuntaan, että käsityömuotoilijoiden on usein vaikea identifioitua niihin.

Luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä koskeva diskurssi sen sijaan näyttäisi sijoittuvan lähemmäksi sitä, miten käsityömuotoilijat ja käsityömuotoiluyrittäjät itsensä identifioivat. Vaikka itseidentifikaatio ja käsityöyritysten rooli osana luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä ei sinänsä kuulunut haastatteluissa käsiteltyihin aiheisiin, haastatteluaineistojen pohjalta käsityömuotoiluyrittäjistä muodostuva kuva on kuitenkin sellainen, että heidän voi selkeästi todeta kuuluvan luovien alojen kulttuuriyrittäjiin.

283 Koivunen 2006, 57-58.

284 Porsanger 2007, 7.

Kulttuuriyrittäjyys-diskurssissa luova ja kulttuurisesti arvokas työ ja suunnitelmallinen liiketoiminta nähdään mahdollisina sovittaa yhteen. Tämä luo pohjaa kehittää yritystoimintaa ilman, että sen taustalla olevat arvot kärsivät. Käsityöyritysten toimintaa katsotaan ohjaavan vankan arvopohjan, joka tuli selkeästi esiin myös tässä tutkimuksessa haastateltujen käsityömuotoiluyrittäjien osalta. Usein arvopohjan ja kulttuuristen merkitysten painottamisen katsotaan olevan ristiriidassa yritystoiminnan taloudellisen tavoitteellisuuden kanssa, mitä tämä tutkimus ei vahvistanut. Sen sijaan haastatteluaineiston perusteella voi todeta yritystoiminnan kehittämisen olevan mahdollista ilman, että sen taustalla olevat arvot kärsivät, tai niistä olisi luovuttava.

Luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä koskevissa määrittelyissä käsityö lähes poikkeuksetta mainitaan, mutta luovien alojen ja kulttuuriyrittäjyyden diskursseista käsityö lähes yhtä poikkeuksetta näyttää puuttuvan. Käsityömuotoiluyrittäjyyttä koskevan keskustelun liittäminen nykyistä tiiviimmin luovia aloja ja kulttuuriyrittäjyyttä koskevaan keskusteluun avaisikin uusia mahdollisuuksia käsityömuotoiluyrittäjyyden ja siihen liitettävien mielikuvien kehittämiseksi. Sitä kautta käsityömuotoilu-diskurssi kytkeytyisi ammattimaisempaan ja käsityömuotoilijoiden identiteettiä tukevaan sekä ajankohtaiseen keskusteluun. Ajankohtaiseen keskusteluun kytkeytyminen edesauttaisi toimialasta syntyvien mielikuvien oikeellisuutta. Ajankohtaisen keskustelun kautta käsityömuotoilu näyttäytyisi ensisijaisesti vahvasti tässä ajassa elävänä toimialana, eikä menneisyyteen katsovan perinteen ylläpitona.

Alan diskurssin kytkeytyminen ajankohtaiseen luovien alojen keskusteluun voisi auttaa myös nuorien yrittäjien identifioitumista, ja jopa lisätä alan yrittäjyyden kiinnostavuutta ja varteenotettavuutta alan opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden joukossa. Tällä hetkellä Lapissa alan opiskelijat ja nuoret yrittäjät kokevat, että heidän on vaikea löytää paikkaansa alalla vallitsevassa yrittäjäkulttuurissa²⁸⁵.

Käsityöyrittäjyyteen liittyvää luovuutta ja taiteellisuutta ei useinkaan uskalleta tuoda esiin uskottavuuden menettämisen pelossa. Myös muut käsityöyrittäjyyden taustalla vaikuttavat arvot kuten kutsumus, aatteellinen pohja, ammattiyhteisyys ja itsenäinen luonne, ovat myös asioita, joista nykyään ei juurikaan puhuta. Luovuus ja taiteellisuus ovat kuitenkin luovien alojen yrittäjyyden edellytyksiä, jolloin luovuudesta, taiteellisuudesta ja arvopohjasta olisi edellytykset keskustella. Nyt ne jäävät jonkinlaiseksi hämäräksi alueeksi, jonka olemassaolo tiedetään, mutta josta puhumista vältetään tai joka halutaan jopa kieltää.

285 Ks. Moona 2007, 9.

Kutsumus, aatteellinen pohja, ammattiylpeys ja itsenäinen luonne puolestaan liittyvät vahvasti elämäntyyliyritykseen. Käsityöyritystä ja elämäntyyliyritystä yhdistää mm. se, että yritys on pikemminkin keino rakentaa elämäänsä haluamallaan tavalla kuin itseisarvo. Sekä käsityöyrityksillä että elämäntyyliyrityksillä on tarve hallita suurempaa osaa työkokonaisuudestaan ja kutsumuksenomainen suhtautuminen työhönsä. Niitä yhdistää myös se, ettei niistä kumpikaan ole erityisen pääomavaltaita sekä korostunut vapauden arvostus, joka näkyy esimerkiksi kasvun kiertäessä johtavan suuren velkaraahan välttämisenä. Sekä käsityöyritykset että elämäntyyliyritykset ovat yrityksensä henkilöityviä yrityksiä.

Elämän kokonaisuuden hallinta on suoranaisesti elämäntyyliyrityksiä määrittelevä piirre. Se on usein hyvin keskeistä myös käsityöyrityksissä, vaikka käsityöyrityksiä ei elämän kokonaisuuden hallinnan kautta määritelläkään. Elämäntyyliyrityksestä puhuttaessa on muistettava, että vaikka myös yrityksen taloudelliset tavoitteet asetetaan oman elämän ja työn tavoitteiden mukaan, niin elämäntyyliyritys on ammattimaista liiketoimintaa.

Myös elämäntyyliyritys tarjoaa käsitteitä puhua käsityöyrityksestä sen ominaispiirteet ja arvopohjan huomioon ottavalla tavalla. Käsityöyritysten erityispiirteet tunnustetaan yleisesti ja niitä korostetaan niin yleisellä tasolla käytävässä keskustelussa kuin käsityöyritystä koskevissa tutkimuksissa ja kehittämissuhteissa, mutta samalla ihannemalliksi asetetaan teollisen yrityksen malli. Osittain tämä ristiriita selittyy sillä, ettei oikein ole tuntunut olevan käsitteitä ja kieltä, miten erityisluonteen huomioon ottavaa diskurssia olisi käytävissä.

Yhdessä sekä elämäntyyli- että kulttuuriyritystä ja luovia aloja koskevien diskursusten liittämisen tiiviimmin käsityöyritystä koskevaan diskurssiin voi nähdä olevan avainasemassa siihen, että alaa uskallettaisiin katsoa ja siitä uskallettaisiin puhua sen omilla ehdoilla ja erityispiirteillä kunnioittaen.

Käsityöyritykset joutuvat lähes poikkeuksetta kohtaamaan pienuuden ongelman, joka heijastuu heidän toiminnassaan monenlaisina ongelmina. Käsityöyrityksellä on useimmiten yksinyrittäjä, jolloin kuormasta saattaa tulla liian raskas. Tämä saattaa johtaa jopa mikroyritysten keskuudessa kaikkein pienimpiin yrityksiin lukeutuvien käsityöyritysten kaatumiseen "omaan mahdottomuuteensa".

Kaikki haastatellut yritykset ovat mikroyrityksiä ja niistä ainoastaan Arcticchrome työl-

listää myös muita kuin yrittäjän itsensä. Taikatunturissa yrittäjiä on kaksi, ja yritys työllistää heidät molemmat. Lovi Oy ja Tmi Seija Ranttila puolestaan ovat yhden hengen yrityksiä. Yksinyrittäjyys on kaikkein haavoittuvaisin yrittäjyyden muoto, ja sen yhdistyessä naisyrittäjyyteen haavoittuvuus kasvaa entisestään.

Kaikkien haastateltujen voi sanoa suhtautuvan tulevaisuuteen positiivisesti ja luottavaisesti sekä olevan kasvuhakuisia. Kasvuhakuisuuden tosin voi sanoa olevan eri yrityksissä hyvin eri asteista. Arctichromen hakiessa voimakasta kasvua Taikatunturin voi ajatella enemmänkin hakevan kasvua, joka takaa yrityksen vakaan aseman.

Positiivisen ja luottavaisen suhteen tulevaisuuteen sekä ammattimaisen liiketoiminnan voi nähdä perustuvan pitkälti siihen, ettei olla yksinyrittäjiä. Haastatelluista edes yksinyrittäjät Anne Paso ja Seija Ranttila eivät ole todellisia yksinyrittäjiä, sillä heidän molempien kaupallisella alalla työskentelevät puoliset osallistuvat yrityksen toimintaan. He molemmat korostavat puolisoidensa tuella ja asiantuntemuksella olevan suuren merkityksen. Nina Hirvonen ja Onneli Halonen puolestaan korostavat "kaksinyrittäjyyden" positiivisia vaikutuksia aiempaan yksinyrittämiseensä verrattuna.

Puolisoiden osallistumisessa yritysten toimintaan on perheyrietyksen piirteitä, vaikka puoliset eivät työskentelekään yrityksissä päätoimisesti. Haastateltujen kohdalla puolisojen rooli "perheyrietyksissä" on ennen kaikkea tieto-aidon täydentäminen. He eivät ole tuotannollinen työvoimaresurssi, kuten usein perinteisessä perheyrietyksissä.

Puolisoiden osallistumisella, yhdessä yrittämisellä tai Arctichromen toimintamallilla pystytään ratkaisemaan tai ainakin lieventämään yrityksen pienuudesta johtuvia monitahtoisia ongelmia. Lisäksi ei-yksinyrittäjänä toimiminen näyttäisi epäilemättä olevan merkittävin yrittäjän jaksamista ja omaan yrittäjyyteen uskoa luova tekijä.

Pohjoista toimintaympäristöä käsiteltäessä keskeiseksi teemaksi nousi verkostojen puute. Se esiintyi ennen kaikkea tuotannollisesta näkökulmasta. Myöskään jälleenmyynnin osalta haastatelluille yrityksille ei ole kehittynyt verkostoja pohjoiseen, eikä pohjoisessa juurikaan nähdä olevan potentiaalisia jälleenmyyjiä niin, että kontakteja pyrittäisiinkään kehittämään. Haastatellut yritykset ovat Taikatunturia lukuun ottamatta melko riippuvaisia Etelä-Suomessa sijaitsevista jälleenmyyjistään.

Erilaisten verkostojen syntyminen olisikin ensiarvoisen tärkeää pohjoisen käsityömuotoilun kehittymisen kannalta. Verkostoja kaivataan eri tarkoituksiin: tuotantoon, myyntiin ja markkinointiin. Verkostot olisivat merkittäviä myös muulla tavoin pienuuden on-

gelman poistamiseksi ja vertaistuen lisääntymiseksi. Myös sitoutumisasteeltaan erilaisia verkostoja tarvitaan. Vertaistukea tarjoavat verkostot voivat toimia melko löyhästikin, kun taas myyntiin ja markkinointiin keskittyvät verkostot edellyttävät voimakasta sitoutumista.

Pienuuden ongelmaa olisi pyrittävä poistamaan perinteisten verkostojen lisäksi etsimällä uusia pienuuden ongelmaa lieventäviä yhteistyön muotoja. Tällaiset pienuuden ongelmaa helpottavat yhteistyömallit ovat usein hyvin konkreettisia yhteistyön muotoja, jolloin toiminta lähtee yrittäjien omista tarpeista ja perustuu heidän omaan aktiivisuuteensa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö pienuuden ongelmaa poistavia yhteistyömuotoja voisi edesauttaa ja tukea.

Pohjoisen henkinen ympäristö - ilmapiiri - näyttäytyi haastateltujen kohdalla käsitellyistä teemoista ehkä kaikkein heterogeenisimpana. Sen merkitys ja kokemukset näyttäytyivät eri yrittäjien kohdalla hyvin eri tavoin: Anne Pasolle se ilmeni alkuaikoina vähätellynä, nyttemmin pikemminkin vapautena, Seija Ranttilalle se ilmeni syrjäytymisen ja oman aktiivisuuden laskemisen pelkona ja Taikatunturin Nina Hirvoselle ja Onneli Haloselle lähinnä vapautena. Myös henkiseen ilmapiiriin liittyy verkostot ja tässä yhteydessä niiden merkitys on lähinnä vertaistuessa.

Vaikka muut haastatellut eivät olleetkaan kokeneet vastaavaa vähättelyä kuten Anne Paso, kenenkään kodalla ei kuitenkaan tullut ilmi, että pohjoisessa vallitsevaa ilmapiiriä pidettäisiin mitenkään innostavana tai kannustavana. Tämän voi tulkita liittyvän ainakin osittain siihen, ettei alaa olla valmiita näkemään sen omista lähtökohdista, vaan ala pyritään asettamaan toisenlaisen yritystoiminnan normistoon. Tämän puolestaan voi katsoa olevan yleisen valtakunnallisen ilmiön eikä mitenkään erityisesti kulminoituvan ainoastaan pohjoiseen. Sen sijaan alaa kehittävien organisaatioiden puuttuminen näyttää osaltaan olevan syynä siihen, ettei ilmapiiriä koeta innostavaksi eikä kannustavaksi.

Kokemukset pohjoisesta elinympäristönä näyttäytyivät puolestaan hyvin homogeenisina. Pohjoinen elinympäristönä kulminoitui hyvin selvästi kahteen pääteemaan: henkiseen ja fyysiseen tilaan ja vapauteen sekä luonnon merkitykseen. Luonnon läsnäolon merkitys oman hyvinvoinnin rakentajana esiintyi hyvin samanlaisena haastateltujen puheissa. Anne Paso, Nina Hirvonen ja Onneli Halonen puhuivat hyvin toistensa kaltaisesti kokevansa pohjoisen tarjoavan heille henkinen ja fyysistä tila ja vapautta, mikä näytti edustavan heille myös tärkeää osaa omasta hyvinvoinnistaan. Seija Ranttilalle pohjoinen elinympäristönä näyttäytyi jonkinlaisena turvallisena ja osin nostalgisena "tavoitetilana", joka ei kuitenkaan näyttäytyä realistisena mahdollisena elinympäristönä

sen ollessa ristiriidassa työn vaatimusten kanssa.

Henkinen tila ja vapaus näyttäytyivät vapautena omassa yritystoiminnassa. Myös työhön ja yrittäjyyteen liittyviä ratkaisuja näytettäisiin tehtävän itsenäisemmin ja riippumattomammin, kun voi olla vapaammin välittämättä siitä mitä muut tekee. Tila ja vapaus näyttäisivät mahdollistavan asioiden tekemisen enemmän "itsensä näköisesti".

Suhde saamelaiskulttuuriin on Seija Ranttilalle hyvin henkilökohtaista, kun taas muille sen merkitys oli luonnollisesti merkityksettömämpi. Saamelaiskulttuuri on keskeinen Ranttilan työskentelyn innoituksen lähde, hänen koko nykyisen työskentelynsä voi sanoa perustuvan saamelaiskulttuuriin. Ranttila käsittelee saamelaiskulttuuriin perustuvia tekstejä modernilla tavalla, ja ottaa näin samalla kantaa sekä alkuperäiskulttuurin oikeuteen kehittyä ja modernisoitua että siihen, minkälaisia mielikuvia saamelaiskulttuurista luodaan ja ennen kaikkea - kuten Ranttila itse asian ilmaisee - minkälaista kuvaa saamelaiset itse haluavat itsestään luoda.

Vaikka Ranttila tiedostaakin kulttuurin modernisoinnin arkaluontoisuuden eteenkin kulttuurin tuotteistamisen ja kaupallistamisen yhteydessä, hän kuitenkin korostaa kulttuurin kehittymistä ja sitä, että aitouden vartiointi johtaa kehityksen pysäyttämiseen, elävän kulttuurin museointiin. Ranttilan kohdalla kulttuurin tuotteistaminen ja kaupallistaminen eivät näyttäydy ongelmallisina, mikä johtuu Ranttilan saamelaisuudesta, kulttuuriin kuulumisesta. Hänen kohdallaan ei ole ristiriitaa kansainvälisten sopimusten ja suositusten - kuten ILO:n sopimus tai Unescon ja WIPO:n suositukset - kanssa.

Muille haastatelluille suhde saamelaiskulttuuriin on jonkinlaista "kulttuurista sivistystä" - henkilökohtaista kulttuurin kunnioitusta, joka ilmenee haluna pysytellä saamelaistematiikan ulkopuolella. Tietoinen pysyttely tematiikan ulkopuolella näyttäisi tukevan uskottavuutta muotoilijoina - lapintavaratuotannon nähtäisiin syövä uskottavuuden sekä muotoilijana että käsityömuotoiluyrityksenä.

Nina Hirvonen ja Onneli Halonen koulutettuina saamenkäsityöläisinä ovat toki joutuneet pohtimaan suhdettaan saamenkäsityöiden tekemiseen. Siitä huolimatta, että heillä molemmilla on alan koulutus, he ovat halunneet ja päättäneet pitäytyä saamelaistematiikan ulkopuolella. Ulkopuolelle asettumisestaan huolimatta suhde saamelaiskulttuuriin ei näytä olevan heille kuitenkaan ristiriidaton. Samalla kun he korostavat arvostavansa saamelaiskulttuuria, heidän keskeinen sijaintinsa saamelaisalueella johtaa jatkuvaan varuillaanoloon. Täysin ulkopuolelle asettuminen ei siis näytä olevan mahdollista, vaikka he pyrkisivätkin siihen.

Haastateltujen suhde matkailuun ja matkamuiistoihin näyttäytyy hieman ambivalenttina. Samalla kun matkailussa nähdään olevan tiettyä potentiaalia, sitä pikemminkin karteetaan kuin että siihen suhtauduttaisiin varteenotettavana markkinasegmenttinä. Matkailu-toimialan tuottamat yksipuoliset mielikuvat sekä se, että matkamuiistot koetaan muotoi-lualalle vieraina näyttäisivät johtavan tietosiin erontekoihin matkailutoimialaan nähden ja siihen, että käsityömuotoiluyrityksissä haetaan eroa ja välimatkaa matkamuiistotuotantoon ja -myyntiin.

Käsityömuotoiluyritykset näyttäisivät sijaitsevan jonkinlaisessa välitilassa, harmaalla alueella. Yhtä kaukana, tai yhtä lähellä, koetaan olevan pääkaupunkikeskeisen alan jälleenmyyjät ja muut yhteistyökumppanit "keskialueella" eli lähinnä Helsingissä, kuin omalla maantieteellisellä lähialueella toimivat matkailuelinkeinon kontaktit. "Kotiken-tällä" markkinoiden ollessa vahvasti matkailun määrittämät, ei tunnu löytyvän sijaa ei-lapintavaraan lukeutuvalla käsityömuotoilulle, ja samalla omalle yritykselle soveltuvia markkinoita katsotaan hyvin syrjästä ja kaukaa - marginaalista, ei sentään periferiasta Lepistön termejä käyttäen.

Korkealaatuiselle käsityömuotoilulle ei näytä käytännössä olevan sijaa pohjoisen matkailun määrittämällä markkinoilla. Tämä näyttäytyy melko ristiriitaisena sen kanssa, kuinka paljon muotoilua ja korkeaa laatua korostetaan, ja on korostettu jo pitkään, pohjoista käsityöyrittäjyyttä käsittelevissä diskursseissa. Mielenkiintoista oli havaita kuinka samanlaisena tilanne näyttäytyy sekä käsityömuotoilun että aidon saamenkäsityön näkökulmasta. Myöskään aidolle saamenkäsityölle ei koeta löytyvän tilaa lapintavaran hallitsemilla markkinoilla.

Haastatteluaineiston valossa merkittävimmäksi vetäväksi tai työntäväksi tekijäksi voi sanoa verkostojen puutetta. Muita vetäviä ja työntäviä tekijöitä ovat syrjäytymisen pelko, logistiset ongelmat sekä kasvuhakuisuuden ja tuotannollisuuden ohjaaman yritystoi-minnan ihannemallin vaatimusten asettamisesta johtuvat henkisen ympäristön ongelmat. Kontaktit "portinvartijoihin" jäävät pohjoisessa hyvin vähäisiksi, jonka voi katsoa olevan jonkinasteinen työntävä tekijä.

Pohjoisessa pitävinä tai pohjoiseen vetävinä tekijöinä puolestaan tulivat esiin elämänlaatuun ja elinympäristöön liittyvät tekijät, etenkin luonnon, mutta myös juurien merki-tys korostui. Arctichromen osalta merkittävimpanä pitävänä tekijänä Huhmo korosti yri-tyksen henkilöstön merkitystä ja sitä, että Torniossa on teräksen käsittelyn osaajia.

Eri asiat painottuvat yrittäjyyden eri vaiheissa, kuten myös eri elämänvaiheissa ja -tilanteissa. Tällöin vetävät ja työntävät tekijät voivat olla hyvin muuttuvia. Alkavana yrittäjänä Anne Paso koki saaneensa osakseen vähättelyä, jonka kaltainen suhtautuminen olisi todennäköisesti melko vähämerkityksistä nyt, kun hänelle on kertynyt kokemusta ja hänen voi sanoa saavuttaneen jonkinasteista menestystä, minkä myötä on kertynyt itseluottamusta.

Internet mahdollistaa toimimisen syrjässä, silti paikkasidonnaisuuden merkityksen ei uskota häviävän. Todellinen ja riittävä paikan merkityksen väheneminen vaatii sekä selaista pääomaa että muita resursseja, joita tällä alalla ei useinkaan ole.

Jos haastellut sijoitetaan keskusta, marginaali ja periferia -malliin, kaikkien haastateltujen voi sanoa sijaitsevan marginaalissa. Siinä missä taidemaailman arvoja uudistavat ja entisistä poikkeavia asemia luovat taiteilijat tulevat marginaalista, myös muotoilumaailman arvojen ja asetelmien uudistajien ja muokkaajien voi olettaa tulevan marginaalista. Marginaalissa keskusalueen arvot ovat riittävän lähellä. Niitä kyetään lukemaan, mutta ne mahdollistavat kriittisen etäisyyden ja opposition muodostamisen.

Marginaalissa sijaitsevat muotoilijat voivat olla potentiaalisia keskialueelle siirtyjiä - sinne missä sijaitsevat valtakunnallisesti ja kansainvälisesti meritoituneet muotoilijat. Marginaalissa olevilla on riittävät ammatilliset edellytykset siihen, mutta myös sijainti marginaalissa joko "henkisesti" tai maantieteellisesti voidaan jossain tapauksessa nähdä etuna. Pohjoisuus voi näyttäytyä sellaisena eksoottisena tai muutoin kiinnostavana elementtinä, että se voi edesauttaa keskialueen hyväksyntää. Keskialueen kyllääntyessä itsestään, se aika ajoin tarvitsee "uutta verta" ja hyväksyy ja nostaa marginaalista tulevan taiteilijan tai muotoilijan keskiöön.

Haastatteluaineisto mursi myös käsityöyrittäjyyteen yleisesti liitettyjä stereotyyppioita. Tämän aineiston valossa yleisen käsityksen siitä, että käsityöyrittäjä kokisi itsensä ensisijaisesti käsityöläiseksi, jolle yrittäjyys on vain "välttämätön paha", eikä hän näin ollen olisi sitoutunut yrittäjyyteen ja yrityksensä kehittämiseen, ei voi katsoa saaneen vahvistusta. Myös Marianne Kangas toteaa oman tutkimuksensa käsityöyrittäjien identiteetistä murtaneen käsityksiä siitä, ettei käsityöyrittäjä olisi sitoutunut yrittäjyyteen. Tässä tutkimuksessa haastatellut käsityömuotoiluyrittäjät näyttävät vastoin yleistä stereotypiaa olevan hyvin sitoutuneita kaksitahoiseen identiteettiin, jota määrittävät yhtäältä suunnittelijan ja käsityöläisen rooli, ja toisaalta yrittäjän rooli. Veli-Pekka Huhmon rooli yrityksen

toimitusjohtajana toki poikkeaa tästä suunnittelija/käsityöläinen sekä yrittäjä -kaksois-identiteetistä.

Lisäksi tutkimus mursi käsityksiä käsityöyritysten homogeenisuudesta. Arkikeskustelussa käsityöyrityksiä pyritään usein "niputtamaan" ikään kuin ne olisi pantavissa samaan muottiin. Käsityöyrityksiä koskeva keskustelu on varsin sävytöntä ja siitä on kuultavissa se, että luullaan tiedettävän millaisia käsityöyritykset ovat. Tällaisessa keskustelussa unohtuvat vivahteet ja variaatiot. Alan todellinen moninainen luonne hämärtyy tai unohtuu. Todellisuudessa käsityöyritysten kirjo on hyvin laaja ja muuttujia määrittää niin materiaalit ja työtavat, yritysten koko, liikevaihto ja toimintamallit kuin toiminnan tarkoitusperätkin. Ei ole mitään erityistä tekijää, joka tekisi käsityöyrityksistä sen homogeenisemmän ryhmän kuin muidenkaan alojen yritykset useimmiten ovat.

Olin rajannut tutkimukseni kohderyhmäksi näennäisesti homogeenisen ryhmän. Kaikki haastatellut yritykset olivat pohjoisia käsityömuotoilualan yrityksiä, joiden toimintaa ohjaavat korkeat laadulliset tavoitteet, ja jotka kaikki toimivat perinteisten pohjoisen matkamuistomarkkinoiden ulkopuolella. Tästä näennäisestä homogeenisyydestä huolimatta käsityöyritysten heterogeenisyys tulee hyvin esiin haastateltujen yritysten kautta. Yritysten keskinäiset erot avautuivat ja selkiintyivät itsellenikin vasta tutkimuksen edetessä. Sen lisäksi, että yritykset erosivat toisistaan merkittävästi sekä kooltaan, tuotteiltaan että toimintavoiltaan, kaikkien kohdalla on myös piirteitä, joiden voi sanoa erottavan ne "tyypillisistä" käsityömuotoiluyrityksistä.

Esimerkkeinä "tyypillisestä" erottavista tekijöistä voi mainita seuraavat piirteet: Arc-tichrome on yrityksistä pisimpään toiminut, sen henkilöstö on haastatelluista yrityksistä suurin ja mitä todennäköisimmin myös sen liikevaihto suurin. Arc-tichromen taustalla on jo pitkään ollut pääomasijoittaja, jota ei voi pitää mitenkään tyypillisenä käsityömuotoiluyritykselle. Lovi Oy puolestaan on tehnyt käsityömuotoiluyritykseksi poikkeuksellisen mittavan sijoituksen immateriaalioikeuksiin patentoidessaan tuotteidensa rakenteen. Seija Ranttilan yrityksen taustalla on hyvin voimakkaasti alkuperäiskulttuuri ja ajatus sen esiintuomisesta uudella, modernimmalla tavalla. Taikatunturin voi nähdä olevan haastatelluista yrityksistä ehkä lähimpänä "tyypillistä" käsityöyritystä. Sen tekee kuitenkin tyypillisistä poikkeavaksi ei ainoastaan se, että muuttoliike on suuntautunut tavallisesta poiketen, vaan myös se, että he ovat hyvin rohkeasti perustaneet yrityksen hyvin pienelle paikkakunnalle, jossa uusia yrityksiä syntyy vähän ja tuskin lainkaan muilta paikkakunnilta tulleiden toimesta.

Kaikkien haastateltujen yritysten kohdalla on piirteitä, joiden voi sanoa erottavan ne

"tyypillisistä" käsityömuotoiluyrityksistä, mikä herättää omalta osaltaan kysymyksen tutkimuksen luotettavuudesta. Kuinka hyvin haastatellut edustavat tutkimuksen kohderyhmää, ja kuinka yleistettävissä tutkimustulokset ovat? Missä määrin tässä tutkimuksessa haastatteluaineiston pohjalta esitetyt johtopäätökset kuvaavat alan tilannetta Lapissa?

Tapaus- eli casetutkimuksen ollessa kyseessä tutkimuksen tarkoituksena on tutkia intensiivisesti tiettyä kohdetta, tässä tapauksessa käsityömuotoiluyrittäjyyttä, ja sen ajankohdaista asemaa ja tilannetta sekä siihen sisäisesti ja ulkoisesti vaikuttavia tekijöitä. Koska tarkasti rajatusta kohderyhmästä pyritään muodostamaan kokonaisvaltainen, seikkaperäinen ja tarkka kuvaus, se on väistämättä aina tilannesidonnainen. Tämä tarkoittaa sitä, ettei tapaustutkimuksen keinoin ole tarkoituksena tuottaa tietoa joka olisi sinällään ja suoraviivaisesti yleistettävissä, vaan tutkimus on luonteeltaan suuntaviivoja antavaa.

Tapaustutkimus on jossain määrin sukua mikrohistorialliselle lähestymistavalle. Mikrohistoria perustuu ajatukselle, että tutkimalla yksittäistä asiaa, ilmiötä tai vaikka henkilöä yksityiskohtaisesti, saavutetaan myös yleisellä tasolla oleellista, pätevää ja ilmiötä kuvaavaa tietoa. Mikrohistoriassa puhutaankin "poikkeuksellisista normaaleista" ja "normaaleista poikkeuksista".

Lovi Oy:n, Taikatunturin, Tmi Seija Rattilan ja Arctichromen voi katsoa hyvin edustavan poikkeuksellisia normaaleja, ja/tai normaaleja poikkeuksia. Tutkimuksessa käsitellään heidän osin hyvinkin subjektiivisia kokemuksia paikoitellen hyvinkin yksityiskohtaisesti. Subjektiivisuudesta ja yksityiskohtaisuudestaan huolimatta näen tutkimuksen tuottaneen sellaista tietoa, joka on tietyin edellytyksin yleistettävissä, ja joka ennen kaikkea lisää aiheeseen liittyvää tietoa ja ymmärtämistä - ja itseymmärtämistä.

Yksilön kokemuksen esiintuomiseen ja ymmärtämiseen tapaustutkimus näyttäisi tämän tutkimuksen valossa olevan erittäin hyvin soveltuva menetelmä. Ilman subjektiivista ja henkilökohtaista aineistoa kokemusta ei tavoiteta, vaan siitä jäisi hyvin paljon piiloon. Alan ymmärtämisen ja itseymmärtämisen näkökulmasta puolestaan jäisi paljon piiloon, jos yksilön kokemus sivuutettaisiin ja toimittaisiin ainoastaan yleisellä tasolla. Yleisen tason tietoa tuottavat, laajoihin kyselytutkimusaineistoihin perustuvat tutkimukset, ovat myös tärkeitä, ja kattava alan kokonaiskuva muodostuukin erilaisten sekä yksityiskohtaista että yleistä tietoa tuottavien tutkimusten yhteissummana.

Olen luonnollisesti pohtinut sitä, missä määrin tutkimuksen tulokset olisivat muuttuneet, mikäli olisin valinnut haastateltavat toisin. Yksityiskohtaiset ja henkilökohtaiset

muuttajat ovat tietysti selviä. Niissä muutoksia olisi luonnollisesti paljonkin, mutta sitä missä määrin ne vaikuttaisivat aineistosta nousevaan kokonaiskuvaan, on mahdotonta arvioida. Onkin muistettava, että laadullinen tutkimus ylipäättään on tilanne- ja kontekstisidonnaista, mikä tarkoittaa, että toistettavuus on epärelevantti vaatimus tämän tyyppisessä laadullisessa tutkimuksessa. Vaikka tapaustutkimuksen perustapahtumat voitaisiinkin toistaa, kahta samanlaista tilannetta ei koskaan voida saada aikaan.

Tilannesidonnaisuudella on vaikutuksensa myös siihen, että vaikka haastateltavien joukko olisikin sama, toisenlaisessa tilanteessa tai esimerkiksi jollain toisella hetkellä toteutetusta haastattelusta olisi muodostunut toisenlainen. Tässä tapauksessa suurin tuloksiin vaikuttava muuttaja lienee se, millainen yrityksen tilanne on haastatteluhetkellä - kauanko se on toiminut, onko yrityksessä meneillään suuria muutoksia tai kehittämistoimia jne.

Tutkimustulosten yleistettävyyttä arvioitaessa on myös muistettava kohderyhmän raja- jaus. Tutkimuksessa ei ole pyritty tuottamaan tietoa, joka olisi yleistettävissä kuvaamaan koko heterogeenistä käsityöryrittäjyyttä, vaan tutkimuksen kohderyhmänä ovat olleet käsityömuotoiluyritykset.

8. PÄÄTÄNTÖ

Tutkimukseni tarkoituksena on ollut selvittää design-pohjaisen käsityömuotoilun asemaa ja nykytilaa Lapissa sekä käsityömuotoilijoiden kokemusta omasta työstään, yrittäjyydestä, suhteestaan pohjoisuuteen, asemastaan pohjoisessa sekä pohjoisuus ilmene- mistä heidän toiminnassaan ja työskentelyssään.

Tarkastelemalla sekä käsityömuotoiluyrittäjyyttä että pohjoisuutta eri näkökulmista muodostui kokonaiskuva, jossa kuva pohjoisesta käsityömuotoiluyrittäjyydestä sekä avartui että näyttäytyi moni-ilmeisenä. Myös tutkimuksessa tarkastellut käsityöryrittäjyydelle tyypilliset ja luonteenomaiset alaa määrittävät erityispiirteet saivat tiettyä konkretiaa ja syvyyttä, kun niitä peilataan kunkin toimijan omakohtaisiin näkemyksiin ja kokemuksiin.

Tavoitteenani oli myös selvittää, miten arkikeskustelussa usein esiintulevat "vetävät ja työntävät tekijät" ilmenevät ja mitä ne ovat. Yllättävää oli, ettei niitä pidetä mitenkään erityisen voimakkaina. Yrityksissä näyttäisi olevan valmiudet välttää tai ratkaista niitä, eikä niillä ei ole kovin suurta merkitysarvoa. Vetävien ja työntävien tekijöiden lisäksi

löytyi myös pitäviä tekijöitä, mikä osaltaan laajentaa käsityksiä pohjoisen toimintaympäristön merkityksistä.

Tutkimuksen tuloksilla voi nähdä olevan merkitystä alaan koskevan tiedon ja ymmärryksen lisääjinä sekä käsityömuotoiluyrittäjille ja sellaisiksi aikoville, että alan koulutukselle ja kehittämislle. Tutkimukseni yhtenä tavoitteena on alan sisäisen itseymmärryksen lisääntyminen ja se, että vastauksista olisi luettavissa, miten tämän aineiston valossa käsityömuotoilun kehittymistä alueella voitaisiin tukea. Tarkoituksena ei kuitenkaan ole ollut esittää konkreettisia kehittämistoimenpiteitä, vaan lisätä asiaa koskevaa tietoa ja ymmärrystä.

Tutkimuksessa esiintulleet pohjoisuuden asettamat reunaehdot ja erityispiirteet, niiden ilmeneminen ja konkretisoituminen haastateltujen näkemysten ja kokemusten kautta sekä heidän kokemuksensa suhteesta matkailuun, matkamuiistoihin ja lapintavaraan muodostavat yhdessä sellaisen kuvan, josta on luettavissa kehittämistoimenpiteiden tarpeellisuus. Lisäksi tutkimuksessa esitettyjen käsitteiden, kielen käyttöönnoton ja hallinnan kautta olisi osaltaan edesautettavissa alan yleisen imagon kehittymistä.

Näkisin tutkimuksella olevan vastaavaa merkitystä myös alan koulutuksen kannalta. Tulokset ovat hyödynnettävissä ja sovellettavissa sekä eriasteisessa mutta myös eri alojen muotoilua ja yrittäjyyttä koskevassa opetuksessa. Tutkimuksessa käsitellään käsityöyrittäjyyttä sellaisella tavalla, ettei se kytkeydy esimerkiksi alan perinteiseen materiaali- ja koon, vaan tulokset ovat sovellettavissa eri muotoilualoille.

Tutkimuksen aikana vahvistui käsitykseni pohjoisen toimintaympäristön ja olosuhteiden erityisyydestä ja erilaisuudesta suhteessa alan diskursseihin, ja siitä, että on perusteltua tutkia alaa pohjoisesta näkökulmasta. Alan ollessa hyvin pääkaupunkikeskeinen sitä koskeva tutkimus ja muut diskurssit ovat myös joko hyvin pääkaupunkikeskeisiä tai toisinaan Helsinki ja Fiskars -keskeisiä. Esimerkiksi Valtion muotoilutoimikunnan toimeksiannosta Tiina Veräjänkorvan kirjoittama muutoin ansiokas *Diagnoosi taidekäsityöstä* -julkaisu tarkastelee alaa niin vahvasti pääkaupunkiseudun ja Fiskarsin näkökulmasta, että alan pohjoisten toimijoiden on tuskin mahdollista tunnistaa siitä itseään, toimintaympäristöään tai jopa toimialaansa.

Tutkimuksen tekeminen nosti esiin uusia kiinnostavia ja mahdollisia tutkimusaiheita. Käsityömuotoilualan yrittäjyyden kehittymisestä olisi kiinnostava toteuttaa seurantatutkimus, jossa samoja yrityksiä tutkittaisiin pidemmällä aikavälillä. Tämän tyyppisen tutkimuksen kautta olisi saavutettavissa tietoa mm. siitä, missä määrin alan reunaehdot

ovat yhtenevät yleisten yrittäjyyttä koskevien lainalaisuuksien kanssa, missä määrin alan erityisluonne ilmenee ja sanelee yritystoiminnan ehtoja ja mitkä tekijät osoittautuvat keskeisimmiksi yritysten kehityksen ja vakiintumisen kannalta.

Alan pääkaupunkikeskeisyyden ja pohjoisen toimintaympäristön erityispiirteiden näkökulmasta käsityömuotoiluyrittäjyyden selvittäminen vertailevalla tutkimuksella olisi myös kiinnostavaa. Pohjoisten yrittäjien aseman ja kokemusten vertaaminen joko Helsingissä tai Fiskarissa, tai molemmissa, eläviin ja työskenteleviin kollegoihin syventäisi tietoa ja ymmärrystä pohjoisen olosuhteiden erityispiirteistä, sekä alan eroavaisuuksista ja lainalaisuuksista suhteessa maantieteelliseen sijaintiin ja toimintaympäristöön.

Ylipäätään käsityömuotoiluyrittäjyyden tutkiminen on tarpeellista, sillä alaa on tutkittu kohtalaisen vähän ja silloinkin pääsääntöisesti yleisestä koko käsityöyrittäjyyden kenttää tarkastelevasta näkökulmasta. Käsityömuotoiluyrittäjyyttä koskeva tutkimus olisi tarpeellista, jotta saavutettaisiin erityisesti sitä käsittelevää syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa. Tällaista pohjatietoa kaivattaisiin sekä alan koulutuksen ja kehittämisen näkökulmasta, mutta myös alan sisäisen itseymmärryksen lisäämiseksi.

- - -

Työni valmistuessa noin vuoden haastattelujen jälkeen pyysin haastateltuja kertomaan lyhyesti mitä heille kuuluu tällä hetkellä.

Anne Paso kertoi Lovi Oy:n avanneen juuri sillä viikolla maaliskuussa 2008 kotisivuillaan nettikaupan. Haastatteluaihana yritys ei ollut vielä nimennyt maita, missä tuotteet patentoidaan, nyt nimettyinä ovat keskeisimmät EU-maat. Yritys työllistää sekä tarpeen mukaan messuihin ym. liittyen apputyövoimaa sekä "satunnaisia iltatöitä" tekevän henkilön, jonka toimenkuvaan kuuluu tuotteiden maalaaminen ja pakkaaminen. Yrityksen tavoitteena on vakinaistaa kyseinen henkilö.²⁸⁶ Paso on valittu myös Pohjois-Pohjanmaan vuoden 2008 käsityöyrittäjäksi ja hän on parhaillaan ehdolla valtakunnallisen Taito ry jakaman käsityöyrittäjä-palkinnon saajaksi²⁸⁷. Anne Paso on myös hakenut ja tullut valituksi heinäkuun 2008 alussa Frankfurtissa pidettävien Tendance-messujen uusia kykyjä esittelevälle Talents-osastolle²⁸⁸.

²⁸⁹

Arctichromen Veli-Pekka Huhmo kertoi vuoden 2007 aikana yrityksessä rakennetun or-

²⁸⁶ Paso 2008.

²⁸⁷ Taito-palkinto 2008.

²⁸⁸ Paso 2008.

²⁸⁹ Taito-palkinto 2008.

ganisaation, luodun jakelutiet JAUR-mallistolle sekä otetun käyttöön ISO9901-standardin mukaisen toimintamallin. Designmallisto JAUR on julkistettu elokuussa 2007. Malliston myyntikanavana toimivat Marimekko-lippulaivamyymälät seitsemällä paikkakunnalla. Takkavälineiden jakelutienä toimii lisäksi Tulikivi Studiot. Vuoden 2008 aikana yritys uudistaa Arctichrome-malliston. Kehittämisen painopiste on tuotannossa, jossa kehitetään kahdella hankkeella sekä osaamista että teknologiaa. Yhtiö tulee lisäämään yhteistyötä ulkopuolisten suunnittelijoiden kanssa. Yhtiö avaa Showroomin Torniossa kesäkuussa 2008. Vientiin yhtiö tulee panostamaan siinä vaiheessa, kun yhtiön mallistot, tuottavuus ja asema kotimarkkinoilla on vakautettu.²⁹⁰

Taikatunturissa Nina Hirvonen on jäänyt äitiyslomalle ja muuttanut Kaamaseen, mikä sijaitsee noin 30 km Inarin kirkonkylältä pohjoiseen. Onneli Halonen työskentelee yrityksessä toistaiseksi yksin keskittyen hattujen huovutukseen, mutta kesäsesongin ajaksi yritys palkkaa työntekijän, ettei tuotanto pääse kokonaan pysähtymään ja että kauppa voisi olla kesäsesongin aikana joka päivä auki. Tuotteiden tukkumyynnin jälleenmyyjien välityksellä he ovat lopettaneet, sillä he haluavat kehittää omaa myymäläänsä tuotteidensa tärkeimpänä myyntikanavana. Halonen kertoo "suvantovaiheen" tuntevan alkukiiireiden jälkeen tervetulleelta.²⁹¹

Myös Seija Ranttila kertoo toiminnan olevan äitiytensä vuoksi "hieman pienempää". Ranttila ei ainakaan toistaiseksi valmistuta tuotteitaan pohjoisessa, vaan hän ompelee ne itse. Tuotekehityksen, pakkauksien ym. kulujen vuoksi hän ei tällä hetkellä kykene maksamaan pienten tuotteiden teettämisestä palkkioita ulkopuoliselle. Takit hän ompeuttaa Tampereella ammattiompelijalla, joka hoitaa myös kaavoituksen. Yhteistyössä pohjoisen ompelijoiden kanssa Ranttila kertoo tulevan esiin monia ongelmia kuten etäisyys ja logistiikka - tavaroiden lähettäminen edes takaisin, ompelutaito ei vastaa Tampereelta löydettävissä olevaa ammattitaitoa. Ulkopuoliselle maksettujen palkkioiden vuoksi hinta kohoaa niin korkeaksi, ettei tuotteet mene kaupaksi ja oma kate pienenee. Sen kuinka Sagat tuotteet valmistetaan tulevaisuudessa hän toteaa hahmottuvan ajan myötä monien asioiden summana. Syksyn 2007 Habitaressa hän kertoo saaneensa sekä positiivista palautetta, että asiakkaita ja muita kontakteja, mutta olleensa kuitenkin "aika aloittelijana liikkeellä hahmottamassa kokonaiskuvaa". Ranttila toteaa sen olleen "opintomatka ja seuraavalla kerralla tositoimiin, ehkä syksyllä 2009".²⁹²

290 Huhmo 2008.

291 Halonen 2008.

292 Ranttila 2008.

LÄHTEET

I HAASTATTELUAINEISTO

- Halonen, Onneli. Taikatunturi ky. Haastattelija Irma Annanpalo. 29.3.2007 Inari.
Hirvonen, Nina. Taikatunturi ky. Haastattelija Irma Annanpalo. 29.3.2007 Inari.
Huhmo, Veli-Pekka. Arctichrome Productions Oy. Haastattelija Irma Annanpalo.
12.4.2007 Tornio.
Paso, Anne. Lovi Oy. Haastattelija Irma Annanpalo. 26.3.2007 Kiiminki.
Ranttila, Seija. Tmi Seija Ranttila. Haastattelija Irma Annanpalo. 4.4.2007 Tampere.

II PAINETUT LÄHTEET

- Aaltonen, Jouko. 2006. Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa – Dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi. Väitöskirja. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja A 70. Like, Helsinki.
- Aikio, Marjut. 1999. Saamelaiskulttuurin renessanssi ja ryöstöviljely. Teoksessa Pohjoiset identiteetit ja mentaliteetit. Osa 1. Outamaalta tunturiin. Toim. Tuominen Marja, Tuulentie Seija, Lehtola Veli-Pekka & Autti Mervi. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 16. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 32. Kustannus-Puntsi. S. 56-63.
- Aikio, Marjut & Aikio, Pekka. 1993. Saamelaiskulttuuri ja matkailu. Teoksessa Selviytyjät. Näyttely pohjoisen ihmisen sitkeydestä. Toim. Huopainen Raili. Jyväskylä. S. 80-103.
- Anttila, Pirkko. 1996(a). Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. 1.-2. painos. WSOY. Porvoo.
- Anttila, Pirkko. 1996(b). Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälitteet. Artefakta 2. Helsinki: Akatiimi Oy.
- Anttila, Pirkko. 2002. Mitä käsityöyrittäjyys on? Kommentti. Teoksessa Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy. S. 32-36.
- Anttila, Pirkko. 2005. Ilmaisuu, Teos, Tekeminen ja tiedon hankinta. Artefakta 16. Hamina: Akatiimi Oy.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula. 2001. Tutki ja kirjoita. 6.-7. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Huuskonen, Visa. 1992. Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu. Väitöskirja. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A-2:1992. Turku.

- Ihatsu, Anna-Marja. 1998. Craft, Art-craft or Craft-design? In pursuit of the British equivalent for the Finnish concept "käsityö". Joensuun yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunnan tutkimuksia. N:o 69. Joensuu.
- Ihatsu, Anna-Marja. 2003. Taidekäsityötä ja käsityötaidetta. Teoksessa TAIKO 20 vuotta. Taidekäsityöläiset TAIKO ry. Helsinki. S. 12-19.
- Ikonen, Petteri. 2004. Arjen trilogia. Korutaide taiteen tekemisen ja kokemisen välineenä. Väitöskirja. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja D. Nro 2. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu A 47.
- Janger, Juha. 1999. Käsityöläisyys - mitä se on? Teoksessa Käsityöläisen kirja. Toim. Helminen Kati-Riina & Miettinen Satu. Meri-Lappi instituutin tiedotteita nro 2. Kemi. S. 75-88.
- Johnsson, Raoul & Äyväri, Anne. 1998. Menestyvä käsityöyrittäjä -tutkimus. Käsi- ja taideteollisuusliitto ry. Helsinki.
- Joutsenniemi, Anna. 2007. Taideinnovaatio palkittiin. Vuoden osaajaksi taiteilija-yrittäjä Iris Kiiskinen. Yhteenveto. Akavan erityisalojen järjestölehti 6/2007, S. 18-19.
- Klemettinen, Maila & Niemi, Hilikka. 2003. Suuri TAIKO-keskustelu. Teoksessa TAIKO 20 vuotta. Taidekäsityöläiset TAIKO ry. Helsinki. S. 52-69.
- Koivunen, Hannele & Marsio, Leena. 2006. Reilu kulttuuri? Kulttuuripolitiikan eettinen ulottuvuus ja kulttuuriset oikeudet. Opetusministeriön julkaisuja 2006:50. Opetusministeriö. Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto.
- Kovalainen, Anne. 2002. Mitä käsityöyrittäjyys on? Teoksessa Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy. S. 11-31.
- Kruskopf, Erik. 1989. Suomen taideteollisuus. Suomalaisen muotoilun vaiheita. WSOY. Porvoo.
- Kälviäinen, Mirja. 1996. Esteettisiä käyttötuotteita ja henkisiä materiaaliteoksia. Hyvän tuotteen ammatillinen määrittely taidekäsityössä 1980-luvun Suomessa. Väitöskirja. Jyväskylän yliopiston taidehistorian laitos. Kuopion käsi- ja taideteollisuusakatemia. Taitemia 4.
- Käsillä yrittäminen. 2006. Käsityöalan yrittäjyyden kehittämisstrategia 2007-2013. Kauppa- ja teollisuusministeriö KTM. Julkaisuja 36/2006. Elinkeino-osasto.
- Käsityöyritysten tila. Vuoden 1998 barometri. 1998. Käsi- ja taideteollisuusliitto ry, Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.
- Käsityöyritysten tila ja kehitys. Vuoden 2000 barometri. 2001. Käsi- ja taideteollisuusliitto ry, Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.
- Laakso, Pekka. 2002. Vastaavatko yritystuet käsityöyrityksen tarpeita? Teoksessa Käsin tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy. S. 151-171.
- Lapin läänin tulevaisuuden tavoitteita, II Kotimarkkinateollisuus. 1954. Lapin maakuntaliitto. Kemi.

- Lehtola, Jorma. 2006. 30 vuotta käsityö sydämellä Sámi Duodji ry 1975 - 2005. Kustannus Puntsi. Inari.
- Lehtola, Veli-Pekka. 1997. Saamelaiset - historia, yhteiskunta, taide. Kustannus-Puntsi. Inari.
- Lehtola, Veli-Pekka. 1999. Aito lappalainen ei syö haarukalla ja veitsellä. Stereotypiat ja saamelainen kulttuurintutkimus. Teoksessa Pohjoiset identiteetit ja mentaliteetit. Osa 1. Outamaalta tunturiin. Toim. Tuominen Marja, Tuulentie Seija, Lehtola Veli-Pekka & Autti Mervi. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 16. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 32. Kustannus-Puntsi. S. 15-32.
- Lepistö, Vappu. 1991. Kuvataiteilija taidemaailmassa. Tapaustutkimus kuvataiteellisen toiminnan sosiaalipsykologisista merkityksistä. Väitöskirja. Tutkijaliiton julkaisusarja 70. Helsinki.
- Lindström, Maarit, Nyberg, Martti & Ylä-Anttila, Pekka. 2006. Ei vain muodon vuoksi. Muotoilu on kilpailuetu. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA (Sarja B 220). Helsinki.
- Lith, Pekka. 2005. Käsityöyrittäjyys Suomessa 2000-luvulla. Yritykset ja alan keskeiset kehityslinjat. KTM Julkaisuja 10/2005. Elinkeino-osasto.
- Luutonen, Marketta & Äyväri, Anne. 2002. Käsien tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Lüthje, Monika. 1997. Kulttuurin rooli matkailussa. Matka 97 -messujen kävijöiden arvioimana. Lapin yliopiston matkailun osaamiskeskuksen tiedotteita 2/97. Lapin yliopisto, Matkailun osaamiskeskus, Euroopan unioni, Euroopan aluekehitysrahasto.
- Magga Lukkari, Rauni & Aikio, Marjut. 1993. Saamelaisvaatteella on sanomansa. Teoksessa Selviytyjät. Näyttely pohjoisen ihmisen sitkeydestä. Toim. Huopainen Raili. Jyväskylä. S. 70-79.
- Miettinen, Satu. 1999. Eurotex. Teoksessa Käsityöläisen kirja. Toim. Helminen Kati-Riina & Miettinen Satu. Meri-Lappi instituutin tiedotteita nro 2. Kemi. S. 39-48.
- Muotoilu 2005! -ohjelman seurantaryhmän raportti. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2004:11. Helsinki. Opetusministeriö.
- Mustajärvi, Timo. 2002. Vastaavatko yritystuet käsityöyrityksen tarpeita? Kommentti. Teoksessa Käsien tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy. S. 177-179.
- Nieminen, Pirkko. 1999. Pohjoinen käsityöläisyys uudella vuosituhanella. Rahoittajan ja alueellisen kehittäjän näkökulma. Teoksessa Käsityöläisen kirja. Toim. Helminen Kati-Riina & Miettinen Satu. Meri-Lappi instituutin tiedotteita nro 2. Kemi. S. 16-24.
- Nyky-suomen sanakirja. 1992. 13. painos, osat II ja V. WSOY. Juva.
- Pieski, Pentti. 2008. Saamelaisväestö kasvaa saamelaisalueen ulkopuolella. Lapin Kansa 18.2.2008. S. 2.

- Pääkkönen, Erkki. 1999. Etnisyys ja saamelaisyhteisö. Teoksessa Pohjoiset identiteetit ja mentaliteetit. Osa 1. Outamaalta tunturiin. Toim. Tuominen Marja, Tuulentie Seija, Lehtola Veli-Pekka & Autti Mervi. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 16. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 32. Kustannus-Puntsi. S. 33-43.
- Ruohomäki, Harri. 2000. Käsintehty brändi. Käsi- ja taideteollisuusyrittäjän käsikirja. Sitran julkaisuja nro 236. Käsi- ja taideteollisuusliitto.
- Saamelaisasiain komitean mietintö. 1952. Komiteamietintö N:o 12 - 1952. Helsinki.
- Saamelaiskomitean mietintö. 1973. Komiteamietintö 1973: 46. Helsinki.
- Saarinen, Jarkko. 1999. Matkailu, paikallisuus ja alueen identiteetti. Näkökulmia Lapin matkailun etnisiin maisemiin. Teoksessa Pohjoiset identiteetit ja mentaliteetit. Osa 1. Outamaalta tunturiin. Toim. Tuominen Marja, Tuulentie Seija, Lehtola Veli-Pekka & Autti Mervi. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 16. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Katsauksia ja puheenvuoroja 32. Kustannus-Puntsi. S. 81-92.
- Saarinen, Satu. 2005. "On sovelias ikeeni ja keveä on kuormani." Naispastoreiden kokemuksia pappeudesta Oulun hiippakunnassa 1980-luvulta 2000-luvun alkuun. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 85. Kustannus-Puntsi, Inari.
- Ságat. Design by Seija Ranttila. s.a. Finlayson.
- Sipilä, Jorma. 2006. Osajasta elämäntylyyrittäjäksi. WSOY. Juva.
- Sirkka, Anja. 2000. Saamelaista vai suomalaista lappilaiselle matkailulle? Vaihtoehto Lapin matkailuyrittäjien käyttämälle saamenpuvulle. Teoksessa Lumontulet. Lapin lumo tekstiileissä ja vaatteissa. Toim. Talvitie Marjukka. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja C19 Katsauksia ja puheenvuoroja. S. 24-27.
- Suunnitelma Kainuun ja Perä-Pohjolan talouselämän kohottamiseksi. Komiteamietintö N:o 10 - 1938. Helsinki.
- Varanka, Piia. 2001. Lappi matkailun näyttämöllä. Saamelaiskulttuuri ja luonto matkailun kulisseina. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä 35. Rovaniemi.
- Vihma, Susann. 1997. Muotoilun ja taiteen suhteesta. Teoksessa Mäkihypyn muotooppi ja muita kirjoituksia populaaritaiteesta. Toim. Immonen Olli & Mykkänen Jouko. Kansainvälisen soveltavan estetiikan instituutin raportteja n:o 2. Saarijärvi. S. 86-92.
- Vähäsalo, Terhi. 2003. Keramiikan piensarjatuotanto vuonna 2002. Teoksessa TAIKO 20 vuotta. Taidekäsityöläiset TAIKO ry. Helsinki. S. 42-32.
- Wilenius, Markku. 2004. Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Sitran julkaisusarja (Sitra 266). 2. painos. Edita Prima Oy. Helsinki.
- Äyväri, Anne. 2002. Käsityöyrittäjät verkonkutojina. Teoksessa Käsien tehty tulevaisuus. Näkökulmia käsityöyrittäjyyteen. Toim. Luutonen Marketta & Äyväri Anne. Sitran raportteja 24. Helsinki: Edita Prima Oy. S. 110-139.

III PAINAMATTOMAT LÄHTEET

- Ainamo, Antti. 1990. Taidekäsityön tekijät. Toiminnan kuvaus, koulutustarpeet ja koulutushalukkuus. Työpapereita F-252. Helsingin kauppakorkeakoulu. Helsinki.
- Hovila, Soile. 2004. TAIKOn palkkakyselyn tuloksia. Ornamo-tiedote 4/04. S. 14.
- Huhtala, Marianne. s.a. Käsityöyrittäjänä Pohjois-Pohjanmaalla ja Lapissa - Yleinen tilannekuvaus eri hankkeiden kokemana -raportti.
- Janger, Juha & Haataja, Christa. 2001. Lapin käsityöyrittäjyyden toimintaympäristö 2000.
- Janger, Juha & Sassi, Birgitta. 2000. Lapin käsityöyrittäjyyden rakenneselvitys 2001.
- Kangas, Tuula Marianne. 2001. "Mistä on käsityöyrittäjät tehty?" Tutkimus käsityöyrittäjän identiteetin rakentamisesta työuraa koskevissa kertomuksissa. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Matkailun koulutusohjelma / sosiologia.
- Lüthje, Monika. 1995. Matkailun vaikutukset saamelaisalueella: Näkökulmana alueen kantokyky ja saamelainen kulttuuri. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, taloustieteen laitos. Elintarvikealan koulutusohjelman tutkimuksia EKT-sarja 973.
- Mattila, Emmi. 2007. Englantilaisten ja venäläisten matkailijoiden matkamuistostokset Rovaniemellä. Proseminaari-työ. Lapin yliopisto. KMT, matkailututkimus.
- Moona, Jaana. 2007. Käsien tekemisen vimma. Lapin käsityöyrittäjyyden kehittämisstrategia 2007 - 2013. Lapin liitto.
- Moona, Jaana. 2006. Taustaa tiivistettynä sparraus- ja ohjausryhmän työskentelyä varten. Esityslistan liite, KÄSITE – Lapin käsityö- ja luonnontuotealan kehittämishanke, ohjausryhmän ja sparrausryhmän yhteinen työkokous, 14.3.2006, Rovaniemi.
- Niskakangas, Minna. 2004. Elämyksiä Lapista – Lahjatuotteita Lapin luuposliinista. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta, teollisen muotoilun koulutusohjelma.
- Ornamo. 2008. Jäsenreksteri-ote: Ornamon jäsenet Lapissa ja Ornamon jäsenet Oulun läänissä.
- Porsanger, Tarja. 2007. Saamelaiset ja matkailu Rovaniemellä -luennon käsikirjoitus. Luento Lapin maakuntakirjaston Lappi-osastolla 16.4.2007.
- Veräjänkorva, Tiina. 2006. Diagnoosi taidekäsityöstä. Tarkastelussa taiteen, muotoilun ja käsityön rajapinta. Taiteen keskustoimikunta, Valtion muotoilutoimikunta.

IV SÄHKÖISET LÄHTEET

- Designmuseo. s.a. <http://www.designmuseum.fi/main.asp?sid=1&sivu=1&kpl=1>
Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 26.3.2008.
- Designmuseo. Design Museum Shop. 2005. <http://shop.designmuseum.fi/>
Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 26.3.2008.
- Helsingin käsityö- ja taideteollisuusyhdistys ry. s.a. <http://www.hkty.fi/index.html>
Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 27.3.2008.
- Muotoilualan keskeinen termistö. s.a. Design Forum Finland, Ornamo, Grafia, Taideteollinen korkeakoulu, Lapin yliopisto, Teknillinen korkeakoulu, Helsingin kauppakorkeakoulu, Designmuseo. <http://www.designforbusiness.fi/dfbsanasto>.
Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 12.2.2008.
- Puhto, Sanna. 2005. Mie tunnen, sie järkeilet. Taiteilija Merja Aletta Ranttilan sisko Seija Ranttila on myös taiteilija, mutta erilainen.
<http://www.hs.fi/omaelama/artikkeli/> Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 1.5.2007.
Julkaistu Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä 8.1.2005.
- Rahoitustilastot. 2008. TE-keskus. <http://www.te-keskus.fi/Public/?nodeid=13009&area=7543> Päivitetty 11.2.2008. Luettu 19.3.2008.
- Taikatunturi. Craft & Design - Inari. s.a. <http://www.taikatunturi.fi/esittely.htm>
Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 27.3.2008.
- Taito-palkinto.
<http://www.taitogroup.fi/dept.asp?lan=1&id=2&set=1&action=show&article=175>
Päivitetty 23.3.2008. Luettu 3.4.2008.
- Taito-Shop myymälät. <http://www.taitoshop.fi/myymalat.htm>. Päivitysaikaa ei merkitty. Luettu 10.3.2008.
- Taito-yritysneuvojat. 2008. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry.
<http://www.taitogroup.fi/dept.asp?lan=1&id=5&action=show&article=74>
Päivitetty 31.1.2008. Luettu 10.3.2008.
- Yrityksen kehittämisavustus. 2007. TE-keskus. <http://www.te-keskus.fi/Public/?nodeid=11552&area=7543> Päivitetty 30.8.2007. Luettu 19.3.2008.

V KIRJEET JA SUULLISET TIEDONANNOT

- Ervamaa, Leena. 2008. Ornamo. Tiedonanto sähköpostitse Irma Annanpalolle 4.3.2008.
- Halonen, Onneli. 2008. Taikatunturi ky. Tiedonannot sähköpostitse Irma Annanpalolle 7.3.2008, 8.3.2008 ja 8.4.2008.
- Huhmo, Veli-Pekka. 2008. Arctichrome Productions Oy. Tiedonannot sähköpostitse Irma Annanpalolle 26.3.2008 (2 kpl) ja 9.4.2008.

Paso, Anne. 2008. Lovi Oy. Tiedonanto sähköpostitse Irma Annanpalolle 11.3.2008 ja 10.4.2008.

Rantapuska, Elina. 2008. Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti. Tiedonanto sähköpostitse Irma Annanpalolle 7.4.2008.

Ranttila, Seija. 2008. Tmi Seija Ranttila. Tiedonannot sähköpostitse Irma Annanpalolle 10.3.2008, 31.3.2008 ja 1.4.2008.

Sillfors, Pekka. 2007. Design House Idoli. Suullinen tiedonanto. 28.3.2007 Ukonjärvi, Inari.